



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Programa de Pós-Graduação em Administração

Junio Braga Borges Silva

**AVALIAÇÃO DOS ANTECEDENTES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR  
SOCIAL EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E SUAS IMPLICAÇÕES PARA O  
ENSINO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

Brasília – DF

2020

Junio Braga Borges Silva

**AVALIAÇÃO DOS ANTECEDENTES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR  
SOCIAL EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E SUAS IMPLICAÇÕES PARA O  
ENSINO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade de Brasília (PPGA/UnB), como requisito à obtenção do título de Mestre em Administração. Área de Concentração: Estudos Organizacionais e Gestão de Pessoas

Professora Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup>, Gardênia da Silva Abbad

Brasília – DF

2020

Junio Braga Borges Silva

**AVALIAÇÃO DOS ANTECEDENTES DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR  
SOCIAL EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS E SUAS IMPLICAÇÕES PARA O  
ENSINO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

Banca Examinadora composta pelos membros:

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Gardênia da Silva Abbad – PPGA/UnB

Orientadora

---

Prof. Dr. Carlos Denner dos Santos Junior – PPGA/UnB

Examinador Interno

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sônia Marise Salles Carvalho - CDT/UnB

Examinadora Externa

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Elaine Rabelo Neiva – PSTO/UnB

Examinadora Suplente

---

Prof. Dr. Cândido Vieira Borges Júnior - PPGADM/UFG

Examinador Suplente

Aos meus pais que não tiveram tudo e me deram o mundo. Que eles possam ter, em seu futuro mestre, o símbolo de todos os seus esforços, a manutenção da esperança de um futuro melhor e a crença de um país menos desigual.

## AGRADECIMENTOS

Nesse momento, quero expressar minha gratidão a todos que me acompanharam nessa intensa caminhada de dois anos. Primeiramente, agradeço aos meus pais, Jonas de Lima Silva e Inácia Borges Silva, aos quais eu me orgulho de ter qualquer semelhança (física e comportamental). Sem eles, nada disso seria possível.

Ao sangue do meu sangue, Jéssica, Lilian e Gigi, vocês são o meu amor maior.

À Professora Gardênia Abbad, por ter sido sempre inspiração e ter se lançado comigo nesse sonho. Há tanto de você quanto de mim nesse trabalho.

À Professora Sônia, por ter um olhar ímpar sobre a vida e sempre me fazer acreditar em um mundo melhor. Suas palavras no dia da minha qualificação me fizeram não desistir e acreditar mais em mim.

Ao Professor Denner, que foi meu primeiro “orientador” e me incentivou a seguir esse caminho. O e-mail que eu enviei para ele serve como exemplo de “como não se desenvolver um método de um trabalho” e mesmo assim ele reconheceu meu esforço me ajudando a crescer.

À Dalila e Grace, por tornarem meus dias de estudos menos solitários. Vocês não têm noção do quanto me fizeram sentir querido.

Ao Vini, que escreveu praticamente junto a mim essa dissertação e me fez acreditar que esse sonho era possível. Você tem sido o melhor amigo que eu poderia ter.

À Denise e Larinha, minhas ajudantes especiais, vocês me ensinam a humildade em reconhecer que sempre precisamos de ajuda.

À Thay, Nathália e Cássio, que me fazem acreditar que eu sou sempre muito melhor do que imagino.

Ao pessoal do Sesc-DF, Maxmiliano e Daiana, que permitiram conciliar estudos e trabalho, em especial à Maurikeli, que conversou comigo de forma acolhedora em um momento tão difícil dessa fase da minha vida.

À UnB, por todos os programas sociais proporcionados, dos quais fiz parte, e os amigos que lá conheci (Ana Paula, Pedrinho, Xulio, Ale, Alisson, Ingrid, Aurílio e Geovane). Vou levar vocês para sempre na memória!

Aos membros do Grupo de Pesquisa Impacto: Nanda, Marcelo, Aline, Luciana, Simarly, Paulo, Juliana, Elaine e Jorge. Vocês tornaram essa experiência mais leve de carregar.

Aos meus colegas de curso, por toda ajuda e, principalmente, por mostrarem que não estamos sozinhos.

À Alina, que sempre me ajudou desde a graduação e tem sido essencial em minha vida, mesmo longe você sempre se fez presente.

À CAPES, pelo apoio financeiro inicial na minha trajetória acadêmica.

Aos programas sociais dos quais eu fiz parte (Bolsa Família e Prouni) que contribuíram para que eu chegasse até aqui. Eu nunca vou esquecer de onde vim.

E por fim, finalizo pensando: Quem um dia imaginaria que alguém da periferia estaria conquistando a academia?! É com olhos em lágrimas que escrevo aqui meus agradecimentos.

Obrigado, Deus, por ser meu alento em todos os momentos.

## RESUMO

Com o intuito de possibilitar o acesso a produtos e a serviços para a parte mais vulnerável da população e com o desejo de contrabalançar as desigualdades no mundo, surge o empreendedorismo social. Esse vem atraindo a atenção de governos, de universidades, de empresas e das sociedades no mundo inteiro. Diante desse movimento, que vem ganhando relevância, esta dissertação teve por objetivo avaliar os antecedentes do comportamento empreendedor social em estudantes universitários e suas implicações para o ensino de empreendedorismo social. Para atingir esse objetivo, foi realizada uma revisão sistemática da literatura sobre o ensino de empreendedorismo social, de 2013 a 2018, no Portal de Periódicos Capes, utilizando protocolo proposto por Cronin, Ryan e Coughlan (2008) com os descritores “*social entrepreneurship*” e “*students*”. Essa busca resultou em 987 artigos que tiveram os títulos, os resumos e a introdução lidos, com vista à verificação da aderência aos temas desenvolvidos neste trabalho. Foram excluídos todos os artigos que tratavam do empreendedorismo social, em contextos não universitários, ou publicados em línguas diferentes da portuguesa, da inglesa e da espanhola. Foram selecionados, para análise, 36 artigos que tratavam de empreendedorismo social no contexto educacional de nível superior. Após o resultado da revisão da literatura, dois estudos com o uso de abordagem de métodos mistos foram selecionados. O primeiro estudo, desenvolvido para suprir a lacuna identificada por meio da revisão de literatura, compreendeu a adaptação transcultural da escala de Hockters (2017) para o contexto brasileiro. A escala foi traduzida para a língua portuguesa e adaptada para uso, tal como proposto por Borsa, Damásio e Bandeira (2018), em amostras de estudantes universitários, seguindo as seguintes seis etapas: (1) tradução do instrumento do idioma de origem para o idioma-alvo, (2) síntese das versões traduzidas, (3) avaliação da síntese por juízes *experts*, (4) avaliação do instrumento pelo público-alvo, (5) tradução reversa, (6) estudo-piloto - validação semântica. Após a finalização do estudo 1, foi realizado o segundo estudo, que buscou evidências de validade psicométrica da escala adaptada de Hockters (2017). O instrumento foi em uma amostra de 303 estudantes do curso de administração, de uma universidade pública. As respostas dos participantes aos 19 itens da escala e aos itens de dados sociodemográficos e acadêmicos foram submetidos a estatísticas descritivas e inferenciais (Gil, 2018). A estrutura empírica da escala adaptada resultante de análise fatorial exploratória (rotação oblíqua) da Escala de Determinantes da Intenção Empreendedora Social e composta

por seis fatores (Empatia, Obrigação Moral, Suporte Social, Experiência Anterior, Autoeficácia e Intenção Empreendedora Social) correspondentes aos fatores obtidos por Hockerts (2017), resultando em evidências satisfatórias de validade e de fidedignidade, apenas um item não ficou na posição da escala original. Esses resultados sugerem que o instrumento pôde avaliar, adequadamente, os construtos em língua portuguesa. Entre as contribuições desse estudo estão a apresentação dos principais referenciais teóricos adotados pelos pesquisadores e a produção de conhecimentos sobre um tema de grande relevância social ainda pouco estudado: a ampliação do conhecimento sobre determinantes de intenções realizar um empreendimento social em uma amostra de estudantes de administração de uma universidade brasileira. Assim, a aplicação do questionário em questão se mostra uma ferramenta eficaz para o desenvolvimento de novos estudos que possam contribuir para a área de conhecimento do comportamento de estudantes sobre empreendedorismo social.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Estudantes universitários, Intenções de empreender

## ABSTRACT

In order to provide access to products and services for the most vulnerable part of the population and with the desire to counterbalance inequalities in the world, social entrepreneurship emerges. This has been attracting the attention of governments, of universities, of companies and of societies worldwide. Faced with this movement, which has been gaining relevance, this dissertation aimed to Evaluate the antecedents of social entrepreneurial behavior in university students and its implications for the teaching of social entrepreneurship. To achieve this objective, a systematic review of the literature on the teaching of social entrepreneurship was carried out, from 2013 to 2018, on the “Portal de Periódicos” in Capes, using the protocol proposed by Cronin, Ryan and Coughlan (2008) and the descriptors “social entrepreneurship” and “students”. This search resulted in 987 articles that had their titles, abstracts and introduction read, in order to verify adherence to the themes developed in this work. All articles dealing with social entrepreneurship, in non-university contexts, or published in others languages different than Portuguese, English or Spanish, were excluded. 36 articles dealing with social entrepreneurship, in the higher education context, were selected for analysis. After the result of the literature review, two studies using the mixed methods were selected. The first study, developed to fill the gap identified through the review the literature, understood the cross-cultural adaptation of the scale of Hockters (2017) for the Brazilian context. The scale was translated into Portuguese and adapted for use, as proposed by Borsa, Damásio and Bandeira (2018), in samples of university students, following the following six steps: (1) translation of the instrument from the source language to the target language, (2) synthesis of translated versions, (3) evaluation of synthesis by expert judges, (4) evaluation of the instrument by the target audience, (5) reverse translation, (6) pilot study - semantic validation. After the completion of study 1, the second study was carried out, which sought evidence of psychometric validity of the scale adapted from Hockerts (2017). The instrument was in a sample of 303 students of the course in administration, of a public university. The participants responded to the 19 items on the scale and to the socio-demographic and academic data items were subjected to descriptive and inferential statistics (Gil, 2018). The empirical structure of the adapted scale resulting from exploratory factor analysis (oblique rotation) of the Social Entrepreneurial Intent Determinants Scale and composed of six factors (Empathy, Moral Obligation, Social Support, Previous Experience, Self-efficacy and Social Entrepreneurial Intent) corresponding to the

obtained factors by Hockerts (2017), shows satisfactory validity and reliability, only one item was not in the position of the original scale. These results suggest that the instrument was able to adequately assess constructs in Portuguese. Among the contributions of this study are the presentation of the main theoretical references adopted by the researchers and the production of knowledge on a topic of great social relevance that has not yet been studied: the expansion of knowledge about determinants of intentions to carry out a social enterprise in a sample of business students of a Brazilian university. Thus, the application of the questionnaire in question proves to be an effective tool for the development of new studies that can contribute to the area of knowledge of the behavior of students on social entrepreneurship.

Keyword: Social entrepreneurship, University students, Intentions to undertake

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	28
Figura 2. Publicações por país.....	30
Figura 3. Variáveis estudadas e suas relações .....	50

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Número de artigos localizados no portal de periódicos CAPES selecionados de acordo com os descritores .....	26
Tabela 2. Tipificação metodológica dos artigos.....	30
Tabela 3. Contexto dos 30 artigos teórico-empíricos analisados .....	32
Tabela 4. Instrumentos de coleta de dados, coleta e análises dos artigos teórico-empíricos ...	33
Tabela 5. Categorias dos artigos.....	34
Tabela 6. Referenciais teórico-conceituais.....	38
Tabela 7. Definições de empreendedorismo/empreendedorismo social citadas pelos autores	40
Tabela 8. Definição das variáveis e escalas utilizadas .....	45
Tabela 9. Comunalidades .....	69
Tabela 10. Matriz padrão.....	71
Tabela 11. Variância total explicada .....	74

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADE *Affordable Design and Entrepreneurship*

AFEs Análises Fatoriais Exploratórias

APA *American Psychological Association*

EIQ *Entrepreneurial Intention Questionnaire*

ES Empreendedorismo Social

KMO *Kaiser-Meyer-Olkin*

PAF *Principal Axis Factoring*

SEAS *Social Entrepreneurial Antecedents Scale*

SPSS *Statistical Package for the Social Sciences*

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>REFERENCIAIS TEÓRICOS</b> .....	14
2.1	<b>Empreendedorismo Social</b> .....	14
2.2	<b>Ensino de empreendedorismo social</b> .....	17
2.3	<b>Antecedentes do Comportamento Empreendedor Social</b> .....	20
2.4	<b>Ensino universitário de empreendedorismo social: uma revisão da literatura de 2013 a 2018</b> 24	
2.4.1	<i>Definição de critérios de inclusão</i> .....	25
2.4.2	<i>Procedimentos de análise</i> .....	26
2.4.3	<i>Resultados da Revisão Sistemática</i> .....	28
2.4.3.1	<i>Informações gerais sobre os artigos</i> .....	28
	<i>Características metodológicas dos estudos analisados</i> .....	30
	<i>Resultados identificados nesses estudos</i> .....	34
	Referenciais Teóricos adotados nas pesquisas .....	36
	Definições de Empreendedorismo/Empreendedor Social .....	36
	Variáveis e Escalas adotadas nas pesquisas .....	44
	Resultados das pesquisas sobre ensino de empreendedorismo social .....	49
	<i>Síntese das Recomendações para educação, lacunas e agenda</i> .....	53
	Lacunas e agenda de pesquisa.....	57
2.4.4	<i>Conclusões da Revisão Sistemática</i> .....	58
<b>3</b>	<b>MÉTODO</b> .....	61
3.1	<b>Caracterização da pesquisa</b> .....	61
3.2	<b>Estudo 1 - Tradução e adaptação transcultural da escala de Hockerts (2017)</b> .....	61
3.3	<b>Estudo 2 - Busca de evidências de validade da versão brasileira da escala</b> .....	64
3.3.1	<i>Procedimentos de coleta de dados</i> .....	64
3.3.2	<i>Instrumento de coleta de dados</i> .....	65
3.4	<b>Participantes</b> .....	65
3.5	<b>Procedimentos de análise de dados</b> .....	66
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	68
<b>5</b>	<b>DISCUSSÃO</b> .....	79
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	82
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	83
	<b>ANEXOS</b> .....	91

ANEXO A -Items, Factor Loadings, and Cronbach'sa–EscalaHockerts (2017) .....	91
ANEXO B – Resultado das etapas 1, 2 e 3 .....	92
ANEXO C –Autorização para adaptação transcultural da escala de Hocketrs (2017) .....	93
APÊNDICES .....	96
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARTE 2 .....	96
APÊNDICE B – Artigo de revisão da literatura aprovado no XI Egepe 2020.....	97

## INTRODUÇÃO

No Brasil, cerca 54,8 milhões de pessoas vivem na pobreza, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2018). Parte dessa população têm dificuldades de acesso à renda, à educação, à saúde e à moradia de qualidade, sendo esses direitos fundamentais previstos no artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Sen (1999) diz que a pobreza não é o fato de um indivíduo ter uma renda abaixo de um valor preestabelecido, e sim a privação de necessidades básicas, como aquelas garantidas na Carta Magna. Nesse contexto de possibilitar o acesso a produtos e a serviços para a parte mais vulnerável da população e com o desejo de contrabalançar as desigualdades no mundo, surge o empreendedorismo social.

Vale a ressalva de que diversos países têm adotado legislações específicas para negócios em relação conceitos do empreendedorismo social, o que evidencia o reconhecimento da importância e do valor que ele possui na remediação dos problemas sociais e na formação humanitária das pessoas. As empresas/organizações que adotam essa abordagem têm um regime legislativo/tributário diferenciado. No contexto brasileiro, tramita no congresso nacional um projeto de lei<sup>1</sup> que trata especificamente desse tipo de empreendimento. Alguns estados já saíram à frente, como o caso do Rio Grande do Norte que regulamentou a Lei 10.483 para negócios socioambientais (Empresa Jornalística Tribuna do Norte, 2019). Apesar do crescimento do campo de empreendedorismo social no mundo, por meio de ações governamentais e empresariais, o tema, no meio acadêmico, ainda é pouco explorado tanto nas pesquisas científicas quanto no ensino universitário - os alunos quase não têm contato com o assunto (Perić & Delić, 2014; Greblikaite, Sroka, Gerulaitiene, 2016; Jahchan, Comini, & D'Amario, 2016).

Sabendo que a educação é instrumento poderoso no desenvolvimento desse campo e com o intuito de compreender esse fenômeno, foi realizada uma revisão sistemática da literatura, entre os anos de 2015 e 2018, com o tema denominado “ensino universitário de empreendedorismo social” para identificar as lacunas e desenvolver pesquisas. Sobre o conceito de Empreendedorismo Social (ES), no entanto, não foi encontrado, na literatura científica, uma definição consensualmente aceita pelos pesquisadores. As principais definições encontradas nessa revisão o relacionam com um dos seguintes aspectos: ligação a um desejo pessoal, intuito resolutivo de um problema social, utilitário de estratégias de mercado, detentor da capacidade

---

<sup>1</sup> Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018

de inovar, fomentador de valor social, objeto com foco na sustentabilidade econômica, financeira, ambiental e social, credor de lucro a ser ou não reinvestido na própria organização, promotor de impacto social positivo e por fim, agente de mudança voltado para a população mais desfavorecida. Além dessas definições, há também o envolvimento pessoal do empreendedor social como um dos fatores chaves para se compreender esse tipo de empreendedorismo.

A literatura de ensino em empreendedorismo social ainda pode ser considerada um campo emergente e que necessita de mais aprofundamento teórico e empírico, uma vez que ela ainda se encontra sem uma teoria específica consolidada, utilizando diversas abordagens, em especial da área do empreendedorismo tradicional, para ser mais bem compreendida. É sabido ainda que muitas das características do empreendedorismo tradicional estejam também relacionadas ao empreendedorismo social e o contrário também acontece. Porém, é evidenciado que os desafios do empreendedor social são mais amplos do que o do empreendedor tradicional, exigindo dele conhecimentos e habilidades diferentes. Em função dessas especificidades e de sua importância econômica, social e ambiental, justifica-se a formação de um campo de pesquisa cada vez mais sólido com estudos que possam explicar e conhecer melhor esse fenômeno, uma vez que a literatura tem crescido nos últimos anos, apesar de ainda carecer de mais evidências científicas que comprovem a efetividade das ações e dos programas educacionais no campo do ES.

Em virtude das lacunas identificadas na revisão sobre o ensino em empreendedorismo social e diante do exposto, esta dissertação tem por objetivo avaliar os antecedentes do comportamento empreendedor social em estudantes universitários e suas implicações para o ensino de empreendedorismo social. Além de buscar contribuir para a teoria por meio de estratégias metodológicas alinhadas as lacunas de pesquisa encontradas na revisão de literatura e objetivos traçados nesse estudo, essa pesquisa poderá oferecer uma escala para avaliar o ensino em empreendedorismo social no Brasil.

Diante da relevância do tema e das lacunas identificadas na revisão sobre o ensino em empreendedorismo social e para a consecução do objetivo geral, o estudo contemplará os seguintes objetivos específicos:

1. Traduzir e adaptar a escala de *Determinants of Social Entrepreneurial Intentions*, construída por Hockerts (2017), que mede empatia, obrigação moral, autoeficácia

empreendedora social, percepção de suporte social, experiências anteriores com problemas sociais e intenção de empreender socialmente.

2. Analisar a associação entre os Determinantes da Intenção Empreendedora Social, as variáveis sociodemográficas e acadêmicas dos participantes (sexo, idade, curso de graduação que realiza, semestres cursados, experiência anterior com empreendimentos sociais).

Schlaegel e Koenig (2014) em uma meta análise sobre os determinantes da intenção empreendedora afirmam que atualmente pouco se sabe como as crenças, as atitudes, e as percepções que influenciam e causam, nos indivíduos, intenções positivas em iniciar um negócio. Mair e Noboa (2006) argumentam que existem vários aspectos únicos do empreendedorismo social e é necessário adaptar as medidas tradicionais utilizadas nas teorias existentes para o contexto social. Os autores foram os primeiros a avançar proposições teóricas sobre os antecedentes das Intenções Empreendedoras Sociais, propondo quatro preditores teóricos, a saber: empatia, julgamento moral, autoeficácia e suporte social. Dessa forma, este trabalho propõe um próximo passo no avanço dessa linha de pesquisa, adaptando transculturalmente e buscando indícios de validade científica de um instrumento para o uso específico no contexto de ensino universitário brasileiro de empreendedorismo social.

O ensino em ES é um tema muito importante porque traduz as preocupações da universidade do futuro enquanto um ambiente de inovação e empreendedorismo, associados ao desenvolvimento econômico e social do país, e em especial, com impacto territorial local, nacional e internacional. Esse estudo contribui para a política de inovação das instituições de ensino superior a partir do conhecimento sobre determinantes de intenções de estudantes de realizar empreendimento social, o que pode balizar mudanças que possam aumentar as chances de que estudantes adquiram conhecimentos, habilidades e tenham mais interesse em realizar esse tipo de empreendimento a partir de atividades de ensino, pesquisa e extensão universitária. Além disso, o tema sensibiliza para ser incluído na missão social e política da universidade e institutos públicos como um elemento problematizador para a produção social da ciência e do compromisso da universidade como instituição social.

Este trabalho, além de discutir o empreendedorismo para resolução de problemas sociais mostra a relevância da pesquisa básica e aplicada como interdependentes e ressalta a importância da relação entre educação empreendedora, inovação e desenvolvimento social. Dito isso, esse estudo parte do pressuposto que o empreendedorismo tradicional é diferente do empreendedorismo social, logo se faz necessário o uso de construtos específicos que consigam

medir esse tipo de comportamento. Além disso, deve ser levado em consideração o contexto pesquisado, uma vez que o empreendedorismo social tem diferentes características a depender da sua geopolítica e momento histórico.

## 1. REFERENCIAIS TEÓRICOS

### 2.1 Empreendedorismo Social

O empreendedorismo social por atrair cada vez mais atenção, embora pareça, não é um fenômeno novo (Perić & Delić, 2014). As raízes do empreendedorismo social remontam ao século XVIII, quando industriais como Robert Owen começaram a proteger os empregados na busca de melhorar suas condições de trabalho, de fornecer educação adequada para eles e suas famílias e de envolvê-los em várias atividades culturais (Shaw & Carter, 2007). Com o tempo, foi criado popularmente o termo “responsabilidade empresarial” para designar esse conjunto de posturas.

Mais tarde, Davies (1973) escreveu um artigo descrevendo diversas opiniões sobre os negócios em que se destacavam as responsabilidades sociais que apresentavam os diferentes lados do empreendedorismo no centro das atenções. O termo “empreendedorismo social” pode ser encontrado pela primeira vez em 1972, graças a Bill Drayton, o fundador da Ashoka (organização referência no tema). A Ashoka reconheceu o empreendedorismo social como uma abordagem inovadora pela qual os indivíduos podem resolver sérios problemas sociais que suas comunidades demandam.

Na década seguinte, Young (1980), em seu artigo de pesquisa, comparou “empreendedores sem fins lucrativos” aos gerentes, concentrando-se em suas ações inovadoras para resolver questões sociais. Onze anos depois, Waddock e Post (1991), estudaram como líderes do setor privado desempenham papéis críticos na criação de mudanças na agenda do setor público e na percepção de certas questões sociais, avançaram no campo com uma definição mais focada do que seria ser empreendedor social. Apenas no final da década de 90 há o crescimento do número de pesquisas reais no campo do empreendedorismo social (Fowler Jr., 2000; Johnson, 2000; Wallace, 1999) e se reflete nos dias de hoje.

Os estudos do campo ainda continuam recentes e os esforços dos pesquisadores se concentram em produzir discussões sobre o conceito de empreendedorismo social. As análises de Chou (2018), Greblikaite et al. (2016), Hoefler e Sliva (2016), Ip, Liang, Wu, Law e Liu(2018) e Sabbaghi e Cavanagh (2018) são exemplos de estudos e de definição desses conceitos. Ainda há falta, todavia, consenso sobre a definição real do termo “empreendedorismo social”.

A disseminação global do ES ocasionou o surgimento de três paradigmas corporativos sociais amplos, definidos geograficamente (cada um com seu próprio conjunto distinto de valores (Brown, 2014). A saber: a abordagem americana, também chamada de empreendedorismo social, tem como característica principal enfatizar o papel do empreendedor como o 'herói solitário'; a abordagem europeia tema empresa social como uma evolução da cooperativa (de New Lanark<sup>2</sup> da revolução industrial ao Mondragón<sup>3</sup> de hoje); e a abordagem asiática, também chamada negócio-social, inspirada no trabalho de Muhammad Yunus (2010) que tem repercussão no mundo inteiro e no Brasil por meio da Artemísia<sup>4</sup>.

Independentemente da abordagem adotada, o termo empreendedorismo social está fundamentado na ideia de criação de empreendimentos coletivos. A parte “social” do ES revela a vocação desse tipo de empreendimento para solucionar problemas sociais e ajudar os outros (Prabhu, 1999). Vale ressaltar também que, além dos valores altruístas, o ES proporciona a realização pessoal a quem empreende (Mair & Marti, 2006).

Segundo Perić e Delić (2014), o empreendedorismo social representa uma abordagem inovadora ao lidar com questões econômicas, sociais e ambientais não resolvidas. Já Mair e Marti (2006) definem o empreendedorismo social como um processo de inovação em que os recursos são usados para aproveitar oportunidades e atender às necessidades públicas.

Pesquisadores, em geral, concordam que empreendedores sociais usam modelos de negócios sustentáveis com o intuito de criar soluções para desafios coletivos e ambientais e indicam que esses empreendimentos se distinguem dos demais por seus valores sociais, focados na criação de riqueza pública e não no lucro em si (Barton, Schaefer, & Canavati, 2018; Mueller, Brahm, & Neck, 2018; Smith, Besharov, Wessels, & Chertok, 2012; Thomsen, Muurlink, & Best, 2018).

Uma das grandes discussões da literatura são as semelhanças entre as formas de empreendedorismo tradicional e social (Archibald, Muhammad & Estreet, 2016; Barton et al., 2018; Ip, Wu, Liu & Liang, 2018; Mueller, Brahm, & Neck, 2015; Thomsen et al., 2018). Os empreendedores sociais também utilizam dos princípios empresariais e precisam possuir habilidades empreendedoras para atingir seus objetivos, entre as quais encontramos: determinação, criatividade, desenvoltura e capacidade de inovar, tal como Schumpeter (1934)

---

<sup>2</sup> Maior fábrica da Grã-Bretanha, palco das experiências sociais que Robert Owen descreveu em busca da eficácia delas para resolver problemas sociais na Europa.

<sup>3</sup> Considerada como o maior e mais expressivo modelo de cooperativa do mundo

<sup>4</sup> Pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil.

descreveu sobre o perfil empreendedor. Além de ser alguém que reconhece e explora as oportunidades percebidas e assume riscos, Schumpeter alega que esses empreendedores também não devem permitir que os fatores limitantes, como a falta de recursos, diminuam a possibilidade de realização de suas ideias. Os empreendedores sociais, não obstante, ao contrário dos empresários tradicionais, não usam esses conhecimentos e habilidades tão somente para gerar lucro, mas sim para resolver problemas públicos importantes para a sociedade (Archibald et al., 2016; Ashour, 2016; Chou, 2018; Ip, Liang et al., 2018; Kedmenec, Rebernik, & Tominc, 2016; Konakll, 2015; Perić & Delić, 2014; Peris, Gómez, Puig & Ruiz-Bernardo, 2016).

Distinguir o empreendedor social dos outros é focar na habilidade motivacional inabalável de busca pela mudança na sociedade. Assim, enquanto a principal preocupação do empreendedor tradicional é o lucro (Schumpeter, 1934), o empreendedor social busca satisfazer as necessidades sociais não atendidas, isto é, os problemas públicos que o governo sozinho não consegue resolver (Chou, 2018).

Além disso, as características do empreendedorismo social são multidimensionais e incluem o reconhecimento de oportunidades, de tolerância ao risco, de inovação e de desenvoltura (Archibald et al., 2016). Essas características não são suficientes para se compor um empreendedor social, no entanto, ele ainda tem de lidar com os desafios da responsabilidade gerencial, da linha de base dupla (objetivo social e comercial) (Tracey & Phillips, 2007) e da linha de base tripla (financeira, social e ambiental) (Murphy & Coombes, 2009).

Como já citado anteriormente, Jahchan et al. (2016) asseguram que o empreendedorismo social não é um fenômeno apenas brasileiro, nem mesmo típico de países de economia pouco desenvolvida; trata-se de uma tendência global que sinaliza para uma provável mudança das relações econômicas capitalistas. Yunus (2010), por exemplo, cujo empreendimento de micro empréstimos não foi apenas financeiramente sustentável, mas também rentável, incentivando os outros a seguirem essa forma de modelo. No Brasil, há como exemplo o Banco Pérola que, inspirado no modelo o *Grameen Bank* (fundado por Yunus), que foi a primeira amostra de negócio de microcrédito para população em situação de vulnerabilidade social que se tem conhecimento (Jahchan et al., 2016).

As ações de Yunus (2010) demonstraram como o empreendedorismo social e os empreendedores podem fazer uma mudança criando uma tecnologia para resolver um problema real e também criar uma mudança social positiva, independentemente das estruturas ou

processos que possibilitem a sua desenvoltura (Dees, 1998). Vale salientar que o ES é um mecanismo eficaz para gerar valores em formas sociais, econômicas e ambientais (Ferrer-Cerveró et al., 2013).

A revisão da literatura mostra que os objetivos e responsabilidades do empreendedorismo social são claros; no entanto, o debate sobre como operar uma empresa social e a definição sobre empreendedorismo social continua. Uma empresa social pode obter renda através de subsídios do governo ou de fundações ou através de doações pessoais; sua renda também pode vir de vários produtos próprios, serviços comunitários, reciclagem de resíduos, comércio justo, etc. (Tracey & Phillips, 2007). Outra fonte de financiamento é o capital de risco social, que responde ao crescimento do empreendedorismo social e às necessidades dos empreendedores sociais (Miller & Wesley, 2010).

Nos últimos anos, por fim, o empreendedorismo social tem sido estimulado pela percepção de que empresas privadas podem também solucionar esses problemas e as organizações não governamentais podem se utilizar das mesmas estratégias de mercado para se manterem e cumprirem a manutenção de sua missão social (Dees, 2001).

## **2.2 Ensino de empreendedorismo social**

Nos anos 90, houve certo grau de ceticismo em relação ao potencial da educação para o empreendedorismo. Naquele tempo, acreditava-se que as pessoas não poderiam ser ensinadas para se tornarem empreendedores sociais. O que poderia ser ensinado seria algumas das habilidades que os empreendedores sociais precisam ter para ajudá-los a se manter no mercado (Leadbeater, 1997). Ainda nessa época, *Harvard*, *Stanford* e *Berkeley* foram as primeiras universidades influentes a reconhecerem a importância da educação para o empreendedorismo social e a iniciarem suas trajetórias nesse campo, (Brock & Steiner, 2009). Apesar disso, o que encontramos hoje, é uma educação empreendedora tradicional fortemente consolidada com teorias, com estudos, métodos, ferramentas, planos de ensino, currículos e abordagens (Tracey & Phillips, 2007) amplamente disseminadas no mundo inteiro e com evidências de eficácia do ensino do empreendedorismo tradicional. Entretanto, a área da educação empreendedora que foca no social ainda é pouco estudada e baseia-se de parte dos conhecimentos gerados no campo do empreendedorismo tradicional (Mueller et al., 2015).

Apesar dessas críticas dos anos 90, estudos mostraram que a educação influencia a inclinação e o comportamento dos alunos em direção ao empreendedorismo social (Adelekan, Williamson, & Atiku, 2018; Chang, Benamraoui, & Rieple, 2014a, b; Hockerts, 2018; Kedmenec et al., 2016; Kwong, Thompson, Cheung, & Manzoor, 2012; Sabbaghi & Cavanagh, 2018; Smith & Woodworth, 2012). Este posicionamento é baseada no fato de que os indivíduos que receberam educação formal de empreendedorismo são mais propensos a se envolver com a criação de novas empresas do que aqueles que não o fizeram (Tominc & Rebernik, 2012). O ES, para alguns autores (como, Barton et al., 2015; Mueller et al., 2018), ainda é considerado empreendedorismo em seu núcleo, sendo possível se fazer essa mesma analogia. Por outro lado, Smith, Besharov et al. (2012) e Thomsen et al. (2018) escreveram que o conjunto de habilidades necessário para determinar as competências no empreendedorismo social vai além daquela exigida no empreendedorismo empresarial tradicional com fins lucrativos; ele perpassa pela avaliação da missão social de uma organização para uma compreensão do conflito entre questões sociais, ambientais e econômicas. Logo, observa-se que a educação para o empreendedorismo social é um elo entre as estratégias tradicionais de ensino, as novas abordagens de educação, a aprendizagem experiencial inovadora, um canal entre conhecimento e abordagem prática (Ip, Ling et al., 2018), e as Instituições de Ensino Superior (que criam cursos de empreendedorismo social baseados nesses principais conceitos e em pedagogias que evoluíram nos últimos 30 anos na área da educação tradicional empreendedora).

A questão atual do ES é como essas ferramentas pedagógicas podem ser exploradas e expandidas para ajudar os alunos a se tornarem empreendedores sociais mais eficazes e bem-sucedidos. A participação de estudantes no processo de ensino de empreendedorismo social possibilita e incentiva esses estudantes a aprenderem por meio de experiências sobre o mundo real (Barton et al., 2018). De acordo com Chang et al. (2014a, b), Hockerts (2018), Kedmenec et al. (2016), Sabbaghi e Cavanagh, (2018) e Smith e Woodworth (2012), o ensino influencia a opção do aluno de atuar em sua carreira profissional futura (no caso, o empreendedorismo social).

Diante desse cenário, as Instituições de Ensino Superior (IES), além de serem responsáveis por contribuir para a solução dos conflitos econômicos, sociais e ambientais, desempenham um enorme papel na sociedade como formadora de líderes de inovação e como instituição que apoia o empreendedorismo social. Segundo os autores Brown (2015), Daraban (2016), Dell (2014) e Hoefler e Sliva (2016), as universidades também são parte do ecossistema

empreendedor social. Assim, o ES, por contribuir junto à missão do meio acadêmico, está começando a se desenvolver no meio universitário. Várias faculdades e universidades estão abrindo suas portas para construção desse campo, o que ajuda e apoia o processo ecossistema-financeiro da sociedade. Em troca, essas empresas sociais proporcionam aos estudantes e graduandos a oportunidade de cultivar suas habilidades relacionadas à criação de empreendimentos e ajudam a procurar soluções para as questões da sociedade (Mandyoli, Iwu, & Nxopo, 2017). Assim, a influência das IESs em empreendimentos sociais afeta significativamente a saúde social e a econômica de um país, pois quando as organizações incorporam o empreendedorismo social em suas operações, cria-se um enorme salto em direção à redução da desigualdade, da prosperidade econômica e do desenvolvimento ambiental e social.

Em resposta a essa tendência, as escolas de negócios estabeleceram centros/institutos de empreendedorismo social e desenvolveram uma série de programas e cursos para o desenvolvimento de uma educação holística de empreendedorismo social. É consenso, no meio científico, que a educação formal é um dos fatores do ambiente que influencia fortemente o processo cognitivo de escolha de carreira (Drayton, 2002). Logo, com o surgimento dessas novas carreiras, os sistemas de ensino devem familiarizar os estudantes com suas novas possibilidades de trabalho e novas abordagens para o conhecimento da área de negócios não apenas tradicional. Como Mair (2010) enfatiza: incluir o empreendedorismo social no currículo de escolas de negócios não apenas ilustra caminhos de carreiras alternativas, mas possivelmente aumenta a probabilidade de solucionar algumas necessidades sociais presentes ou que nunca venha à existência devido às empresas socialmente conscientes. Diante desse pensamento, os cursos (disciplinas ou atividades de pesquisa e extensão) de hoje, no campo do empreendedorismo social, são numerosos no mundo inteiro e visam sensibilizar os alunos para os diferentes problemas, bem como desenvolver sua competência e confiança, para tomarem a iniciativa e serem capazes de empreender socialmente. Vale frisar também que parte dos efeitos dessa educação depende dos métodos de ensino aplicados (Kedmenec et al., 2016).

As agendas mais recorrentes, na revisão da literatura, mencionam a necessidade de se estudar os métodos de ensino em empreendedorismo social e, em especial, a aplicação da aprendizagem em experiência e em serviços (Ashour, 2016; Bacq & Alt, 2018; Chang et al., 2014a, b; Greblikaite et al., 2016; Hockerts, 2018; Kedmenec et al., 2016). Elas também focam na identificação, na relação e na eficácia dos efeitos das seguintes variáveis: etnia, idade, sexo,

familiaridade com tecnologia, experiência social, experiência de trabalho, normas subjetivas, empatia, antecedentes do valor social, autoeficácia, barreiras da intenção de empreendedorismo social, formação da intenção empreendedora social, traço de personalidade, criatividade, motivação, capital social, efeito do estilo cognitivo (Bacq & Alt, 2018; Chang et al., 2014b; Ip, Wu et al., 2018; Hockerts, 2017; Hsu & Wang, 2019; Mueller et al., 2015; Shahverdi, Ismail, & Qureshi, 2018; Tiwari, Bhat, & Tikoria, 2017a, 2017b, 2017c).

A abordagem para a educação empreendedora social varia amplamente. Ele abrange desde técnicas de ensino a palestras/workshops, em sala de aula, para consultoria de projetos reais (Adelekan et al., 2018; Chang et al., 2014a, 2014b; Chou, 2018; Kedmenec et al., 2016; Kwong et al., 2012; Noyes & Linder, 2015; Sabbaghi & Cavanagh, 2018). Além de tudo, Dell (2014), Brown (2015), Hofer e Sliva (2016) e Daraban (2016) destacaram que há um aumento no número de empreendedores que estão se matriculando em universidades para desenvolverem e aperfeiçoarem essas habilidades no intuito de construir empreendimentos mais sustentáveis. Foi destacado também que as universidades, por meio do desenvolvimento da educação em empreendedorismo social, têm a oportunidade de não apenas agir como agentes de formação, mas também estarem em posição de desenvolver capital que possa ser usado para transformar o mundo e enfrentar os desafios sociais.

Hockerts (2015), em sua avaliação sobre a eficácia do ensino em ES, afirma que será essencial basear-se em escalas confiáveis e válidas que, além de possibilitarem o entendimento dos impactos e das probabilidades do comportamento do empreendedor no ramo público, meçam os efeitos das intervenções educacionais sobre os antecedentes do comportamento empreendedor social, sendo essa uma tarefa crucial para os pesquisadores de campo em vigência.

### **2.3 Antecedentes do Comportamento Empreendedor Social**

Um dos antecedentes do comportamento empreendedor é a chamada intenção empreendedora, que pode ser definida como a convicção de uma pessoa que pretende criar um empreendimento e conscientemente planeja fazê-lo em algum momento (Adelekan et al., 2018; Bacq & Alt, 2018; Barton et al., 2018; Hockerts, 2015, 2017; Hsu & Wang, 2019; Ip, Ling et al., 2018; Ip, Wu et al., 2018; Kedmenec et al., 2016; Lacap, Mulyaningsih & Ramadani, 2018; Shahverdi et al., 2018; Tiwari et al., 2017a, 2017b, 2017c). Os autores citam que essa teoria é

advinda do campo do empreendedorismo tradicional e adaptada para o campo do empreendedorismo social e dela deriva os principais modelos teóricos encontrados na revisão de literatura, entre eles, a teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) e o modelo do evento empreendedor de Shapero e Sokol (1982). Na primeira teoria, os autores afirmam que uma pessoa terá intenção de se engajar em determinados comportamentos se estes forem considerados por ele desejáveis e viáveis. No segundo modelo, as intenções empreendedoras dependem da percepção do indivíduo sobre credibilidade relativa de comportamentos alternativos e da própria propensão a agir.

O crescente interesse no desenvolvimento de intenções empresariais elevou a importância das teorias que predizem e explicam a propensão dos indivíduos a abrir uma empresa (Schlaegel & Koenig, 2014). Mair e Noboa (2006) foram os primeiros a avançar em proposições teóricas sobre os antecedentes das intenções do empreendedor social. Em seu modelo, eles recorrem à teoria das intenções empresariais e, em particular, à teoria do comportamento planejado, que postula que as intenções são confiáveis e eficazes preditivos do comportamento real. Esses autores argumentam também que existem vários aspectos particulares do empreendedorismo social. Neste contexto, é necessário adaptar as medidas e escalas tradicionais utilizadas no modelo de evento empreendedor de Shapero e Sokol (1982) e a teoria do comportamento planejado de Ajzen (2005) para o ES.

Embora as intenções possam ser mensuradas imediatamente, o comportamento empreendedor real, muitas vezes, só pode ser observado mais tarde, após o curso, treinamento ou disciplina. Existem, no entanto, comportamentos que podem ser usados para validar a seriedade do empreendedorismo social de uma pessoa e suas intenções (um tipo particular de variável é a seleção de disciplinas optativas durante a graduação). Outras duas variáveis latentes, que medem os antecedentes do comportamento empreendedor social, são: experiência anterior em problemas/organizações sociais e empreendedorismo social em si. As quatro construções (empatia, obrigação moral, autoeficácia e suporte social) propostas por Mair e Noboa (2006) são comumente referidas na literatura sobre empreendedorismo social como preditores de comportamento do empreendedor social.

O modelo de Mair e Noboa (2006) sugere quatro variáveis que predizem comportamento empreendedor, sendo elementos relevantes na estimativa de efetividade do projeto. São elas: a capacidade de sentir **empatia**, a avaliação cognitiva desse indivíduo sobre como as ações pretendidas estão em conformidade com as normas morais, a autoeficácia e o

suporte social. A primeira variável citada pelos autores, a empatia, é composta por duas dimensões - cognitiva e afetiva. A empatia cognitiva descreve a capacidade de uma pessoa de entender quais sentimentos ela estaria sentindo em relação a ela mesma. A empatia afetiva descreve a tendência de uma pessoa em reagir emocionalmente ao estado mental de outro indivíduo. Um subelemento da empatia afetiva é a responsabilidade empática definida como uma resposta emocional de compaixão e a preocupação causada por testemunhar alguém necessitado (Hockerts, 2015).

A **obrigação moral**, segunda variável apontada, significa um senso de responsabilidade e de alinhamento de ações a normas públicas, quando confrontado com desafios morais. É um sentimento em que alguém é moralmente obrigado a contribuir na resolução de problemas sociais devido a sua percepção das normas morais (Lacap et al., 2018). A **Autoeficácia empreendedora social** refere-se crença de um indivíduo sobre se ele ou ela é capaz de gerar um impacto social significativo em um contexto de busca de soluções para problemas sociais relevantes (Hockerts, 2015). A **experiência anterior** é definida com a familiaridade do indivíduo com trabalhos em atividades, organizações e problemas do setor social. Supõe-se então, que essas experiências ou bagagens geram conhecimento das pessoas com o tipo de desafios que as empresas sociais pretendem resolver (Hockerts, 2017). A **Intenção de iniciar um empreendimento social** é definida como o primeiro passo para se começar um empreendimento social. Este abrange a questão de saber se uma pessoa realmente pretende se envolver no lançamento de um empreendimento social (Hockerts, 2018). A percepção de **suporte social** refere-se à confiança e à cooperação, derivadas das redes sociais, e à presença de sistemas de apoio e redes que ajudarão o empreendedor a alcançar o resultado desejado. É essa assimilação de apoio que o indivíduo pode ou espera receber do seu contexto (Hockerts, 2015, 2017, 2018; Ip, Liang et al., 2018; Lacap et al., 2018).

Os autores afirmam que essas variáveis significativas estão ligadas ao comportamento de um único indivíduo e outras secundárias estão ligadas ao comportamento dos indivíduos (Adelekan et al., 2018; Bacq & Alt, 2018; Barton et al., 2018; Hockerts, 2015, 2017; Hsu & Wang, 2019; Ip, Liang et al., 2018; Ip, Wu et al., 2018; Kedmenec et al., 2016; Lacap et al., 2018; Shahverdi et al., 2018; Tiwari et al., 2017a, 2017b, 2017c). Foram encontrados resultados divergentes sobre a influência das variáveis “obrigação moral e empatia” mediante a intenção de empreender socialmente. Esses relatos estão presentes nos artigos de Kedmenec et al. (2016),

Tiwari et al. (2017a) e Ip, Liang et al. (2018) nos quais há evidências de um relacionamento negativo da variável “obrigação moral” com a intenção empreendedora social.

Hockerts (2017), que encontrou influência direta e positiva de empatia, experiência anterior, percepção de suporte e autoeficácia sobre a intenção de iniciar um empreendimento social em um modelo de regressão múltipla, também identificou que o efeito de obrigação moral não influenciou essas intenções, pois foi excluída da equação de RM.

Lacap et al. (2018) não encontraram relação entre “obrigação moral” e intenção empreendedora social; entretanto Tiwari et al. (2017c) encontraram um relacionamento positivo entre “obrigação moral” e intenção de empreender. Entende-se que os estudos não são conclusivos e a variável obrigação moral merece mais atenção e estudos para melhor entendimento sobre o seu relacionamento com a intenção de empreender.

Sobre a “autoeficácia”, Smith e Woodworth (2012) propõem que, para desenvolver o empreendedorismo social, ela é um elemento crucial a ser desenvolvido pela educação. Estratégias de ensino apropriadas para melhorar a autoeficácia do estudante podem incluir o estabelecimento de demandas desafiadoras compatíveis com o nível de conhecimento dos alunos e de expectativas de sucesso nas tarefas propostas. Tais medidas forneceriam *feedbacks* explícitos, reconhecendo e elogiando prontamente o esforço dos alunos, o que demonstraria a confiança nos mesmos. Semelhante à obrigação moral, os efeitos da autoeficácia vieram principalmente do poder mediador da criatividade empreendedora (Rego, Sousa, Marques, & Cunha, 2012; Zhou & Hoever, 2014).

Quanto à empatia, os resultados também são divergentes. Nos estudos de Tiwari et al. (2017a) e Lacap et al. (2018), por exemplo, empatia se relaciona negativamente com a intenção empreendedora social, enquanto Ip, Liang et al. (2018) identificou um relacionamento positivo entre essas variáveis. Em parte, essas diferenças nos achados podem ser explicadas pelos estudos de Hockerts (2017) e Bacq e Alt (2018) que encontraram uma relação de mediação entre as variáveis obrigação moral e empatia em relação à intenção empreendedora social, sugerindo então, estudar essas variáveis como mediadoras ao invés de antecedentes da intenção empreendedora social. Vale ressaltar que a empatia pode ser usada em outros contextos que não necessariamente ao ES.

Ao adotar o modelo teórico de Mair e Noboa (2006), segue-se a avaliação de que muitas das características do empreendedor podem não ser exclusivas para o empreendedorismo social. Podendo assim, assumir que os empreendedores sociais, embora possuam certas características

específicas, compartilham muitos traços típicos de empreendedores tradicionais (como autonomia, empatia, tolerância à ambiguidade e risco). A construção de escalas que representam esse tipo de empreendedorismo contribui para identificar os antecedentes do comportamento empreendedor social e testar esses pressupostos teóricos.

Os estudos de Adelekan et al. (2018), Bacq e Alt (2018), Barton et al. (2018), Hockerts (2015, 2017, 2018), Hsu e Wang (2018), Ip, Liang et al. (2018), Ip, Wu et al. (2018), Kedemenec et al. (2016), Lacap et al. (2018), Mueller et al. (2015), Peris et al. (2015), Shahverdi et al. (2018) e Tiwari et al. (2017a, 2017b, 2017c) usaram ou desenvolveram escalas para estudar os antecedentes do comportamento empreendedor social e a intenção empreendedora social, dentro desses estudos destacam-se os de Hockerts por seu envolvimento nesse campo e pela quantidade de vezes que foi identificada na revisão da literatura.

Hockerts (2015, 2017) propõe um próximo passo no avanço dessa linha de pesquisa, propondo e validando medidas para a construção de uma escala que busca identificar os Determinantes da Intenção Empreendedora Social. Esse instrumento é composto por quatro variáveis latentes retiradas dos estudos de Hockerts (2015): Empatia com Pessoas Marginalizadas, Percepção de Normas Sociais, Obrigação Moral de ajudar pessoas marginalizadas, Autoeficácia do Empreendedor Social e Percepção de Apoio Social Percebido. Os itens para as duas variáveis latentes: “Experiência Prévia” e “Intenção Empreendedora Social” foram desenvolvidas especificamente para o seu estudo. As “Intenções Empreendedoras Sociais” formam uma escala de três itens que foi desenvolvida na adaptação da escala de intenções empreendedora de Douglas e Shepherd (2002) e Thompson (2009). No campo do ensino em empreendedorismo social foram identificados alguns estudos que utilizam essa escala, são eles: Hockerts (2015, 2017, 2018), Ip, Liang et al. (2018), Lacap et al. (2018), Tiwari et al. (2017a).

#### **2.4 Ensino universitário de empreendedorismo social: uma revisão da literatura de 2013 a 2018**

Na análise da produção de conhecimentos sobre ensino universitário de empreendedorismo social, a metodologia principal baseou-se no protocolo proposto por Cronin, Ryan e Coughlan (2008). A revisão sistemática abrangeu artigos científicos publicados em revistas qualificadas, localizados em bases de dados do Portal de Periódicos Capes. A revisão

adotou como pressupostos a formulação de objetivos específicos e o planejamento das buscas para formar o corpo de conhecimento do tema de interesse, o ensino de empreendedorismo social. Segundo Cook, Mulrow e Haynes (1997), revisões sistemáticas são investigações científicas com métodos prévios de planejamento e a montagem de estudos originais sobre um determinado assunto. O levantamento do corpo de conhecimentos por meio de revisões sistemáticas implica, pois, em formar um referencial consistente de uma amostra de publicações, visando identificar tendências e encontrar lacunas em pesquisas, as quais possam ser mais bem exploradas posteriormente. Nas revisões sistemáticas os “sujeitos” da investigação são os estudos primários (unidades de análise) selecionados por meio de método sistemático e pré-definido (Cordeiro, Oliveira, Renteria, & Guimarães, 2007).

#### **2.4.1 Definição de critérios de inclusão**

O primeiro passo foi a pesquisa de artigos científicos por meio de palavras-chave relacionadas ao campo de ensino universitário em empreendedorismo social. Na primeira busca, foi utilizado o descritor "*social entrepreneurship education*". Esse descritor resultou na localização de 49 artigos científicos revisados por pares e publicados em revistas qualificadas da área, no período compreendido entre 2013 a 2018. Após a leitura do título e do resumo de todos eles, foram excluídos os textos que tratavam do empreendedorismo social fora dos contextos universitários. Foram selecionados apenas 17 trabalhos que tratavam do assunto no campo de ensino.

Uma nova busca foi realizada visando associar o tema principal ao público – alvo de interesse, os estudantes universitários. Essa busca de artigos utilizou como descritores "*social entrepreneurship*" and "*students*" e foi realizada no Portal de Periódicos Capes, levando em conta publicações ocorridas no mesmo período de tempo, entre 2013 e 2018. Essa etapa resultou na localização de 987 artigos. Posteriormente utilizou-se o critério objetivo da pesquisa para a seleção e o refinamento, quais sejam: (1) artigos que tratassem do tema de empreendedorismo social no contexto educacional (ensino, professor, universidade e/ou estudante) e (2) data de publicação para cumprir o objetivo desse trabalho que é analisar as publicações dos últimos cinco anos.

Nesta segunda busca os 987 artigos tiveram os títulos, resumos e a introdução lidos, com vistas à verificação da aderência aos temas. Foram excluídos todos os artigos que tratavam

do empreendedorismo em contextos não universitários ou publicados em língua diferente da inglesa e da espanhola. Foram selecionados para análise apenas 36 artigos que tratavam de empreendedorismo social no contexto educacional de nível superior.

Além dessas, foi realizada uma busca de artigos publicados em revistas de língua portuguesa no Portal de Periódico, utilizando o mesmo período de tempo das buscas anteriores e os mesmos descritores, porém redigidos em língua portuguesa (“empreendedorismo social” e estudantes). Essa etapa da pesquisa resultou na localização de 23 artigos. Apenas um artigo foi selecionado, pois relata estudo sobre empreendedorismo social em ambiente universitário.

A Tabela 1 mostra o número de artigos encontrados, bem como as respectivas palavras-chave e os filtros aplicados em cada plataforma de busca.

Tabela 1  
**Número de artigos localizados no Portal de periódicos CAPES selecionados de acordo com os descritores**

<b>Palavras-chave</b>	<b>Nº de artigos identificados</b>	<b>Nº de artigos selecionados após a leitura do título e resumo</b>	<b>Aproveitamento (%)</b>
“social entrepreneurship education”	56	17	30%
"social entrepreneurship" and Students	987	75	7,5%
“empreendedorismo social” e estudantes	23	1	4,3%
<b>Total</b>	<b>1.066</b>	<b>93</b>	-

Fonte: Elaborado pelo autor

#### **2.4.2 Procedimentos de análise**

Os dados foram tabulados em uma planilha eletrônica e classificados de acordo com os seguintes aspectos: referência padrão *American Psychological Association* (APA), título, autores, resumo, palavras-chave, periódico, ano de publicação, país do estudo, objetivo, hipóteses, tipo (teórico e teórico-empírico), termos utilizados, definição do campo, modelo teórico, natureza da pesquisa (descritiva, explicativa e exploratória), público, abordagem da pesquisa (qualitativa, quantitativa e mista quali-quantitativa), origem dos dados (primários, secundários e mista), delineamento (experimental, quase-experimental, correlacional e sem delineamento), nível de análise (individual, grupo e organizacional), recorte temporal

(transversal e longitudinal), método (estudo de caso, etnografia, experimento, quase-experimento, *survey* e levantamento de opinião), amostragem quantitativa (probabilística ou não-probabilística) e qualitativa (rígida, flexível ou teórica), perfil da amostra, variáveis estudadas, instrumentos/procedimentos de coleta (questionário, análise documental, roteiro de entrevistas e grupo de foco), coleta (meio eletrônico e presencial), técnicas de análise de dados (estatísticas descritiva ou inferenciais, análise de conteúdo e análise de discurso), resultados, limitações, recomendações, justificativa, agenda de pesquisa e comentários gerais dos pesquisadores.

Quanto à abordagem, os estudos podem ser classificados como quantitativos, qualitativos e mistos. Os estudos quantitativos, segundo Creswell (2007), são geralmente concentrados na produção de conhecimento científico a partir da testagem de relações de determinadas variáveis, utilizando-se de instrumentos que geram dados estatísticos. Já os estudos qualitativos adotam fundamentos construtivistas e tendem a utilizar-se de estratégias de pesquisas que permitam a análise em profundidade do contexto pesquisado. A abordagem mista utiliza os dois meios de investigação, simultânea ou sequencialmente.

Sobre o recorte temporal, os artigos classificados como transversais, se caracterizam por observar um objeto/fenômeno em um único momento (Hair, Babin, Money, & Samouel, 2003).

Quanto aos métodos, face a variedade de opções resultantes da multidisciplinaridade de quadros teórico-analíticos presentes na Administração, foram consideradas as seguintes classificações: levantamento de opiniões/*survey* – estudos que têm como característica a reunião de dados e informações por meio de perguntas diretamente às pessoas (Fowler Jr., 2011); estudo de caso – investigações em profundidade caracterizada pela multiplicidade metodológica (Yin, 2002) e quase-experimento/experimento (Shadish, Cook, & Campbell, 2002) - um experimento no qual as unidades (estudadas - isto é, pessoas, grupos, instituições etc.) podem ou não serem distribuídas às condições (experimentais e controle) aleatoriamente.

As técnicas de amostragem foram agrupadas, segundo Hair et al. (2003), em censitárias (foco na população/amostragem inexistente), probabilísticas (foco em estratos populacionais estatisticamente determinados) ou não-probabilísticas (foco em pessoas, relatos, imagens e situações selecionadas sem nenhuma aplicação de critérios estatísticos de representatividade). Enquanto os estudos censitários e probabilísticos reúnem iniciativas de pesquisa tipicamente quantitativas concentradas na validade externa, os que fazem uso de técnicas não probabilísticas abarcam tanto pesquisas quantitativas (por exemplo, acessibilidade e intencional) quanto

qualitativas (por exemplo, por saturação teórica e rígida), não se preocupando com a fidedignidade das conclusões tecidas (validade interna) e suas generalizações (validade externa).

Os artigos foram classificados também a partir dos instrumentos de registro de dados e informações: questionários, roteiros para condução de entrevistas, roteiro de observações e roteiro para condução de grupos de foco. Por fim, concernente às técnicas analíticas empregadas, considerou-se as seguintes classificações: estatísticas descritivas, estatísticas inferenciais, análise de conteúdo, análise do discurso e análise combinada, sendo a última empregada por meio de técnicas de natureza qualitativa e quantitativa.

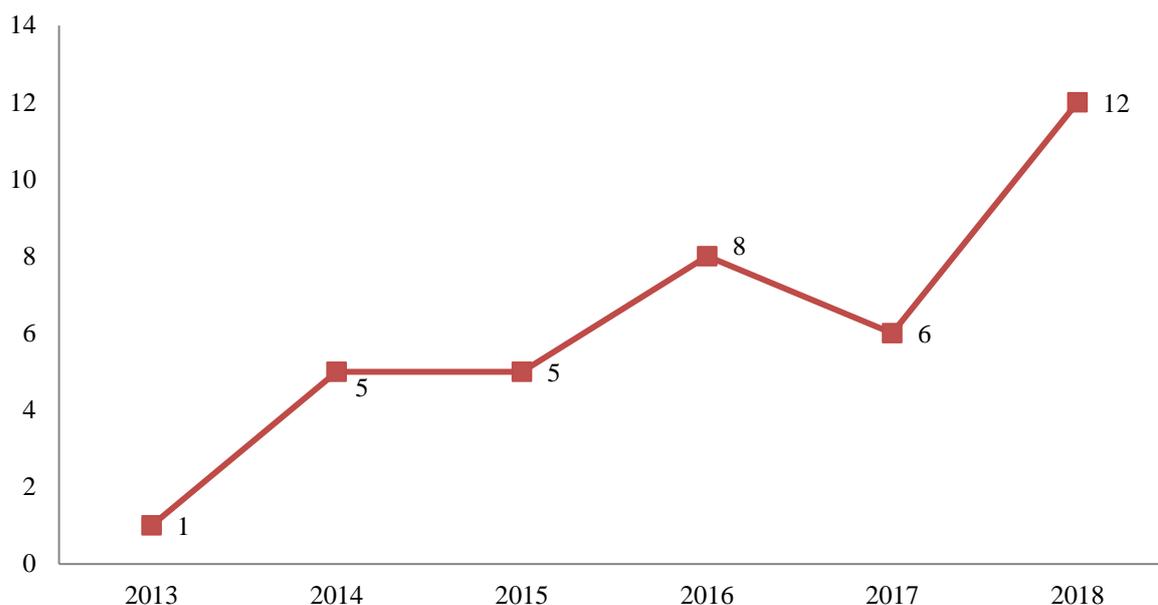
### **2.4.3 Resultados da Revisão Sistemática**

Esta seção apresenta os principais resultados encontrados nessa revisão sistemática da literatura sobre o tema de ensino em empreendedorismo social. Primeiramente, serão apresentadas as informações gerais sobre as publicações. Na sequência, serão analisados os aspectos procedimentais e metodológicos utilizados para análise dos artigos avaliados. Por fim, serão descritos os principais conteúdos dos artigos, os resultados encontrados e as agendas de pesquisas.

#### **2.4.3.1 Informações gerais sobre os artigos**

A distribuição temporal das 37 publicações analisadas pode ser visualizada na Figura 1. Em todo o período analisado, observa-se um crescimento no número de publicações. Porém, o número de artigo dobrou no ano de 2017 e 2018. A Figura 1 mostra a quantidade de artigos por ano de publicação no intervalo de tempo pesquisado.

**Figura 1.** Número de publicações



Fonte: Elaborado pelo autor

A partir do conjunto de palavras-chave utilizadas nos descritores dos artigos, observou-se que o termo mais frequente utilizado nos artigos foi “*social entrepreneurship*” com 13 manifestações, seguido pelos descritores “*creativity*”, “*entrepreneurship*” e “*social*”, com três ocorrências cada e por fim “*attitude*”, “*emotional intelligence*”, “*entrepreneurship education*”, “*experiential learning*”, “*learning-by-doing*”, “*moral obligation*”, “*motivation*”, e “*social business*”, com duas aparições. Outras 68 palavras-chaves foram encontradas com uma frequência apenas.

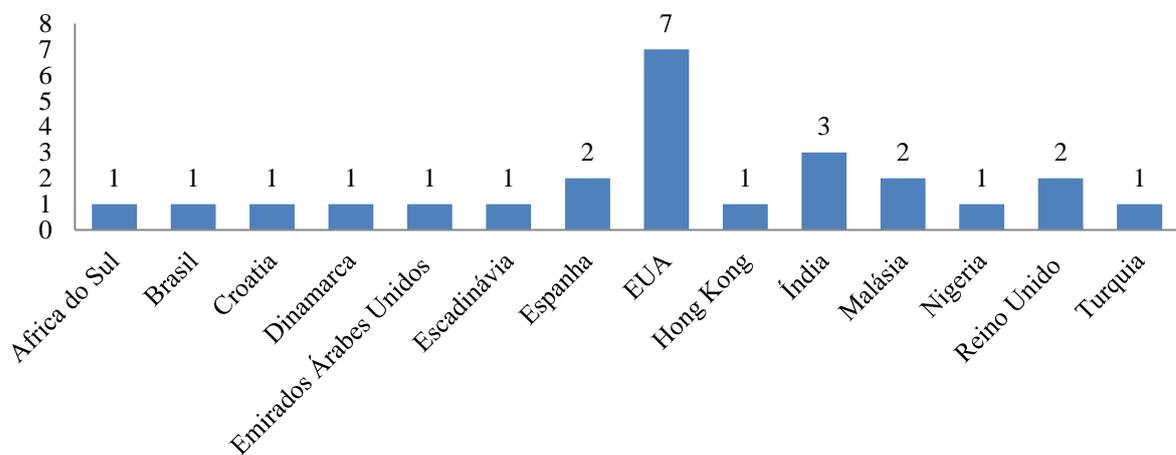
As revistas que mais publicaram artigos foram; “*Entrepreneurial Business and Economics Review*”, “*Innovations in Education and Teaching International*”, “*Journal of Social Work Education*” “*Social Enterprise Journal*”, com duas publicações cada uma. No entanto, observa-se uma grande heterogeneidade de revistas internacionais que tem publicado com o tema, uma vez que foram encontradas 27 outras revistas com publicação única.

Os principais autores na área têm sido Kai Hockerts e Jyoti Tikoria, com três publicações cada um, sendo o Kai Hockerts um autor bastante citado também nas pesquisas aqui encontradas, seguido de Alison Rieple, Anil K. Bhat, Chaoyun Liang, Ching Yin Ip, Huei-Ching Liu e Shih-Chia Wu, com dois artigos publicados no período abrangido por esta pesquisa. Porém, foram encontrados outros 73 autores/co-autores com uma única publicação.

Observa-se que oito pesquisas foram realizadas em mais de um país: EUA, Reino Unido, Irlanda e Austrália (Thomsen et al. 2018), Taiwan e Hong Kong (Ip, Liang et al., 2018; Hsu &

Wang, 2019), EUA e África do Sul (Bacq & Alt, 2018), EUA e Alemanha (Mueller et al., 2015), Filipinas e Indonésia (Lacap et al., 2018), Áustria, Bósnia, Croácia, Eslovênia e antiga República da Iugoslávia da Macedônia (Kedmenec et al., 2016), Lituânia e Polônia (Greblikaite et al., 2016). As demais pesquisas foram realizadas em apenas um país, conforme apresentado na Figura 2. Cabe ressaltar que os Estados Unidos têm sido o responsável pelo maior número publicação de artigos (sete), seguido da Índia (três). Espanha, Malásia e Reino Unido seguem todos com duas publicações, outros pais listados apenas com uma.

**Figura 2.** Publicações por país



Fonte: Elaborado pelo autor

### *Características metodológicas dos estudos analisados*

A Tabela 2 ilustra os delineamentos das pesquisas a partir das seguintes categorias: tipo, abordagem, natureza, recorte, origem dos dados e nível de análise. Vale ressaltar que, em alguns casos, os dados constantes dos textos analisados não permitiram a classificação, em razão da omissão de informações ou imprecisão do texto no que se refere a esses aspectos. Os estudos teóricos foram apenas contabilizados, diferentemente dos teórico-empíricos cujas tipificações metodológicas foram detalhadas.

Tabela 2

#### **Tipificação metodológica dos artigos**

<b>Tipo</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Recorte Temporal</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Teórico-empírico	30	81,1	Transversal	30	100
Teórico	7	18,9	Longitudinal	0	0
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>
<b>Abordagem</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Origem dos dados</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>

Qualitativa	5	16,7	Primários	28	93,3
Quantitativa	22	73,3	Secundários	0	0
Mista	3	10,0	Misto	2	6,7
Total	30	100	Total	30	100
<b>Natureza</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Nível de análise</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Descritiva	16	53,4	Individual	28	93,4
Explicativa	7	23,3	Organizacional	1	3,3
Exploratória	7	23,3	Grupo	1	3,3
Total	30	100	Total	30	100

*Nota.\**As classificações não se aplicam aos artigos teóricos.

Fonte: Elaborado pelo autor

Predominam, na literatura internacional sobre ensino em empreendedorismo social, estudos teórico-empíricos (81,1%). Foram encontrados poucos artigos teóricos sobre o tema (18,9%). Grande parte dos trabalhos assumiu uma abordagem quantitativa de campo (73,3%), seguida de estudos de abordagem qualitativa (16,7%) e apenas três trabalhos de delineamento misto (10%). A natureza desses estudos ainda é predominantemente descritiva (53,4%), seguida de explicativa (23,3%) e exploratória (23,3%). Todos os estudos tiveram recorte temporal transversal (100%) e dentre esses apenas um com duas medidas repetidas. A origem dos dados é primária na quase totalidade dos estudos (93,3%), sendo que apenas dois artigos utilizaram fontes primárias e secundárias de dados (6,7%) e nenhum artigo utilizou somente dados secundários. 14 estudos apresentam delineamento (46,7%), sendo 12 correlacionais e dois quase-experimentos.

Quanto ao nível de análise das pesquisas, predominam estudos que analisam o nível do indivíduo (93,4%). Apenas um estudo analisou o ensino de empreendedorismo social no nível organizacional (3,3%), considerando os dados de um programa (concurso) de empreendedorismo e outro no nível de equipe/grupo (3,3%). Os focos principais das pesquisas são apresentados na Tabela 3.

Tabela 3  
**Contexto dos 30 artigos teórico-empíricos analisados**

Contexto	Nº	%	Autor(es)
Disciplinas presenciais de empreendedorismo social	4	13,5	Bacq e Alt (2018); Chang et al. (2014a, 2014 b); Mueller et al. (2015)
Disciplina presencial e virtual de empreendedorismo social	1	3,3	Hockerts (2018)
Professores com experiência na área de empreendedorismo/empreendedorismo social	1	3,3	Thomsen et al. (2018)
Professores em formação	1	3,3	Konakll (2015)
Programa de serviço social e administração	1	3,3	Archibald et al. (2016)
Programa para estudantes universitários	1	3,3	Othman e Ab Wahid (2014)
Competição de empreendedorismo social	1	3,3	Huster et al. (2017)
Participantes de um projeto de empreendedorismo social	1	3,3	Sabbaghi e Cavanagh(2018)
Estudantes universitários	4	13,5	Hsu e Wang (2019); Ip, Liang et al.(2018); Ip, Wu et al. (2018); Lacap et al. (2018)
Estudantes nacionais e internacionais	1	3,3	Ashour (2016)
Estudantes de engenharia	3	10	Tiwari et al. (2017a, 2017b, 2017c)
Estudantes do campo de negócios	5	16,8	Adelekan et al. (2018); Barton et al. (2018); Hockerts, K. (2017); Jahchan et al. (2016); Kedmenec et al. (2016)
Estudantes de educação física	1	3,3	Peris et al. (2016)
Estudantes de negócios, engenharia eletrônica e artes	1	3,3	Perić, J., &Delić, A. (2014)
Estudantes de educação social, pedagogia e serviço social	1	3,3	Ferrer-Cerveró et al. (2013)
Estudantes de graduação e mestrado em educação	1	3,3	Shahverdi et al. (2018)
Estudantes de tecnologia e estudantes de mestrado em negócios internacionais	1	3,3	Greblikaite et al. (2016)
Mestrados	1	3,3	Hockerts, K. (2015)
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor

No que concerne a métodos, procedimentos e técnicas adotados no desenvolvimento das pesquisas sobre ensino de empreendedorismo social, observa-se a predominância do uso de levantamento de opinião (86,2%), seguido por estudos de casos (13,8%), sendo todos os estudos de casos subdivididos em estudos de casos múltiplos. Dentro desses estudos apenas um trabalho que realizou entrevistas em grupo. A predominância desses métodos sugere que o assunto ainda é pouco discutido e ainda está em fase inicial, por isso os estudos ainda possuem caráter de

reconhecimento e definição do campo. Vale destacar que em 30% dos artigos o método não foi classificado pelos autores ou foi classificado com imprecisão, o que demandou maior atenção para análise.

Em 93,1% dos estudos a amostra foi flexível ou por conveniência e em apenas dois artigos (6,9%) foi estudada por amostra probabilística aleatória. No que se referem ao perfil da amostra, os estudos foram realizados junto a amostras de estudantes universitários de diversos cursos e países, vinculados a diferentes níveis de ensino (graduação, mestrado e doutorado). Além dessas amostras de estudantes, foram também encontrados estudos com professores universitários.

Os instrumentos de coleta de dados que foram mais utilizados, conforme Tabela 4, foram questionários (72,4%), seguidos de roteiros de entrevista (10,3%) e métodos mistos (22%), que consideravam pelo menos dois dos outros citados na Tabela 4. Quatro estudos utilizaram pesquisa documental (13,8%).

Observou-se que a coleta presencial foi a mais utilizada (58,6%), a coleta por meio eletrônico representou 24,1% e a coleta mista representou 13,8% do tipo de coleta. Observou-se também um artigo que não informou o meio utilizado na coleta de dados (3,4%).

No que se refere às estratégias de análises de dados, as análises estatísticas descritivas e inferenciais foram as mais utilizadas (41,4%); seguidas por estudos que utilizaram mais de um método de análise de dados (37,9%) e por quatro (13,4%) estudos que utilizaram análise de conteúdo e apenas dois (6,7%) que utilizaram análise temática. Cabe ressaltar que, para a realização da análise temática, um autor citou como referência Braun et e o outro, Flick e Miles e Huberman.

Tabela 4

**Instrumentos de coleta de dados, coleta e análises dos artigos teórico-empíricos**

<b>Instrumentos</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Coleta</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Análise de dados</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Roteiro de entrevistas	3	10	Presencial	18	60	Análise de conteúdo	4	13,4
Questionário	22	73,3	Eletrônico	7	23,3	Análises estatísticas	13	43,2
Misto	1	3,3	Misto	4	13,4	Análise de temática	2	6,7
Pesquisa documental	4	13,4	Não informado	1	3,3	Análise combinatória	11	36,7
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

No que tange a estatísticas descritivas e inferenciais os métodos utilizados foram; Análise fatorial (confirmatória e exploratória), regressão (multivariada e múltipla), análise de correlação, teste t de amostras independentes e pareadas, estatísticas descritivas (média, desvio padrão, frequência), teste de correlação de person, teste qui-quadrado, análise de componentes principais e modelagem de equações estruturais.

### *Resultados identificados nesses estudos*

Esta seção apresenta os resultados identificados nos artigos analisados, segundo o protocolo anteriormente referido. Não foram identificadas revisões sistemáticas no campo do ensino de empreendedorismo social e, por essa razão, o autor do presente trabalho optou por considerar todas as produções localizadas e publicadas em periódicos internacionais dos últimos cinco anos. Por se tratar de um tema embrionário no meio acadêmico, buscou-se verificar quais definições de empreendedorismo social/empreendedor social são utilizadas nos artigos, o modelo teórico adotado e principais resultados identificados. Inicialmente, serão apresentados os artigos teóricos, tendo em vista que esses foram incluídos pela necessidade de se descobrir quais referenciais teóricos e conceituais têm sido adotados por esses estudos. Em seguida, são apresentados os principais resultados dos estudos empíricos.

Os **artigos teóricos** foram agrupados em três categorias, segundo seus temas centrais, conforme Tabela 5. A primeira categoria é composta por artigos que relacionam a universidade e o empreendedorismo social. A segunda traz metodologias que podem ser aplicadas no campo de empreendedorismo social, e por último, foi encontrado um artigo que propõe os empreendedores sociais como potenciais empregadores de alunos de graduação, tendo em vista todas as dificuldades que os jovens formados encontram para conseguirem empregos.

Tabela 5  
**Categorias dos artigos**

<b>Categoria</b>	<b>Autor(es)</b>
Universidade	Brown (2015); Daraban (2016); Dell (2014); Hoefer e Sliva (2016)
Metodologia	Noyes e Linder (2015)
Empregabilidade	Chou (2018);Mandyoli et al. (2017)

Fonte: Elaborado pelo autor

A universidade tem uma importância histórica no mundo inteiro, sendo responsável por grandes descobertas na sociedade e pela formação do ser humano em todas as suas capacidades (cognitiva, psicomotora, social e afetiva). Elas são consideradas agentes de mudança social. As universidades têm um campo fértil para a área de empreendedorismo social, segundo os artigos Dell (2014), Brown (2015), Hoefler e Sliva (2016) e Daraban (2016) que relacionam o campo de empreendedorismo social diretamente com as universidades e como estas são um dos principais meios de se fazer empreendedorismo social, sendo parte desse ecossistema, uma vez que seu trabalho tem impacto social direto na sociedade, seja por meio da formação de estudantes, pesquisas e até por contratação de serviços da comunidade local.

O artigo de Dell (2014) fornece uma estrutura histórica para examinar a teoria do contrato social no que se refere ao ensino superior, relacionando os valores compartilhados entre alunos e as comunidades nas quais as universidades fazem parte, resultando em um novo contrato social. Já o artigo de Brown (2015) argumenta que as universidades são parte integrante do setor de empresas sociais e, portanto, cumprir sua missão significa contribuir para o desenvolvimento e crescimento desse setor. Segundo o autor, a universidade é responsável por contribuir para economias locais saudáveis e comunidades prósperas, das quais influencia diretamente na própria saúde do setor universitário.

O artigo de Hoefler e Sliva (2016) traz uma definição unificadora de empreendedorismo social e busca relacionar esses conceitos com o campo acadêmico, argumentando que os gestores de universidades devem empregar princípios dos empreendimentos sociais em suas gestões, resultando assim em um melhor relacionamento da universidade com a comunidade, contribuindo para a formação dos alunos em um modelo organizacional emergente e aumentando o engajamento cívico da academia. Daraban (2016) discute como as universidades podem oferecer um currículo apropriado para negócios de impacto social e custo marginal relativamente baixo, uma vez que elas já dispõem de recursos necessários para tal feito.

No que tange à categoria “Métodos de ensino”, foram identificados dois artigos (Noyes & Linder, 2015; Chou, 2018) que relataram o uso de métodos que podem ser usados no campo de empreendedorismo social com estudantes universitários. Noyes e Linder (2015) descrevem um programa para graduação chamado de *Affordable Design and Entrepreneurship – ADE* que busca desenvolver a capacidade de criar empreendimentos que possam maximizar o benefício social, sugerindo uma opção para que as universidades possam oferecer de forma significativa

e experiencial uma formação em empreendedorismo social e em empreendimentos sustentáveis. Chou (2018) propõe a utilização de *design thinking* para criação de empreendimentos sociais.

Por fim, porém não menos importante, encontrou-se um artigo (Mandyoli et al., 2017) que discute a interação entre empreendedores sociais e graduandos como possibilidade de melhorar a empregabilidade dos estudantes, tendo em vista as altas taxas de jovens desempregados no mundo todo e, em especial, em países de mercado emergentes, como a África do Sul, onde o estudo ocorreu. Cabe ressaltar que vários autores citam o empreendedorismo social como uma opção de carreira profissional para os universitários e as universidades como responsáveis pela formação desses estudantes nesse campo também.

A seguir são analisados os estudos relatados em artigos teórico-empíricos, começando pelos modelos teóricos adotados, variáveis estudadas, perfil das amostras e principais resultados. Para finalizar esta seção apresenta-se uma definição do campo de empreendedorismo social; bem como recomendações para a área da educação e por fim é apresentada uma agenda de pesquisa.

#### Referenciais Teóricos adotados nas pesquisas

Conforme Tabela 6, os referenciais teóricos mais adotados nos artigos de empreendedorismo social derivam do campo de empreendedorismo tradicional, denominado “Intenção Empreendedora”, que busca identificar características e comportamentos individuais que influenciam a intenção de alguém de se tornar um empreendedor, com algumas variações e adaptações dos modelos em relação às variáveis pesquisadas. Outra teoria bastante utilizada nas pesquisas é o denominado “Teoria da Aprendizagem Social” e suas derivações como: Aprendizagem Experiencial de Kolb, Aprendizagem em Serviço de Bringle e Hatcher e Aprendizagem Sinérgica de Collins e Aprendizagem Interprofissional de Barr e Garity.

#### Definições de Empreendedorismo/Empreendedor Social

As principais definições de empreendedorismo/empreendedor social são expostas na Tabela 7. O autor mais citado nas definições de empreendedorismo/empreendedor social foi J. Gregory Dees, todavia, identificou-se nos textos e na literatura em geral que não existe ainda um consenso sobre a definição dos termos empreendedorismo/empreendedor social. Porém, as

conceituações encontradas nos artigos o relacionam com um dos seguintes aspectos: ter intuito de resolver um problema social, como Archibald et al. (2016), Chou (2018) e Ip, Liang et al. (2018), utilizar-se de estratégias de mercado, ser inovador, criar valor social, como Dell (2014), preocupar-se com a sustentabilidade econômica, financeira, ambiental, como Ip, Wu et al. (2018), o lucro poder ou não ser reinvestido na própria organização, ter um impacto social positivo, como Bacq e Alt (2018), ser agente de mudanças voltado para a população mais desfavorecida, como Hockerts (2015). Além disso, as definições trazem o envolvimento pessoal do empreendedor em solucionar problemas socioambientais, sendo este, um dos fatores chaves para compreender esse fenômeno.

Tabela 6  
Referenciais teórico-conceituais

Conceitos/Teorias	Definição	Artigos
Intenção empreendedora	<p>Os artigos encontrados, nessa revisão (campo “Artigos” dessa tabela), definem a intenção empreendedora como a convicção de uma pessoa que pretende criar um empreendimento e conscientemente planejar fazê-lo em algum momento. Além disso, citam que essa teoria é vinda do campo do empreendedorismo tradicional e adaptada ao campo do empreendedorismo social. É dela que deriva os principais modelos encontrados nessa revisão de literatura, entre eles, a teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) e o modelo do evento empreendedor de Shapero e Sokol (1982). Na primeira teoria, os autores citam que uma pessoa atará intenção de se engajar, em um determinado comportamento, se esse for considerado por ele como desejável e viável. No modelo, as intenções empreendedoras dependem da percepção do indivíduo sobre credibilidade relativa de comportamentos alternativos e da própria propensão do agir.</p>	<p>Adelekan et al. (2018); Bacq e Alt (2018); Barton et al. (2018); Hockerts (2015, 2017); Hsu e Wang (2019); Ip, Linget al. (2018); Ip, Wuet al. (2018); Kedmenec et al. (2016); Lacap et al. (2018) Shahverdi et al. (2018); Tiwari et al. (2017a, 2017b, 2017c)</p>
Teoria da aprendizagem Social	<p>Os artigos encontrados, nessa revisão (campo “Artigos” dessa tabela), citam que, de acordo com a teoria de aprendizagem social de Bandura (2008), os indivíduos aprendem observando e imitando outras pessoas. Além disso, a sociedade fornece uma base para essa aprendizagem ao fornecer oportunidades para que as pessoas observem os comportamentos dos outros e interajam em diferentes contextos. Essa aprendizagem tem como resultado mudanças na forma de agir das pessoas. Entre os métodos de ensino, inspirados nessa teoria, está a modelação comportamental, na qual um modelo humano, ao ser observado, demonstra o que é e como executar uma ação e o aprendiz adquire esses conhecimentos, habilidades ou atitudes por meio da aprendizagem vicária.</p>	<p>Chang <i>et al</i> (2014a, 2014b); Konakll (2015); Hockerts (2018); Mueller et al. (2015); Sabbaghi e Cavanagh (2018); Huster et al. (2017); Archibald et al. (2016)</p>
Dimensões das características pessoais	<p>Os artigos encontrados, nessa revisão (campo “Artigos” dessa tabela), citam que a perspectiva das características pessoais ou personalidade é uma das primeiras abordagens clássicas no empreendedorismo; é uma vertente teórica que enfatiza a influência de traços de personalidade e outras disposições individuais sobre o comportamento do empreendedor e como não há duas pessoas iguais, a compreensão da personalidade pode explicar o comportamento humano. Isso reforça o argumento de que a personalidade como a identificação de padrões mais ou menos estáveis de comportamentos humanos, sofre mudanças de acordo com as situações da vida e serve para distinguir um indivíduo do outro.</p>	<p>Othman e Ab Wahid (2014); Tiwari et al. (2017a); Hsu e Wang (2019); Ip, Wu et al. (2018)</p>
Ecologia política	<p>O artigo Thomsen cita que, a ecologia política surgiu da criação de Julian Steward (1930) do termo ecologia cultural, sendo que a teoria enfatiza o núcleo cultural e se concentram em três componentes principais que consistem em: descrever os recursos naturais e a tecnologia usada para extraí-los e processá-los, delinear a organização social do trabalho para o sustento das atividades econômicas e rastrear influência desses dois fenômenos em outros aspectos da cultura. Essas variáveis afetam o</p>	<p>Thomsen et al. (2018)</p>

comportamento empreendedor uma vez que delimitam o comportamento empreendedor, ao influenciarem a natureza das demandas e comportamentos da sociedade.

---

Fonte: Elaborado pelo autor

Tabela 7

**Definições de Empreendedorismo/Empreendedor Social citadas pelos autores**

Referência (APA)	Definições
Archibald et al. (2016)	Com base em Alvord, Brown e Wetts (2004), Brooks (2009), Emerson (2001), Harding (2004) e Roberts e Woods (2005), os autores citam que o ES é um termo relativamente novo e tem sido conceituado de várias maneiras, incluindo ser amplamente definido em termo de design de negócios inovadores e finanças sociais para alcançar uma missão social. ES também é considerado como a criação de soluções sustentáveis para problemas sociais imediatos por meio de ideias inovadoras que transformam a sociedade. Empreendedores sociais são inventivos, agentes inovadores, criadores de valor social. Além de serem pioneiros em novas abordagens organizacionais, financeiras e sistêmicas para atender às necessidades da sociedade em vulnerabilidade.
Ashour (2016)	Com base em Zahra, Gedajlovic, Neubaum e Shulman (2009), o autor cita que o ES engloba atividades e processos realizados para descobrir, definir e explorar oportunidades, a fim de melhorar a riqueza social, com a criação de novos empreendimentos e/ou gerindo organizações que já existem de maneira inovadora com foco na solução de problemas sociais.
Bacq e Alt (2018)	Com base em Mair e Noboa (2006) os autores citam que o ES é definido como o uso inovador de combinações de recursos (tecnológicos, pessoais e financeiros) para buscar oportunidades, visando à criação de organizações e/ou práticas que produzam e sustentem benefícios para a sociedade.
Barton et al. (2018)	Com base em Abu-Saifan (2012), Certo e Mille (2008) e Dees (2001), os autores citam que o ES constitui um subcampo de estudo e prática de empreendedorismo, que abrange a fronteira entre organizações sem fins lucrativos com estratégias de renda e com estratégias de missão.
Chou (2018)	Para o autor, empreendedores sociais são indivíduos que tem o desejo de resolver problemas sociais.
Daraban (2016)	Com base em Borenstein e Davis (2010), Choi e Meehan (2001) e Dees (2001), o autor cita que o ES pode ser definido como uma abordagem empreendedora para solucionar problemas sociais. Ele é um processo pelo qual os cidadãos constroem ou transformam instituições para criar soluções dos problemas da sociedade relacionados com a pobreza, a educação, a saúde, a moradia, o meio ambiental, os recursos financeiros, os direitos humanos e a corrupção, a fim de tornar a vida melhor para todos, em especial, aqueles que vivem em situação de vulnerabilidade social. Os empreendedores sociais são indivíduos que usam as técnicas empresariais para alcançar uma mudança social positiva. Uma forma particular de empreendimento social é o chamado "negócio social", conceito criado por Muhammad Yunus (2011). Sendo esta uma empresa sem dividendos para os investidores - dedicados inteiramente ao alcance de uma meta social - onde quem investe nesse tipo de negócio tem como objetivo ajudar os outros sem assumir nenhum objetivo financeiro para si. Ao mesmo tempo, o negócio social gera renda suficiente para cobrir seus próprios custos, não dependendo exclusivamente de doações, qualquer excedente é investido na expansão do negócio e/ou para aumentar os benefícios para a sociedade.
Dell (2014)	Com base em Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) e Dees (1998), o autor citam que o empreendedor social é agente de mudança no setor social, adotando a missão de criar e manter valor social, reconhecendo novas oportunidades, engajando-se em um processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizado, agindo sem ser limitado por recursos e exibindo um elevado senso de responsabilidade para com aqueles a quem servem e para com os resultados organizacionais. Além disso, é uma atividade inovadora de criação de valor social que pode ocorrer com ou sem fins lucrativos, comerciais ou governamentais.

Referência Completa do Texto (APA)	Definições
Ferrer-Cerveró et al. (2013)	Com base em Ashoka (2002), Dees e Gregory (1998, 2001), Oxford (2011), Reis (1999), Schwab (2011), Thake e Zadek (1997) e Zhara et al. (2009), os autores citam que os empreendedores sociais são considerados agentes de mudança que utilizam métodos organizacionais mais eficazes para alcançar sua missão social, são guiados pelo desejo de justiça social, suas ações têm conexão direta com a melhoria da qualidade de vida das pessoas com as quais trabalham e procuram atender. Eles buscam produzir soluções que são economicamente, organizacionalmente, socialmente e ambientalmente sustentáveis. Empreendimentos sociais se propõem a mudar os sistemas sociais, ambientais e econômicos, abordando causas da pobreza, da marginalização, da deterioração ambiental e da perda de acompanhamento da dignidade humana. Os principais conceitos do ES são: inovação social, orientação para o mercado e mudança do “ <i>status quo</i> ”. Os empreendedores sociais promovem inovação social e transformação em vários domínios que incluem a educação, a saúde, o ambiente e o desenvolvimento empresarial. Eles perseguem objetivos de alívio da pobreza, com espírito empreendedor, métodos de negócios e coragem para inovar e superar as práticas tradicionais.
Greblikaite et al. (2016)	Com base em Korosec e Berman (2006), Peredo e McLean (2006) e Thompson (2002), os autores citam que o ES engloba atividades e processos realizados para descobrir, definir e explorar oportunidades, a fim de aumentar a riqueza social, criando novos empreendimentos e gerenciando organizações existentes de forma inovadora com foco na sociedade. Um empreendedor social pode ser alguém que organiza e/ou opera um empreendimento ou corporação que cumpre objetivos sociais. Eles são como indivíduos ou organizações privadas que tomam a iniciativa de identificar e abordar problemas sociais importantes em suas comunidades. Os empreendedores sociais também possuem as qualidades e comportamentos geralmente associados aos empresários, mas eles operam em comunidades e estão mais preocupados em cuidar e ajudar do que ganhar dinheiro. A abordagem do ES une os negócios e comunidades, e sua essência depende da coerência dos negócios e da sociedade.
Hockerts (2015)	Com base em Hockerts (2010), o mesmo autor cita que o termo ES descreve o comportamento que persegue uma missão social explícita, destinada a beneficiar as pessoas marginalizadas, aplicando estratégias de renda familiar inspiradas nos negócios. Ele pode incluir atividades de inovação social voltadas à criação de desequilíbrios de mercado que acabam levando a uma transformação dos mercados em benefício de um grupo específico de pessoas.
Hockerts (2018)	Com base em Defourny e Nyssens (2010) e Nicholls (2010), o autor cita que o ES diz respeito à criação de impacto social positivo por meio do desenvolvimento de empresas que seguem explicitamente uma missão social.
Hoefer e Sliva (2016)	Para o autor, o ES é um meio inovador de criar fluxos de financiamento renováveis em organizações sem fins lucrativos, cobrando taxas em troca da oferta de bens ou serviços e reinvestindo lucros na prestação dos serviços.
Ip, Liang et al. (2018)	Para os autores, ES refere-se às organizações que conectam a missão social com a ação empreendedora. Tem como meta resolver problemas sociais por meio de atividades financiadas por ações empresariais no mercado.
Ip, Wu et al. (2018)	Com base em Thompson, Alvy e Lees (2000) e Trivedi e Stokols (2011), os autores citam que os empreendedores sociais são aquelas pessoas que percebem onde há uma oportunidade para satisfazer alguma necessidade não satisfeita e que o estado não vai ou não consegue atender, e que reúnem os recursos necessários e os utilizam para empreender. Eles são um tipo de empreendedor com uma missão social, geralmente relacionada com as necessidades socioambientais duradoras.

Referência Completa do Texto (APA)	Definições
Kedmenec et al. (2016)	Com base em Lepoutre, Justo, Terjesen e Bosma, N (2011) e Seelos e Mair (2007), os autores citam que empreendedores sociais são aqueles que desenvolvem produtos e/ou serviços que atendam diretamente às necessidades humanas básicas insatisfeitas pelas atuais instituições econômicas ou sociais. É um negócio/empresa com uma missão social que ajuda a resolver alguns dos problemas sociais encontrados por certo grupo da sociedade. A palavra empresa implica que o empreendimento gera receita.
Konakll (2015)	Com base em Katzenstein e Barbara (2011), o autor cita que o ES não se concentra no capital financeiro, mas em realizar uma missão social. Assim, ele é um conceito que prioriza a sociedade e a solução de problemas sociais. O conceito refere-se ao processo de criação de valores, a uma nova modalidade organizacional e a combinação de recursos necessários para a sua efetiva ação. Também é definido como a realização de uma mudança social, satisfazendo as necessidades da sociedade por meio da utilização de oportunidades e criação de valor social. Por fim, é tido como um processo de inovação que cria novos produtos e/ou serviços.
Lacap et al. (2018)	Com base em Mair e Noboa (2006) e Mulyaningsih e Veland (2017), os autores citam que o conceito de ES gira em torno da concepção da criação de empreendimentos com benefícios sociais como objetivo final. Os empreendedores sociais tentam de várias maneiras fornecerem soluções para diversas questões sociais em diferentes campos como: educação, meio ambiente, comércio, saúde e direitos humanos. Com isso, o ES é considerado um fator-chave para o desenvolvimento sustentável de uma nação. A parte “social” do ES significa ajudar os outros. Porém, vai além do altruísmo; é uma realização pessoal que o empreendedor obtém ao se engajar em atividades sociais empreendedoras.
Mueller et al. (2015)	Com base em Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), Dacin, Dacin, e Matear (2010), Miller, Grimes, McMullen e Vogus (2012), Peredo e McLean (2006) e Santos (2012), os autores citam o ES com um tipo de empreendedorismo que visa à criação de valor social.
Noyes e Linder (2015)	Com base em Saifan (2012), o autor cita que um empreendedor social é um indivíduo guiado por uma missão e que usa um conjunto de comportamentos empreendedores para entregar valor social às pessoas em situação de vulnerabilidade social, através de uma entidade empreendedora que é financeiramente independente, autossuficiente e sustentável.
Othman e Ab Wahid (2014)	Com base no <i>Institute for Social Entrepreneurs</i> (2005) e Murphy e Coombes (2003), os autores citam o ES é visto como uma alternativa popular empreendida pelo governo, educadores, praticantes de empreendedorismo, e ativistas sociais em superar simultaneamente as crises sociais e econômicas. É a arte de ganhar retornos sociais de investimento - também conhecidos como “o resultado duplo”.
Perić e Delić (2014)	Com base em Leadbeater (1997), os autores citam que ES é visto como uma abordagem inovadora pela qual os indivíduos podem resolver sérios problemas sociais que suas comunidades enfrentam. O principal objetivo dos empreendedores sociais não é o lucro e sim, o impacto social. Assim, embora não exista uma definição consensual de ES, pode-se perceber que a missão de resolver problemas sociais e a criação de valor social representa a base de toda definição. O ES representa um conceito importante que constrói o comportamento empreendedor e cria soluções inovadoras que podem eliminar as diferenças sociais e garantir uma vida melhor para todos.
Peris et al. (2016)	Com base em Zahra, Filatotchev e Wright (2009), os autores citam que o ES compreende atividades e processos que são realizados intencionalmente, visando explorar oportunidades que aumentem o valor social, seja por meio da criação de novas organizações e/ou administrando as que já existem em prol de solucionar um problema social.

Referência Completa do Texto (APA)	Definições
Sabbaghi e Cavanagh (2018)	Com base em Choi e Majumdar (2014) e Hechavarria e Welter (2015), os autores citam que o ES atende necessidades sociais, catalisando a mudança social e criando valor social. Ele compreende cinco componentes integrais que abrangem o componente empreendedor social, o componente de inovação social, o componente de organização de ES e o componente de orientação de mercado para criação de valor social. As empresas sociais servem o ser humano e se concentram nas soluções dos problemas sociais. Elas exibem maior potencial para resolver problemas sociais complexos ao abordá-los propositadamente e são, em média, consideravelmente mais inovadores do que outros tipos de <i>startups</i> .
Shahverdi et al. (2018)	Com base em Davari e Farokhmanesh (2017), Nga e Shamuganathan (2010), Noruzi, Westover e Rahimi (2010) e Zebrowski (2009), os autores citam que o ES representa uma nova estrutura e ideologia que podem capturar valores sociais, econômicos e ambientais para o desenvolvimento da sociedade.
Thomsen et al. (2018)	Com base em Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006), Certo e Miller (2008), Feters, Greene e Rice, (2010), Hall (2011), Mair e Marti (2006), Narangajavana, Gonzalez-Cruz, Garrigos-Simon e Crus-Ros (2016), Seelos e Mair (2005) e Short et al. (2009), os autores citam que a única diferença significativa entre empreendedorismo tradicional e ES é a prioridade dos objetivos sociais na missão e a quantidade de valor social criado. ES pode, no entanto, ser caracterizado como inovações que direcionam o empreendedorismo para a criação de valor social de forma sustentável e orientada para o mercado.
Tiwari et al. (2017b)	Com base em Brown e Wyatt (2015), Doherty, Haugh e Lyon (2014), Prieto (2014), Shaw e Carter (2007) e Short, Moss e Lumpkin (2009), os autores citam que o ES é um processo que começa com a percepção de uma oportunidade social, inicia, produz e cresce pensando no futuro, mediante a realização de metas e objetivos sociais. Pode assumir muitas formas, desde iniciar um negócio até expandir uma organização para formar parcerias com outras empresas. Ele é um processo de criar valor utilizando recursos de maneira inovadora. Para cumprir sua principal motivação, as empresas sociais exploram oportunidades que facilitam a mudança social ou atendem os anseios da sociedade.
Tiwari et al. (2017a)	Com base em Shaw e Carter (2007) e Short, Moss e Lumpkin. (2009), os autores citam que o ES é um processo que começa com uma oportunidade social percebida, e pode assumir muitos formatos, desde um novo negócio ou um plano de expansão de uma organização já existente. É um processo que pode criar valor utilizando recursos de maneiras inovadoras.
Chang et al. (2014b)	Com base em Brouard e Larivet (2010), Choi e Gray (2008), Dees (1998), Dees e Anderson (2003), Harding (2004, 2006), Tracey e Phillips (2007) e Martin e Osberg (2007), os autores citam que o ES é definido como a criação de organizações ou instituições que têm como objetivo produzir benefícios sociais ou comunitários e onde o lucro é reinvestido nas atividades do empreendimento ao invés de retornar aos investidores ou, mais simplesmente, pessoas que desenvolvem soluções economicamente sustentáveis para problemas sociais. O empreendedor social é aquele que traz suas características pessoas em prol de benefícios sociais para um grupo-alvo e para a sociedade em geral. As empresas sociais são o resultado do processo de empreender - organização criada pelo empreendedor social. As principais características do ES são: a compaixão e o desejo de criar mudança social e proporcionar benefícios sociais para a população.

Fonte: elaborado pelo autor

Essas são as principais características do empreendedorismo/empreendedor social encontradas nessa revisão de literatura (Tabela 7). Vale destacar a predominância das definições ligadas aos aspectos da lógica do mercado, ou seja, existe a venda de um produto/serviço e com isso a geração de receita. O que difere, por exemplo, de organizações que vivem exclusivamente de doações. Ainda assim, alguns autores reconhecem também esse tipo de empreendedorismo social, inclusive aquele em que as empresas cumprem uma obrigação social redirecionando parte de seus lucros para criar benefícios sociais, como a responsabilidade social corporativa. Uma parte dos autores, por outro lado, não reconhece esse tipo de empreendedorismo como ES e outros o definem como um subcampo do empreendedorismo tradicional, mudando apenas o foco das ações (como, Barton et al., 2015; Mueller et al., 2018).

#### Variáveis e Escalas adotadas nas pesquisas

Conforme Tabela 6, os modelos teóricos mais utilizados nos artigos encontrados (Intenção Empreendedora e Teoria da Aprendizagem Social) influenciaram a escolha das principais variáveis e escalas utilizadas nas pesquisas, (Tabela 8). As pesquisas sobre o ensino de empreendedorismo social têm sido realizadas de diversas formas, porém há um predomínio de estudos sobre características individuais como: autoeficácia, empatia, experiência, atitude, criatividade e obrigação moral, sendo que a autoeficácia é a mais pesquisada.

No que se refere aos modelos de escalas utilizadas, os autores afirmam que as mesmas passavam por adaptações para cumprir com os objetivos de cada pesquisa, sendo que, em dois estudos (Hockerts, 2015; Peris t al., 2016), o objetivo foi desenvolver uma escala com indícios de validade científica. A escala mais utilizada encontrada nos artigos dessa revisão de literatura foi a de Liñán e Chen (2009), usada nos estudos para medir a intenção empreendedora, seguida da escala desenvolvida por Hockerts (2015, 2017), que mede os antecedentes da intenção empreendedora (empatia, obrigação moral, autoeficácia empreendedora social, suporte social, experiência anterior com problemas sociais) a partir da abordagem da Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen. É importante salientar que em grande parte dos estudos foram usadas as escalas de Linñ e Chen (2009) e Ajzen (2012) juntas para medir construtos da intenção empreendedora.

Tabela 8

**Definição das variáveis e escalas utilizadas**

Referência (APA)	Definições das variáveis estudadas	Escalas
Adelekan et al. (2018)	<p><b>Pedagogia do empreendedorismo</b> - abordagens e as filosofias do ensino de empreendedorismo.</p> <p><b>Atitude</b> – comportamento do indivíduo frente a uma situação.</p>	<p>O construto pedagogia do ES foi adaptado de Smith e Woodworth (2012). Os autores citam que o construto dos resultados comportamentais dos alunos foi avaliado com a adaptação das três dimensões (atitudes dos estudantes em relação ao ES, intenções deles em relação ao ES e os seus comportamentos de ES em relação às suas capacidades empreendedoras) da teoria do comportamento planejado desenvolvida por Ajzen (1991, 2013).</p>
Bacq e Alt (2018)	<p><b>Tomada de perspectiva</b>- capacidade cognitiva de adotar diferentes perspectivas ou pontos de vista. <b>Preocupação empática</b>- refere-se à tendência afetiva para sentimentos de compaixão e de preocupação com os outros que passaram por experiências negativas.</p> <p><b>Autoeficácia do ES</b> – confiança de alguém sobre as próprias competências e habilidades para realizar atividades de ES.</p> <p><b>Valor social</b> - uma visão comum de si que contextualiza o indivíduo como participante do mundo social, pode ser também considerado um processo que representa uma experiência de como as pessoas se sentem valorizadas nas relações interpessoais.</p>	<p>Os autores citam que a autoeficácia empreendedora social foi medida pela escala de quatro itens de Zhao, Seibert e Hills (2005), valor social pela escala de seis indicadores de Grant e Gino (2010), intenções do ES pelas declarações adaptadas de Liñán e Chen (2009), personalidade proativa pela a escala de Parker e Sprigg (1999) e personalidade foi utilizada a escala “Mini Big 5” de Donnellan, Oswald, Baird e Lucas (2006).</p>
Barton et al. (2018)	<p><b>Desejabilidade percebida</b> - como é atraente para um indivíduo gerar um evento empreendedor, como iniciar um empreendimento social. <b>Viabilidade percebida</b> - extensão em que um indivíduo acredita ter a capacidade de iniciar um novo empreendimento.</p> <p><b>Experiência empresarial</b>- refere-se às experiências individuais vividas. <b>Educação empreendedora</b> - ações educacionais voltadas para o empreendedorismo.</p> <p><b>Autoeficácia empreendedora</b> - descreve a extensão em que um indivíduo acredita que pode iniciar um empreendimento empresarial. <b>Lócus interno de controle</b> - descreve a crença de que os seus resultados são reflexos de suas ações, em vez de elementos aleatórios, como sorte ou acaso. <b>Necessidades</b> - De fazer um impacto (<b>objetivo de impacto</b>) – competência, escolha e significado são elementos-chave que determinam a motivação entre os jovens. De sucesso financeiro (<b>objetivo de riqueza</b>) – importância dos retornos financeiros do empreendedorismo e enfatiza o desejo de riqueza e sustentabilidade financeira. De desenvolvimento pessoal (<b>objetivo de auto realização</b>) - o desejo de desenvolvimento pessoal por meio do empreendedorismo. De reconhecimento (<b>objetivo de autoridade</b>) - aspectos relacionados ao status social, como o desejo de receber reconhecimento e respeito dos amigos como empreendedor. De independência (<b>objetivo de autonomia</b>) - destaca a motivação empreendedora para controlar a vida profissional. De ganhar (<b>objetivo do desafio</b>) - o desejo de aprender com o desafio de criar e administrar efetivamente um negócio. Também se relaciona com a definição de metas e a motivação intrínseca para cumprir marcos importante.</p>	<p>Os autores citam que foi adotado o EIQ de Liñán (2005) com configurações de variáveis pesquisadas pelo <i>Entrepreneurial Intentions Questionnaire</i> de Wach (2015), o modelo de Krueger (1993) para medir a intenção como uma variável dicotômica e foi dividido 11 itens em dois construtos principais que ligam às teorias baseadas na necessidade de motivação com os desenvolvido por teóricos motivacionais de conteúdo.</p>

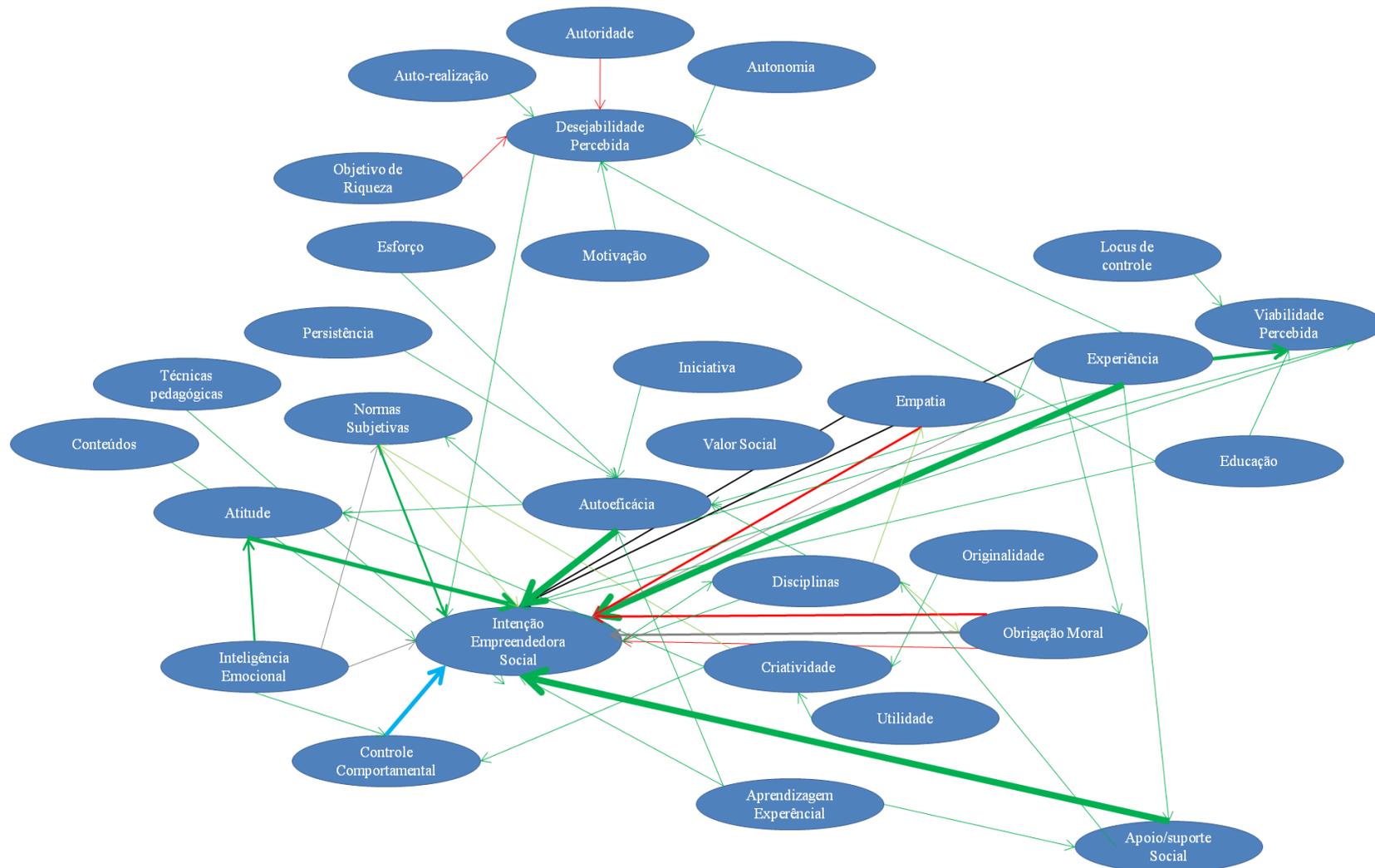
Referência (APA)	Definições das variáveis estudadas	Escala
Hockerts (2015)	<p><b>Empatia</b> – é dada em dois principais conceitos (cognitiva e afetiva). A empatia cognitiva descreve a capacidade de uma pessoa imaginar quais sentimentos uma pessoa estaria sentindo. A empatia afetiva descreve a tendência de uma pessoa reagir emocionalmente ao estado mental de outro. Um sub-elemento da empatia afetiva é a preocupação empática definida como uma resposta emocional de compaixão e preocupação causada por testemunhar alguém necessitado.</p> <p><b>Obrigação moral</b> – refere-se a como as pessoas vão se comportar de certa maneira se perceberem que o comportamento está de acordo com as normas da sociedade.</p> <p><b>Autoeficácia empreendedora social</b> - medida da crença de um indivíduo sobre se ele pode gerar um impacto social significativo dentro do contexto de problemas grandes e complicados.</p> <p><b>Suporte Social</b> - presença de sistemas de apoio e redes que os ajudarão a alcançar o resultado desejado</p>	Desenvolvimento de uma escala com indícios de validade científica
Hockerts (2017)	<p><b>Empatia</b> - atitude de uma pessoa para com o outro.</p> <p><b>Obrigação moral</b> - crenças normativas percebidas pelas pessoas no ambiente.</p> <p><b>Autoeficácia empreendedora social</b> - refere-se à apreciação que um indivíduo faz da sua própria capacidade de realizar com sucesso um comportamento pretendido.</p> <p><b>Experiência</b> - a experiência anterior é medida como uma prática de trabalho com organizações do setor social. Supõe-se que tais experiências geram familiaridade com o tipo de problemas que as empresas sociais pretendem resolver.</p> <p><b>Percepção de suporte social</b> - percepção de apoio que o indivíduo espera receber do seu contexto.</p>	Os itens para as quatro variáveis latentes; empatia com pessoas marginalizadas, obrigação moral de ajudar pessoas marginalizadas, autoeficácia empreendedora social e percepção de suporte social foram tiradas de Hockerts (2015). Os itens para as duas variáveis latentes, experiência prévia e intenção empreendedora social foram desenvolvidas especificamente para este estudo. O autor cita que intenções empreendedoras sociais é uma escala de três itens que foi desenvolvida na adaptação da escala da intenção empreendedora empresarial de Douglas e Shepherd (2002) e Thompson (2009).
Hockerts (2018)	<p><b>Empatia empreendedora social</b> - Pode ser dividido em dois elementos: a capacidade de imaginar os sentimentos de uma pessoa marginalizada e a tendência a reagir emocionalmente e com compaixão para com seus sentimentos.</p> <p><b>Obrigação moral</b> - Refere-se ao grau em que os indivíduos se sentem moralmente obrigados a resolver os problemas de grupos socialmente marginalizados como resultado dos valores percebidos e normas morais da sociedade.</p> <p><b>Autoeficácia empresarial social</b>- Descreve a percepção de um indivíduo sobre a sua capacidade de contribuir para a mudança social através de um comportamento empreendedor social em pequena escala</p> <p><b>Intenção de iniciar um empreendimento social</b> - É real intenção para começar um empreendimento social. Este abrange a questão de saber se uma pessoa realmente pretende ser pessoalmente envolvido no lançamento de um empreendimento social</p> <p><b>Percepção de Suporte Social</b> - Refere-se à percepção da existência de sistemas de apoio e redes.</p>	Este estudo utiliza a escala de antecedentes do comportamento empreendedor social (SEAS) de Hockerts (2015). A intenção empreendedora social foi medida por itens utilizados na escala de Hockerts (2017)

Referência (APA)	Definições das variáveis estudadas	Escala
Hsu e Wang(2019)	<p>O modelo de cinco fatores é uma teoria desenvolvida dos <b>traços de personalidade</b>, a saber: extroversão, abertura à experiência, neuroticismo, conscienciosidade e agradabilidade.</p> <p><b>Criatividade</b> - compreende originalidade e utilidade, sendo que a <b>originalidade</b> se refere à capacidade de produzir comportamentos e ideias inovadoras e a <b>utilidade</b> à capacidade de produzir comportamentos e ideias adequados, eficazes ou valiosos.</p> <p><b>Capital social</b> – refere-se à rede de relacionamentos de um indivíduo e a soma dos recursos possuídos pelos membros desta rede.</p> <p><b>Experiência anterior</b> – experiência vivida de cada indivíduo.</p> <p><b>Empatia</b> - capacidade de reconhecer intelectualmente e compartilhar emocionalmente os sentimentos dos outros.</p> <p><b>Obrigação moral</b>– crença entre o ato de julgamento moral e a formação da intenção moral.</p> <p><b>Autoeficácia</b> - um estado psicológico em que uma pessoa possui autoconfiança para ter sucesso em situações específicas ou realizar uma ação.</p>	<p>Os autores citam que para medir os traços de personalidade foram adaptados do estudo de Thompson (2008), criatividade de Lin, Hsu e Ling (2014) e Cropley (2015), capital social adaptado de Williams (2006), e intenção empreendedora social adaptada de Wang, Chang, Yao e Liang (2014).</p>
Ip,Liang et al. (2018)	<p><b>Suporte social percebido</b> - confiança e cooperação derivada das redes sociais. A <b>criatividade empreendedora</b> pode ser avaliada em duas dimensões, ou seja, originalidade e utilidade - A <b>originalidade</b> geralmente se refere à capacidade de gerar pensamentos e ações que são consideradas novas ou únicas dentro de um contexto sociocultural particular e <b>utilidade</b> geralmente se refere à capacidade de gerar pensamentos e ações que são consideradas apropriadas, eficazes ou valiosas dentro de um contexto sociocultural específico.</p> <p><b>Intenção empreendedora Social</b> – desejo de empreender socialmente.</p>	<p>Este estudo adotou o modelo de Hockerts (2017); deste modelo, 15 itens sobre os antecedentes da intenção empreendedora social foram adotados. Os autores citam que utilizaram os 12 itens de Chia e Liang (2016) para medir a criatividade empreendedora, desenvolvidos com base em pesquisas de Amabile (1997) e Puhakka (2012) e os oito itens que avaliaram a intenção empreendedora foram coletados do estudo de Wang, Chang, Yao e Liang (2016)</p>
Ip, Wu et al. (2018)	<p>A <b>criatividade</b> - definida na seguinte forma: uma conquista socialmente reconhecida, na qual existe a criação de novos produtos/serviços e uma capacidade manifestada pelo desempenho em julgamentos críticos. A originalidade e a utilidade são conceitos vitais da criatividade. A <b>originalidade</b> implica tipicamente novidade, raridade, surpresa e singularidade, enquanto a <b>utilidade</b> implica adequação, eficácia, utilidade, praticidade, adaptação, valor e flexibilidade.</p> <p><b>Capital social</b>- definido como recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de conhecimento mútuo e reconhecimento, ou em outras palavras, a participação em um grupo.</p>	<p>Os autores citam que para medir traços de personalidade adotou-se o modelo de <i>Big Five Mini-Markers</i>, de Thompson (2008). A criatividade foi dividida em duas dimensões: originalidade e utilidade - com base no estudo de Lin, Hsu e Liang (2014), capital social foi utilizado o modelo de Williams (2006) e as intenções empreendedoras sociais foram operacionalizadas em dimensões de convicção e preparação usando como referência o estudo de Wang et al. (2014).</p>
Kedmenec et al. (2016)	<p><b>Desejabilidade</b> do ES refere-se ao desejo pessoal de começar um negócio para resolver problemas sociais.</p> <p>O termo percepção de <b>viabilidade</b> do ES é definido como o quanto um indivíduo se sente capaz de iniciar um negócio voltado a resolver problemas sociais.</p> <p><b>Comportamento pró-social</b> refere-se a qualquer ato que beneficie outra(s) pessoa(s), incluindo ajudar, compartilhar e cooperar.</p> <p>A <b>educação formal</b> é um dos fatores do ambiente que influencia fortemente o processo cognitivo de escolha de carreira.</p>	<p>Para criar o questionário de coletar dados primários sobre a viabilidade e a desejabilidade do ES, da educação para o ES e da experiência em comportamento pró-social baseou-se nas pesquisas de Lepoutre, Vanden Berghe, Tilleuil e Crijns (2010) e Liñán e Chen (2009) sobre intenção empreendedora. A escala de mensuração para educação em ES foi desenvolvida com base em Brock e Steiner (2009).</p>

Referência (APA)	Definições das variáveis estudadas	Escala
Kedmenec et al. (2016)	<p>O termo percepção de <b>desejabilidade</b> do ES refere-se ao desejo pessoal de começar um negócio para resolver problemas sociais. O termo percepção de <b>viabilidade</b> do ES é definido como o quanto um indivíduo se sente capaz de iniciar um negócio voltado a resolver problemas sociais. <b>Comportamento pró-social</b> refere-se a qualquer ato que beneficie outra(s) pessoa(s), incluindo ajudar, compartilhar e cooperar. A <b>educação formal</b> é um dos fatores do ambiente que influencia fortemente o processo cognitivo de escolha de carreira.</p>	<p>Para criar o questionário de coletar dados primários sobre a viabilidade e a desejabilidade do ES, da educação para o ES e da experiência em comportamento pró-social utilizou-se da lógica aplicada nas pesquisas de Lepoutre, Van denBerghe, Tilleuil e Crijns (2010) e Liñán e Chen (2009) sobre intenção empreendedora. Sendo, a escala de mensuração para educação em ES desenvolvida com base em Brock e Steiner (2009) estritamente sobre os elementos que se refere ao ES e as declarações que foram usadas para medir educação para o empreendedorismo baseiam-se nos métodos de ensino para educar empresários resumidos por Tracey e Phillips (2007).</p>
Konaklı (2015)	<p>O autor cita que os fundamentos conceituais da <b>autoeficácia</b> são baseados na Teoria da Aprendizagem Social de Bandura (1995), sendo definido como a crença da pessoa em iniciar um ato e mantê-lo até obter um resultado bem-sucedido de forma o indivíduo possa ter um impacto sobre o que está acontecendo ao redor. Por outro lado, também é considerado como a crença da pessoa em cumprir certas tarefas e comportamentos. As <b>características dos indivíduos</b> que são nomeados como empreendedores são usadas para definir o conceito de empreendedorismo. Esses indivíduos são caracterizados por sua capacidade de inovar, assumir riscos, criatividade e descobrir oportunidades e obter lucro com elas.</p>	<p>O autor cita que para medir os níveis de autoeficácia dos alunos foi utilizada a <i>Self Efficacy Scale-Turkish</i> de Yildirim e İlhan (2010). Os dados relacionados ao caráter de empreendedorismo dos professores foram adquiridos a partir da <i>Social Entrepreneurship Characteristics of Preservice Teachers Scale</i> (SECPTS), desenvolvida por Konaklı e Göğüş (2013).</p>
Lacap et al. (2018)	<p><b>Experiências anteriores com problemas sociais</b> - experiência de um indivíduo ou envolvimento em trabalhar com empresas ou organizações sociais que o expõem a diferentes problemas sociais. <b>Empatia</b> pode ser vista de duas maneiras - cognitiva e afetiva. Empatia cognitiva é a capacidade de um indivíduo para imaginar que emoções outra pessoa está experimentando. Por outro lado, empatia afetiva é a capacidade de uma pessoa reagir emocionalmente ao estado mental ou condição do outro. <b>Obrigação moral</b> significa um senso de responsabilidade de um indivíduo para agir alinhado com as normas sociais quando confrontado com desafios morais. É um sentimento em que alguém é moralmente obrigado a contribuir na resolução de problemas sociais devido a sua percepção das normas morais. <b>Autoeficácia empreendedora social</b>- percepção da capacidade de um indivíduo de implementar uma ação pretendida. É a crença da pessoa de que pode contribuir na busca de soluções para problemas sociais. Percepção de <b>suporte social</b> considera o apoio que as pessoas podem obter.</p>	<p>Todos os itens utilizados para cada constructo foram adotados do estudo de Hockerts (2017)</p>
Mueller et al. (2015)	Intenção de escolha de carreira	<p>Para medir a intenção, utilizaram a escala tipo Likert de sete pontos e um único item, como sugerido por Ajzen e Fishbein (1980) e aplicado por Kolvereid (1996) na sua análise de escolha de carreira.</p>

Referência (APA)	Definições das variáveis estudadas	Escala
Peris et al. (2016)	Aspectos de caráter pessoal (37 itens) Aspectos de caráter social (26 itens) Aspectos de caráter inovador (33 itens)	Desenvolvimento de uma escala com indícios de validade científica.
Shahverdi et al. (2018)	<b>Barreiras percebidas</b> - referem-se ao grau em que os estudantes das universidades consideram as dificuldades em iniciar no ES. <b>Intenção empreendedora social</b> - intenção de estabelecer uma empresa social.	Os autores citam que para medir as dimensões: falta de apoio, falta de conhecimento, falta de competências, falta de autoconfiança e falta de recursos, foi utilizada a escala adaptada de Giacomini et al. (2011) e a intenção empreendedora foi medida com Rengiah (2013)
Tiwari et al. (2017a)	<b>A intenção empreendedora</b> é uma tendência indispensável para a formação de uma empresa. <b>Atitude para se tornar um empreendedor social</b> é o grau em que a pessoa avalia como positiva ou negativa a ideia de tornar o ES como uma opção de carreira. <b>Normas subjetivas</b> - Refere-se à pressão social percebida para expressar ou não um comportamento e compreende a pressão da família, amigos e outras pessoas importantes. <b>Percepção de controle comportamental</b> - É aceitação percebida ou a dificuldade de realizar um comportamento, portanto, inclui várias atividades necessárias para realizar essa tarefa. <b>Inteligência emocional</b> - Capacidade de administrar as próprias emoções e sentimentos com maestria. <b>Criatividade</b> - A criatividade é normalmente definida como o processo para criar algo novo.	As intenções empreendedoras foram medidas sem uma escala de nove itens, adotada no estudo de Krueger, Reilly e Carsrud (2000). A atitude para se tornar um empreendedor social foi mensurada a partir de escalas desenvolvidas por Ajzen (2002) e <i>Entrepreneurial Intention Questionnaire</i> (EIQ) de Liñán e Chen (2009). Para medir as normas subjetivas também usaram o EIQ. Para medir a percepção do controle comportamental, cinco itens desenvolvidos na escala de Liñán e Chen (2009) e modificados por Ernst (2011). Para a inteligência emocional, usaram a versão abreviada do questionário de inteligência emocional <i>Trait</i> de 30 itens validado por Zampetakis (2011). Para a criatividade, usaram a escala de 12 itens de Zhou e George (2017). Para a obrigação moral foi utilizada a escala SEAS desenvolvida por Hockerts (2015).
Tiwari et al. (2017b)	<b>A atitude em relação ao comportamento</b> - atitude para se tornar um empreendedor, ou seja, o grau em que uma pessoa possui avaliação positiva ou negativa em direção ao ES como opção de carreira. <b>Normas subjetivas</b> – assim como em Tiwari et al. (2017a). <b>Percepções de Controle Comportamental</b> – facilidade ou dificuldade em se tornar o empreendedor social. <b>Efeito do estilo cognitivo</b> - um aspecto psicológico que reflete a uniformidade na abordagem de um indivíduo no seu funcionamento cognitivo, principalmente em relação à obtenção de informações e ao processamento de informações no reconhecimento de oportunidades. <b>Autoeficácia empreendedora</b> – grau em que a pessoa acredita que é capaz de iniciar com êxito um novo empreendimento.	As intenções empreendedoras, a atitude, as normas subjetivas e o controle comportamental foram mensuradas como em Tiwari et al. (2017a). Para o efeito do estilo cognitivo usaram um questionário de 38 itens desenvolvido por Allinson e Hayes (1996). Foi usado para mensurar a autoeficácia em ES as recomendações de Bandura (1997) e desenvolvido uma escala de cinco itens.
Tiwari et al. (2017c)	<b>Atitude para se tornar um empreendedor social</b> - impulso pessoal em busca de atingir um alvo em particular. <b>Normas subjetivas</b> – assim como em Tiwari et al. (2017a, 2017b). <b>Autoeficácia</b> - Refere-se à convicção de um indivíduo em sua capacidade pessoal de concluir um trabalho ou um conjunto específico de tarefas.	As intenções empreendedoras, a atitude, as normas subjetivas e a inteligência emocional foram mensuradas como em Tiwari et al. (2017a). Para medir autoeficácia empreendedora social, consideraram as recomendações dadas por Bandura (1997) e desenvolveram uma escala de cinco itens.

Fonte: Elaborado pelo autor



**Figura 3.** Variáveis estudadas e suas relações

*Nota.* Verde: relação positiva; Cinza: não mostrou relação; Vermelha: relação negativa; Verde claro: relacionamento fraco; Azul: relacionamento forte; Preto: não identificada a relação (positiva ou negativa). Quanto maior a largura da seta, mais estudos relacionam aquela variável. Linha passando por uma variável significa relação de mediação. Fonte: Elaborado pelo autor

A Figura 3 apresenta uma representação gráfica dos resultados dos artigos analisados nessa revisão sistemática da literatura. A Figura representa por meio de balões e setas (de diferentes cores e larguras) as relações teóricas entre os conceitos e empíricas entre variáveis. Os estudos não são conclusivos e não se pode inferir relações de causa e efeito, pois são estudos de corte transversal, baseados em uma só medida das variáveis, com delineamentos correlacionais. Na Figura, o nome dos construtos está colocado dentro de balões e as setas indicam suposições de relacionamentos entre variáveis ou relações indicadas por setas e por cores, onde a cor verde significa estudos que evidenciaram uma relação positiva entre duas variáveis; a cor cinza significa que não foi encontrada relação; a cor vermelha significa que existe uma relação negativa; a verde claro mostra um relacionamento fraco; a azul um relacionamento forte; e a preta não foram identificados relações, nem positivas, nem negativas. Quanto maior a largura da seta, mais estudos relacionam seus resultados da mesma forma àquelas variáveis. A linha passando por uma variável significa que ela mantém uma relação de mediação entre as variáveis ligadas para com ela. As definições das variáveis encontram-se na Tabela 8 e seus resultados representados são discutidos no tópico “resultados das pesquisas”. Cabe ressaltar que não foi possível incluir todas as variáveis nesse modelo representativo, uma vez que a inserção de mais variáveis prejudicaria o entendimento geral da figura, porém foi garantido o máximo de representatividade dos resultados.

#### Resultados das pesquisas sobre ensino de empreendedorismo social

A pesquisa em ensino de empreendedorismo social tem ocorrido por meio de disciplinas presenciais e virtuais, programas, competições com a participação de estudantes e professores e outras pessoas. Existem relativamente poucos estudos sobre os efeitos do ensino universitário sobre o comportamento dos estudantes e suas intenções de realizar um empreendimento social. Há, entretanto, uma predominância de estudos sobre intenção empreendedora social, área essa que vem do empreendedorismo tradicional e está sendo adaptada para o empreendedorismo social. Entre eles estão os estudos de Hsu e Wang (2019) e Ip, Liang et al. (2018), que compararam estudantes universitários de Taiwan e Hong Kong e encontraram diferenças entre os universitários em relação aos traços de personalidade e antecedentes da intenção empreendedora social, respectivamente. No estudo Hsu e Wang (2018) foi encontrada diferença entre os estudantes em relação a todos os fatores pesquisados dos traços de personalidade, exceto agradabilidade, e no estudo de Ip, Liang et al. (2018) as principais diferenças entre os

estudantes foram os efeitos gerados pela experiência anterior, empatia, autoeficácia, percepção de suporte social e utilidade.

Apesar de existirem diferenças entre as amostras, algumas variáveis têm sido pesquisadas em diversos contextos e os resultados encontrados semelhantes, indicando que essas variáveis influenciam a intenção empreendedora social, a saber, são elas: autoeficácia (Hockerts, 2017; Konaklı, 2015; Lacap et al., 2018; Shahverdi et al., 2018; Tiwari et al., 2017c), controle comportamental percebido (Tiwari et al., 2017a, 2017b, 2017c), criatividade (Tiwari et al., 2017a, 2017b, 2017c), educação (Adelekan et al., 2018; Barton et al., 2018; Hockerts, 2017, 2018; Shahverdi et al., 2018), experiência anterior (Barton et al., 2018; Hockerts et al., 2017; Ip, Ling et al., 2018; Kedmenec et al., 2016; Lacap et al. 2018;), normas subjetivas (Tiwari et al., 2017a, 2017b, 2017c), Suporte social (Hockerts, 2017; Ip, Liang et al., 2018; Lacap et al. 2018; Shahverd et al., 2018). Porém, quanto às variáveis obrigação moral e empatia, foram encontrados resultados divergentes entre as pesquisas. Ip, Ling et al. (2018), Kedmenec et al. (2016) e Tiwari et al. (2017a) e encontraram um relacionamento negativo da variável obrigação moral com intenção empreendedora social, enquanto que Hockerts (2017) encontrou relacionamento positivo e direto com intenção empreendedora social em um modelo de regressão, porém, em um outro modelo simultâneo, o efeito dessa variável deixa de existir na presença de outras variáveis. Lacap et al. (2018) não encontrou relação entre obrigação moral e intenção empreendedora social e Tiwari et al. (2017a) encontrou um relacionamento positivo, logo, os estudos não são conclusivos e essa variável merece mais atenção para entender melhor seu comportamento.

No que diz respeito à variável empatia, segundo os resultados dos estudos e Lacap et al. (2018) e Tiwari et al. (2017a), se relaciona negativamente com a intenção empreendedora social. Entretanto, os resultados de Ip, Liang et al. (2018) mostraram um relacionamento positivo entre essas duas variáveis. Em parte, esses resultados inconsistentes podem ser explicados pelos estudos de Bacq e Alt (2018) e Hockerts (2017), que encontraram uma relação de mediação entre obrigação moral e empatia e intenção empreendedora social. No que se refere à variável gênero alguns estudos apontam como as mulheres sendo mais propensas ao empreendedorismo social do que os homens (Kedmenec et al. 2016). Hockerts (2017) encontrou níveis mais baixos de empatia em pessoas do sexo masculino em comparação com as do sexo feminino, porém Tiwari et al. (2017b) não encontrou diferença em relação a gênero com a intenção de empreendedorismo social, sugerido assim, que sejam realizados mais estudos que busquem identificar as diferenças entre essas variáveis.

No que tange à educação, Hockerts (2018) concluiu que a educação para o empreendedorismo social tem um impacto positivo na intenção do aluno de iniciar um empreendimento social, bem como sobre a sua autoeficácia e percepção de suporte social. Os resultados da pesquisa de Adelekan et al. (2018) confirmaram essa afirmação, ao indicarem uma relação positiva significativa entre conteúdos pedagógicos, técnicas pedagógicas e atitudes dos alunos em direção ao empreendedorismo social. Como resultado, identifica-se que há suporte para a sugestão de Smith e Woodworth (2012) de que a educação para o empreendedorismo social pode ajudar os alunos a desenvolverem a autoeficácia empreendedora social.

O estudo de Kedmenec et al. (2016) encontrou que dos métodos examinados de ensinar empreendedorismo social, aprender a teoria do empreendedorismo social e a análise de empreendimentos sociais são os mais comuns, seguidos por elaboração de planos de negócios para empreendimentos sociais e a participação dos estudantes em palestras proferidas por empreendedores sociais. Finalmente, o menos representado componente da educação para o empreendedorismo social é o que leva o estudante para trabalhar em uma empresa social e o apoio para lançar um empreendimento social. De acordo com Chang et al. (2014a) e Sabbaghi e Cavanagh (2018), métodos experienciais produzem benefícios consideráveis para a aprendizagem empreendedora. Isso também reforça a afirmação de Chang et al. (2014b) de que o ensino experiencial em empresas sociais afeta as características do aluno, assim como a estratégia de ensino de elaboração de planos de negócios afeta positivamente as intenções dos estudantes de iniciar um empreendimento social (Kwonget al., 2012).

Hockerts (2017) afirma que disciplinas eletivas de empreendedorismo social têm um efeito positivo em todas as cinco variáveis (empatia, percepção moral, autoeficácia, percepção de suporte social e intenção empreendedora social). No entanto, esses efeitos são fracos e estatisticamente não significativos para a empatia e obrigação moral. Shahverdi et al. (2018) não encontrou relação entre falta de conhecimento sobre empreendimentos sociais e intenção empreendedora social com estudantes de um curso de empreendedorismo social, contrariamente, essa relação foi encontrada em estudantes que não tinham participado do curso. Os estudantes consideram os recursos financeiros e de apoio um fator importante para iniciar um empreendimento social (Shahverdi et al., 2018). Quando se trata de comportamento pró-social, os alunos são os mais ativos em fazer doações, seguido de ativismo na forma de assinatura de petições. Por outro lado, voluntariado em uma organização sem fins lucrativos não é popular entre os estudantes de negócios pesquisados (Kedmenec et al., 2016).

Segundo o estudo de Huster et al. (2017), os alunos que participam de competições de ES são motivados pelo prestígio da competição, trabalharem em rede, receberem orientações e treinamento, sendo a mentoria um dos fatores mais importantes da competição, mais do que a própria premiação. Os participantes de cursos de ES também valorizam a diversidade disciplinar e oportunidades de aprendizagem oferecidas pela competição. No que tange às habilidades adquiridas com a participação na competição foram relatadas as principais, como: habilidade de vender sua ideia/negócio (*pitch*), falar em público, habilidades de apresentação, captação de recursos, negociação e colaboração. Outros benefícios do ensino de ES para os estudantes referidos pelos estudos foram: aumento da confiança, ampliação de visão de mundo e de perspectivas de liderança que lhes permitiriam ter sucesso em suas carreiras. Os resultados indicaram que a participação no curso aumentou o compromisso com ferramentas de impacto social e que os aprendizados e experiências que ocorreram durante a competição ajudaram os participantes a se tornarem empreendedores sociais globais mais comprometidos, aperfeiçoarem suas habilidades de relacionamento intercultural, bem como suas habilidades de avaliação de impacto social, além de melhorarem a compreensão e a habilidade para quantificar o retorno social, e/ou influenciarem o seu pensamento e trajetória de carreira.

Nos estudos de Perić e Delić (2014), Greblikaite et al. (2016), Jahchan et al. (2016) os alunos abrangidos nunca haviam ouvido falar do conceito de empreendedorismo social e pensavam que não existiam exemplos práticos de empreendedorismo social. Eles associam o empreendedorismo social ao trabalho de organizações sem fins lucrativos e à responsabilidade social corporativa. Predominantemente, eles argumentam que o empreendedorismo social pode ter alguma influência na resolução de problemas sociais, mas não pode ser a solução para os problemas que o país enfrenta. Algumas das questões que podem ser abordadas pelo empreendedorismo social, de acordo com os resultados da pesquisa são: desemprego, gerar valor social ao invés de lucro, educação. Os estudantes consideram o empreendedorismo social importante para o seu currículo (Archibald et al., 2016; Ferrer-Cerveró et al., 2013).

A pesquisa de Mueller et al. (2015) teve o objetivo identificar as motivações estudantis para preferir o empreendedorismo social em detrimento do empreendedorismo tradicional e os resultados indicam claramente que os alunos inclinados para o empreendedorismo social forneceram razões diferentes daquelas apresentadas pelos que se inclinavam para o empreendedorismo tradicional. As razões tipicamente mencionadas pelos estudantes que preferiam o ES pertenciam às categorias de impacto, motivação pessoal e considerando aspectos sociais e econômicos, enquanto as razões tipicamente mencionadas pelos alunos que

preferiam o empreendedorismo tradicional estavam nas categorias de resultado monetário, oportunidade, viabilidade e filantropia. Cabe ressaltar que, ao contrário do que se acreditava, os estudantes com foco no empreendedorismo tradicional também se preocupam com ações sociais, porém esse não é o seu objetivo.

#### *Síntese das Recomendações para educação, lacunas e agenda*

Nesta seção são apresentadas as principais recomendações para o campo da educação em empreendedorismo social. Na sequência, serão relatadas as principais lacunas e agendas de pesquisas do campo, segundo esta revisão sistemática de literatura.

Uma das recomendações dos autores é que as universidades devem incentivar estudantes para que eles se envolvam também em atividades de voluntariado, especialmente em atividades para reconhecer que muitas organizações poderiam se beneficiar diretamente de seus conhecimentos e habilidades, isso também é uma forma dos alunos colocarem em prática os conteúdos aprendidos em sala de aula e de participarem de experiências que possibilitam aumentar a autoeficácia dos estudantes (Kedmenec et al., 2016).

No que tange a autoeficácia, Smith e Woodworth (2012) propõem que, para desenvolver o empreendedorismo social, é preciso desenvolvê-la. Estratégias educacionais apropriadas para melhorar a autoeficácia podem incluir o estabelecimento de atividades desafiadoras, e adequadas aos conhecimentos dos aprendizes, de modo que os estudantes possam ter expectativas de sucesso na aprendizagem do empreendedorismo social; fornecimento de *feedbacks* explícitos, demonstração de confiança nos alunos, reconhecimento e elogios aos esforços de aprendizagem. Semelhante à obrigação moral, os efeitos da autoeficácia vieram principalmente do poder mediador da criatividade empreendedora (Rego et al., 2012; Zhou & Hoever, 2014); esta constatação implica que as estratégias acima mencionadas devem ser executadas em conjunto com atividades de aprendizagem que promovam a criatividade, a novidade e a flexibilidade empreendedora. Smith e Woodworth (2012), por outro lado, sugerem que a educação para o empreendedorismo social pode ajudar os alunos a construírem a autoeficácia empreendedora social, por exemplo, modelando a aprendizagem vicária, usando a persuasão social, e fornecendo experiências de domínio de campo (Smith & Woodworth, 2012).

Outras metodologias encontradas nos artigos e sugeridas para o ensino de empreendedorismo social é a educação experiencial e a aprendizagem em serviço, essas podem contribuir para aprendizagem mais efetiva dos alunos e também canalizar a empatia dos alunos

para o empreendedorismo social, sendo que as análises das duas dimensões da empatia - cognitiva e afetiva - poderiam inspirar os educadores a reconhecerem os dois tipos entre os alunos em suas aulas, e projetar intervenções para elevar as intenções empreendedoras sociais em conformidade com as especificidades dos estudantes (Bacq & Alt, 2018).

As estratégias de ensino que visam aumentar a empatia do estudante devem ser incorporadas em atividades educacionais, tais como trabalho em equipe, jogo dos papéis, e distância social (Hojat, Bianco, Mann, Massello, & Calabrese, 2015; Rivers, Wickramasekera, Pekala & Rivers, 2016; Stephan, Liberman, & Trope, 2011). Entre outras coisas, as medidas serão úteis para estudar o impacto da educação para o empreendedorismo social. Smith, Kickul e Coley (2010), por exemplo, citam a hipótese de que o uso de uma simulação educacional chamada Star-Power de Davis afetará os níveis de empatia do aluno. Os autores citam que o jogo desenhado por Garry Shirts permite aos estudantes experimentar uma situação de interação entre jogadores marginalizados e não marginalizados. Além de argumentarem que a ferramenta ajuda os alunos a refletir sobre as emoções que as pessoas marginalizadas têm, ajudando a aprimorar a empatia social empreendedora.

Quando se fala especificamente da aprendizagem em serviço, o ponto de partida mais adequado seria fazer com que os alunos encontrem e escolham seus projetos de aprendizado de serviço de forma independente ou em pequenos grupos. Essa liberdade para os estudantes encontrarem seus próprios projetos tem certas implicações tanto para o desenho didático quanto para a organização do curso. Primeiro, a (aprendizagem), os objetivos do projeto de aprendizagem de serviços têm de ser claros. Estes poderiam, por exemplo, incluir os seguintes aspectos: os alunos devem aplicar critérios para projetos de mudança e serem capazes de categorizar projetos de aprendizagem de serviços próprios e de outros; (b) durante o projeto de aprendizagem em serviço, os estudantes devem avançar ainda mais o modelo da respectiva organização com o objetivo de aumentar o impacto; (c) os estudantes devem se comunicar com pelo menos dois grupos de partes interessadas (ou seja, clientes/usuários, comunidades, investidores). Em segundo lugar, no que diz respeito às restrições organizacionais dos cursos de pré-aprendizagem e projetos de aprendizagem de serviço não podem ser limitados a uma única disciplina de um semestre. Ao dar aos alunos a oportunidade de encontrar seus próprios projetos de aprendizado de serviço, uma disciplina de dois semestres seria necessária para cumprir os objetivos de aprendizagem supracitados. Além da possibilidade de escolher o próprio projeto de aprendizagem em serviço, os estudantes devem ser convidados a preencher um questionário sobre motivos pessoais no início do curso de empreendedorismo social. Além

disso, os alunos devem refletir ativamente sobre sua experiência de aprendizagem de serviço (por exemplo, escrevendo um diário de aprendizagem) (Ojastu, Chiu, & Olsen, 2011; Mueller et al., 2015).

Segundo Kedmenec et al. (2016) a educação para o empreendedorismo social deve permitir aos seus alunos a aquisição da habilidade de unir três diferentes lógicas institucionais: a lógica do bem-estar social, a comercial e a do setor público. As recomendações para o desenvolvimento da educação em empreendedorismo social são: primeiro, os alunos devem sair da sala de aula e procurarem problemas sociais reais em suas comunidades. Tal abordagem como mencionado anteriormente, deve incluir o voluntariado nas organizações do terceiro setor ou empreendimentos sociais, a fim de que os estudantes possam obter uma compreensão da complexidade dos problemas sociais, lidando com a limitação de recursos disponíveis. Os alunos devem propor soluções ou pequenas melhorias combinando lógica comercial, de bem-estar social e do setor público. Em segundo lugar, a inspiração para o ES deve ser criada por palestras dadas por empreendedores sociais ou por beneficiários de empreendimentos sociais para obter um resultado afetivo nos estudantes. Em terceiro lugar, o ES deve ser apresentado como uma profissão socialmente conceituada, que depende, às vezes, do governo, como o caso de uma lei específica para esse tipo de organização, mas certos passos podem ser dados através da educação. Por exemplo, competições para premiar o melhor plano de negócio poderiam ser organizadas com ampla cobertura da mídia. A pesquisa de Huster et al. (2017) buscou exatamente estudar esse tipo de competição e seus resultados foram bastante positivos, sendo a prática uma boa oportunidade para os alunos se envolverem no campo do ES em complemento com a educação superior. Em quarto lugar, fazer doações é muito frequente entre os estudantes. No entanto, a ênfase da educação no processo deve ser em doações de coisas que não são usadas, o que elevaria a conscientização do potencial de negócios escondido na reutilização de recursos descartados, que é um dos pressupostos básicos da sustentabilidade do ES (Kedmenec et al., 2016).

Os educadores do campo do ES devem se concentrar em melhorar a criatividade dos alunos, organizando diversas oportunidades de trabalho em equipe para que os estudantes possam experimentar processos e resultados da construção em conjunto. Em particular, os educadores devem encorajar os alunos a expressar ideias originais durante a fase inicial e, depois, enfatizar abordagens flexíveis para desencadear ações empreendedoras para a inovação social (Ip, Ling et al., 2018), nutrindo e engajando o espírito empreendedor dos aprendizes

desde cedo para que estes estejam preparados para iniciar negócios capazes de produzir mudanças sociais.

Os educadores junto às universidades devem integrar o ES aos currículos de educação universitária, de modo que a formação profissional seja capaz de estimular estudantes a se tornarem pessoas mais conscientes dos problemas sociais. Para que isso aconteça, é vital assegurar a melhoria das competências de empreendedorismo dos alunos por meio de cursos universitários bem desenhados sobre como empreendedores sociais desenvolvem suas ideias, como financiam seus empreendimentos, as maneiras pelas quais superam os desafios de integrar vários níveis de desempenho econômico com impacto social/ambiental e os tipos de organizações que os empreendedores criam (com fins lucrativos, sem fins lucrativos, cooperativa, híbrida, etc.). Educação e incentivo de políticas públicas podem promover o espírito empreendedor social entre jovens, facilitar a diversificação da base socioeconômica do país e a transição para um conhecimento econômico de ponta (Ashour, 2016).

Os programas educacionais devem fortalecer a percepção do ES como um trabalho socialmente valorizado. Eles devem considerar especialmente a inclusão de elementos inspiradores propositadamente concebidos, uma vez que o ES pode não oferecer recompensas financeiras atraentes (Kedmenec et al., 2016). Os educadores dessa área devem projetar apropriadamente esses elementos nos cursos e aulas, planejar cuidadosamente os programas de aprendizagem de serviço e experiencial e prestar atenção nas atividades extracurriculares, com o objetivo de desenvolver diversas experiências para a inovação social (Ip, Ling et al., 2018). As universidades possuem recursos para criar e sustentar o impacto social quando: existe espaço, comunicação com partes interessadas internas e externas, envolvimento dos alunos, apoio institucional, exemplos de ES e um esforço geral para iniciativas de inovação social e ES.

O ES pode potencialmente ser alvo de resistências e oposição, mas quando implementado poderá criar um efeito cascata que influenciará positivamente alunos, professores, empresas, organizações sem fins lucrativos, cidadãos locais, ambientes locais e governos. Se o corpo docente focar seus esforços nonexo entre estudantes, ensino, pesquisa e as necessidades do “mundo real”, então será possível imaginar que as partes interessadas externas começarão a dar maior valor ao papel da universidade na sociedade. No entanto, é evidente que o corpo docente e os funcionários devem buscar regularmente informações de interessados externos e alunos para que eles não sejam meros atores nos ecossistemas de ES, mas líderes (Thomsen et al., 2018).

Por fim, as descobertas sugerem que as universidades para melhor atingir os seus objetivos de ES devam centrar-se em atividades para cultivar a percepção de viabilidade e percepção de desejabilidade entre os estudantes para promover mais *startups* sociais. As descobertas também mostram que é importante expor os alunos à viabilidade de empreendimentos sociais por meio de iniciativas como projetos de aprendizagem de serviços ou experiencial em parceria com programas baseados em necessidades organizacionais que podem ser apoiados por meio de laboratórios ou incubadoras universitárias de negócios, incluindo empreendimentos (Barton et al., 2018). A participação dos alunos nessas atividades oportuniza o desenvolvimento de competências empreendedoras possibilitando que eles possam optar pela carreira no campo do ES e os ajudando a se tornarem atores importantes no processo de tomada de decisão e agentes ativos da mudança social positiva na sociedade (Perić & Delić, 2014).

#### Lacunas e agenda de pesquisa

Esta seção retrata as agendas de pesquisa formuladas por autores dos artigos analisados nesta revisão de literatura. As agendas mais recorrentes mencionam a necessidade de se estudar os métodos de ensino em empreendedorismo social e, em especial, a aplicação da Aprendizagem Experiencial e a Aprendizagem em Serviço (Ashour, 2016; Bacq & Alt, 2018; Chang et al., 2014a, 2014b; Greblikaiteet al., 2016; Hockerts, 2018; Kedmenec et al., 2016; Mueller et al., 2015), identificar e relacionar melhor os efeitos das variáveis etnia, idade, sexo, familiaridade com tecnologia, experiência social, experiência de trabalho, normas subjetivas, empatia, antecedentes do valor social, autoeficácia, barreiras da intenção de empreendedorismo social, formação da intenção empreendedora social, traço de personalidade, criatividade, motivação, capital social, efeito do estilo cognitivo (Bacq & Alt, 2018; Chang et al., 2014a, 2014b; Hockerts, 2017; Hsu & Wang, 2019; Mueller et al., 2015; Ip, Wu et al., 2018; Tiwari *et al.*, 2017a, 2017b, 2017c; Shahverdi et al., 2018).

Existe também a necessidade de métodos mais robustos de pesquisa que utilizem pré e pós testes, delineamentos experimentais e quase-experimentais, estudos qualitativos, estudos longitudinais (Bacq & Alt, 2018; Greblikaiteet al., 2016; Hsu & Wang, 2019; Kedmenec et al., 2016; Othman & Ab Wahid, 2014) e futuras pesquisas que construam/incluam medidas recolhidas externamente que captam comportamentos/desempenho do empreendedorismo social, e também pesquisas que demonstram o envolvimento real no empreendedorismo social

e não apenas a intenção empreendedora social de estudantes universitários (Bacq & Alt, 2018; Hockerts, 2015).

Também foram mencionadas: (1) a necessidade de mais pesquisas que utilizem vários países, departamentos, contextos, participantes VS não participantes, empreendedores sociais VS empreendedores tradicionais (Barton et al., 2018; Greblikaite et al., 2016; Hockerts, 2018; Hsu & Wang., 2019; Lacap et al., 2018; Mueller et al., 2015; Shahverdi et al., 2018); (2) a possibilidade de usar a escala desenvolvida por Hockerts (2015) para testar, em estudos longitudinais, se a educação empreendedora social influencia a intenção e o comportamento empreendedor social.

Foram sugeridas mais pesquisas sobre o efeito das abordagens de Aprendizagem Experiencial e a Aprendizagem em Serviço para buscar entender as experiências dos acadêmicos em lidar com esta forma metodológica (alunos e professores), verificando também as visões dos outros interessados (comunidade, organizações e empreendedores sociais), especialmente para descobrir como eles se beneficiam desse tipo de abordagens (Bacq & Alt, 2018; Chang et al., 2014a, 2014b).

#### ***2.4.4 Conclusões da Revisão Sistemática***

A literatura do ensino em empreendedorismo social ainda pode ser considerada um campo emergente e que necessita de mais aprofundamento teórico e empírico, uma vez que ele ainda se encontra sem uma teoria específica consolidada, utilizando teorias de outros campos do conhecimento para entender esse fenômeno, em especial, da área do empreendedorismo tradicional. Sabemos ainda que muitas das características do empreendedorismo tradicional estejam também relacionadas ao empreendedorismo social, porém os desafios do empreendedor social são diferentes e talvez mais amplos do que o do empreendedor tradicional, exigindo do empreendedor conhecimentos e habilidades diferentes. Dada a importância do ES para a sociedade, é preciso ampliar as pesquisas para explicar e conhecer melhor esse fenômeno, uma vez que a literatura, apesar de ter crescido nos últimos anos, ainda carece de evidências científicas que comprovem a efetividade das ações e dos programas de ensino de ES em universidades.

Uma das lacunas principais do campo de estudo é a necessidade de pesquisas mais robustas, a exemplo, com recorte longitudinal, uma vez que não foi encontrada nenhuma pesquisa na amostra com esse delineamento e os próprios pesquisadores sugerem esse recorte

em futuras pesquisas. Parte disso se explica pelo fato da teoria predominante no campo ser a intenção empreendedora social, uma vez que a teoria afirma que a intenção empreendedora social é um preditor do envolvimento das pessoas com o empreendedorismo social, porém não foram identificados resultados empíricos que confirmem isso e se as pessoas com maior intenção empreendedora social são as que de fato empreendem, sendo este um campo bastante promissor para futuras pesquisas.

Uma das abordagens promissoras para a educação empreendedora social é a aplicação das metodologias da Aprendizagem Experiencial e Aprendizagem de Serviços. Segundo os resultados de Kedmenec et al. (2016), as disciplinas de empreendedorismo social pouco focam nas experiências práticas dos alunos, sendo essa necessidade suprida pelas duas abordagens supracitadas, pois elas permitem que os alunos vivenciem os problemas reais enfrentados pelos empreendedores sociais e aumentem seus níveis de autoeficácia, empatia, intenção empreendedora social, obrigação moral, suporte social, desejabilidade percebida e percepção de viabilidade do empreendimento, o que os tornariam mais preparados para o mercado de trabalho de maneira geral. As variáveis preditoras da intenção empreendedora que mostraram resultados conclusivos são: autoeficácia, percepção de controle comportamental, criatividade, educação, experiência anterior, normas subjetivas e suporte social, sendo importantes indícios para a educação em ES, junto com o desenvolvimento de vivência prática empreendedora dos alunos.

Os resultados da variável empatia não foram conclusivos, porém isto não é sugerir que empatia não desempenha nenhum papel na determinação do comportamento social empreendedor. De fato, para considerar uma carreira em empreendedorismo social, os indivíduos precisam ter um grau de orientação diferente do requerido pelo empreendedorismo tradicional ou outras carreiras tradicionais (Miller, Grimes, McMullen, & Vogus, 2012). Ao mesmo tempo, no entanto, não importa o quão empático os indivíduos sejam, sua empatia não irá prever diretamente suas intenções de se tornarem empreendedores sociais. As múltiplas maneiras pelas quais os indivíduos podem seguir carreiras responsáveis (Tams & Marshall, 2011) provavelmente resultam em variações consideráveis em como os indivíduos expressam suas disposições empáticas em suas intenções e escolhas de carreira. Para canalizar sua empatia para as intenções do empreendedorismo social, os indivíduos devem também experimentar a autoeficácia e o valor social do empreendedorismo social. Assim, enquanto indivíduos seriam incapazes de desenvolver as o comportamento empreendedor social na ausência de uma

perspectiva e de uma preocupação empática, é a autoeficácia e valor social que derivam de suas disposições empáticas que, em última instância, determinarão suas intenções.

Em particular, Bacq e Alt (2018) descobriram que a autoeficácia do empreendedorismo social mediar completamente à relação entre a empatia afetiva (preocupação empática) e intenções do empreendedorismo social. Esses achados complementam evidências de estudos anteriores de intenção empreendedora da teoria do comportamento planejado de Ajzen (1991) e o modelo de evento empreendedor de Shapero e Sokol (1982) (citados, por exemplo, em Forster & Grichnik, 2013; Hockerts, 2017), sugerindo a empatia afetiva como um novo antecedente da autoeficácia em modelos de intenção empreendedora. Em segundo lugar, os autores descobriam que, além de se sentir autoeficaz, sentir-se valorizado pelos outros (ou seja, valor social) é outro fator importante que transmite empatia cognitiva (tomada de perspectiva) em intenções do empreendedorismo social. Ou seja, indivíduos com maior capacidade de se colocar no lugar do outro são provavelmente os que percebem com maior certeza sobre se a sua ajuda seria valorizada pelos seus pares. Como a tomada de perspectiva permite que os indivíduos visualizem o impacto potencial de suas ações sobre os outros, eles provavelmente vão sentir maior valor social e, como resultado, formar maiores intenções para se engajar em ES.

O desenvolvimento de competências empreendedoras sociais nos alunos permite que estes possam optar pela carreira no campo do empreendedorismo social ou aplicá-las elas em outros contextos, tendo em vista que as competências empreendedoras são requeridas por muitas empresas. Vale ressaltar que outros países têm adotados legislações específicas para reger empresas sociais, reconhecendo o valor que estas têm para sanar os problemas sociais. No Brasil, tramita no Congresso Nacional uma lei que trata especificamente desse tipo de empreendimento. Apesar do crescimento do campo de empreendedorismo social no mundo por meio de ações governamentais e empresárias, o tema no meio acadêmico ainda é pouco explorado e nas universidades os alunos quase não têm contato com o tema.

Uma busca feita em 2020 sobre o tema, usando os mesmos descritores adotados nesta revisão sistemática de literatura com artigos publicados no ano de 2019 retornou em 20 artigos, um aumento de aproximadamente 67% em comparação com o ano de 2018, confirmando a importância e o crescimento que esse tema tem tido nas pesquisas acadêmicas. Apesar da importância e crescimento dos estudos sobre esse assunto não foram encontrados estudos feitos no Brasil sobre intenção de iniciar um ES, nem sobre os seus determinantes. Estudos que visem investigar a intenção iniciar um empreendimento social de estudantes universitários brasileiros

preencherá uma lacuna nas pesquisas sobre o tema e será um ponto de partida para que a educação empreendedora possa incluir a aprendizagem experiencial e em serviço como métodos de ensino. Esta pesquisa pretende contribuir para o conhecimento sobre ES de acordo com percepções de estudantes universitários brasileiros. A seguir são descritos os procedimentos metodológicos adotados neste estudo.

### 3 MÉTODO

Esta seção apresenta a caracterização do delineamento da pesquisa, a descrição das etapas da adaptação transcultural da escala de *Determinants of Social Entrepreneurial Intentions* (Hockerts, 2017), bem como o detalhamento dos procedimentos de coleta e análise de dados visando à consecução dos dois objetivos específicos deste estudo.

#### 3.1 Caracterização da pesquisa

Trata-se de uma pesquisa empírica (Sampieri, Collado, & Lucio, 2013), baseada, em proposições teóricas e empíricas de Hockerts (2017), que tentam compreender por que e de que maneira fenômenos ligados ao empreendedorismo social ocorrem. O delineamento desta pesquisa é misto (qualitativo e quantitativo), sequencial convergente, de corte transversal, descritivo e inferencial, baseado em dados extraídos de fontes primárias e referenciais teóricos e empíricos obtidos por meio de revisão sistemática da literatura científica sobre o tema de empreendedorismo social (Creswell, 2007).

Esta pesquisa é composta por dois estudos, sendo o primeiro qualitativo (Tradução e adaptação da escala) e o segundo, quantitativo (Busca de evidências de qualidade psicométrica da versão brasileira da escala) com aplicação de questionário em amostra de estudantes universitários de Administração vinculados a Instituições de ensino superior sediadas no Distrito Federal. Quanto às estratégias de análise dos dados obtidos por intermédio da escala, foram adotadas análises estatísticas descritivas e inferenciais (Gil, 2018). A abordagem de métodos mistos, tal como adotada neste estudo, tem natureza complementar.

#### 3.2 Estudo 1 - Tradução e adaptação transcultural da escala de Hockerts (2017)

Baseando-se nos procedimentos sugeridos por Reichenheim e Moraes (2007) e aplicados por Conti, Cordás e Latorre (2009) e Borsa, Damásio e Bandeira (2018) foi realizada a adaptação transcultural do questionário, escrito originalmente em língua inglesa, por Hockerts (2017), para a língua portuguesa em uma amostra de estudantes de Administração.

Inicialmente foi solicitada, por e-mail, a autorização do autor para a adaptação transcultural e aplicação do referido instrumento em amostra de estudantes universitários do Distrito Federal, conforme carta contida no Anexo 3, enviada no dia 21 de agosto de 2019.

Após o recebimento do e-mail de autorização do autor da escala para a realização da pesquisa, no dia 22 de agosto de 2019 (Anexo aprovado), foram realizadas as seguintes seis etapas, tal como proposta por Borsa, Damásio e Bandeira (2018): (1) tradução do instrumento do idioma de origem para o idioma-alvo, (2) síntese das versões traduzidas, (3) avaliação da síntese por juízes experts, (4) avaliação do instrumento pelo público-alvo, (5) tradução reversa, (6) estudo-piloto e uma sétima etapa que comumente não está incluída no processo de adaptação de instrumentos, mas que julgamos importante para investigar se, de fato, o instrumento mantém-se estável sua estrutura empírica quando comparado ao original. Trata-se da avaliação exploratória da estrutura fatorial do instrumento que compõe o Estudo 2 desta pesquisa, seguindo as mesmas análises utilizadas pelo autor da escala.

A primeira etapa foi realizada no dia 14 de maio de 2019 por nove pesquisadores do grupo de pesquisa impacto ([dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/7483536137929085](http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/7483536137929085)), sendo eles, dois estudantes de graduação em psicologia, seis doutorandos (sendo três da psicologia e três da administração) e uma doutora em psicologia, todos os quais bilíngues e com experiência em psicometria. Esses pesquisadores realizaram traduções individuais, livres e independentes da escala original da língua inglesa para a língua portuguesa. Após esse processo, o autor desta pesquisa avaliou as diferentes traduções, identificando discrepâncias semânticas, idiomáticas, conceituais, linguísticas e contextuais entre elas e delas com a versão original da escala.

Após a síntese das versões traduzidas, o pesquisador retornou ao grupo de pesquisa para que à primeira versão traduzida da escala fossem acrescentadas informações sobre instruções, formato da escala de pontuação, e discutida a fidelidade do instrumento adaptado a escala original. Essa etapa contou com quatro pesquisadores doutorandos em administração e psicologia, sendo três dos quais estiveram presentes na fase anterior de tradução da escala. Essa versão da escala encontra-se no Anexo B.

Após esse trabalho, foram realizadas entrevistas de validação semântica da escala em língua portuguesa com quatro estudantes universitários de Serviço Social, Ciências Políticas, Enfermagem e Comunicação Organizacional. As entrevistas ocorreram com duas pessoas do gênero feminino e com duas do masculino, de forma individual e duraram em torno de 20 minutos respectivamente. Foi solicitado que os estudantes lessem todo o instrumento e explicassem o que compreenderam em cada parte. Eles também deveriam ler todos os itens atentamente e responder o questionário utilizando uma **escala de 1 a 5**, em que 1 (um) equivale a **“Discordo totalmente”** e 5 (cinco), a **“Concordo totalmente”**). Para cada afirmativa o entrevistado deveria registrar, à direita do item, o número que melhor descrevesse a sua opinião

em relação às declarações listadas. Além de responderem às questões objetivas os participantes tiveram de explicar o que compreenderam em cada item e se as respostas colocadas no questionário, a partir da escala de pontuação, eram precisamente o que queriam dizer a respeito daquele assunto.

Para o item 3 que, na versão original é “*I know a lot about social organizations*”, havia duas traduções sugeridas pelo grupo, “Eu tenho muito conhecimento sobre organizações sociais.” e “Eu sei muito sobre organizações sociais.”, as quais foram submetidas aos entrevistados para que escolhessem a redação mais compreensível, justificando a sua escolha. Todos os estudantes afirmaram que a primeira continha um significado mais acadêmico e de mais fácil entendimento do que a segunda. Por isso, essa versão foi escolhida para compor a versão brasileira da escala.

Os itens 6 (Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas.) e 19 (Eu não planejo começar um empreendimento social.) Não foram bem compreendidos pelos entrevistados, indicando oportunidades de melhoria. Em função disso, foram realizadas mais três entrevistas com outros estudantes universitários. Nessa segunda rodada de entrevistas, dois dos entrevistados são do gênero masculino e um do feminino e estavam cursando os cursos de Medicina, Ciências Sociais e Administração. Além de realizar a validação semântica de todo o instrumento, foi solicitado aos entrevistados que dissessem o que entendiam sobre as duas versões das questões 16 (16a - Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas e 16b - Eu me sinto comovido por pessoas socialmente marginalizadas.) e 19 (19a - Eu planejo começar um empreendimento social e 19b - Eu não planejo começar um empreendimento social).

O item 16a, melhor compreendido pelos entrevistados, passou a compor a nova versão do instrumento brasileiro. O item 19b, entretanto, foi considerado impreciso, pois um dos estudantes, ao optar pela discordância, gerou uma dupla negação “discordo que *não* planejo começar um empreendimento social”, que corresponde a uma afirmação de *concordância* de que planeja começar um empreendimento. É importante ressaltar que na escala original essa questão está redigida como uma negativa (“*I do not plan to start a social enterprise.*”), porém foi necessário adaptá-la para o sentido afirmativo, conforme exposto anteriormente.

O questionário foi enviado para dois pesquisadores bilíngues da área de administração para tradução reversa, da versão em língua portuguesa para língua inglesa. Esta etapa mostrou que os itens retraduzidos tinham redações similares ou idênticas às dos itens na escala original. Em seguida, a versão retraduzida da escala (Anexo C) foi enviada por *e-mail*, no dia 07 de

outubro de 2019, ao autor, Hockerts, para apreciação da fidelidade da adaptação transcultural da escala. No dia 06 de novembro de 2019, foi reiterada a solicitação para o autor (Anexo C) e ele retornou a mensagem no mesmo dia, conforme Anexo C, concordando com a redação de quase todos os itens. O autor da escala original identificou pequenas diferenças em três itens (5, 11 e 17.). Na versão retraduzida do item 11 (*When I see socially disadvantaged people, I get sensitized.*) ele afirmou que "*put my mind to it*" (versão original) é um pouco diferente de "*willing to do so*" (retradução). Após análise do conteúdo das afirmativas, resolveu-se manter o conteúdo do item em língua portuguesa sem alterações, pois era bastante fiel ao conteúdo da escala original. No item 17, o autor informou que "*expect*", contido no item da escala original, não pode ser considerado sinônimo de "*hope*", contido na escala retraduzida. Porém, como a palavra "esperar", em língua portuguesa, tem significado similar a "*expect*" do item original, não houve necessidade de alterar a redação do item na versão adaptada. Apenas no item 5 houve alteração na versão em língua portuguesa de "*Quando vejo pessoas socialmente desfavorecidas, fico sensibilizado(a).*" para "*Ver pessoas socialmente desfavorecidas desencadeia uma resposta emocional em mim*", em virtude da declaração do autor de que "sensibilizado" é diferente de evocar uma "resposta emocional".

### **3.3 Estudo 2 - Busca de evidências de validade da versão brasileira da escala**

Após a finalização do estudo 1, foi realizado o estudo que buscou evidências de validade psicométrica da escala de Hockerts adaptada para aplicação em amostras de estudantes universitários brasileiros.

#### **3.3.1 Procedimentos de coleta de dados**

A escala de determinantes do empreendedorismo social, adaptada do instrumento de Hockerts (2015, 2017), foi aplicada em uma amostra de estudantes universitários brasileiros em duas versões, uma impressa e outra *online*, conforme Anexos 1 e 2. O questionário impresso foi aplicado presencialmente em estudantes matriculados em disciplinas ofertadas pelo Departamento de Administração da Universidade de Brasília e o questionário em formato digital foi aplicado em estudantes ou formados, graduação e pós-graduação, por meio do envio do *link* de acesso ao instrumento por *e-mails*, *whatsapp*, *linkedin* e *facebook*. A coleta presencial de dados foi coletiva e ocorreu em sala de aula no início ou ao final de uma das aulas, com

autorização e sem agendamento prévio do docente responsável pela turma. Ressalta-se, portanto, que a amostra foi por conveniência e por acessibilidade. A coleta de dados ocorreu nas últimas semanas do segundo semestre letivo de 2019, gerando dificuldade de acesso aos estudantes, uma vez que muitos deles já se encontravam liberados das aulas presenciais ou estavam dedicados a apresentações orais, relatórios ou realizando provas.

Ao realizar o convite de participação da pesquisa, buscou-se reiterar as informações contidas no questionário, orientando os respondentes quanto aos objetivos, à justificativa e ao método do estudo, assim como ao compromisso com o sigilo das informações individuais coletadas, garantindo ainda que os dados seriam analisados e relatados de forma agrupada. Além disso, foi enfatizado aos estudantes que os resultados da pesquisa teriam fins exclusivamente acadêmicos e científicos. A participação no preenchimento do instrumento foi de caráter voluntário e o tempo de aplicação do instrumento foi em média de 10 a 15 minutos.

### **3.3.2 Instrumento de coleta de dados**

A escala que avalia determinantes da intenção de realizar um empreendimento social de Hockerts (2017), versão adaptada transculturalmente para a língua portuguesa, contém 19 itens associados a uma escala Likert de cinco pontos, em que 1(um) corresponde a “discordo totalmente” e 5 (cinco), a “concordo totalmente”. A escala adaptada compreende as seguintes dimensões ou fatores: experiência anterior (3 itens), empatia (4 itens), obrigação moral (3 itens), autoeficácia (3 itens) , percepção de suporte social (3 itens) e intenção de realizar um empreendimento social (3 itens). (Ver Anexo 1, instrumento original). A última seção do questionário, em português, contém itens de caracterização do perfil sociodemográfico e acadêmico dos estudantes, que visa identificar os respondentes em relação às variáveis: gênero, idade, curso, semestre, se já cursou alguma disciplina ligada ao empreendedorismo e qual (ver Apêndice A).

## **3.4 Participantes**

Preencheram o questionário 544 respondentes. Porém, foram mantidas na amostra final apenas estudantes de administração, tal como ocorreu no estudo de construção da escala original (Hockerts, 2015). A amostra de participantes foi composta por 303 indivíduos, sendo 173 (57,5%) do gênero masculino, 128 (42,5%) do gênero feminino e dois (0,7%) participantes não

declararam seus gêneros. A média de idade foi de 21,69 (DP = 4,17) anos, com amplitude de 17 a 47 (n = 302), uma pessoa não respondeu (0,3%). Em termos do número de semestres cursados pelos participantes até o momento da coleta de dados, a média foi de 4,35 (SD = 2,68) semestres, com uma amplitude de 1 a 13 (n = 292), 11 pessoas não responderam (3,6%). Todos os participantes da pesquisa eram estudantes de graduação em administração. Nessa amostra, 183 (60%) estudantes afirmaram não ter cursado nenhuma disciplina de empreendedorismo (n = 303). Devido aos dados não declarados, algumas informações apresentam variações em relação aos números dos sujeitos, porém os percentuais dos respondentes se referem aos percentuais válidos, ou seja, sem os dados omissos.

### 3.5 Procedimentos de análise de dados

As respostas numéricas dos estudantes ao questionário foram registradas em arquivo de dados no *software* estatístico *Statistical Package for the Social Sciences*(SPSS), versão 21. Após o lançamento manual das respostas dos participantes aos questionários impressos no SPSS, foram realizadas análises exploratórias visando à identificação de problemas de digitação e de inconsistências na tabulação das informações coletadas, por meio de histogramas e gráficos de caixa. Após a correção de erros de digitação, foram analisadas, a distribuição das variáveis, os dados extremos e os omissos. (Dancey & Reidy, 2006).

Em virtude do prazo, optou-se por não analisar, neste estudo, as respostas das perguntas abertas, presentes no questionário. Em momento posterior à organização dos dados, foram realizadas as análises de estatísticas descritivas (frequências, médias, desvios padrões, valores máximos e mínimos), que permitiram caracterizar as informações extraídas das dimensões presentes nas escalas. Foram aplicados também testes exploratórios para análise da viabilidade da análise fatorial na escala, com a análise de correlações bivariadas entre as respostas dos participantes ao instrumento e análises preliminares de componentes principais da escala. Em seguida, procedeu-se à análise fatorial exploratória (AFE) da estrutura empírica da escala, utilizando-se para tal o método fatoração dos eixos principais (*Principal Axis Factoring* - PAF), com o intuito de identificar o número de elementos que poderiam ser extraídos, assim como a fatorabilidade da matriz de dados, a partir do Teste de Esfericidade de *Barrlett'se* valor de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). As análises foram feitas para investigar o número de fatores e, em seguida, verificar se a estrutura da escala adaptada para a língua portuguesa mantinha os o mesmo número de fatores (seis) da escala original. Para identificação da estrutura empírica da

escala adaptada, foram adotados os seguintes critérios: os autovalores (*eigenvalues*), maiores que 1, inspeção visual dos gráficos de sedimentação (*screeplot*), mínimo de 3% de variância explicada por fator (Harman, 1967) e a interpretabilidade do fator.

Na escala adaptada para a língua portuguesa, utilizou-se o método PAF com rotação oblíqua (*direct oblimin*), visando verificar as correlações entre os fatores e adotar rotação tecnicamente recomendada por Pasquali (2008) para estudos das ciências psicossociais. Segundo Sass e Schmitt (2010), o critério de rotação adotado pode produzir resultados significativos nas correlações entre os fatores e as cargas fatoriais dos itens. Após AFE, foram realizadas análises da consistência interna dos fatores da escala a partir do cálculo do Alfa de *Cronbach*. Como a AFE é robusta à violação da normalidade das variáveis, segundo Pasquali (2010) e Laros (2012), optou-se por não realizar o teste de normalidade de *Kolmogorov-Smirnov*. A matriz de dados submetida às análises foi composta pelas variáveis originais, não submetidas a transformações. Ao final, foram exploradas correlações entre as medias fatoriais e informações sociodemográficas e acadêmicas dos participantes da amostra de estudantes universitários.

#### 4 RESULTADOS

Antes de realizar a análise fatorial desse estudo, foram executados alguns procedimentos estatísticos para verificação da fatorabilidade da matriz de dados. As correlações entre as variáveis da escala foram analisadas com o objetivo de investigar a magnitude dos coeficientes das correlações. Após exportação da matriz para planilha em *excel*, foi observado que as correlações apresentaram valores baixos e moderados, sendo mais de 50% inferiores a 0,30. A Tabela 9 mostra a matriz de correlações entre as variáveis da escala.

Tabela 9  
Correlações<sup>c</sup>

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
1	1																			
2	0,451**	1																		
3	0,442**	0,363**	1																	
4	0,212**	0,095	0,136*	1																
5	0,189**	0,068	0,071	0,513**	1															
6	0,161**	0,111	0,136*	0,456**	0,571**	1														
7	0,138*	0,072	0,033	0,428**	0,516**	0,514**	1													
8	0,100	0,033	0,056	0,339**	0,334**	0,450**	0,507**	1												
9	0,088	0,057	0,073	0,196**	0,244**	0,351**	0,484**	0,552**	1											
10	0,075	0,000	-0,010	0,146*	0,151**	0,201**	0,379**	0,359**	0,509**	1										
11	0,181**	0,098	0,140*	0,255**	0,185**	0,207**	0,205**	0,119*	0,152**	0,186**	1									
12	0,257**	0,146*	0,163**	0,248**	0,158**	0,173**	0,162**	0,111	0,120*	0,069	0,504**	1								
13	0,172**	0,080	0,092	0,211**	0,209**	0,254**	0,336**	0,186**	0,226**	0,197**	0,444**	0,366**	1							
14	0,229**	0,115*	0,184**	0,075	0,118*	0,073	0,153**	0,125*	0,108	0,119*	0,184**	0,202**	0,155**	1						
15	0,174**	0,056	0,139*	0,066	0,096	0,098	0,172**	0,055	0,090	0,059	0,238**	0,207**	0,283**	0,692**	1					
16	0,010	0,000	0,049	0,053	0,047	0,078	0,099	0,111	0,119*	0,095	0,188**	0,146*	0,170**	0,284**	0,322**	1				
17	0,215**	0,144*	0,159**	0,357**	0,357**	0,395**	0,409**	0,310**	0,266**	0,217**	0,306**	0,372**	0,294**	0,217**	0,232**	0,200**	1			
18	0,363**	0,188**	0,313**	0,226**	0,198**	0,247**	0,157**	0,208**	0,107	0,130*	0,186**	0,331**	0,207**	0,127*	0,145*	0,070	0,441**	1		
19	0,320**	0,182**	0,278**	0,244**	0,222**	0,212**	0,144*	0,118*	0,075	0,029	0,203**	0,304**	0,123*	0,168**	0,223**	0,125*	0,490**	0,740**	1	

\* p<0,05 \*\* p<0,01 c. Relativo às listas N=301

1 = Eu tenho experiência em trabalhar com problemas sociais; 2= Eu já me voluntariei ou trabalhei em organizações sociais; 3 = Eu tenho muito conhecimento sobre organizações sociais; 4 = Quando penso em pessoas socialmente desfavorecidas, eu tento me colocar no lugar delas; 5 = Ver pessoas socialmente desfavorecidas desencadeia uma resposta emocional em mim; 6 = Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas; 7= É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós; 8 = Nós somos moralmente obrigados a ajudar pessoas socialmente desfavorecidas; 9 = Um dos princípios de justiça da nossa sociedade requer que nós ajudemos aqueles menos privilegiados que nós; 10 = Um dos princípios da nossa sociedade é que devemos ajudar pessoas socialmente desfavorecidas; 11 = Estou convencido(a) de que, pessoalmente, posso contribuir para enfrentar os desafios da sociedade, se eu me dispuser a isso; 12 = Eu poderia descobrir uma maneira para ajudar a resolver os problemas que a sociedade enfrenta; 13 = Cada um de nós pode contribuir para solucionar problemas sociais; 14 = Pessoas me apoiariam se eu quisesse criar uma organização para ajudar pessoas socialmente marginalizadas; 15 = Se eu planejasse lidar com um problema social relevante, as pessoas me apoiariam; 16 = É possível atrair investidores para uma organização que busca resolver problemas sociais; 17 = Eu espero que em algum momento no futuro eu esteja envolvido(a) na criação de uma organização que vise resolver problemas sociais; 18 = Eu tenho uma ideia preliminar de um empreendimento social que eu planejo realizar no futuro; 19 = Eu planejo começar um empreendimento social;

c. Relativo às listas N=301

No entanto, o valor do *Kaiser-Meyer-Olkin* -  $KMO = 0,807$  apresentou-se próximo a 1, indicando que a matriz de dados é fatorável. Além disso, o Teste de Esfericidade de *Barlett's* apresentou um valor de 1921,585,  $p = 0,0001$ , sugerindo, portanto, a rejeição da hipótese nula, isto é, há diferenças entre a matriz correlacional e a matriz identidade, ou seja, as correlações entre os pares de variáveis são diferentes de 0 e, conseqüentemente, podem ser extraídos fatores a partir das variáveis originais, sendo análise fatorial bastante apropriada (Fávero & Belfiore, 2017).

Foram analisados também os valores das comunalidades e não foram identificados valores extremos próximos de zero ou de um, indicando que não há problemas quanto à fatorabilidade da matriz de dados. Após análises preliminares, as respostas válidas de 303 participantes aos 19 itens do questionário foram submetidas a Análises Fatoriais Exploratórias (AFE) com o método de extração dos eixos principais (*Principal Axis Factoring*– PAF) e método de rotação: Oblimin com normalização de Kaiser. Após analisar os critérios mencionados anteriormente e as possibilidades de soluções fatoriais, optou-se por uma estrutura empírica composta por seis fatores. A Tabela 10 mostra a estrutura empírica da Escala dos Determinantes da Intenção Empreendedora Social resultante das análises fatoriais exploratórias e de consistência interna dos itens. Essa tabela também apresenta os resultados descritivos (médias e desvios padrões) referentes às respostas dos participantes a cada item do questionário, cargas fatoriais, comunalidades ( $h^2$ ), médias e desvios padrões dos fatores, número de itens por fator, porcentagem de variância explicada pelos fatores.

Tabela 10  
Estrutura empírica da escala dos determinantes da intenção empreendedora social

Itens das Escalas	Resultados								$h^2$
	Descritivos		Cargas Fatoriais						
	Média	Desvio Padrão	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5	Fator 6	
Ver pessoas socialmente desfavorecidas									
desencadeia uma resposta emocional em mim	4,281	0,926	0,825						0,622
Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas.	4,040	1,032	0,649						0,540

Quando penso em pessoas socialmente desfavorecidas, eu tento me colocar no lugar delas.	4,290	0,854	0,604	0,369	0,442
É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós.	4,277	0,950	0,518		0,598
Eu planejo começar um empreendimento social.	2,455	1,291	0,911		0,822
Eu tenho uma ideia preliminar de um empreendimento social que eu planejo realizar no futuro.	2,449	1,370	0,791		0,694
Eu espero que em algum momento no futuro eu esteja envolvido(a) na criação de uma organização que vise resolver problemas sociais.	3,858	1,105	0,389		0,472
Se eu planejasse lidar com um problema social relevante, as pessoas me apoiariam.	3,545	0,941		0,893	0,787
Pessoas me apoiariam se eu quisesse criar uma organização para ajudar pessoas socialmente marginalizadas.	3,353	1,041		0,795	0,630
É possível atrair investidores para uma organização que busca resolver problemas sociais.	3,818	0,985		0,329	0,169
Eu tenho experiência em trabalhar com problemas sociais.	2,641	1,298		0,703	0,572
Eu já me voluntariei ou trabalhei em organizações sociais.	2,701	1,654		0,620	0,367
Eu tenho muito conhecimento sobre organizações sociais.	2,455	1,053		0,558	0,366
Estou convencido(a) de que, pessoalmente, posso contribuir para enfrentar os desafios da sociedade, se eu me dispuser a isso.	4,218	0,868		0,781	0,587
Eu poderia descobrir uma maneira para ajudar a resolver os problemas que a sociedade enfrenta.	3,805	1,009		0,615	0,466
Cada um de nós pode contribuir para solucionar problemas sociais.	4,528	0,800		0,512	0,367

Um dos princípios de justiça da nossa sociedade requer que nós ajudemos aqueles menos privilegiados que nós.	3,531	1,130				0,827	0,673	
Um dos princípios da nossa sociedade é que devemos ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.	3,406	1,200				0,623	0,381	
Nós somos moralmente obrigados a ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.	3,314	1,225				0,548	0,499	
Média do fator	4,22	2,92	3,57	2,60	4,18	3,42		
Desvio-Padrão do fator	0,39	0,81	0,23	0,13	0,36	0,11		
Autovalor do fator	5,01	2,28	1,74	1,31	1,18	1,14		
Número de Itens do fator	4	3	3	3	3	3		
Alfa de Cronbach do fator	0,798	0,795	0,694	0,666	0,698	0,722		
Variância Total Explicada pelos Fatores							52,93%	

Tanto na Análise de Componentes Principais quanto na PAF resultaram em uma estrutura empírica composta por seis fatores, quantidade igual à obtida por Hockerts (2017) na escala original, que explicam conjuntamente 52,93% da variância das respostas dos participantes aos itens do questionário. O Fator 1, denominado **Empatia**, contém 4 itens com cargas fatoriais variando entre 0,518 e 0,825 e Alpha 0,798. O Fator 2, denominado **Intenção Empreendedora Social**, é composto por 3 itens com cargas fatoriais variando entre 0,389 e 0,911, e Alpha de 0,795. O Fator 3, **Percepção de Suporte Social**, formado por 3 itens com cargas fatoriais variando entre 0,329 a 0,893 e Alpha de 0,694. O Fator 4, **Experiência Anterior** com empreendimentos sociais, contém 3 itens com cargas fatoriais variando de 0,558 a 0,703, Alpha igual a 0,666. O Fator 5, **Autoeficácia Empreendedora Social**, possui 3 itens com cargas fatoriais variando entre 0,512 a 0,781 e Alpha igual a 0,698. Fator 6, denominado **Obrigação Moral**, contém 3 itens com cargas fatoriais variando de 0,548 a 0,827, Alpha igual a 0,722. Esses resultados evidenciam que as escalas possuem validade e confiabilidade, podendo ser aplicadas no contexto de estudantes universitários brasileiros de Administração. A porcentagem de variância total explicada pelos seis fatores pode ser considerada adequada por Streiner (1994), que considera 50% de explicação da variância total satisfatória. De acordo com Peterson (2000), essa porcentagem de explicação da variância fornece uma referência para a avaliação do que poderia ser um bom nível de variância explicada.

A média do Fator 1 (4,22) mostra altos níveis de empatia dos participantes com pessoas socialmente desfavorecidas e pouca variabilidade (DP = 0,39) nas respostas. A média do Fator 2 (2,92) mostra níveis moderados de intenção de realizar empreendimento social e de variação (DP = 0,81). A média do Fator 3 (3,57) mostra níveis moderados de expectativas dos participantes de receberem suporte social, caso realizassem um empreendimento social. As percepções sobre esse fator apresentaram pouca variabilidade (DP = 0,23) nas respostas. A média do Fator 4 (2,60) revela níveis moderados de experiência de participação em empreendimentos sociais e pouca variabilidade (0,13) nas respostas. A média do Fator 5 (4,18) mostra altos níveis de autoeficácia dos participantes em solucionar problemas sociais e pouca variabilidade (DP = 0,36) nas respostas. A média do Fator 6 (3,42) mostra níveis moderados de obrigação moral dos participantes com pessoas socialmente desfavorecidas e pouca variabilidade (DP = 0,36) nas respostas.

A Tabela 11 compara as estruturas empíricas da escala em suas duas versões, original e adaptada, em termos de composição dos fatores, cargas fatoriais e Alphas de Cronbach.

Tabela 11  
**Comparação entre a escala original de Hockerts (2017) e a versão adaptada**

Hockerts (2017) - Determinants of Social Entrepreneurial Intentions Scale			Escala de Determinantes de Intenções de Empreendedora Social		
	Study 1	Study 2	Study 3	Estudo Brasileiro	
Original	(N = 257)	(N = 327)	(N = 2790)	Versão Adaptada (N = 303)	
<b><i>Prior Experience</i></b>	Cargas fatoriais			<b><i>Experiência Anterior</i></b>	Cargas fatoriais
I have some experience working with social problems.	0,827	0,882	0,673	Eu tenho experiência em trabalhar com problemas sociais.	0,703
I have volunteered or otherwise worked with social organizations.	0,840	0,858	0,785	Eu já me voluntariei ou trabalhei em organizações sociais.	0,602
I know a lot about social organizations.	0,759	0,744	0,839	Eu tenho muito conhecimento sobre organizações sociais.	0,558
	<i>a</i> = 0,782	<i>a</i> = 0,849	<i>a</i> = 0,812	<i>a</i> = 0,666	
<b><i>Empathy</i></b>	Cargas fatoriais			<b><i>Empatia</i></b>	Cargas fatoriais

When thinking about socially disadvantaged people, I try to put myself in their shoes.	0,702	0,834	0,740	Quando penso em pessoas socialmente desfavorecidas, eu tento me colocar no lugar delas.	0,609
Seeing socially disadvantaged people triggers an emotional response in me	0,807	0,574	0,702	Ver pessoas socialmente desfavorecidas desencadeia uma resposta emocional em mim	0,825
I feel compassion for socially marginalized people.	0,787	0,545	0,591	Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas.	0,649
	$a = 0,760$	$a = 0,730$	$a = 0,714$		$a = 0,798$
<b><i>Moral Obligation</i></b>	Cargas fatorias			<b><i>Obrigação Moral</i></b>	Cargas fatorias
It is an ethical responsibility to help people less fortunate than ourselves.	0,705	0,846	0,754	É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós	0,369
We are morally obliged to help socially disadvantaged people.	0,795	0,864	0,779	Nós somos moralmente obrigados a ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.	0,548
Social justice requires that we help those who are less fortunate than ourselves.	0,844	0,836	0,726	Um dos princípios de justiça da nossa sociedade requer que nós ajudemos aqueles menos privilegiados que nós.	0,827
It is one of the principles of our society that we should help socially disadvantaged people.	0,756	0,763	-	Um dos princípios da nossa sociedade é que devemos ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.	0,623
	$a = 0,830$	$a = 0,898$	$a = 0,784$		$a = 0,722$
<b><i>Social Entrepreneurial Self-Efficacy</i></b>	Cargas fatorias			<b><i>Autoeficácia empreendedora social</i></b>	Cargas fatorias
I am convinced that I personally can make a contribution to address societal challenges if I put my mind to it.	0,800	0,661	0,531	Estou convencido (a) de que, pessoalmente, posso contribuir para enfrentar os desafios da sociedade, se eu me dispuser a isso.	0,781
I could figure out a way to help solve the problems that society faces.	0,693	0,739	0,691	Eu poderia descobrir uma maneira para ajudar a resolver os problemas que a sociedade enfrenta.	0,615

Solving societal problems is something each of us can contribute to.	0,718	0,723	0,758	Cada um de nós pode contribuir para solucionar problemas sociais.	0,512
	$a = 0,745$	$a = 0,768$	$a = 0,692$		$a = 0,698$
<b><i>Perceived Social Support</i></b>			<b><i>Percepção de Suporte Social</i></b>		
People would support me if I wanted to start an organization to help socially marginalized people.	0,820	0,727	0,564	Pessoas me apoiariam se eu quisesse criar uma organização para ajudar pessoas socialmente marginalizadas.	0,795
If I planned to address a significant societal problem people would back me up.	0,770	0,774	0,769	Se eu planejasse lidar com um problema social relevante, as pessoas me apoiariam.	0,893
It is possible to attract investors for an organization that wants to solve social problems	0,730	0,816	0,786	É possível atrair investidores para uma organização que busca resolver problemas sociais.	0,329
	$a = 0,742$	$a = 0,855$	$a = 0,747$		$a = 0,694$
<b><i>Social Entrepreneurial Intent</i></b>			<b><i>Intenção Empreendedora Social</i></b>		
I expect that at some point in the future I will be involved in launching an organization that aims to solve social problems.	0,774	0,751	0,771	Eu espero que em algum momento no futuro eu esteja envolvido (a) na criação de uma organização que vise resolver problemas sociais.	0,389
I have a preliminary idea for a social enterprise on which I plan to act in the future.	0,812	0,772	0,645	Eu tenho uma ideia preliminar de um empreendimento social que eu planejo realizar no futuro.	0,791
I do not plan to start a social enterprise <sup>†</sup>	0,813	0,767	0,603	Eu planejo começar um empreendimento social.	0,911
	$a = 0,831$	$a = 0,809$	$a = 0,716$		$a = 0,795$
<sup>†</sup> Item is reverse coded.					

As análises dos dados da Tabela 11 foram realizadas com base na estrutura fatorial da escala original de Hockerts (2017). Os valores de Alpha e Cargas Fatoriais expostos nessa tabela mostram que todos os itens foram mantidos na escala adaptada, pois todos apresentaram cargas fatoriais superiores a 0,30. Os fatores são compostos pelas mesmas variáveis encontradas nas estruturas empíricas nas três amostras do estudo de Hockerts (2017). Os valores das cargas fatoriais e dos Alphas de Cronbach dos itens componentes de cada fator diferem quando

comparados com os obtidos nas estruturas originais e na adaptada. Porém, são todos aceitáveis. Observou-se que o item “É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós.” carregou em dois fatores, sendo que neste estudo esse item obteve uma maior carga fatorial no Fator Empatia (0,604). Na escala original, esse item compõe o Fator Obrigação Moral.

A versão brasileira da escala de Hockerts (2017) replicou a estrutura fatorial da escala original com seis fatores: (1) Experiência anterior; (2) Empatia; (3) Obrigação moral; (4) autoeficácia empreendedora social; (5) Percepção de Suporte social; (6) Intenção de realizar um empreendimento social.

As amostras deste estudo e do estudo de Hockerts (2017) diferem entre si. A primeira amostra do estudo desse autor é composta por 257 estudantes, no segundo ano do mestrado em Ciência em Gestão de uma escola de negócios, localizada na Escandinávia, sendo que 56% desses respondentes são do gênero feminino e com idade média de 25,5 anos (DP = 2,8). A segunda amostra consiste em respostas de 327 de pessoas que residem nos Estados Unidos e são cadastradas como voluntários de pesquisa no *Survey Monkey*, dos quais 57% são do gênero feminino e a idade média de 39,3 anos (DP = 12,6). A terceira amostra é composta por 2790 participantes de um Curso Online Aberto e Massivo (MOOC) de Empreendedorismo Social, sendo 49% do gênero feminino e a idade média de 32,8 (DP = 10,3). A amostra do presente estudo é composta por estudantes de um curso de administração de uma mesma universidade, sendo que 57,5% são do gênero masculino, com uma média de idade de 21,69 (DP = 4,17) anos. Em que pese essas diferenças entre as amostras e os contextos em que se inserem os participantes dessas pesquisas, a estrutura empírica da escala de Hockerts permaneceu, de modo geral, estável e consistente. Apenas o item “É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós” não apresentou maior carga fatorial no fator Obrigação Moral, mas em outro fator, Empatia. Esse resultado talvez se deva a diferenças no perfil dos estudantes e no contexto de estudo desses participantes. Na amostra de estudantes brasileiros há mais estudantes do gênero masculino e pessoas mais jovens do que os participantes das amostras dos estudos estrangeiros.

Os resultados da pesquisa revelam Gênero (Ge) mantém uma correlação moderada positiva e estatisticamente significativa com Empatia (Em) (0,345,  $p < 0,01$ ) e fraca positiva e estatisticamente significativa com Obrigação Moral (Ob) (0,202,  $p > 0,01$ ) e Intenção Empreendedora Social (In) (0,136,  $p < 0,05$ ), esses resultados mostram que as mulheres mostraram maior empatia, obrigação moral e intenção de iniciar um ES do que os participantes

do gênero masculino. Ter realizado disciplina de empreendedorismo não teve correlação com correlação negativa com a percepção de experiência anterior com empreendedorismo social (-0,149,  $p < 0,05$ ). Idade não mantém correlação com nenhuma das variáveis da escala adaptada. Um dos possíveis motivos para esses resultados pode ser a que as disciplinas e assunto é pouco discutido nas disciplinas do curso de administração da universidade estudada.

As variáveis empatia, obrigação moral, percepção suporte social, experiência anterior, e autoeficácia estão positivamente correlacionadas com intenção de empreender socialmente. Todas as variáveis do modelo teórico de Hockerts (2017) neste estudo também mostraram positivamente correlacionadas entre si. Obrigação Moral foi a única variável que não esteve positivamente correlacionada com as demais variáveis desse modelo. Cabe ressaltar neste estudo foram encontradas correlações fortes entre empatia e Obrigação Moral, enquanto no estudo de Hockerts (2015, 2017) essas relações são apenas moderadas.

## 5 DISCUSSÃO

Com base em uma amostra de estudantes brasileiros de administração, esta dissertação buscou indícios de validade científica dos itens da Escala dos Determinantes da Intenção Empreendedora Social. Até o momento, não foram identificadas, no Brasil, pesquisas que verssem sobre o desenvolvimento de escalas para avaliação do ensino em empreendedorismo social. À medida que o campo amadurece, se faz cada vez mais importante que as teorias emergentes sejam empiricamente testadas e, se necessário, ajustadas. A falta de construções claramente delineadas e expressas em uma linguagem acessível aos empreendedores sociais são fatores de demanda essencial para o avanço desse processo. Uma vez que o contexto é um fator importante para o ES, este trabalho avança itens para uma escala que, esperançosamente, permitirá futuros estudos na área do ES principalmente no Brasil. Todos os itens de instrumento foram derivados da teoria e tomaram a literatura empírica anterior como referência.

O procedimento de adaptação transcultural e busca de evidências preliminares de validação do instrumento produziu resultados satisfatórios. Os resultados da análise fatorial exploratória mostraram que a versão adaptada para língua portuguesa têm índices satisfatórios de confiabilidade e validade e reproduzem a estrutura empírica da escala original. Nesse sentido, a escala oferece uma ferramenta adequada para analisar os seis fatores encontrados por Hockerts (2017). Os resultados deste estudo, entretanto, não podem ser generalizados para outros contextos ou amostras de estudantes universitários e devem ser interpretados com cautela, pois não foram realizadas análises confirmatórias da estrutura empírica da escala.

A seleção não aleatória da amostra de estudantes pode ter enviesado os resultados deste estudo, uma vez que não se teve acesso ao perfil do universo de estudantes matriculados no curso de administração da universidade estudada para verificar se a composição da amostra final é qualitativamente representativa dos estudantes que participaram da pesquisa.

Os participantes desta pesquisa são todos estudantes de uma mesma universidade pública federal que possui características distintas de outras instituições públicas e privadas do país. Para que este estudo de caso amplie evidência de validade externa, e recomendável a condução de mais pesquisas em outros contextos, cursos e estudantes.

A adoção da escala de Hockerts (2017), baseada no modelo teórico de Mair e Noboa (2006) como referencial teórico e metodológico desta pesquisa possibilitou a identificação de evidências de validade psicometricas do instrumento para adaptado transculturalmente para a língua portuguesa.

Esse estudo supriu uma lacuna detectada na revisão sistemática de literatura sobre empreendedorismo social, em especial, no que se refere a percepção de estudantes sobre intenção de iniciar um empreendimento social e seus determinantes. Além disso, a revisão da literatura permitiu entender melhor como o ensino pode contribuir o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes favoráveis aos empreendimentos sociais e com isso aumentar o surgimento de novos empreendimentos sociais ainda durante a graduação.

As teorias predominantes na área de ensino em empreendedorismo social são: Intenção Empreendedora, Teoria da Aprendizagem e Dimensões das Características Empreendedoras, revelando uma predominância teórica da psicologia, porém os estudos se concentram em grande nos alunos de administração, sendo este um curso referência no campo do empreendedorismo e bastante propício para o desenvolvimento do ES.

Nota se que o modelo teórico de Mair e Noboa (2016) e a escala de Hockerts (2017) conseguem captar as especificidades do empreendedorismo social e inserir essas características nas definições dos construtos subjacentes às medidas. Além disso, esse arcabouço teórico metodológico possibilita a realização de diagnósticos junto a amostras de estudantes universitários sobre suas intenções de iniciar empreendimentos sociais, bem como para construção de atividades de ensino, pesquisa e extensão que incluam diversas metodologias de ensino (estudo de caso, palestras, plano de negócio, participação em projetos sociais, feiras e estágio em empreendimentos sociais), capazes de colocar o aluno em contato com as demandas sociais.

Face ao que foi apresentado nesse trabalho e a importância dos empreendimentos sociais para solucionar os problemas sociais e permitir acesso a bens e serviços para a população em desfavorecida socialmente, sugerimos que as universidades insiram em seus currículos matérias que abordem o tema, tendo em vista que Hockerts (2017) afirma que as disciplinas eletivas de empreendedorismo social têm um efeito positivo em todas as cinco variáveis (empatia, percepção moral, autoeficácia, percepção de suporte social e intenção empreendedora social). Ressaltamos ainda, que sejam incluídos no ensino de empreendedorismo social os métodos de Aprendizagem Experiencial e Aprendizagem de Serviço para aumentar a variável Experiência Anterior, há vista que essa também influencia a intenção de empreender socialmente.

Os resultados deste estudo mostram que, apesar das médias altas em empatia e autoeficácia, os estudantes relataram pouca experiência anterior com ES e pouca intenção em iniciar um empreendimento social. Em função disso, recomenda-se que a universidade pesquisada, em especial, o curso de administração, desenvolva atividades acadêmicas, como

projetos, concursos, estudos de caso, palestras, planos de negócios e envolvimento com problemas sociais, capazes de desenvolver atitudes favoráveis a uma cultura de ES.

Justifica-se o ensino em empreendedorismo social também pelo fato de que os conhecimentos, habilidades e atitudes desenvolvidas por meio da educação empreendedora são valorizadas no ambiente empresarial.

Por fim, sugere-se o aprofundamento da revisão de literatura e ampliação do número de descritores e abrangendo os últimos dois anos (2019 e 2020).

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os métodos empregados neste estudo resultaram em achados considerados importantes para o campo do empreendedorismo social com caminhos a serem trilhados em futuras pesquisas.

Espera-se que essa dissertação possa contribuir para suprir parte das lacunas encontradas no campo do ensino de empreendedorismo, além de ampliar o conhecimento sobre o tema, bem como incentivar o desenvolvimento de novos estudos para a expansão e consolidação desse campo no Brasil. A avaliação do ensino em empreendedorismo social poderá possibilitar a formulação de estratégias que potencializem os resultados da educação e aumentem consideravelmente o número de empreendedores sociais.

Por fim, e mais importante, espera-se que as universidades possam se aproximar do tema e avaliar o uso do ensino de empreendedorismo social e suas metodologias como ferramenta para promoção da mudança do paradigma econômico, social e sustentável, além de formar estudantes mais éticos e preparados para as efetivas mudanças públicas.

## REFERÊNCIAS

- Abelson, R. P. (1985). A variance explanation paradox: When a little is a lot. *Psychological Bulletin*, 97(1), 129–133.
- Adelekan, S. A., Williamson, M., & Atiku, S. O. (2018). Influence of social entrepreneurship pedagogical initiatives on students' attitudes and behaviours. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3), 168-177.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Archibald, P., Muhammad, O., & Estreet, A. (2016). Business in social work education: A historically black university's social work entrepreneurship project. *Journal of Social Work Education*, 52(1), 79-94.
- Ashour, S. (2016). Social and business entrepreneurship as career options for university students in the United Arab Emirates: The drive-preparedness gap. *Cogent Education*, 3(1).
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333-350.
- Barton, M., Schaefer, R., & Canavati, S. (2018). To be or not to be a social entrepreneur: Motivational drivers amongst American business students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(1), 9-35.
- Borsa, J. C., Damásio, B. F., & Bandeira, D. R. (2012). Adaptação e validação de instrumentos psicológicos entre culturas: algumas considerações. *Paidéia*, 22(53), 423-432.
- Brock, D. D., & Steiner, S. (2009). *Social entrepreneurship education: is it achieving the desired aims?* Recuperado em 11 abril 2019, de <https://ssrn.com/abstract=1344419>.
- Brown, M. D. (2014). The praxis of social enterprise and human security: An applied research agenda. *Journal of Human Security*, 10(1), 4-11.
- Brown, M. D. (2015). Tendering for a Social Cause: Universities and social enterprise. *Social Alternatives*, 34(2), 27.
- Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014a). Learning-by-doing as an approach to teaching social entrepreneurship. *Innovations in education and teaching international*, 51(5), 459-471.
- Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014b). Stimulating learning about social entrepreneurship through income generation projects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 417-437.

- Chou, D. C. (2018). Applying design thinking method to social entrepreneurship project. *Computer Standards & Interfaces*, 55, 73-79.
- Conti, M. A., Cordás, T. A., & Latorre, M. R. D. O. (2009). Estudo de validade e confiabilidade da versão brasileira do Body Shape Questionnaire (BSQ) para adolescentes. *Revista Brasileirade Saúde Materno Infantil*, 9(3), 331-8.
- Cook, D. J., Mulrow, C. D., & Haynes, R. B. (1997). Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions. *Annals of Internal medicine*, 126(5), 376-380.
- Cook, T. D., Campbell, D. T., & Shadish, W. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Cordeiro, A., Oliveira, G. D., Renteria, J., & Guimarães, C. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. Grupo de Estudo de Revisão Sistemática do Rio de Janeiro (GERS-Rio). *Revistas do Colégio Brasileiro de Cirurgias*, 34(6), 428-431.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto* (2ª ed.). Tradução Luciana de Oliveira da Rocha. Porto Alegre: Artmed.
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: a step-by-step approach. *British Journal of Nursing*, 17(1), 38-43.
- Dancey, C., & Reidy, J. (2006). *Estatística sem matemática para Psicologia: usando SPSS para Windows*. (3). Porto Alegre: Artes Médicas.
- Daraban, B. (2016). Building a Curriculum for Social Business Entrepreneurship. *Studies in Business and Economics*, 11(2), 19-25.
- Davies, K. (1973). The case for and against business assumptions of social responsibilities. *Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of social entrepreneurship*. Recuperado em 11 abril 2019, de [http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees\\_SE.pdf](http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf).
- Dees, J.G. (1998b). Enterprising nonprofits. *Harvard Business Review*, 76, 54-65.
- Dees, J.G. & Anderson, B. (2003). For-profit social ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2, 1-26.
- Dell, J. (2014). The Complex Relationship of the Social Contract and Social Entrepreneurism in Higher Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 101-113.
- Douglas, E.J. & Shepherd, D.A. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California management review*, 44(3), 120-132.

- Empresa Jornalística Tribuna do Norte. (2019). *RN regula lei para negócios de impacto sociambiental*. Recuperado em 11 de abril, 2019, de <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/rn-regula-lei-para-negocios-de-impacto-sociambiental/443964>.
- Fávero, L. P., & Belfiore, P. (2017). Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel. *SPSS e Stata* (1ª Ed.). São Paulo: GEN LTC.
- Ferrer-Cerveró, V., Cabrera-Santacana, O., Alegre-Benería, R. M., Montané-López, A., Sánchez-Valverde-Visus, C., & Alaiz-Chueca, E. (2013). El perfil de emprendedor social de estudiantes de los Grados de Educación Social, Pedagogía y Trabajo Social en la Universidad de Barcelona. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 7(1), 11-29.
- Forster, F., & Grichnik, D. (2013). Social entrepreneurial intention formation of corporate volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 153-181.
- Fowler Jr., F. J. (2011). *Pesquisa de Levantamento* (4ª ed.). São Paulo: Penso Editora.
- Gil, A. C. (2017). *Como elaborar projetos de pesquisa* (6ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Hair Jr, J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2003). *Essentials of Business Research Methods*: Johns Wiley & Sons. New York, NY, USA.
- Harman, H.H. (1967). *Modern factor analysis*. Chicago: University of Chicago Press
- Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): a validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260-280.
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234-256.
- Hofer, R. A., & Sliva, S. M. (2016). Social enterprise in higher education: a viable venture? *Journal of Social Work Education*, 52(4), 422-433.
- Hojat, M., Bianco, J. A., Mann, D., Massello, D., & Calabrese, L. H. (2015). Overlap between empathy, teamwork and integrative approach to patient care. *Medical teacher*, 37(8), 755-758.
- Hsu, C. Y., & Wang, S. M. (2019). Social entrepreneurial intentions and its influential factors: A comparison of students in Taiwan and Hong Kong. *Innovations in Education and Teaching International*, 56(3), 385-395.
- Huster, K., Petrillo, C., O'Malley, G., Glassman, D., Rush, J., & Wasserheit, J. (2017). Global social entrepreneurship competitions: Incubators for innovations in global health? *Journal of Management Education*, 41(2), 249-271.

- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018). *Pobreza aumenta e atinge 54,8 milhões de pessoas em 2017*. Recuperado em 11 abril 2019, de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23299-pobreza-aumenta-e-atinge-54-8-milhoes-de-pessoas-em-2017>.
- Ip, C. Y., Liang, C., Wu, S. C., Law, K. M. Y., & Liu, H. C. (2018). Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: A comparative study between Taiwan and Hong Kong. *Creativity Research Journal*, 30(2), 132-142.
- Ip, C. Y., Wu, S. C., Liu, H. C., & Liang, C. (2018). Social entrepreneurial intentions of students from Hong Kong. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 47-64.
- Jahchan, A. L., Comini, G. M., & D'Amario, E. Q. (2016). Negócios sociais: a percepção, a consciência e o grau de interesse pelo tema para os alunos de graduação em administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 17(3), 537-566.
- Johnson, S. (2000). Social Entrepreneurship Literature Review from *Canadian Centre for Social Entrepreneurship*, 1-17.
- Kedmenec, I., Rebernik, M., & Tominc, P. (2016). Social Entrepreneurship Education and Its Association with Perceived Desirability and Feasibility of Social Entrepreneurship among Business Students. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 18(4), 1035-1065.
- Kolb, D. A. (1976). Management and the learning process. *California management review*, 18(3), 21-31.
- Konakll, T. (2015). Effects of self-efficacy on social entrepreneurship in education: a correlational research. *Research in Education*, 94(1), 30-43.
- Kwong, C. C., Thompson, P., Cheung, C. W. M., & Manzoor, H. (2012). The role of environment in fostering conducive entrepreneurial learning: teaching the 'art' of entrepreneurship in boot camps. *Journal of General Management*, 38(1), 45-71.
- 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), 329-346.
- Laros, J. A. (2012). O uso da análise fatorial: algumas diretrizes para pesquisadores. *Análise fatorial para pesquisadores*. Brasília: Lab PAM Saber e Tecnologia, 63-184.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur* (25<sup>a</sup> Ed.). Londres: Demos.
- Mair, J. (2010). Social entrepreneurship: taking stock and looking ahead. *IESE Business School Working Paper*.
- Mair, J. & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.

- Mair, J. & Noboa, E. (2006). *Social entrepreneurship: how intentions to create a social venture are formed*. Nova York: Palgrave MacMillan, 121-136.
- Miller, T. L., and Wesley, C. L. (2010). Assessing mission and resources for social change: An organizational identity perspective on social venture capitalists 'decision criteria. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(4), 705-733.
- Miller, T.L., Grimes, M.G., McMullen, J.S. & Vogus, T.J. (2012a), Venturing for others with heart and head: how compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616-640.
- Mueller, S., Brahm, T., & Neck, H. (2015). Service learning in social entrepreneurship education: Why students want to become social entrepreneurs and how to address their motives. *Journal of Enterprising Culture*, 23(03), 357-380.
- Murphy, P.J. & Coombes, S.M. (2003), "A model of social entrepreneurial discovery", *Journal of Business Ethics*, 87(3), 325-336.
- Noyes, E., & Linder, B. (2015). Developing undergraduate entrepreneurial capacity for social venture creation. *Journal of Entrepreneurship education*, 18(2), 113-124.
- O'Grady, K. E. (1982). Measures of explained variance: Cautions and limitations. *Psychological Bulletin*, 92(3), 766-777
- Ojastu, D., Chiu, R., & Olsen, P. I. (2011). Cognitive model of entrepreneurship and its reflection in education. *Journal of Enterprising Culture*, 19(04), 397-434.
- Othman, N., & Ab Wahid, H. (2014). Social entrepreneurship among participants in the students in free enterprise program. *Education+ Training*, 56(8/9), 852-869.
- Prabhu, G. N. (1999). Social entrepreneurial leadership. *Career development international*.
- Pasquali, L. (2008). *Análise Fatorial Para Pesquisadores* (320). Brasília: Lab PAM Saber e Tecnologia.
- Pasquali, L. e cols. (2010). Testes referentes a construto: teoria e modelo de construção. *Instrumentação psicológica: Fundamentos e Práticas*, Porto Alegre: Artmed, 165-198.
- Perić, J., & Delić, A. (2014). Social entrepreneurship in Croatia: Do regional disparities influence young people's perception of social entrepreneurship as a potential career path? *Ekonomskivjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 27(1), 81-92.
- Peris, C. C., Gómez, J. G., Puig, M. M., & Ruiz-Bernardo, P. (2016). The construction of a questionnaire to measure social entrepreneurship in physical education. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 28, 169-188.
- Peterson, R. A. (2000). A meta-analysis of variance accounted for and factor loadings in exploratory factor analysis. *Marketing Letters*, 11(3), 261-275.

- Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of business research*, 65(3), 429-437.
- Reichenheim, M. E., & Moraes, C. L. (2007). Operacionalização de adaptação transcultural de instrumentos de aferição usados em epidemiologia. *Revista de Saúde Pública*, 41, 665-673.
- Rivers, A., Wickramasekera, I. E., Pekala, R. J., & Rivers, J. A. (2016). Empathic features and absorption in fantasy role-playing. *American Journal of Clinical Hypnosis*, 58(3), 286-294.
- Sabbaghi, O., & Cavanagh, G. F. (2018). Social entrepreneurship and sense-making: evidence from the Global Social Benefit Institute. *Social Enterprise Journal*, 14(3), 289-311.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. del P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa* (5ª ed.). São Paulo: Penso Editora.
- Sass, D. A. & Schmitt, T. A. (2010). A comparative investigation of rotation criteria within exploratory factor analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 45(1), 73-103.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Schumpeter, J.A (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sen, A. K. (1999). *Development as Freedom*. New York: Anchor Books.
- Senado Federal (1998). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Recuperado em 11 abril 2019, de <http://legis.senado.leg.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=579494&id=16434803&idBinario=16434817>.
- Senado Federal. (2018). *Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018*. Recuperado em 11 abril 2019, de <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/133946>.
- Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Boston: Houghton Mifflin.
- Shahverdi, M., Ismail, K., & Qureshi, M. (2018). The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, 8(5), 341-352.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Smith, W. K., Besharov, M. L., Wessels, A. K., & Chertok, M. (2012). A paradoxical leadership model for social entrepreneurs: Challenges, leadership skills, and pedagogical tools for managing social and commercial demands. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 463-4

- Smith, B.R, Kickul, J. & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: an innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, 13-24.
- Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390-407.
- Streiner, D. L. (1994). Figuring out factors: the use and misuse of factor analysis. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 39(3), 135-140.
- Stephan, E., Liberman, N., & Trope, Y. (2011). The effects of time perspective and level of construal on social distance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(2), 397-402.
- Tams, S., & Marshall, J. (2011). Responsible careers: Systemic reflexivity in shifting landscapes. *Human Relations*, 64(1), 109-131.
- Thomsen, B., Muurlink, O., & Best, T. (2018). The political ecology of university-based social entrepreneurship ecosystems. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(2), 199-219.
- 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), 9.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). Predictors of social entrepreneurial intention: an empirical study. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(1), 53-79.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017c). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(2), 165-185.
- Tominc, P., & Rebernik, M. (2012). Gender differences in entrepreneurial education and entrepreneurial activity in part of the Danube region. *Actual Problems of Economics*, (138), 496-505.
- Thompson, E.R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Tracey, P. & Phillips, N. (2007), "The distinctive challenge of educating social entrepreneurs: a postscript and rejoinder to the special issue on entrepreneurship education", *Academy of Management Learning Education*, Vol. 6 No. 2, pp. 264-271.
- Waddock, S. A., & Post, J. E. (1991). Social entrepreneurs and catalytic change. *Public administration review*, 393-401.
- Wallace, S. L. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of developmental entrepreneurship*, 4(2), 153.
- Yin, R. K. (2002). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Artmed.

- Young, D. R. (1980). *Entrepreneurship and the behavior of nonprofit organizations: Elements of a theory*. Institution for Social and Policy Studies, Yale University.
- Yunus, M. (2010). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. Public Affairs.
- Yunus, M. (2011). Vision 2050: A poverty-free world. *The journal of social business*, 1(1), 7-23.
- Zhou, J., &Hoever, I. J. (2014). Research on workplace creativity: A review and redirection. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 333-359.

## ANEXOS

ANEXO A -Items, Factor Loadings, and Cronbach's $\alpha$ -EscalaHockerts (2017)

	Study 1 (N = 257)	Study 2 (N = 327)	Study 3 (N = 2790)
<i>Prior Experience</i>	$a = .782$	.849	.812
I have some experience working with social problems.	.827	.882	.673
I have volunteered or otherwise worked with social organizations.	.840	.858	.785
I know a lot about social organizations.	.759	.744	.839
<i>Empathy</i>	$a = .760$	.730	.714
When thinking about socially disadvantaged people, I try to put myself in their shoes.	.702	.834	.740
Seeing socially disadvantaged people triggers an emotional response in me	.807	.574	.702
I feel compassion for socially marginalized people.	.787	.545	.591
<i>Moral Obligation</i>	$a = .830$	.898	.784
It is an ethical responsibility to help people less fortunate than ourselves.	.705	.846	.754
We are morally obliged to help socially disadvantaged people.	.795	.864	.779
Social justice requires that we help those who are less fortunate than ourselves.	.844	.836	.726
It is one of the principles of our society that we should help socially disadvantaged people.	.756	.763	-
<i>Social Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	$a = .745$	.768	.692
I am convinced that I personally can make a contribution to address societal challenges if I put my mind to it.	.800	.661	.531
I could figure out a way to help solve the problems that society faces.	.693	.739	.691
Solving societal problems is something each of us can contribute to.	.718	.723	.758
<i>Perceived Social Support</i>	$a = .742$	.855	.747
People would support me if I wanted to start an organization to help socially marginalized people.	.820	.727	.564
If I planned to address a significant societal problem people would back me up.	.770	.774	.769
It is possible to attract investors for an organization that wants to solve social problems	.730	.816	.786
<i>Social Entrepreneurial Intent</i>	$a = .831$	.809	.716
I expect that at some point in the future I will be involved in launching an organization that aims to solve social problems.	.774	.751	.771
I have a preliminary idea for a social enterprise on which I plan to act in the future.	.812	.772	.645
I do not plan to start a social enterprise. <sup>†</sup>	.813	.767	.603

<sup>†</sup>Item is reverse coded.

### ANEXO B – Resultado das etapas 1, 2 e 3

Item	Afirmativas
1	Eu tenho experiência em trabalhar com problemas sociais.
2	Eu já me voluntariei ou trabalhei em organizações sociais.
3	Eu tenho muito conhecimento sobre organizações sociais. Eu sei muito sobre organizações sociais.
4	Quando penso em pessoas socialmente desfavorecidas, eu tento me colocar no lugar delas.
5	Quando vejo pessoas socialmente desfavorecidas, fico sensibilizado(a).
6	Eu sinto compaixão por pessoas socialmente marginalizadas.
7	É uma responsabilidade ética ajudar pessoas menos privilegiadas que nós.
8	Nós somos moralmente obrigados a ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.
9	A justiça social requer que nós ajudemos aqueles que são menos privilegiados que nós.
10	Um dos princípios da nossa sociedade é que devemos ajudar pessoas socialmente desfavorecidas.
11	Estou convencido de que, pessoalmente, posso contribuir para enfrentar os desafios da sociedade, se eu me dispuser a isso.
12	Eu poderia descobrir uma maneira para ajudar a resolver os problemas que a sociedade enfrenta.
13	Cada um de nós pode contribuir para solucionar problemas sociais.
14	Pessoas me apoiariam se eu quisesse criar uma organização para ajudar pessoas socialmente marginalizadas.
15	Se eu planejasse lidar com um problema social relevante, as pessoas me apoiariam.
16	É possível atrair investidores para uma organização que busca resolver problemas sociais.
17	Eu espero que em algum momento no futuro eu esteja envolvido(a) na criação de uma organização que vise resolver problemas sociais.
18	Eu tenho uma ideia preliminar de um empreendimento social que eu planejo realizar no futuro.
19	Eu planejo não começar um empreendimento social.

## ANEXO C – Autorização para adaptação transcultural da escala de Hocketrs (2017)

10/02/2020

Gmail - The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS)



Junio Braga &lt;junio.unb@gmail.com&gt;

### The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS)

7 mensagens

Junio Braga <junio.unb@gmail.com>  
Para: "kho.msc@cbs.dk" <kho.msc@cbs.dk>

21 de agosto de 2019 19:36

Dear Dr. Kai Hocketrs,

My name is Junio Braga. I am a Master's student of the MBA program in administration at the University of Brasilia – PPGA/UnB (<http://www.ppga.unb.br/>), located in Brazil's capital. My advisor is Dr. Gardénia Abbad.

I am leading a research about the background of social entrepreneur behavior as a requirement for an elaboration of my thesis, which I will present in February 2020. During my literature review of this topic, I found many valuable articles of your authorship as The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): a validation study (2015) and Determinants of Social Entrepreneurial Intentions (2017).

In my project, I intend to look for antecedents in university students who applied themselves in subjects of entrepreneurship. For this reason, we translated in Portuguese one of the topics of your article Determinants of social entrepreneurial intentions (2017). We submitted a semantic validation in a group of seven university students and we adapted to our cultural context.

In respect of your research and intellect, I ask for your permission to use a version of your scale, translated and adapted, in my language in this university group. In the case of your authorization, in the next phases, we preview:

1. A back-translation of your scale to English made by two university professors who speak both languages and work in the area of entrepreneurship until 08/26;
2. A comparison of the back-translation with the original scale until 08/30;
3. The sending of the final scale for your approval.

I would like to thank you for your time. I am available for any questions that you may have.

Cordially,

Junio Braga



**Junio Braga B. Silva** | Embaixador CHOICE  
E-mail: [junio.unb@gmail.com](mailto:junio.unb@gmail.com)  
Facebook: [facebook.com/junio.braga.7](https://www.facebook.com/junio.braga.7)  
Cel: +55 (61) 98694 1624 | Skype: juniobbs  
[www.choice.org.br](http://www.choice.org.br)

Kai Hocketrs <kho.msc@cbs.dk>  
Para: Junio Braga <junio.unb@gmail.com>

22 de agosto de 2019 06:17

Dear Junio,

You are very welcome to use the scale. Please find here enclosed the papers in which I have used the scale so far. Let me know if I can be of further help.

Best regards

Kai

**From:** Junio Braga <junio.unb@gmail.com>  
**Date:** Thursday, 22 August 2019 at 00:36  
**To:** Kai Hocketrs <kho.msc@cbs.dk>  
**Subject:** The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS)

Dear Dr. Kai Hocketrs,

My name is Junio Braga. I am a Master's student of the MBA program in administration at the University of Brasilia – PPGA/UnB (<http://www.ppga.unb.br/>), located in Brazil's capital. My advisor is Dr. Gardénia Abbad.

I am leading a research about the background of social entrepreneur behavior as a requirement for an elaboration of my thesis, which I will present in February 2020. During my literature review of this topic, I found many valuable articles of your authorship as The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS): a validation study (2015) and Determinants of Social Entrepreneurial Intentions (2017).

In my project, I intend to look for antecedents in university students who applied themselves in subjects of entrepreneurship. For this reason, we translated in Portuguese one of the topics of your article Determinants of social entrepreneurial intentions (2017). We submitted a semantic validation in a group of seven university students and we adapted to our cultural context.

In respect of your research and intellect, I ask for your permission to use a version of your scale, translated and adapted, in my language in this university group. In the case of your authorization, in the next phases, we preview:

1. A back-translation of your scale to English made by two university professors who speak both languages and work in the area of entrepreneurship until 08/26;
2. A comparison of the back-translation with the original scale until 08/30;
3. The sending of the final scale for your approval.

I would like to thank you for your time. I am available for any questions that you may have.

10/02/2020

Gmail - The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS)

Cordially,

Junio Braga

--

**Júnio Braga B. Silva** | Embaixador CHOICE  
 E-mail: [junio.unb@gmail.com](mailto:junio.unb@gmail.com)  
 Facebook: [facebook.com/junio.braga.7](https://www.facebook.com/junio.braga.7)  
 Cel: +55 (61) 98594 1624 | Skype: junioobs  
[www.choice.org.br](http://www.choice.org.br)

 <http://www.citi.org.br/assinatura/choice/choiceemail.png>

**3 anexos**

-  **Hockerts 2015 SEJ - SEAS Scale Validation.pdf**  
199K
-  **Hockerts 2017 ETP - Determinants of S-ENT Intentions.pdf**  
281K
-  **Hockerts 2019 - The Effect of Social Entrepreneurship Education.pdf**  
866K

**Junio Braga** <junio.unb@gmail.com>  
 Para: Kai Hockerts <kho.msc@cbs.dk>

22 de agosto de 2019 09:34

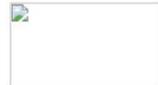
Dear Dr Kai Hockerts,

Thank you for the attention and permission. Your scale, as your articles you have send me, will help me a lot in this path. I haven't read The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students yet, but I am pretty sure it will improve my thesis as well.

Regards

[Texto das mensagens anteriores oculto]

--



**Júnio Braga B. Silva** | Embaixador CHOICE  
 E-mail: [junio.unb@gmail.com](mailto:junio.unb@gmail.com)  
 Facebook: [facebook.com/junio.braga.7](https://www.facebook.com/junio.braga.7)  
 Cel: +55 (61) 98594 1624 | Skype: junioobs  
[www.choice.org.br](http://www.choice.org.br)

**Junio Braga** <junio.unb@gmail.com>  
 Para: Kai Hockerts <kho.msc@cbs.dk>  
 Cc: Gardênia Abbad <gardenia.abbad@gmail.com>

7 de outubro de 2019 21:26

Dear Professor Hockerts,

Here is the back-translation attachment of the Social Entrepreneurial Antecedents Scale - SEAS for your appreciation. The cross-cultural process was adapted and following are the steps of this process:

- (1) Translation of the original instrument (SEAS) into Portuguese by 8 researchers and undergraduate, masters and doctorate students in administration and psychology, bilingual and experienced in building psychometric instruments;
- (2) Creation of the Portuguese version from the versions translated in step 1 and comparison with the original instrument;
- (3) Semantic analysis of the instrument adapted to Portuguese through individual interviews with seven undergraduate students of business, medicine, nursing, political science, social science, organizational communication and social work, aiming at adjustments in the instructions and wording of the items;
- (4) Back-translation (Portuguese / English) by two bilingual management professionals with experience in instrument building and entrepreneurship-related topics.

At this stage, we would like to consult with you on how well the changes made to the items as a result of SEAS cultural adaptation conform to the original scale of your own. Thank you for your time. I appreciate any feedback you have for final adjustments prior to sample application of Brazilian students. I put myself at your disposal for any clarifications that may be required regarding the ongoing research.

Best regards,  
 Junio Braga

[Texto das mensagens anteriores oculto]

 **Back-translation.xlsx**  
689K

**Junio Braga** <junio.unb@gmail.com>  
 Para: Kai Hockerts <kho.msc@cbs.dk>

6 de novembro de 2019 09:08

Dear Professor Hockerts,

Sorry for disturbing again, but did you received my last email sent on day 7th october. At that same day, my internet was not working well, so I don't know if the archive was sent. It was dispatched as part of the cultural adaptation of SEAS in a version to portuguese. In this step is necessary your analysis of the back-transcultural with the intention of verify if the itens are the same utilized on the original scale.

We are waiting for your analysis and aval to keep going with the studies in the search (in our adaptation in portuguese). Thank you for your time and attention.

Best regards,  
 Junio Braga

[Texto das mensagens anteriores oculto]

**Kai Hockerts** <kho.msc@cbs.dk>  
 Para: Junio Braga <junio.unb@gmail.com>  
 Cc: Gardênia Abbad <gardenia.abbad@gmail.com>

10/02/2020

Gmail - The Social Entrepreneurial Antecedents Scale (SEAS)

So sorry. I missed this due to the Impact Investing Days.

Here are my thoughts: Most work fine, but there are THREE items that are a bit off. Perhaps you want to look into these and see if you can improve the Portuguese. By the way, would you scale (after you published your paper): I would of course link and credit you and your publications.

Seeing socially disadvantaged people triggers an emotional response in me	When I see socially disadvantaged people, I get sensitized.	"sensitized" is not "em
I am convinced that I personally can make a contribution to address societal challenges if I put my mind to it.	I am convinced that personally I can contribute to meeting the challenges of society if I am willing to do so.	"put my mind to it" is li so"
I expect that at some point in the future I will be involved in launching an organization that aims to solve social problems.	I hope that sometime in the future I will be involved in creating an organization that aims to solve social problems.	"expect" is not the san

[Texto das mensagens anteriores oculto]

**Gardenia Abbad** <gardenia.abbad@gmail.com>  
Para: Junio Braga <junio.unb@gmail.com>

6 de novembro de 2019 12:25

ok. ótimo!!! Agora temos que correr para terminar seu trabalho. agradeça.  
[Texto das mensagens anteriores oculto]

**APÊNDICES****APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARTE 2****PARTE 2**

Para finalizar, por favor, preencha os dados demográficos. Lembramos que todos os dados serão mantidos em sigilo e tratados de forma agrupada, sem qualquer identificação individual. Suas respostas são fundamentais para o sucesso do estudo. Caso deseje receber maiores informações sobre este estudo entre em contato pelo e-mail [junio.unb@gmail.com](mailto:junio.unb@gmail.com).

**Nome:** \_\_\_\_\_

**Telefone:** \_\_\_\_\_

**E-mail:** \_\_\_\_\_

**Idade:** \_\_\_\_\_ anos.                      **Gênero:** (    ) Masculino    (    ) Feminino

**Curso de Graduação:** \_\_\_\_\_

**Período do curso (em semestres):**

**O que levou você a escolher cursar essa disciplina?**

---

---

---

---

**Quais são suas expectativas em relação à disciplina?**

---

---

---

---

**Críticas e Sugestões**

---

---

**Obrigado pela participação!**

## APÊNDICE B – Artigo de revisão da literatura aprovado no XI Egepe 2020

# ENSINO UNIVERSITÁRIO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL: UMA REVISÃO DA LITERATURA DE 2013 A 2018

Com o intuito de possibilitar o acesso a produtos e a serviços para a parte mais vulnerável da população e com o desejo de contrabalançar as desigualdades no mundo, surge o empreendedorismo social. Diante desse movimento que vem ganhando relevância, esta pesquisa buscou analisar a literatura sobre o campo do ensino universitário de empreendedorismo social, de 2013 a 2018, no Portal de Periódicos Capes, utilizando protocolo proposto por Cronin, Ryan e Coughlan (2008) e os descritores “*social entrepreneurship*” and “*students*”. Essa busca resultou em 987 artigos que tiveram os títulos, resumos e a introdução lidos, com vistas à verificação da aderência aos temas proposto nessa revisão. Foram excluídos todos os artigos que tratavam do empreendedorismo social em contextos não universitários ou publicados em língua diferente da portuguesa, da inglesa e da espanhola. Foram selecionados para análise 36 artigos que tratavam de empreendedorismo social no contexto educacional de nível superior.

Palavras-chave: Revisão de literatura. Empreendedorismo Social. Educação.

### 1. Introdução

No Brasil, cerca 54,8 milhões de pessoas vivem na pobreza, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017), e parte dessa população tem dificuldade de acesso à educação, à saúde e à moradia de qualidade, sendo estes direitos fundamentais previstos no artigo 5º da Constituição Federal. Sen (1999) diz que a pobreza não é você ter uma renda abaixo de um valor preestabelecido, é a privação de necessidades básicas, como aquelas garantidas na Carta Magna. Nesse contexto de possibilitar o acesso a produtos e a serviços para a parte mais vulnerável da população e com o desejo de contrabalançar as desigualdades no mundo, surge o empreendedorismo social.

No entanto, sobre o conceito de empreendedorismo social - ES não existe, na literatura científica, uma definição consensualmente aceita pelos pesquisadores. As principais definições encontradas nessa revisão da literatura relacionam ES com um dos seguintes aspectos: está ligado a um desejo pessoal, tem o intuito de resolver um problema social, utiliza-se de estratégias de mercado, é inovador, cria valor social, preocupa-se com a sustentabilidade econômica, financeira, ambiental e social, o lucro pode ou não se reinvestido na própria organização, tem impacto social positivo, é agente de mudança e é voltado para a população mais desfavorecida. Além disso, as definições trazem o envolvimento pessoal do empreendedor social, sendo este, um dos fatores chaves para se compreender esse tipo de empreendedorismo.

No intuito de compreender esse movimento este trabalho buscou analisar a produção dos conhecimentos sobre Ensino Universitário de Empreendedorismo Social e a metodologia principal para isso baseou-se no protocolo proposto por Cronin, Ryan e Coughlan (2008) de revisão sistemática da literatura. A revisão abrangeu artigos científicos publicados em revistas qualificadas, localizados em bases de dados do Portal de Periódicos Capes. A pesquisa adotou como pressupostos a formulação de objetivos específicos e o planejamento das buscas para formar o corpo de conhecimento do tema de interesse, o Ensino de Empreendedorismo Social.

Segundo Cook, Mulrow e Haynes (1997), revisões sistemáticas são investigações científicas com métodos prévios de planejamento e a montagem de estudos originais sobre um determinado assunto. O levantamento do corpo de conhecimentos por meio de revisões

sistemáticas implica, pois, em formar um referencial consistente de uma amostra de publicações, visando identificar tendências e encontrar lacunas em pesquisas, as quais possam ser mais bem exploradas posteriormente. Nas revisões sistemáticas os “sujeitos” da investigação são os estudos primários (unidades de análise) selecionados por meio de método sistemático e pré-definido (Cordeiro, Oliveira, & Guimarães, 2007).

## 2. Desenvolvimento

O primeiro passo da revisão da literatura sobre ensino universitário de empreendedorismo social foi à busca de artigos científicos por meio de palavras-chave relacionadas ao campo. Na primeira busca, foi utilizado o descritor "*social entrepreneurship education*". Esse descritor resultou na localização de 49 artigos científicos revisados por pares e publicados em revistas qualificadas da área, no período compreendido entre 2013 a 2018. Após a leitura do título e do resumo de todos eles, foram excluídos os textos que tratavam do empreendedorismo social fora dos contextos universitários. Foram selecionados apenas 17 trabalhos que tratavam do assunto no contexto de ensino universitário.

Uma nova busca foi realizada visando associar o tema principal ao público – alvo de interesse, os estudantes universitários. Essa busca de artigos utilizou como descritores "*social entrepreneurship*" and "*students*" e foi realizada no Portal de Periódicos Capes, levando em conta publicações ocorridas no mesmo período de tempo, entre 2013 e 2018. Essa etapa resultou na localização de 987 artigos. Posteriormente utilizou-se o critério objetivo da pesquisa para a seleção e o refinamento, quais sejam: (1) artigos que tratassem do tema de empreendedorismo social no contexto educacional (ensino, professor, universidade e/ou estudante) e (2) data de publicação para cumprir o objetivo desse trabalho que é analisar as publicações dos últimos cinco anos.

Nesta segunda busca os 987 artigos tiveram os títulos, resumos e a introdução lidos, com vistas à verificação da aderência aos temas. Foram excluídos todos os artigos que tratavam do empreendedorismo em contextos não universitários ou publicados em língua diferente da portuguesa, da inglesa e da espanhola. Foram selecionados para análise apenas 36 artigos que tratavam de empreendedorismo social no contexto educacional de nível superior (graduação e pós-graduação).

Além dessas, foi realizada uma busca de artigos publicados em revistas de língua portuguesa no Portal de Periódico, utilizando o mesmo período de tempo das buscas anteriores e os mesmos descritores, porém redigidos em língua portuguesa (“empreendedorismo social” e estudantes). Essa etapa da pesquisa resultou na localização de 23 artigos. Apenas um artigo foi selecionado, pois relata estudo sobre empreendedorismo social em contexto universitário.

A Tabela 1 mostra o número de artigos encontrados, bem como as respectivas palavras-chave em cada plataforma de busca.

Tabela 1

### Número de artigos localizados no Portal de periódicos CAPE, selecionados de acordo com os descritores

Palavras-chave	Nº de artigos identificados	Nº de artigos selecionados após a leitura do título e resumo	Aproveitamento (%)
“social entrepreneurship education”	56	17	30%
"social entrepreneurship and	987	75	7,5%

students

“empreendedorismo social” e estudantes	23	1	4,3%
<b>Total</b>	<b>1.066</b>	<b>93</b>	-

Fonte: Elaborado pelo autor.

### *Análise e síntese dos resultados*

Os dados foram tabulados em uma planilha eletrônica e classificados de acordo com os seguintes aspectos: referência padrão *American Psychological Association* (APA), título, autores, resumo, palavras-chave, periódico, ano de publicação, país do estudo, objetivo, hipóteses, tipo (teórico e teórico-empírico), termos utilizados, definição do campo, modelo teórico, natureza da pesquisa (descritiva, explicativa e exploratória), público, abordagem da pesquisa (qualitativa, quantitativa e mista quali-quant), origem dos dados (primários, secundários e mista), delineamento (experimental, quase-experimental, correlacional e sem delineamento), nível de análise (individual, grupo e organizacional), recorte temporal (transversal e longitudinal), método (estudo de caso, etnografia, experimento, quase-experimento, *survey* e levantamento de opinião), amostragem quantitativa (probabilística ou não-probabilística) e qualitativa (rígida, flexível ou teórica), perfil da amostra, variáveis estudadas, instrumentos/procedimentos de coleta (questionário, análise documental, roteiro de entrevistas e grupo de foco), coleta (meio eletrônico e presencial), técnicas de análise de dados (estatísticas descritiva ou inferenciais, análise de conteúdo e análise de discurso), resultados, limitações, recomendações, justificativa, agenda de pesquisa e comentários gerais dos pesquisadores.

Quanto à abordagem, os estudos podem ser classificados como quantitativos, qualitativos e mistos. Os estudos quantitativos, segundo Creswell (2007), são geralmente concentrados na produção de conhecimento científico a partir da testagem de relações de determinadas variáveis, utilizando-se de instrumentos que geram dados estatísticos. Já os estudos qualitativos adotam fundamentos construtivistas e tendem a utilizar-se de estratégias de pesquisas que permitam a análise em profundidade do contexto pesquisado. A abordagem mista utiliza os dois meios de investigação, simultânea ou sequencialmente.

Sobre o recorte temporal, os artigos classificados como transversais, se caracterizam por observar um objeto/fenômeno em um único momento. (Hair, Babin, Money, & Samouel, 2003).

Quanto aos métodos, face à variedade de opções resultantes da multidisciplinaridade de quadros teórico-analíticos presentes na Administração, foram consideradas as seguintes classificações: levantamento de opiniões/*survey* – estudos que têm como característica a reunião de dados e informações por meio de perguntas diretamente às pessoas (Fowler, 2011); estudo de caso – investigações em profundidade caracterizada pela multiplicidade metodológica (Yin, 2002) e quase-experimento/experimento (Shadish, Cook e Campbell, 2002) - um experimento no qual as unidades (estudadas - isto é, pessoas, grupos, instituições etc.) podem ou não serem distribuídas às condições (experimentais e controle) aleatoriamente.

As técnicas de amostragem foram agrupadas, segundo Hair *et al.* (2003), em censitárias (foco na população/amostragem inexistente), probabilísticas (foco em estratos populacionais estatisticamente determinados) ou não-probabilísticas (foco em pessoas, relatos, imagens e situações selecionadas sem nenhuma aplicação de critérios estatísticos de representatividade). Enquanto os estudos censitários e probabilísticos reúnem iniciativas de pesquisa tipicamente

quantitativas concentradas na validade externa, os que fazem uso de técnicas não probabilísticas abarcam tanto pesquisas quantitativas (por exemplo, acessibilidade e intencional) como qualitativas (por exemplo, por saturação teórica e rígida), não se preocupando com a fidedignidade das conclusões tecidas (validade interna) e suas generalizações (validade externa).

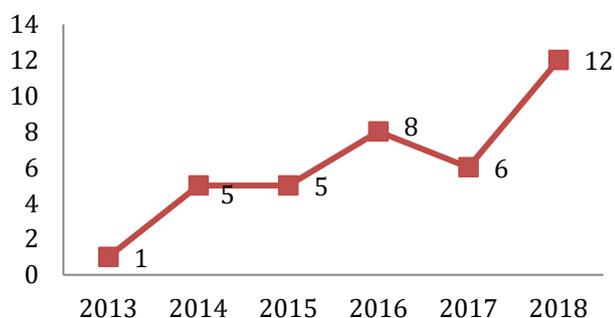
Os artigos foram classificados também a partir dos instrumentos de registro de dados e informações: questionários, roteiros para condução de entrevistas, roteiro de observações e roteiro para condução de grupos de foco. Por fim, concernente às técnicas analíticas empregadas, considerou-se as seguintes classificações: estatísticas descritivas, estatísticas inferenciais, análise de conteúdo, análise do discurso e análise combinada, sendo a última empregada por meio de técnicas de natureza qualitativa e quantitativa.

### ***Resultados da Análise da produção de conhecimentos***

Esta seção apresenta os principais resultados encontrados na revisão sistemática da literatura sobre o tema de ensino em empreendedorismo social. Primeiramente, serão apresentadas as informações gerais sobre as publicações. Na sequência, serão analisados os aspectos procedimentais e metodológicos utilizados nos artigos avaliados. Por fim, serão descritos os principais conteúdos dos artigos, resultados encontrados e as agendas de pesquisas.

#### ***Informações gerais sobre os artigos***

A distribuição temporal das 37 publicações analisadas pode ser visualizada na Figura 1. Em todo o período analisado, observa-se um crescimento no número de publicações. Porém, o número de artigo dobrou no ano de 2017 e 2018. A Figura 1 mostra a quantidade de artigos por ano de publicação no intervalo de tempo pesquisado.



**Figura 1.** Número de publicações

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do conjunto de palavras-chave utilizadas nos descritores dos artigos, observou-se que o termo mais frequente utilizado nos artigos foi “*social entrepreneurship*” com 13 manifestações, seguido pelos descritores “*creativity*”, “*entrepreneurship*” e “*social*”, com três ocorrências cada e por fim “*attitude*”, “*emotional intelligence*”, “*entrepreneurship education*”, “*experiential learning*”, “*learning-by-doing*”, “*moral obligation*”, “*motivation*”, e “*social business*”, com duas aparições. Outras 68 palavras-chaves foram encontradas com uma frequência apenas.

As revistas que mais publicaram artigos encontrados nessa revisão foram; “*Entrepreneurial Business and Economics Review*”, “*Innovations in Education and Teaching International*”, “*Journal of Social Work Education*” “*Social Enterprise Journal*”, com duas publicações cada uma. No entanto, observa-se uma grande heterogeneidade

de revistas internacionais que tem publicado com o tema, uma vez que foram encontradas 27 outras revistas com publicação única.

Os principais autores na área têm sido Kai Hockerts e Jyoti Tikoria, com três publicações cada um, sendo o Kai Hockerts um autor bastante citado também nas pesquisas aqui encontradas, seguido de Alison Rieple, Anil K. Bhat, ChaoyunLiang, Ching Yin Ip, Huei-Ching Liu e Shih-Chia Wu, com dois artigos publicados no período abrangido por esta pesquisa. Porém, foram encontrados outros 73 autores/co-autores com uma única publicação.

Observa-se que oito pesquisas foram realizadas em mais de um país: EUA, Reino Unido, Irlanda e Austrália (Thomsen, Muurlink, & Best, 2018), Taiwan e Hong Kong (Ip, Liang, Wu, Law, & Liu, 2018; Hsu & Wang, 2018), EUA e África do Sul (Bacq & Alt, 2018), EUA e Alemanha (Mueller, Brahm & Neck, 2015), Filipinas e Indonésia (Lacap, Mulyaningsih, & Ramadani, 2018), Áustria, Bósnia, Croácia, Eslovênia e antiga República da Iugoslávia da Macedônia (Kedmenec, Rebernik, & Tominc, 2016), Lituânia e Polônia (Greblikaite, 2016). As demais pesquisas foram realizadas em apenas um país. Cabe ressaltar que os Estados Unidos tem sido o responsável pelo maior número publicação de artigos (sete), seguido da Índia (três). Espanha, Malásia e Reino Unido seguem todos com duas publicações.

#### *Aspectos procedimentais e metodológicos dos estudos*

As pesquisas foram delineadas a partir das seguintes categorias: tipo, abordagem, natureza, recorte, origem dos dados e nível de análise. Vale ressaltar que, em alguns casos, os dados constantes dos textos analisados não permitiram a classificação, em razão da omissão de informações ou imprecisão do texto no que se refere a esses aspectos. Os estudos teóricos foram apenas contabilizados, diferentemente dos teórico-empíricos cujas tipificações metodológicas foram detalhadas.

Predominam, na literatura internacional sobre ensino em empreendedorismo social, estudos teórico-empíricos (81,1%). Foram encontrados poucos artigos teóricos sobre o tema (18,9%). Grande parte dos trabalhos assumiu uma abordagem quantitativa de campo (73,3%), seguida de estudos de abordagem qualitativa (16,7%) e apenas três trabalhos de delineamento misto (10%). A natureza desses estudos ainda é predominantemente descritiva (53,4%), seguida de explicativa (23,3%) e exploratória (23,3%). Todos os estudos tiveram recorte temporal transversal (100%) e dentre esses apenas um com duas medidas repetidas. A origem dos dados é primária na quase totalidade dos estudos (93,3%), sendo que apenas dois artigos utilizaram fontes primárias e secundárias de dados (6,7%) e nenhum artigo utilizou somente dados secundários. 14 estudos apresentam delineamento (46,7%), sendo 12 (40%) correlacional e dois (6,7%) quase-experimento.

Quanto ao nível de análise das pesquisas, predominam estudos que analisam o nível do indivíduo (93,4%). Apenas um estudo analisou o ensino de empreendedorismo social no nível organizacional (3,3%), considerando os dados de um programa (concurso) de empreendedorismo e outro no nível de equipe/grupo (3,3%). Os focos principais das pesquisas são apresentados na Tabela 3.

Tabela 3

#### **Contexto dos 30 artigos teórico-empíricos analisados**

<b>Contexto</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>	<b>Autor(es)</b>
Disciplinas presenciais de empreendedorismo social	4	13,5	Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014)
			Yann Ching Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014).
			Mueller, S., Brahm, T., & Neck, H. (2015)

			Bacq, S., & Alt, E. (2018)
Disciplina presencial e virtual de empreendedorismo social	1	3,3	Hockerts, K. (2018)
Professores com experiência na área de empreendedorismo/empreendedorismo social	1	3,3	Thomsen, B., Muurlink, O., & Best, T. (2018)
Professores em formação	1	3,3	Konakll, T. (2015).
Programa de serviço social e administração	1	3,3	Archibald, P., Muhammad, O., & Estreet, A. (2016)
Programa para estudantes universitários	1	3,3	Othman, N., & Ab Wahid, H. (2014)
Competição de empreendedorismo social	1	3,3	Huster, K., Petrillo, C., O'Malley, G., Glassman, D., Rush, J., & Wasserheit, J. (2017)
Participantes de um projeto de empreendedorismo social	1	3,3	Sabbaghi, O., & Cavanagh, SJ, G. F. (2018)
			Lacap, J. P. G., Mulyaningsih, H. D., & Ramadani, V.(2018)
Estudantes universitários	4	13,5	Hsu, C. Y., & Wang, S. M. (2018) Ip, C. Y., Wu, S. C., Liu, H. C., & Liang, C. (2018) Ip, C. Y., Liang, C., Wu, S. C., Law, K. M. Y., & Liu, H. C. (2018)
Estudantes nacionais e internacionais	1	3,3	Ashour, S. (2016)
Estudantes de engenharia	3	10	Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017a) Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b) Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017c)
			Kedmenec, I., Rebernik, M., & Tominc, P. (2016)
Estudantes do campo de negócios	5	16,8	Hockerts, K. (2017) Adelekan, S. A., Williamson, M., & Atiku, S. O. (2018) Barton, M., Schaefer, R., & Canavati, S. (2018) Jahchan, A. L., Comini, G. M., & D'Amario, E. Q.(2016)
Estudantes de educação física	1	3,3	Peris, C. C., Gómez, J. G., Puig, M. M., & Ruiz-Bernardo, P. (2016)
Estudantes de negócios, engenharia eletrônica e artes	1	3,3	Perić, J., & Delić, A. (2014)
Estudantes de educação social, pedagogia e serviço social	1	3,3	Ferrer i Cervero, V., Cabrera Santacana, O., Alegre Benería, R. M., Montané López, A., Sánchez-Valverde Visus, C., & Alaiz Chueca, E. (2013)
Estudantes de graduação e mestrado em educação	1	3,3	Shahverdi, M., Ismail, K., & Qureshi, M. (2018)
Estudantes de tecnologia e estudantes de mestrado em negócios internacionais	1	3,3	Greblikaite, J., Sroka, W., & Gerulaitiene, N. (2016)
Mestrandos	1	3,3	Hockerts, K. (2015)

---

Total	30	100
-------	----	-----

---

Fonte: Elaborado pelo autor.

No que concerne a métodos, procedimentos e técnicas adotados no desenvolvimento das pesquisas sobre ensino de empreendedorismo social, observa-se a predominância do uso de levantamento de opinião (86,2%), seguido por estudos de casos (13,8%), sendo todos os estudos de casos subdivididos em estudos de casos múltiplos. Dentro desses estudos apenas um trabalho que realizou entrevistas em grupo. A predominância desses métodos sugere que o assunto ainda é pouco discutido e ainda está em fase inicial, por isso os estudos ainda possuem caráter de reconhecimento e definição do campo. Vale destacar que em 30% dos artigos o método não foi classificado pelos autores ou foi maneira diferente das definições aqui apresentadas, o que demandou maior atenção para análise.

Em 93,1% dos estudos a amostra foi flexível ou por conveniência e em apenas dois artigos (6,9%) foi estudada por amostra probabilística aleatória. No que se referem ao perfil da amostra, os estudos foram realizados junto a amostras de estudantes universitários de diversos cursos e países, vinculados a diferentes níveis de ensino (graduação, mestrado e doutorado). Além dessas amostras de estudantes, foram também encontrados estudos com professores universitários.

Os instrumentos de coleta de dados mais utilizados foram questionários (72,4%), seguidos de roteiros de entrevista (10,3%) e métodos mistos (22%). Quatro estudos utilizaram pesquisa documental (13,8%).

Observou-se que a coleta presencial foi a mais utilizada (58,6%), a coleta por meio eletrônico representou 24,1% e a coleta mista representou 13,8% do tipo de coleta. Notou-se também um artigo que não informou o meio utilizado na coleta de dados (3,4%).

No que se refere às estratégias de análises de dados, as análises estatísticas descritivas e inferenciais foram as mais utilizadas (41,4%); seguidas por estudos que utilizaram mais de um método de análise de dados (37,9%) e por quatro (13,4%) estudos que utilizaram análise de conteúdo e apenas dois (6,7%) que utilizaram análise temática. Cabe ressaltar que, para a realização da análise temática, um autor citou como referência Braun *et al.*, (2012) e o outro, Flick (2002) e Miles e Huberman (1994).

No que tange a estatísticas descritivas e inferenciais os métodos utilizados foram; Análise fatorial (confirmatória e exploratória), regressão (multivariada e múltipla), análise de correlação, teste t de amostras independentes e pareadas, estatísticas descritivas (média, desvio padrão, frequência), teste de correlação de person, teste qui-quadrado, análise de componentes principais e modelagem de equações estruturais.

### ***Resultado das pesquisas sobre ensino de empreendedorismo social***

A pesquisa em ensino de empreendedorismo social tem ocorrido por meio de disciplinas presenciais e virtuais, programas, competições com a participação de estudantes e professores e outras pessoas. Existem relativamente poucos estudos sobre os efeitos do ensino universitário sobre o comportamento dos estudantes e suas intenções de realizar um empreendimento social. Há, entretanto, uma predominância de estudos sobre intenção empreendedora social, área essa que vem do empreendedorismo tradicional e está sendo adaptada para o empreendedorismo social. Entre eles estão os estudos de Hsu e Wang. (2018) e Ip, Lianget *al.* (2018), que compararam estudantes universitários de Taiwan e Hong Kong e encontraram diferenças entre os universitários em relação aos traços de personalidade e antecedentes da intenção empreendedora social, respectivamente. No estudo Hsu e Wang. (2018) foi encontrada diferença entre os estudantes em relação a todos os fatores pesquisados dos traços de personalidade, exceto agradabilidade, e no estudo de Ip, Lianget *al.* (2018) as principais

diferenças entre os estudantes foram os efeitos gerados pela experiência anterior, empatia, autoeficácia, percepção de suporte social e utilidade.

Apesar de existirem diferenças entre as amostras pesquisadas, algumas variáveis têm sido analisadas em diversos contextos e os resultados encontrados semelhantes, indicando que elas influenciam a intenção empreendedora social, a saber, quais são: autoeficácia (Konakll, 2015; Tiwari *et al.*, 2017; Hockerts, 2017; Shahverdi *et al.*, 2018; Lacapet *et al.*, 2018; Tiwari *et al.*, 2017c), controle comportamental percebido (Tiwari *et al.*, 2017a; Tiwari *et al.*, 2017b; Tiwari *et al.*, 2017c), criatividade (Tiwari *et al.*, 2017a; Tiwari *et al.*, 2017c), educação (Hockerts, 2017; Adelekanet *et al.*, 2018; Shahverdi *et al.*, 2018; Hockerts, 2018; Barton *et al.*, 2018), experiência anterior (Kedmenecet *et al.*, 2016; Ip, Linget *et al.*, 2018; Hockertset *et al.*, 2017; Lacapet *et al.*, 2018; Barton *et al.*, 2018), normas subjetivas (Tiwari *et al.*, 2017a; Tiwari *et al.*, 2017b; Tiwari *et al.*, 2017c), Suporte social (Ip, Linget *et al.*, 2018; Hockerts, 2017; Shahverdi *et al.*, 2018; Lacapet *et al.*, 2018). Porém, quanto às variáveis obrigação moral e empatia, foram encontrados resultados divergentes entre as pesquisas.

No que se refere à variável gênero alguns estudos apontam como as mulheres sendo mais propensas ao empreendedorismo social do que os homens (Kedmenecet *et al.*, 2016). Hockerts (2017) encontrou níveis mais baixos de empatia em pessoas do sexo masculino em comparação com as do sexo feminino, porém Tiwari *et al.* (2017b) não encontrou diferença em relação a gênero com a intenção de empreendedorismo social, sugerido assim, que sejam realizados mais estudos que busquem identificar as diferenças entre essas variáveis.

No que tange à educação, Hockerts (2018) concluiu que a educação para o empreendedorismo social tem um impacto positivo na intenção do aluno de iniciar um empreendimento social, bem como sobre a sua autoeficácia e percepção de suporte social. Os resultados da pesquisa de Adelekanet *et al.* (2018) confirmaram essa afirmação, ao indicarem uma relação positiva significativa entre conteúdos pedagógicos, técnicas pedagógicas e atitudes dos alunos em direção ao empreendedorismo social. Como resultado, identifica-se que há suporte para a sugestão de Smith e Woodworth (2012) de que a educação para o empreendedorismo social pode ajudar os alunos a desenvolverem a autoeficácia empreendedora social.

O estudo de Kedmenecet *et al.* (2016) encontrou que dos métodos examinados de ensinar empreendedorismo social, aprender a teoria do empreendedorismo social e a análise de empreendimentos sociais são os mais comuns, seguidos por elaboração de planos de negócios para empreendimentos sociais e a participação dos estudantes em palestras proferidas por empreendedores sociais. Finalmente, o menos representado componente da educação para o empreendedorismo social esta levar o estudante para trabalhar em uma empresa social e apoiá-lo a lançar um empreendimento social.

De acordo com Yannet *et al.* (2014) Sabbaghi e Cavanagh, (2018), métodos experienciais produzem benefícios consideráveis para a aprendizagem empreendedora. Isso também reforça a afirmação de Chang *et al.* (2014) de que o ensino experiencial em empresas sociais afeta as características do aluno, assim como a estratégia de ensino de elaboração de planos de negócios afeta positivamente as intenções dos estudantes de iniciar um empreendimento social (Kwonget *et al.*, 2012).

Hockerts afirma que disciplinas eletivas de empreendedorismo social têm um efeito positivo em todas as cinco variáveis (empatia, percepção moral, autoeficácia, percepção de suporte social e intenção empreendedora social). No entanto, esses efeitos são fracos e estatisticamente não significativos para a empatia e obrigação moral.

Segundo o estudo de Husteret *et al.* (2017), os alunos que participam de competições de empreendedorismo social são motivados pelo prestígio da competição trabalharem em rede, receberem orientações e treinamento, sendo a mentoria um dos fatores mais importantes da competição, mais do que a própria premiação. Os participantes de cursos de empreendedorismo

social também valorizam a diversidade disciplinar e oportunidades de aprendizagem oferecidas pela competição. No que tange às habilidades adquiridas com a participação na competição foram relatadas as principais, como: habilidade de vender sua ideia/negócio (*pitch*), falar em público, habilidades de apresentação, captação de recursos, negociação e colaboração. Outros benefícios do ensino de ES para os estudantes referidos pelos estudos foram: aumento da confiança, ampliação de visão de mundo e de perspectivas de liderança que lhes permitiriam ter sucesso em suas carreiras. Os resultados indicaram que a participação no curso aumentou o compromisso com ferramentas de impacto social e que os aprendizados e experiências que ocorreram durante a competição ajudaram os participantes a se tornarem empreendedores sociais globais mais comprometidos, aperfeiçoarem suas habilidades de relacionamento intercultural, bem como suas habilidades de avaliação de impacto social, além de melhorarem a compreensão e a habilidade para quantificar o retorno social, e/ou influenciarem o seu pensamento e trajetória de carreira.

Nos estudos de Perić e Delić (2014), Greblikaite *et al.* (2016), Jahchanet *et al.* (2016) os alunos abrangidos nunca haviam ouvido falar do conceito de empreendedorismo social e pensavam que não existiam exemplos práticos de empreendedorismo social. Eles associam o empreendedorismo social ao trabalho de organizações sem fins lucrativos e à responsabilidade social corporativa. Predominantemente, argumentam que o empreendedorismo social pode ter alguma influência na resolução de problemas sociais, mas não pode ser a solução para os problemas que o país enfrenta. Algumas das questões que podem ser abordadas pelo empreendedorismo social, de acordo com os resultados da pesquisa são: desemprego, gerar valor social ao invés de lucro, educação. Os estudantes consideram o empreendedorismo social importante para o seu currículo (Archibald *et al.*, 2016; Ferrer *et al.*, 2013).

A pesquisa de Mueller *et al.* (2015) teve o objetivo identificar as motivações estudantis para preferir o empreendedorismo social em detrimento do empreendedorismo tradicional e os resultados indicam claramente que os alunos inclinados para o empreendedorismo social forneceram razões diferentes daquelas apresentados pelos que se inclinavam para o empreendedorismo tradicional. As razões tipicamente mencionadas pelos estudantes que preferiam o ES pertenciam às categorias de impacto, motivação pessoal e considerando aspectos sociais e econômicos, enquanto as razões tipicamente mencionadas pelos alunos que preferiam o empreendedorismo tradicional estavam nas categorias de resultado monetário, oportunidade, viabilidade e filantropia. Cabe ressaltar que, ao contrário do que se acreditava, os estudantes com foco no empreendedorismo tradicional também se preocupam com ações sociais, porém esse não é o seu objetivo principal.

### ***Síntese das Recomendações para educação, lacunas e agenda***

Nesta seção são apresentadas as principais recomendações para o campo da educação em empreendedorismo social. Na sequência, serão relatadas as principais lacunas e agendas de pesquisas do campo, segundo esta revisão sistemática de literatura.

Uma das recomendações é que as universidades devem incentivar estudantes para que eles se envolvam também em atividades de voluntariado, especialmente em atividades para reconhecer que muitas organizações poderiam se beneficiar diretamente de seus conhecimentos e habilidades, isso também é uma forma dos alunos colocarem em prática os conteúdos aprendidos em sala de aula e de participarem de experiências que possibilitam aumentar a autoeficácia dos estudantes (Kedmenecet *et al.*, 2016).

No que tange a autoeficácia, Smith e Woodworth (2012) propõem que, para desenvolver o empreendedorismo social, é preciso desenvolvê-la. Estratégias educacionais apropriadas para melhorar a autoeficácia podem incluir o estabelecimento de atividades desafiadoras, e adequadas aos conhecimentos dos aprendizes, de modo que os estudantes possam ter

expectativas de sucesso na aprendizagem do empreendedorismo social; fornecimento de *feedbacks* explícitos, demonstração de confiança nos alunos, reconhecimento e elogios aos esforços de aprendizagem. Semelhante à obrigação moral, os efeitos da autoeficácia vieram principalmente do poder mediador da criatividade empreendedora (RegoRego, Sousa, Marques & Cunha, 2012; Zhou & Hoever, 2014); esta constatação implica que as estratégias supracitadas devem ser executadas em conjunto com atividades de aprendizagem que promovam a criatividade, a novidade e a flexibilidade empreendedora. Smith e Woodworth (2012), por outro lado, sugerem que a educação para o empreendedorismo social pode ajudar os alunos a construir a autoeficácia empreendedora social, por exemplo, modelando a aprendizagem vicária, usando a persuasão social, e fornecendo experiências de domínio de campo (Smith e Woodworth, 2012).

Outras metodologias encontradas nos artigos e sugeridas para o ensino de empreendedorismo social é a educação experiencial e a aprendizagem em serviço, essas podem contribuir para aprendizagem mais efetiva dos alunos e também canalizar a empatia dos alunos para o empreendedorismo social, sendo que as análises das duas dimensões da empatia - cognitiva e afetiva - poderiam inspirar os educadores a reconhecerem os dois tipos entre os alunos em suas aulas, e projetar intervenções para elevar as intenções empreendedoras sociais em conformidade com as especificidades dos estudantes (Bacq & Alt, 2018).

Quando se fala especificamente da aprendizagem em serviço, o ponto de partida mais adequado seria fazer com que os alunos encontrem e escolham seus projetos de aprendizado de serviço de forma independente ou em pequenos grupos. Essa liberdade para os estudantes encontrarem seus próprios projetos tem certas implicações tanto para o desenho didático quanto para a organização do curso. Primeiro, a (aprendizagem), os objetivos do projeto de aprendizagem de serviços têm de ser claros. Estes poderiam, por exemplo, incluir os seguintes aspectos: os alunos devem aplicar critérios para projetos de mudança e serem capazes de categorizar projetos de aprendizagem de serviços próprios e de outros; (b) durante o projeto de aprendizagem em serviço, os estudantes devem avançar ainda mais o modelo da respectiva organização com o objetivo de aumentar o impacto; (c) os estudantes devem se comunicar com pelo menos dois grupos de partes interessadas (ou seja, clientes/usuários, comunidades, investidores). Em segundo lugar, no que diz respeito às restrições organizacionais dos cursos de pré-aprendizagem e projetos de aprendizagem de serviço não podem ser limitados a uma única disciplina de um semestre. Ao dar aos alunos a oportunidade de encontrar seus próprios projetos de aprendizado de serviço, uma disciplina de dois semestres seria necessária para cumprir os objetivos de aprendizagem supracitados. Além da possibilidade de escolher o próprio projeto de aprendizagem em serviço, os estudantes devem ser convidados a preencher um questionário sobre motivos pessoais no início do curso de empreendedorismo social. Além disso, os alunos devem refletir ativamente sobre sua experiência de aprendizagem de serviço (por exemplo, escrevendo um diário de aprendizagem) (Ojastu Chiu, & Olsen, 2011; Mueller, Brahm & Neck, H. 2015).

Os educadores do campo do empreendedorismo social devem se concentrar em melhorar a criatividade dos alunos, organizando diversas oportunidades de trabalho em equipe para que os estudantes possam experimentar processos e resultados da construção em conjunto. Em particular, os educadores devem encorajar os alunos a expressar ideias originais durante a fase inicial e, depois, enfatizar abordagens flexíveis para desencadear ações empreendedoras para a inovação social (Ip, Linget *al.*, 20118), nutrindo e engajando o espírito empreendedor deles desde cedo para que estes estejam preparados para iniciar negócios capazes de produzir mudanças sociais.

Por fim, as descobertas sugerem que as universidades para melhor atingir os seus objetivos de empreendedorismo social devam centrar-se em atividades para cultivar a

percepção de viabilidade e percepção de desejabilidade entre os estudantes para promover mais *startups* sociais. As descobertas também mostram que é importante expor os alunos à viabilidade de empreendimentos sociais por meio de iniciativas como projetos de aprendizagem de serviços ou experiencial em parceria com programas baseados em necessidades organizacionais que podem ser apoiados por meio de laboratórios ou incubadoras universitárias de negócios, incluindo empreendimentos (Barton *et al.*, 2018). A participação dos alunos nessas atividades oportuniza o desenvolvimento de competências empreendedoras possibilitando que eles possam optar pela carreira no campo do empreendedorismo social e os ajudando a se tornarem atores importantes no processo de tomada de decisão e agentes ativos da mudança social positiva na sociedade (Perić&Delić, 2014).

### ***Lacunas e agenda de pesquisa***

Esta seção retrata as agendas de pesquisa formuladas por autores dos artigos analisados nesta revisão de literatura. As agendas mais recorrentes mencionam a necessidade de se estudar os métodos de ensino em empreendedorismo social e, em especial, a aplicação da Aprendizagem Experiencial e a Aprendizagem em Serviço (Chang *et al.* 2014; Kedmenec *et al.*, 2016; Mueller *et al.*, 2015; Yannet *et al.*, 2014; Bacq&Alt, 2018; Hockerts, 2018; Ashour, 2016; Greblikaite *et al.*, 2016) , identificar e relacionar melhor os efeitos das variáveis etnia, idade, sexo, familiaridade com tecnologia, experiência social, experiência de trabalho, normas subjetivas, empatia, antecedentes do valor social, autoeficácia, barreiras da intenção de empreendedorismo social, formação da intenção empreendedora social, traço de personalidade, criatividade, motivação, capital social, efeito do estilo cognitivo (Yannet *et al.*, 2014; Tiwari *et al.*, 2017; Tiwari *et al.*, 2017; Tiwari *et al.*, 2017; Hockerts, 2017; Bacq&Alt, 2018; Shahverdi *et al.*, 2018; Hsu& Wang, 2018; Ip, Wu *et al.*, 2018; Mueller *et al.*, 2015).

Existe também a necessidade de métodos mais robustos de pesquisa que utilizem pré e pós testes, delineamentos experimentais e quase-experimentais, estudos qualitativos, estudos longitudinais (Othman&Ab Wahid, 2014; Kedmenec, 2016; Bacq&Alt, 2018; Hsu e Wang., 2018; Greblikaite *et al.*, 2016) e futuras pesquisas que construam/incluam medidas recolhidas externamente que captam comportamentos/desempenho do empreendedorismo social, e também pesquisas que demonstram o envolvimento real no empreendedorismo social e não apenas a intenção empreendedora social de estudantes universitários (Hockerts, 2015; Bacq&Alt, 2018).

Também foram mencionadas: (1) a necessidade de mais pesquisas que utilizem vários países, departamentos, contextos, participantes VS não participantes, empreendedores sociais VS empreendedores tradicionais (Tiwari *et al.*, 2017; Shahverdi *et al.*, 2018; Hockerts, 2018; Hsu& Wang., 2018; Greblikaite *et al.*, 2016; Mueller *et al.*, 2015; Lacapet *et al.*, 2018; Barton *et al.*, 2018); (2) a possibilidade de usar a escala desenvolvida por Hockerts (2015) para testar, em estudos longitudinais, se a educação empreendedora social influencia a intenção e o comportamento empreendedor social.

Foram sugeridas mais pesquisas sobre o efeito das abordagens de Aprendizagem Experiencial e a Aprendizagem em Serviço para buscar entender as experiências dos acadêmicos em lidar com esta forma metodológica (alunos e professores), verificando também as visões dos outros interessados (comunidade, organizações e empreendedores sociais), especialmente para descobrir como eles se beneficiam desse tipo de abordagens. (Yannet *et al.*, 2014; Chang *et al.* 2014; Bacq&Alt, 2018).

### ***Conclusão***

A literatura do ensino em empreendedorismo social ainda pode ser considerada um campo emergente e que necessita de mais aprofundamento teórico e empírico, uma vez que ele

ainda se encontra sem uma teoria específica consolidada, utilizando teorias de outros campos do conhecimento para entender esse fenômeno, em especial, da área do empreendedorismo tradicional. Sabemos ainda que muitas das características do empreendedorismo tradicional estejam também relacionadas ao empreendedorismo social, porém os desafios do empreendedor social são diferentes e talvez mais amplos do que o do empreendedor tradicional, exigindo do empreendedor conhecimentos e habilidades diferentes. Dada a importância do ES para a sociedade, é preciso ampliar as pesquisas para explicar e conhecer melhor esse fenômeno, uma vez que a literatura, apesar de ter crescido nos últimos anos, ainda carece de evidências científicas que comprovem a efetividade das ações e dos programas de ensino de empreendedorismo social em universidades.

Uma das lacunas principais do campo de estudo é a necessidade de pesquisas mais robustas, a exemplo, com recorte longitudinal, uma vez que não foi encontrada nenhuma pesquisa na amostra com esse delineamento e os próprios pesquisadores sugerem esse recorte em futuras pesquisas. Parte disso se explica pelo fato da teoria predominante no campo ser a intenção empreendedora social, uma vez que a teoria afirma que a intenção empreendedora social é um preditor do envolvimento das pessoas com o empreendedorismo social, porém não foram identificados resultados empíricos que confirmem isso e se as pessoas com maior intenção empreendedora social são as que de fato empreendem, sendo este um campo bastante promissor para futuras pesquisas.

Uma das abordagens promissoras para a educação empreendedora social é a aplicação das metodologias ativas, por exemplo, Aprendizagem Experiencial de Kolb (1976) e Aprendizagem de Serviços de Brock e Steiner (2009). Segundo os resultados de Kedmenecet al. (2016), as disciplinas de empreendedorismo social pouco focam nas experiências práticas dos alunos, sendo essa necessidade suprida pelas duas abordagens supracitadas, pois elas permitem que os alunos vivenciem os problemas reais enfrentados pelos empreendedores sociais e aumentem seus níveis de autoeficácia, empatia, intenção empreendedora social, obrigação moral, suporte social, desejabilidade percebida e percepção de viabilidade do empreendimento, o que os tornariam mais preparados para o mercado de trabalho de maneira geral. As variáveis preditoras da intenção empreendedora que mostraram resultados conclusivos são: autoeficácia, percepção de controle comportamental, criatividade, educação, experiência anterior, normas subjetivas e suporte social, sendo importantes indícios para a educação em empreendedorismo social, junto com o desenvolvimento de vivência prática empreendedora dos alunos.

O desenvolvimento de competências empreendedoras sociais nos alunos permite que estes possam optar pela carreira no campo do empreendedorismo social ou aplicá-las elas em outros contextos, tendo em vista que as competências empreendedoras são requeridas por muitas empresas. Vale ressaltar que outros países têm adotado legislações específicas para reger empresas sociais, reconhecendo o valor que estas têm para sanar os problemas sociais. No Brasil, tramita no Congresso Nacional uma lei (Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018) que trata especificamente desse tipo de empreendimento. Apesar do crescimento do campo de empreendedorismo social no mundo por meio de ações governamentais e empresárias, o tema no meio acadêmico ainda é pouco explorado e nas universidades os alunos quase não têm contato com o tema.

### **Rererências**

Adelekan, S. A., Williamson, M., & Atiku, S. O. (2018). Influence of social entrepreneurship pedagogical initiatives on students' attitudes and behaviours. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(3).

Archibald, P., Muhammad, O., & Estreet, A. (2016). Business in social work education: A historically black university's social work entrepreneurship project. *Journal of Social Work Education, 52*(1), 79-94.

Ashour, S. (2016). Social and business entrepreneurship as career options for university students in the United Arab Emirates: The drive-preparedness gap. *Cogent Education, 3*(1), 1234425.

Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 33*(3), 333-350.

Barton, M., Schaefer, R., & Canavati, S. (2018). To be or not to be a social entrepreneur: Motivational drivers amongst American business students. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 6*(1), 9-35.

Brock, D. D., & Steiner, S. (2009). Social entrepreneurship education: is it achieving the desired aims?. Available at SSRN 1344419.

Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014). Learning-by-doing as an approach to teaching social entrepreneurship. *Innovations in education and teaching international, 51*(5), 459-471.

Cook, D. J., Mulrow, C. D., & Haynes, R. B. (1997). Systematic reviews: synthesis of best evidence for clinical decisions. *Annals of internal medicine, 126*(5), 376-380.

Cordeiro, A., Oliveira, G. D., Renteria, J., & Guimarães, C. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. Grupo de Estudo de Revisão Sistemática do Rio de Janeiro (GERS-Rio). *Rev. Col. Bras. Cir, 34*(6).

Creswell, J. W. (2007). Tradução Luciana de Oliveira da Rocha.—. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed.*

Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: a step-by-step approach. *British journal of nursing, 17*(1), 38-43.

Ferrer-Cervero, V., Cabrera Santacana, O., Alegre Benería, R. M., Montané López, A., Sánchez-Valverde Visus, C., & Alaiz Chueca, E. (2013). El perfil de emprendedor social de estudiantes de los Grados de Educación Social, Pedagogía y Trabajo Social en la Universidad de Barcelona. *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 2013, vol. 7, num. 1, p. 11-29.*

Fowler Jr, F. J. (2011). *Pesquisa de Levantamento-4*. Penso Editora.

Greblikaite, J., Sroka, W., & Gerulaitiene, N. (2016). Involving young people in Polish and Lithuanian social enterprises by fostering entrepreneurial skills and abilities as entrepreneurial opportunity at university. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 4*(3), 131.

Hair Jr, J. F., Babin, B., Money, A. H., & Samouel, P. (2003). *Essentials of Business Research Methods: Johns Wiley & Sons. Inc.: New York, NY, USA.*

Hockerts, K. (2015). The social entrepreneurial antecedents scale (SEAS): a validation study. *Social Enterprise Journal, 11*(3), 260-280.

Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 41*(1), 105-130.

Hockerts, K. (2018). The Effect of Experiential Social Entrepreneurship Education on Intention Formation in Students. *Journal of Social Entrepreneurship, 9*(3), 234-256.

Hsu, C. Y., & Wang, S. M. (2018). Social entrepreneurial intentions and its influential factors: A comparison of students in Taiwan and Hong Kong. *Innovations in Education and Teaching International, 1-11*

Huster, K., Petrillo, C., O'Malley, G., Glassman, D., Rush, J., & Wasserheit, J. (2017). Global social entrepreneurship competitions: Incubators for innovations in global health?. *Journal of Management Education*, 41(2), 249-271.

IBGE. (2018). *Pobreza aumenta e atinge 54,8 milhões de pessoas em 2017*. Recuperado em 11 de abril, 2019, de <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/23299-pobreza-aumenta-e-atinge-54-8-milhoes-de-pessoas-em-2017>.

Ip, C. Y., Liang, C., Wu, S. C., Law, K. M. Y., & Liu, H. C. (2018). Enhancing social entrepreneurial intentions through entrepreneurial creativity: A comparative study between Taiwan and Hong Kong. *Creativity research journal*, 30(2), 132-142.

Ip, C. Y., Wu, S. C., Liu, H. C., & Liang, C. (2018). Social entrepreneurial intentions of students from Hong Kong. *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 47-64.

Jahchan, A. L., Comini, G. M., & D'Amario, E. Q. (2016). Negócios sociais: a percepção, a consciência e o grau de interesse pelo tema para os alunos de graduação em administração. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 17(3), 537-566.

Kedmenec, I., Rebernik, M., & Tominc, P. (2016). Social Entrepreneurship Education and Its Association with Perceived Desirability and Feasibility of Social Entrepreneurship among Business Students. *Croatian Journal of Education: Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje*, 18(4), 1035-1065

Kolb, D. A. (1976). Management and the learning process. *California management review*, 18(3), 21-31.

Konakll, T. (2015). Effects of self-efficacy on social entrepreneurship in education: a correlational research. *Research in Education*, 94(1), 30-43.

Kwong, C. C., Thompson, P., Cheung, C. W. M., & Manzoor, H. (2012). The role of environment in fostering conducive entrepreneurial learning: teaching the 'art' of entrepreneurship in boot camps. *Journal of General Management*, 38(1), 45-71.

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), 329-346.

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.

Mueller, S., Brahm, T., & Neck, H. (2015). Service learning in social entrepreneurship education: Why students want to become social entrepreneurs and how to address their motives. *Journal of Enterprising Culture*, 23(03), 357-380.

Ojastu, D., Chiu, R., & Olsen, P. I. (2011). Cognitive model of entrepreneurship and its reflection in education. *Journal of Enterprising Culture*, 19(04), 397-434.

Othman, N., & Ab Wahid, H. (2014). Social entrepreneurship among participants in the students in free enterprise program. *Education+ Training*, 56(8/9), 852-869.

Perić, J., & Delić, A. (2014). Social entrepreneurship in Croatia: Do regional disparities influence young people's perception of social entrepreneurship as a potential career path?. *Ekonomskivjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, 27(1), 81-92.

Peris, C. C., Gómez, J. G., Puig, M. M., & Ruiz-Bernardo, P. (2016). The construction of a questionnaire to measure social entrepreneurship in physical education. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, (28), 169-188.

Sabbaghi, O., & Cavanagh, S. J. G. F. (2018). Social entrepreneurship and sense-making: evidence from the Global Social Benefit Institute. *Social Enterprise Journal*, 14(3), 289-311.

Sen, A. K. (1999). *Development as Freedom*. New York: Anchor Books

Senado Federal. (1998). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Recuperado em 11 de abril, 2019, de <http://legis.senado.leg.br/legislacao/ListaTextoSigen.action?norma=579494&id=16434803&i dBinario=16434817>.

Senado Federal. (2018). *Projeto de Lei do Senado nº 338, de 2018*. Recuperado em 11 de abril, 2019, de <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/133946>

Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Boston, MA: Houghton Mifflin

Shahverdi, M., Ismail, K., & Qureshi, M. (2018). The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education. *Management Science Letters*, 8(5), 341-352.

Smith, B.R. , Kickul, J. and Coley, L. (2010), “Using simulation to develop empathy and motivate agency: an innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education”, *Handbook of Research in Entrepreneurship Education* , pp. 13-24.

Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390-407.

Tams, S., & Marshall, J. (2011). Responsible careers: Systemic reflexivity in shifting landscapes. *Human Relations*, 64(1), 109-131.

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), 9.

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017b). Predictors of social entrepreneurial intention: an empirical study. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(1), 53-79.

Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017c). The role of emotional intelligence and self-efficacy on social entrepreneurial attitudes and social entrepreneurial intentions. *Journal of Social Entrepreneurship*, 8(2), 165-185.

Thomsen, B., Muurlink, O., & Best, T. (2018). The political ecology of university-based social entrepreneurship ecosystems. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(2), 199-219.

Yann Ching Chang, J., Benamraoui, A., & Rieple, A. (2014). Stimulating learning about social entrepreneurship through income generation projects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(5), 417-437.

Yin, R. K. (2002). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Artmed.

Zhou, J., & Hoever, I. J. (2014). Research on workplace creativity: A review and redirection. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 33.