

Research Paper

Empreendedorismo social: Motivações e oportunidade para a criação de emprego

Social Entrepreneurship: Motivations and Opportunity for Job Creation

Submitted in 30, January 2023

Accepted in 28, February 2023

Evaluated by a double-blind review system

SUSANA BERNARDINO^{1*}

MAGDA COELHO²

RESUMO

Objetivo: A criação de uma iniciativa de empreendedorismo social apresenta um enorme potencial em termos de criação de valor social. Para além de contribuírem para a resolução de um problema social, permitem também a criação de emprego na sociedade. Com esta investigação pretende-se analisar as principais motivações que acompanham a decisão da criação de uma iniciativa de empreendedorismo social, bem como o potencial que o empreendedorismo social assume para a criação de emprego, em especial o autoemprego.

Metodologia: A investigação tem um carácter exploratório, assente numa metodologia qualitativa. A recolha dos dados primários foi efetuada através de entrevistas semi-estruturadas a cinco empreendedores sociais em Portugal.

Resultados: Os resultados obtidos indicam que a criação da iniciativa social foi essencialmente despoletada pelo reconhecimento de uma falha de mercado e de necessidade de intervenção social. A investigação indica que as motivações mais relevantes para a criação da iniciativa de empreendedorismo social se enquadram nos fatores pull, nomeadamente o altruísmo, paixão, desejo de inovação e exploração de oportunidades identificadas. Apesar de não ter sido um propósito explícito na constituição da iniciativa, verifica-se um impacto positivo em termos de criação de emprego, permitindo aos empreendedores sociais o desenvolvimento da sua atividade profissional de uma forma plena, ao mesmo tempo que contribuem para a resolução da questão social previamente identificada. A criação de emprego na sociedade, embora não tenha sido um objetivo principal, é vista como positiva por parte dos empreendedores sociais.

Originalidade: O artigo contribuiu o alargamento do conhecimento acerca das motivações para a criação de uma iniciativa de empreendedorismo social, uma área que

^{1*} Corresponding author. Centre for Organizational and Social Studies of Polytechnic of Porto (CEOS.PP) and Porto Accounting and Business School (ISCAP/P.Porto), Portugal. E-mail: susanab@iscap.ipp.pt

² Porto Accounting and Business School (ISCAP/P.Porto), Portugal. E-mail: 2200190@iscap.ipp.pt

apesar de relevante ainda carece de desenvolvimento. De destacar ainda o facto de o artigo explorar o potencial do empreendedorismo social para a criação de emprego.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Motivações, empreendedor social, Emprego, Autoemprego.

ABSTRACT

Purpose: The creation of a social entrepreneurship initiative presents a huge potential in terms of creating social value. In addition to contributing to solving a social problem, it also allows for the creation of jobs in society. This research aims to analyze the main motivations that accompany the decision to create a social entrepreneurship initiative, as well as the potential that social entrepreneurship has for job creation, especially self-employment.

Methodology: The research has an exploratory nature, based on a qualitative methodology. Primary data collection was carried out through semi-structured interviews with five social entrepreneurs in Portugal.

Results: The results obtained indicate that the creation of the social initiative was essentially triggered by the recognition of a market failure and need for social intervention. The research indicates that the most relevant motivations for creating the social entrepreneurship initiative are related to pull factors, namely altruism, passion, desire for innovation and exploitation of the identified opportunities. Although it was not an explicit purpose in the creation of the initiative, there is a positive impact in terms of job creation, allowing social entrepreneurs to develop their professional activity in a full-time manner, while contributing to the resolution of the social issue previously identified. Job creation in society, although not being a main purpose, is seen as positive by social entrepreneurs.

Originality: The article has contributed to broadening the knowledge on the motivations for the creation of a social entrepreneurship initiative, an area that, although relevant, still needs further development. The article also explores the potential of social entrepreneurship for job creation.

Keywords: Social Entrepreneurship, Motivations, social entrepreneur, Employment, Self-employment.

1. Introdução

O empreendedorismo social é um tema muito atual e cada vez mais relevante, quer na sociedade portuguesa, quer por todo o mundo, tendo em conta a intensificação dos problemas sociais existentes.

O empreendedorismo social é, de facto, uma área em gradual crescimento, sendo um reconhecido como um propulsor de mudanças na sociedade, na medida em que através do uso da inovação procuram novas abordagens para a resolução de problemas sociais (Jurado *et al.*, 2021).

Os projetos de empreendedorismo social vão surgindo de forma espontânea, sendo impulsionados por um indivíduo ou grupo de indivíduos a quem a literatura apelida de empreendedores sociais (Martin & Osberg, 2007). São vários os motivos que poderão desencadear o desejo de intervir socialmente e a criação de uma iniciativa social (Bernardino & Freitas Santos, 2015a). Apesar de reconhecido como um importante tema para investigação no âmbito do empreendedorismo e economia social, encontra-se ainda sub-explorado.

Em Portugal, o empreendedorismo social, para além do potencial em termos de criação de valor para a sociedade, pode também ser encarado como uma forma de criação de emprego, para o próprio empreendedor e para outras pessoas na sociedade. Com o aumento da precaridade laboral nasce, por parte do empreendedorismo social, a necessidade de criar formas de minimizar as consequências negativas associadas a este fenómeno, podendo ser minorada através da criação de oportunidades de emprego através da iniciativa socialmente empreendedora (Cardoso, 2020). De facto, é inegável o valor social associado à geração de emprego, pois este permite a melhoria do nível de rendimento dos indivíduos, da sua qualidade de vida e autoestima, bem como daqueles que lhe são mais próximos.

Com esta investigação pretende-se compreender as diferentes motivações que acompanha a decisão de criação de uma iniciativa de empreendedorismo social, e perceber se o autoemprego e a criação de emprego são uma das motivações dos empreendedores sociais aquando do lançamento da iniciativa.

Para dar resposta aos objetivos de investigação, o artigo encontra-se estruturado do seguinte modo. No primeiro capítulo, procede-se ao enquadramento teórico, explorando-se, num primeiro momento o conceito de empreendedorismo social, de empreendedor social, principais motivações para o empreendedorismo social e de que forma estas influenciam as escolhas tomadas, bem como oportunidade de criação de emprego através do empreendedorismo social. No capítulo dois é apresentada a metodologia usada no estudo empírico. De seguida, no capítulo 3, apresentam-se os principais resultados obtidos. Por fim, apresentam-se as conclusões, limitações do estudo e pistas para investigações futuras.

2. Enquadramento Teórico

2.1 O empreendedorismo social

Os números relativos ao nível de atividade empreendedora, bem como o impacto social e económico da mesma, têm vindo a aumentar significativamente ao longo dos últimos anos, bem como o número de trabalhadores na área do empreendedorismo. O empreendedorismo pode ser entendido como um processo caracterizado por uma forte visão e dinamismo, criando mudanças que requerem um forte sentido de empenho e responsabilidade por parte dos empreendedores, de forma a alcançar novas ideias e soluções (García *et al.*, 2020). Este fenómeno é compreendido por determinados comportamentos e atitudes associados ao risco, à criatividade, à inovação, entre outras características tidas como relevantes para a ação empreendedora (García *et al.*, 2020). Nesta aceção, um empreendedor é visto como um indivíduo capaz de identificar as necessidades, podendo transformá-las em oportunidades, sendo que existe sempre um risco associado, o que significa que este nem sempre consegue obter sucesso.

O conceito de empreendedorismo social, por sua vez, consiste, essencialmente na aplicação de um comportamento empreendedor, colocado disposição para a resolução de problemas sociais e a criação de valor social. Como tal, é encarado como uma forma de ajudar nas condições de vida da sociedade (García *et al.*, 2020). Segundo Bernardino (2013, p. 95), "o empreendedorismo social é uma realidade híbrida que procura associar um comportamento empreendedor à resolução de problemas sociais complexos e persistentes que outras instituições não foram capazes de solucionar". Através da adoção de um comportamento empreendedor, permite às organizações serem capazes de identificar as necessidades existentes, disponibilizando de forma contínua bens e serviços, com o intuito de transformar os problemas em oportunidades, contribuindo para o bem-estar da sociedade. Segundo Braga (2013, p. 32), no empreendedorismo social, os empreendedores sociais "identificam oportunidades que vêm dar resposta a falhas do mercado e oferecem soluções criativas e inovadoras para os problemas sociais das comunidades". A atividade empreendida não é orientada para o lucro. De facto, as iniciativas de empreendedorismo social ocorrem tipicamente no âmbito da economia sem fins lucrativos. As atividades de geração de rendimento e objetivos de natureza económica são considerados como instrumentais para a prossecução da missão social, na medida em que permitem assegurar a continuidade da resposta social concebida (Mair & Martí, 2006).

Inicialmente, o processo do empreendedor começa com a identificação de uma oportunidade (Cajaiba-Santana, 2010). No caso do empreendedorismo social, a

oportunidade é de natureza social, o que significa que é possível criar valor social através dos problemas e lacunas sociais identificadas e que poderão ser explorados através da iniciativa socialmente empreendedora criada. Pedroso *et al.* (2021) enumeram cinco atributos essenciais das oportunidades sociais: (i) prevalência, (ii) relevância, (iii) urgência, (iv) acessibilidade, e (v) radicalidade. A prevalência refere-se às necessidades humanas como uma das principais razões para a criação de oportunidades sociais. Diz ainda respeito às crenças referentes a um problema social, que podem influenciar a atenção que vai ser dada às oportunidades. A relevância, por sua vez, implica uma correspondência entre a importância da oportunidade para o empreendedor social, valores, talentos, habilidades e recursos, dando mais importância a determinadas oportunidades que a outras. A urgência relaciona-se com a emergência de certos problemas que surgem de forma imprevisível, sendo exemplo disso fenômenos como guerras, incêndios, entre outros, que exigem uma rápida resposta. A acessibilidade, ou no seu inverso, a pouca acessibilidade pode prejudicar a exequibilidade de uma iniciativa de empreendedorismo social. Por fim, a radicalidade significa que a inovação e as mudanças sociais são necessárias para conseguir fazer fase aos problemas sociais especificados.

Para a capacidade de identificação de oportunidades sociais é reconhecida a importância de alguns comportamentos e capacidades ao empreendedor social, tais como a proatividade (Anwar et al., 2019), a inovação (Lu et al., 2019; Adro & Fernandes, 2021), a empatia ou a sensibilidade para questões sociais (Anwar et al., 2019).

2.2 O empreendedor social

Os empreendedores sociais são vistos como pessoas preocupadas com os problemas e desafios que encontram na sociedade, conferindo maior importância à criação de um projeto social que consiga fazer fase aos desafios da sociedade.

O empreendedor social é, neste sentido, encarado como um agente de mudança, cuja missão é criação de valor social, procurando novas oportunidades para alcançar os objetivos. Deteta as oportunidades enquanto o dito tradicional identifica problemas. A vontade inovar faz parte deste indivíduo, não devendo ser vista como um elevado nível de criatividade, mas sim como um processo contínuo (Dees, 2001). Para Martin e Osberg (2007), o empreendedor social é associado à capacidade de identificar oportunidades, combatendo a desigualdade social, e apresentando uma capacidade de equilíbrio que corresponde a melhorias das condições de um determinado grupo de pessoas. Pode ainda

ser entendido como um indivíduo, grupo, rede, organização ou aliança de organizações que procura uma mudança utilizando ideias que se diferenciem dos padrões (Light, 2006).

Ser empreendedor social envolve um desafio a nível pessoal, pois, no seguimento da atividade empreendedora são, variadas vezes, são assumidos riscos, quer na esfera da iniciativa como também da própria esfera pessoal do empreendedor. De facto, o empreendedor social é detentor de um espírito empresarial e da capacidade para identificar oportunidades e soluções inovadoras para a resolução de problemas sociais (Cardella, *et al.*, 2021). Assim, o empreendedor social pode ser entendido como um intérprete, de forma particular na sociedade ou comunidade, sendo que o seu interesse pelas alterações sociais se conjuga com os seus esforços e motivações para a criação de iniciativas empreendedoras sociais (Bernardino & Freitas Santos, 2015a).

A literatura tem reconhecido que certos empreendedores dispõem de um perfil com características específicas.

De entre as características mais associadas ao perfil do empreendedor social encontram-se a ambição, criatividade, coragem, ambição, proatividade, resiliência e comportamento ético. Nicolaou e Shane (2010) veem na genética a distinção entre a decisão dos indivíduos mais predispostos em empreender do que a de todos os restantes. Além da genética, diversos autores salientam os traços de personalidade como influência no ato de empreender (Bernardino *et al.*, 2018; Nga & Shamuganathan, 2010; Brandstätter, 2011).

Para além da influência da personalidade no comportamento dos empreendedores sociais, as características demográficas também possuem o seu papel na modificação do indivíduo. A literatura tem identificado como relevantes fatores como idade, género, formação, estatuto familiar, ou as experiências profissionais e pessoais passadas (Bernardino & Freitas Santos, 2015b).

2.3 Motivações para o empreendedorismo social

O termo “motivação” deriva do latim *motivus*, ou seja, movimento. A procura pelo entendimento sobre a motivação das ações do ser humano na sua interação com a natureza e toda a envolvente social é já antiga, muito embora apenas mais recentemente tenha sido aplicada ao estudo do empreendedorismo em geral e, também, ao empreendedorismo social em particular.

Para Ribeiro *et al.* (2018, p. 106) a motivação é entendida como “uma tensão afetiva suscetível de desencadear uma atividade com vista a alcançar um determinado

desejo/objetivo”. Como tal, a motivação pode ser vista como um estado interno ao indivíduo, capaz de o induzir à ação (Lieury & Fenouillet, 2000; Dourado *et al.*, 2018).

A literatura tem destacado a importância de se compreender os motivos que levam os empreendedores sociais a agir, a tomar iniciativas e a assumir os desafios inerentes. De facto, as motivações são vistas como a base para desencadear a atividade do indivíduo, razão pela qual o seu estudo é importante na área do empreendedorismo (Cebola & Proença, 2018). De igual modo, importa compreender as razões que levaram estes indivíduos a procurar criar uma mudança global na sociedade e a constituir uma iniciativa de empreendedorismo social (Braga, 2013).

As motivações não são necessariamente constantes ao longo do tempo, uma vez que as motivações que levaram o empreendedor a realizar determinada atividade numa fase inicial podem mudar ao longo do desenvolvimento da atividade. Assim, segundo Braga (2013), é relevante perceber as motivações ao nível do empreendedor como ser humano, de forma a entender quais foram os motivos que o levaram a fazer determinadas escolhas e a manter a determinação nas opções tomadas.

A motivação, de acordo com Bernardino e Santos (2015a), aparece como motivo explicativo da forma como os indivíduos se movem nas organizações, como lançam novas iniciativas sociais ou como promovem a resolução dos problemas. Esta atitude/vontade pode ser desencadeada por várias motivações, desde a necessidade da criação de emprego, à necessidade de interesse pessoal, como a vontade de desenvolver e melhorar determinados pontos que considera fulcral (Cebola & Proença, 2018). O comportamento dos empreendedores difere, não existindo um motivo único e específico para a decisão de alguém se tornar num empreendedor social e criar a sua organização social.

Segundo Braga (2013), as teorias da motivação aplicadas ao empreendedorismo podem dividir-se em duas categorias principais: (i) teorias da motivação do conteúdo; e (ii) teorias da motivação de processo. As teorias da motivação do conteúdo focam-se naquilo que leva o empreendedor a ter iniciativa.

A teoria de conteúdo explora as necessidades, sendo estas entendidas como um processo psicológico que os empreendedores sociais sentem vontade de eliminar consoante a necessidade do momento pelo qual estão a passar (Hiriyappa, 2018; Brondani & Mello, 2021). Estas teorias visam explicar quais são as razões internas associadas aos

comportamentos e, assim, explicar o que motiva a ação (Braga, 2013; Dourado et al., 2018). Inserem-se aqui teorias como a Teoria das Necessidades de Maslow (1943) ou a teoria das necessidades de realização, de McClelland (McClelland et al., 1953).

As teorias da motivação de processo, por sua vez, visam perceber o quanto o empreendedor está disponível para se manter nos projetos. A principal preocupação destas teorias não é perceber o que leva os indivíduos a concretizarem as suas motivações, mas sim, perceber como é que ocorre essa motivação e a razão que está na base de determinadas opções. O foco incide no papel do processo cognitivo do indivíduo, isto é, nos seus pensamentos e valores, usados para definir os seus comportamentos, determinando um nível de motivação (Braga, 2013). Neste contexto, os indivíduos dão significado às recompensas e às oportunidades de trabalho disponíveis (Hiriyappa, 2018). Dentro das Teorias de Motivação do Processo incluem-se, a título de exemplo, a teoria das expectativas de Vroom (1964) e a Teoria de Edwin Locke (1968).

Gilad e Levine (1986), na definição de motivação, consideram a existência de duas categorias principais: fatores de atração e de impulso, mais conhecidas por *push* e *pull*, respetivamente. A probabilidade de obtenção de um benefício é vista como um fator de atração - *pull*, enquanto o perigo iminente, por exemplo de desemprego, é entendido como um fator de atração (*push*). Assim os fatores *push* são caracterizados por fatores a nível pessoal ou externos.

As motivações dos empreendedores resultam sobretudo de dois fatores: (i) por necessidade ou fatores (Ribas, 2011): (i) fatores *push*; e/ou (ii) fatores *pull*. Os fatores *push*, também conhecidos como empreendedorismo por necessidade, ocorrem quando, na sequência de desemprego ou de uma situação em que, por qualquer motivo, o indivíduo não encontra trabalho, vendo a abertura de um negócio como uma possibilidade de satisfação das suas necessidades. Segundo Braga (2013), e com base nesta teoria, os indivíduos são motivados para determinados objetivos através de questões externas "negativas" (Braga, 2013, p. 24). Dentro dos fatores *push*, poderemos encontrar os fatores que são vistos como desilusões, e irritações com a sua atividade anterior ou preocupações a nível pessoal, que acabam por ser condicionantes na criação de projetos sociais (Ribas, 2011). As motivações para se tornar um empreendedor dentro dos fatores *push* são geralmente consideradas como um fator chave que pode influenciar a carreira a nível profissional empresarial. Encontram-se aqui incluídas questões como desemprego, despedimento, e falta de emprego ou perspectivas de carreira (Kirkwood, 2009).

Os fatores *pull*, por sua vez, ou empreendedorismo por oportunidade, consubstanciam-se no facto de as pessoas estarem constantemente atentas às necessidades da população, aproveitando as oportunidades identificadas para a criação de um negócio, com o objetivo de obter a sua independência. Segundo Ribas (2011), caracterizam-se pela atração de novas oportunidades de negócios, sendo habitualmente considerados os motivos mais prevalentes. Ao contrário do preconizado nos fatores *push*, de acordo com esta teoria, os empreendedores são proativamente levados a tomar uma iniciativa, numa área pela qual se sentem atraídos ou na qual reconhecem elevado potencial. Dentro destas motivações, inserem-se ainda o reconhecimento, a realização pessoal ou a autorrealização, que incentivam os empreendedores a caminhar para um novo desafio profissional (Ribas, 2011).

Vários autores têm vindo a estudar modelos que permitam compreender a motivação na criação de uma iniciativa social, apesar das diferenças existentes entre os indivíduos (Bernardino & Freitas Santos, 2015a). A pesquisa existente na literatura indica que os empreendedores sociais têm como objetivo principal a criação de valor para a sociedade, demonstrando uma preocupação com esta questão mais elevada que os demais tipos de empreendedores, e sentindo necessidade de dar o seu contributo nos problemas detetados. A investigação de Bernardino e Freitas Santos (2015a) indica ainda que este não é objetivo único, uma vez que existem mais objetivos com maior ou menor importância para um indivíduo aquando da criação de uma iniciativa social. Neste contexto, como objetivos do próprio indivíduo podem ser identificados alguns elementos relacionados com a maximização da utilidade pessoal do indivíduo. Incluem-se aqui situações como o desejo de independência e autonomia, desejo de exploração e novos desafios ou das suas capacidades de uma forma plena. Pode ainda incluir o reconhecimento social, a possibilidade de criação de oportunidades de emprego para membros da sua família, ou a segurança no emprego ou financeira (London & Morfopoulos, 2010). Conforme referido por Bernardino e Santos (2015a, p. 48), “O objetivo que predomina na decisão é a determinação social, confirmando-se a ideia de que as causas sociais estão na base da criação da iniciativa”. Não obstante, poderão coexistir com outras motivações de natureza pessoal.

Alguns autores têm reconhecido a aplicação da teoria das necessidades de Maslow ao empreendedorismo social, uma vez que através da iniciativa de empreendedorismo social será possível procurar satisfazer as necessidades que se encontram explícitas nas

diferentes categorias de necessidades da pirâmide de Maslow (Brondani & Mello, 2021). Para além disso, a realização pessoal poderá ser uma motivação considerável para alguns empreendedores sociais (Cebola & Proença, 2018), sendo que os empreendedores mais dedicados a atividades de responsabilidade que requerem o seu esforço individual com necessidade de reconhecimento, iniciam projetos que envolvem riscos (Braga, 2013).

De acordo com Cebola e Proença (2018, p. 101), “face aos diferentes objetivos de intervenção definidos pelos empreendedores, os autores têm vindo a estudar não só os padrões de comportamento como também os propósitos associados a criação da iniciativa social”.

Na tabela 1 sistematizam-se algumas das principais motivações para o empreendedorismo social identificadas na literatura.

Tabela 1: Motivações para o empreendedorismo social

Autor	Motivações
Bernardino e Freitas Santos (2015a)	Existência de múltiplas motivações para a criação de uma iniciativa de empreendedorismo social, tais como a determinação social, a afiliação para com uma determinada comunidade e os objetivos de carácter pessoal, de natureza não pecuniária (e.g. autorrealização, desejo de autonomia e independência, exploração de novos desafios ou capacidades de uma forma plena). A determinação social é determinante na predominante na motivação para a criação da iniciativa de empreendedorismo social
London e Morfopoulos (2010)	Altruísmo e desejo de criação de valor social Nível de satisfação ou insatisfação com a situação profissional; Participação passada em organizações e atividades de bem-estar Situação pessoal e posicionamento no ciclo de vida familiar Seguir papeis modelo Criação de oportunidades de emprego
Braga (2013)	Altruísmo Paixão Influência de <i>role models</i> Experiências de voluntariado anteriormente desenvolvidas Vontade de criar e inovar Fatores relacionados com o trabalho (insatisfação) Reconhecimento de oportunidades

Fonte: Elaboração própria

2.4 O empreendedorismo social como oportunidade de criação de emprego

Segundo Blanch (1990, conforme citado por Rodrigues *et al.*, 2021, p. 74) o trabalho é entendido como um “conjunto de atividades humanas, retribuídas ou não, de carácter produtivo ou criativo que, mediante o uso de técnicas, instrumentos, materiais ou informações disponíveis, permite obter, produzir ou prestar certos bens, produtos e serviços. Nesta atividade, a pessoa fornece energias, habilidades, conhecimentos e outros recursos e obtém algum tipo de compensação, material, psicológica e/ou social.

Atualmente, o trabalho assume um papel essencial, sendo este geralmente remunerado e exercido em função de bens ou serviços. Esse trabalho é apresentado como uma profissão ou ocupação e implica, geralmente, a inserção do indivíduo na sociedade, como fonte de acesso a um rendimento resultado do trabalho e não apenas como subsistência financeira (Vargas, 2016).

Todavia, conforme Rodrigues *et al.* (2021, p.75) referem, “nem todo o trabalho é desempenhado em situação de emprego, embora o inverso se verifique”. O emprego pode ser definido como uma categoria jurídica correspondente à relação de troca contratual entre duas partes, regulada institucionalmente (Blanch, 1990). Os conceitos de trabalho e o emprego não se distinguem pelas tarefas efetuadas, mas sim da forma contratual em que estão a ser realizadas as tarefas. O emprego é sinónimo de trabalho com contrapartidas, ou seja, pode ser ou não remunerado. Predominantemente, trata-se de trabalho assalariado, no qual o empregado ou trabalhador estabelece um contrato de trabalho com a sua entidade empregador, através do qual decidem o valor pelo qual será comprada a força de trabalho, assim como as condições subjacentes (Vargas, 2016).

Por vezes poderão ocorrer situações em que ocorra falta de emprego de forma involuntária ao indivíduo, estando, nesse caso, perante a situação de desemprego (Oshiro & Marques, 2016). Em Portugal, Instituto Nacional de Estatística considere que o indivíduo desempregado é aquele com idade compreendida entre os 15 e os 74 anos e que se encontre: sem trabalho remunerado ou qualquer outra situação idêntica, tenha procurado ativamente um trabalho remunerado (ou não) ao longo de um período específico, estando disponível para trabalhar num trabalho remunerado (ou não). Assim, podemos considerar o desemprego como uma situação dependente da ausência de emprego, ou seja, de trabalho regulado pela relação contratual que oficializa o trabalho em emprego (Rodrigues *et al.*, 2021).

O desemprego é, geralmente, algo negativo na vida de um indivíduo, muito se devendo à existência de tantas desigualdades, quer a nível social, económico ou até financeiro. (Cavalcante *et al.*, 2020) Será de referir, como agravante, o facto de o emprego ser instável ou as condições económicas serem degradadas devido ao término dos rendimentos (Carmo *et al.*, 2022). O desemprego traz consigo um conjunto de consequências para o indivíduo, sendo o impacto financeiro apenas o início de todo um desencadear de consequências, que passam por diversos problemas sociais e até mentais ((Almeida, 2017; (Cavalcante *et al.*, 2020). Na verdade, de acordo com Cavalcante *et al.*

(2020, p. 369) “O desemprego coloca o trabalhador em uma situação de desconforto dentro da sociedade, fazendo o indivíduo ficar inativo não apenas em suas atividades profissionais, mas em seu consumo, dívidas e em seu convívio social”. De acordo com um estudo efetuado por Kuron *et al.* (2016), o emprego acaba por se tornar uma atividade importante na vida de um indivíduo, devido ao elevado consumo que ocorre na nossa sociedade (Cavalcante *et al.*, 2020).

Numa situação de desemprego, as pessoas sentem a tendência de se culpar inicialmente, afetando o seu estado atual principalmente em três pontos: (i) independência financeira; (ii) ocupação, e (iii) convívio social (Cavalcante *et al.*, 2020).

Para além disso, ainda que o indivíduo não se encontre em situação de desemprego, poderá estar numa situação de precariedade laboral, que resulta do enfraquecimento das relações laborais estabelecidas com a entidade com que é criado o vínculo de trabalho.

Segundo a Organização Internacional do Trabalho, a precariedade laboral consiste numa relação laboral sem estabilidade, considerado o elemento principal dos contratos de trabalho (Cardoso, 2020, p. 21). À precariedade laboral encontram-se geralmente associados a sentimentos de incerteza e insegurança por parte dos trabalhadores, baixos salários e, também, horários desregulados.

O facto de subsistirem, maioritariamente, vencimentos baixos e contratos a termo implica uma desmotivação permanente na sociedade em relação ao emprego, possibilitando a não projeção de futuro e desvalorizando o trabalho e os direitos laborais e sociais (Carmo *et al.*, 2022). As consequências da precariedade laboral abrangem também o ambiente que rodeia o indivíduo e não apenas a este como ser individual, afetando também a sua família e a sociedade (Cardoso, 2020). Segundo diversos autores, como Arnold e Bongiovi (2013), e Beck (2000), a precariedade afeta não só um conjunto de bens materiais, mas também não materiais, impondo dúvidas e inseguranças que estão relacionadas, inicialmente, com a vida familiar e posteriormente com os contratos de trabalho.

São vários os indivíduos que, perante uma situação de desemprego ou de más condições de trabalho por conta de outrem, desenvolvem a vontade de encararem a criação do próprio emprego – autoemprego- como uma alternativa (Almeida, 2017). No autoemprego, segundo Pamplona (2003, p. 3), “o proprietário dos meios de produção participa diretamente da atividade produtiva; sua renda não é previamente definida, pois dependerá de seu trabalho, de seu capital e da demanda direta do mercado de bens e

serviços; seu objetivo primordial é prover seu próprio emprego (meio de subsistência) e não valorizar seu capital (acumulação de capital)”. Como tal, o autoemprego pode ser caracterizado pela sua autonomia, ou seja, pela forma de controlar os momentos de trabalho, tanto no desenvolvimento como no ato do trabalho.

Recentemente tem havido um reconhecimento da importância das organizações sociais na criação de empregos (Tcherneva, 2012), bem como para a criação do próprio emprego, através da criação de iniciativas de empreendedorismo social (Quintão, 2004). De facto, é visível o crescimento do emprego na economia social em Portugal. Segundo o Instituto Nacional de Estatística, No total, em 2016, as organizações sociais contaram com 234.886 postos de emprego remunerado a tempo completo. Já em 2013, este valor era de 215 963, o que evidenciam o crescimento do número de empregos gerados pela economia social em Portugal (CASES, 2016; 2019).

3. Metodologia

Com esta investigação pretende-se compreender os diferentes objetivos que estiveram presentes na decisão da criação de uma iniciativa de empreendedorismo social, bem como o potencial do empreendedorismo para a criação de emprego, em particular o autoemprego.

A investigação tem um carácter exploratório, sendo a metodologia utilizada de natureza qualitativa. Esta opção metodológica permitiu a mais detalhados sobre o fenómeno em análise (Cardoso, 2020)

Para a recolha dos dados, optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas, de natureza abertas, de modo a permitir que os inquiridos possam desenvolver livremente e de forma detalhada a resposta a cada questão colocada (Shitsuka *et al.*, 2018). A escolha por entrevistas semiestruturadas permitiu que, ao longo da conversa, a ordem das perguntas se adaptasse ao discurso do empreendedor, de forma a este se sentir mais confortável nas perguntas e se expressar sobre as suas ideias e momentos de forma mais aberta. A opção tomada permite, ainda, a possibilidade de colocação de outras questões que possam vir a ser relevantes no decorrer da entrevista.

O guião da entrevista foi desenvolvido com base na revisão de literatura e objetivos de investigação, sendo constituído por duas partes. A primeira parte pretende obter informação para caracterização geral dos respondentes. A segunda parte, por sua vez, compreende um conjunto de questões relativas ao processo que levou à constituição da

organização, seguindo-se do processo motivacional subjacente à iniciativa, e, por fim, de questões que permitem aferir se as motivações iniciais se mantêm.

Como unidades de análise, consideram-se empreendedores sociais que, num determinado momento, tenham criado uma organização social. A recolha de dados foi precedida pela realização de *desk research*, que permitiu reconhecer as entidades a entrevistar. A amostra foi selecionada pela facilidade de acesso, constituindo-se como uma amostra por conveniência. Definindo esta etapa do estudo, procedeu-se ao contacto com empreendedores de organizações sociais, inicialmente por via telefónica ou correio eletrónico, para uma primeira abordagem, explicação do tema e conhecimento de interesse em participar, bem como para efetuar a marcação de entrevista. As entrevistas foram efetuadas presencialmente e *online*, tendo durado, em média, trinta minutos. No total, foram entrevistados 5 indivíduos, cujas características são descritas na tabela 2.

Tabela 2: Caraterização da amostra

Variáveis de caracterização	Número de empreendedores
Género:	
Feminino	2
Masculino	3
Outro	0
Idade:	
18-25 anos	0
26-35 anos	2
36-45 anos	2
46-55 anos	1
Mais de 55 anos	0
Habilitações académicas	
Ensino secundário	0
Licenciatura	2
Mestrado	2
Doutoramento	1

Fonte: Elaboração própria

No decorrer do processo de análise dos dados foi assegurado o anonimato dos empreendedores sociais, sendo para o efeito codificados, aleatoriamente, como ES1, ES2, ES3, ES4 e ES5. A análise dos dados primários obtidos foi feita através da análise de conteúdo. Os entrevistados criaram projetos sociais em áreas que envolvem alguma diversidade. A amostra contempla projetos desenvolvidos na área de uma cooperação mutualística, sustentabilidade, questões relacionadas com migração, promoção do empreendedorismo social e sustentabilidade do setor social, e sustentabilidade e economia social.

4. Análise dos Resultados às Motivações

4.1 Propósito

Analisando o processo de criação da iniciativa social e os principais propósitos subjacentes identificam-se diferentes situações. Em todos os casos, aquando da criação da organização, não existiam respostas na sociedade que lidassem com o problema ou tema social em questão, onde os empreendedores sociais identificaram uma falha de mercado. Com a criação das iniciativas, criou-se uma nova resposta na sociedade e iniciou-se a sensibilização para questões que, na altura, não eram muito valorizadas. Num outro caso (ES2), o projeto começou inicialmente como um *hobby* e, posteriormente, começou a ser visto como um projeto com futuro promissor, levando à constituição da organização social. Em todos os casos, os empreendedores sociais consideraram que a resposta criada se diferenciava das respostas existentes.

4.2 Principais motivações

Analisando como tinha sido desencadeada a principal vontade para a criação do projeto, observa-se que esta surge sobretudo como finalização de projetos pessoais (ES1, ES4 e ES5), a contribuição para uma melhoria na vida da sociedade (ES1, ES2) e, ainda, o colmatar as falhas no mercado (ES3, ES1).

Quanto questionados sobre o facto de alguma vez terem pensado em ser empreendedores sociais, verifica-se que as respostas não foram consensuais. De facto, dois dos cinco entrevistados responderam afirmativamente à questão, dois responderam nunca ter pensado nessa possibilidade e um dos entrevistados refere ter pensado apenas em parte nessa opção.

Dos entrevistados, quatro indicaram não terem sido influenciado por familiares, ou um núcleo próximo que tenha tido experiências semelhantes no âmbito do empreendedorismo social (ES1, ES2, ES4 e ES5). Apenas um dos empreendedores sociais (ES3), evidencia no seu círculo de relacionamentos algum contacto com a temática do empreendedorismo, quer na vertente económica como social. Na opinião do entrevistado, o facto de, desde a infância, ver o espírito empreendedor em seu redor e ter crescido numa bolha que lhe permitiu ter ideias, foi importante. Da mesma forma, para o entrevistado, o facto de estar próximo de outras pessoas que pretendiam ser agentes de transformação social (nas palavras do entrevistado “querer mudar o mundo”), e o contacto com ambientes sociais anteriores, onde foram incutidos valores sociais, o motivou a desenvolver projetos idênticos, tendo-lhe sido incutidos estes valores sociais desde muito novo.

Analisando a proximidade dos empreendedores sociais com a questão social, antes da criação do projeto, quatro dos entrevistados (ES2, ES3, ES4 e ES5) já tinham tido contacto com o problema social com o qual o seu projeto está relacionado, evidenciando-se que a motivação para a criação de um projeto social foi influenciada pelas experiências vividas e a necessidade de combater o problema. De entre as situações identificadas destacam-se a prática de voluntariado (ES2), o facto de já ter vivido na primeira pessoa um problema semelhante (ES3), ou o facto de ser particularmente sensível para o problema social (ES2). Apenas um dos entrevistados (ES1) afirmou não ter tido qualquer tipo de ligação com o problema social em questão.

Para melhor aferir as motivações subjacentes à criação do projeto social, questionou-se aos entrevistados aquilo que o desenvolvimento do projeto significou para si. As respostas obtidas evidenciam ter sido maioritariamente uma conquista a nível pessoal (ES1, ES2 e ES3), permitindo também um crescimento ao nível profissional. Nas palavras de um dos entrevistados, o desenvolvimento do projeto social “Representa muita coisa, representa o meu sonho. No fundo, sentir-me realizado” (ES2). Também a questão da realização é evidenciada no discurso do empreendedor social 3, para o qual o projeto significa “Muita realização. Estou a conseguir fazer algo muito útil e ajuda a minha autoestima” (ES3). Apenas um dos entrevistados (ES5) é perentório ao indicar que o seu reconhecimento pessoal não está relacionado de forma alguma com o desenvolvimento do projeto social.

Analisando em que medida as motivações para a criação do projeto se mantêm com o passar do tempo, a análise dos resultados indica que a maioria dos empreendedores sociais considera que as motivações iniciais ainda se encontram presentes, muito embora, com o desenrolar do projeto, de alguma forma, surjam novas motivações adicionais. Metade dos entrevistados considera ainda que as suas motivações aumentaram com o avançar das necessidades pessoais, mas também profissionais.

4.3 O empreendedorismo social e a criação de emprego

Com a investigação realizada evidencia-se que através da criação de iniciativa de empreendedorismo social foi possível criar auto-emprego. De facto, dos 5 empreendedores sociais em análise apenas um (ES1), não utilizou o projeto como forma de auto-emprego pois já se encontrava empregado em outros projetos próprios.

Para os empreendedores sociais 3 e 4, a criação do projeto não teve como ideia central a criação do próprio emprego, até porque estes se encontravam empregados. No entanto, entretanto, com o desenvolvimento do projeto começaram a envolver-se mais com o

mesmo, encontrando-se, no momento a trabalhar a 100% nos seus projetos. O empreendedor social 2, por outro lado, apesar de estar empregado, foi obrigado por motivos pessoais a sair da empresa em que colaborava. Neste contexto, a criação do projeto e a possibilidade de enveredar por uma situação de auto-emprego foi determinante na decisão de desvinculação com a empresa.

Analisando os principais aspetos positivos associados ao facto de terem criado o seu próprio emprego verificam-se entre os empreendedores sociais aspetos como nova aprendizagens (ES1), permitir trabalhar nas áreas em que se gosta (ES2), a autorrealização (ES3), dispor de relações de trabalho com qualidade (ES4) ou a implementação de uma nova cultura (ES5). De entre os aspetos negativos associados ao facto de terem criado o seu próprio emprego, evidencia-se sobretudo a burocracia necessária (ES1, ES2, ES3), o facto de ser muito cansativo (ES2), a elevada responsabilidade (ES4 e ES5), elevada carga horária (ES5) e a falta de apoios (ES4).

Em todos os casos em análise, a criação do projeto social permitiu a criação de emprego, para além do próprio emprego, onde se incluem outros fundadores (ES1) ou outro tipo de colaboradores assalariados. A única exceção é evidenciada no projeto representado pelo empreendedor social 5, que neste momento está em standby, sendo que nem o próprio se encontra no momento a trabalhar. Com o crescimento do projeto social tem ocorrido, ou espera-se que venha a ocorrer, a necessidade de um maior número de contratações e por conseguinte a criação de um maior número de postos de trabalho (por exemplo, ES1 e ES4). Ainda que para os empreendedores sociais a criação de postos de trabalho não surja como motivação principal, denota-se a satisfação que evidenciam pelo facto de estarem a conseguir criar emprego através do projeto criado. De referir ainda que quatro dos empreendedores entrevistados indica que privilegiam sobretudo o recurso a colaboradores remunerados na execução dos projetos, comparativamente com a possibilidade de recurso ao voluntariado.

4.4 Perfil, situação profissional e experiências anteriores

Quando questionados sobre as características necessárias num empreendedor social, apenas dois entrevistados foram concretos na resposta dada. O ES2 destaca a necessidade de “gostar mesmo do que está a fazer (...) organização e ter ideias novas” (ES2). O ES3, por sua vez, considera como necessário “ter uma grande flexibilidade cultural e ética no trabalho”. O entrevistado 3 referiu ainda a importância do planeamento, comunicação contínua, e predisposição para construir relações de confiança. Ao longo do processo de

recolha dos dados, apesar de não ser explícito, foi perceptível que também a resiliência, capacidade de organização e planeamento são características que devem ser enquadradas no perfil de um empreendedor social.

De seguida, pretendeu-se analisar a situação profissional em que os entrevistados se encontravam aquando da criação do projeto de empreendedorismo social. Aquando da criação dos projetos, apenas o ES5 se encontrava numa situação de desemprego, visto que se dedicava, na totalidade, aos estudos. Neste caso, a ideia do projeto a desenvolver surgiu inclusivamente durante a prossecução do doutoramento que estava a realizar. Todos os restantes entrevistados afirmaram que não se encontravam numa situação de desemprego. Um dos entrevistados era trabalhador por conta-própria e 3 por conta de outrem. De referir ainda que um dos entrevistados conciliava a atividade de colaborador por conta de outrem com a de freelancer. O ES5, neste momento já se encontra a trabalhar, considerando que o desenvolvimento do projeto de empreendedorismo social acabou por se revelar um porta de entrada para a nova oportunidade profissional.

Após a criação dos projetos todos os empreendedores sociais, à exceção do ES5 que, apesar de estar envolvido no projeto não se encontra ativo, debruçaram-se sobre o projeto trabalhando diretamente neles. Apesar do envolvimento de grande parte dos empreendedores sociais nos seus projetos, é evidente que não só trabalham sobre o projeto em específico, mas sim em vários projetos, criados por eles próprios ou por outros indivíduos.

O empreendedor social 1 já se encontrava a trabalhar por conta própria em projetos também desenvolvidas pelo próprio, ainda que em áreas distintas da social. Estes projetos foram mantidos, mesmo após a criação do novo projeto social.

Por outro lado, o empreendedor social 2, encontrava-se a trabalhar por conta de outrem na sua área de formação. Contudo, sempre sentiu a necessidade de ter o seu próprio projeto. Nas palavras do entrevistado “Sempre tive a necessidade de ter qualquer coisa além do trabalho. Eu gostava muito do que fazia, mas sentia necessidade de ter alguma coisa mais” (ES2). A partir daí, e por necessidade, criou o projeto social no qual, neste momento, se encontra a trabalhar, paralelamente com outros projetos também seus. Nas palavras do próprio entrevistado “Gosto de fazer várias coisas diferentes” (ES2). De modo semelhante, o empreendedor social 4, depois da criação do projeto social também decidiu abandonar a sua atividade profissional por conta de outrem, uma vez que pretendia dedicar a sua capacidade e tempo de trabalho a uma situação que pudesse ser

transformadora e que lhe trouxesse mais significado, como era o caso do projeto social criado. Apesar de o empreendedor social 3, antes da criação do projeto, estar empregado, a sua história passou por uma mudança de país. No novo país teve oportunidade de integrar um projeto já existente e ser intra-empendedor social.

Para os entrevistados, as competências desenvolvidas em experiências profissionais anteriores foram importantes para a iniciativa de empreendedorismo social, em particular as soft skills. As experiências adquiridas, na opinião do empreendedor social 1, permitiram também ganhar uma maior sensibilidade para o facto de determinadas ideias poderem ou não funcionar na prática (ES1).

A desmotivação evidenciada na situação profissional anterior parece também ter sido relevante, nomeadamente o descontentamento com as condições de trabalho, a desmotivação e a falta de reconhecimento (ES4). A procura de um novo trabalho e a criação do novo projeto são percebidas como formas de contornar estas situações.

5. Discussão dos Resultados

Os resultados obtidos com a investigação permitem evidenciar que a decisão de criação de iniciativas de empreendedorismo social é acompanhada por um conjunto de diferentes motivações. Identifica-se, tal como sugerido pela revisão de literatura, uma forte presença de motivações de teor altruísta, pretendendo-se através da iniciativa contribuir para a criação de valor social e da melhoria da vida em sociedade (Anwar et al., 2019; Bernardino & Freitas Santos, 2015a, Braga, 2013; London & Morfopoulos, 2010). Verifica-se ainda que a criação da iniciativa de empreendedorismo social está associada ao facto de os empreendedores sociais se sentirem motivados a criar respostas face aos diversos problemas sociais encontrados, tal como enfatizado na própria definição do conceito de empreendedorismo social (e.g. Dees, 2011, Estrin et al., 2013; Martin & Osberg, 2007).

A investigação indica que, na maioria dos casos, os papéis modelo não foram relevantes na formação das motivações, o que, em parte, contraria a evidência existente (e.g. Braga, 2013; London & Morfopoulos, 2010). No entanto, no caso em que esses papéis modelos se encontraram presentes, são identificados como positivos na motivação para o empreendedorismo social. As experiências passadas e contacto prévio com questões sociais foram identificadas como importantes elementos motivador para o empreendedorismo social, o que vai de encontro às posições evidenciadas na literatura

(e.g. London & Morfopoulos, 2015; Bernardino & Santos 2015a, 2015b; Cebola & Proença, 2018).

Apesar de a iniciativa de empreendedorismo social, na sua criação, não ter sido motivada de criação do próprio emprego, o estudo realizado indica a relevância que o projeto teve neste domínio, quer para o próprio fundador, como para outros indivíduos posteriormente contratados, o que corrobora o papel do empreendedorismo social para a criação de emprego e autoemprego (Quintão, 2004; Tcherneva, 2012).

Verifica-se ainda que a maioria das motivações referenciadas no decorrer da investigação estão relacionadas com fatores *pull*, tais como altruísmo, paixão, inovação e criação de oportunidades. Como tal, evidencia-se que os fatores *pull* são os mais preponderantes para um empreendedor quando este pretende iniciar um projeto social.

6. Conclusões

O empreendedorismo social é um campo que tem vindo a observar um crescimento significativo nos últimos anos. O desenvolvimento de iniciativas sociais apresenta um grande potencial em termos de criação de valor para a sociedade em geral e para a comunidade a que se destina. Neste contexto, a compreensão das motivações subjacentes à criação da iniciativa é fundamental. É neste propósito em que assenta a presente investigação, que tem como objetivos, por um lado, estudar as motivações para a criação de uma iniciativa de empreendedorismo social e, por outro, estudar o potencial de uma iniciativa social e oportunidade para a criação de emprego.

O estudo realizado, através de uma metodologia qualitativa, indica que os projetos sociais são desenvolvidos sobretudo devido à identificação de falhas de mercado e inexistência de respostas que lidassem com a temática/problema em questão. A maioria das motivações identificadas pelos empreendedores sociais se encontra associada a fatores *pull*. De destacar a autorrealização e a vontade de resolver falhas no mercado, como os fatores mais referidos pelos empreendedores sociais em estudo. Ao longo das várias entrevistas, inicialmente, foi perceptível que a ideia inicial não surgiu no sentido de criar postos de trabalho, nem para o empreendedor social, nem para outros. Na verdade, a ideia inicial era colmatar uma falha na sociedade e aproveitar os conhecimentos detidos para realizar um projeto que resolvesse um problema social existente. Não obstante, verifica-se que a criação do projeto permitiu também, concomitantemente, uma oportunidade para a criação de emprego, incluindo de autoemprego, muito embora esta não tenha sido a preocupação principal para a criação do projeto. A realização pessoal, a procura por

melhorias na ligação pessoal e profissional, e a necessidade de desenvolver projetos pessoais era algo já procurado pelos empreendedores sociais, e que os levaria a desejar uma mudança na vida profissional, que foi possível na sequência da criação do projeto. Apesar das vantagens evidenciadas pela criação do próprio negócio, a investigação realizada indica também algumas das preocupações envolvidas, onde se destacam falta de apoio e a burocracia associada, em primeiro lugar, à criação do projeto social e, posteriormente, do desenvolvimento do mesmo. A investigação realizada evidencia ainda importância que o empreendedorismo social representa na criação de novos postos de trabalho ainda que, uma vez mais, não tenha sido a motivação principal à criação do mesmo.

A investigação realizada permitiu conhecer uma realidade ainda bastante subexplorada, apesar do potencial que apresenta em termos de criação de valor social. Como tal, os resultados obtidos permitiram contribuir para a literatura sobre o tema. Por um lado, os resultados obtidos permitem confirmar, no caso português, muitas das motivações apontadas pela literatura para o campo do empreendedorismo social. Por outro lado, a investigação permitiu alargar o conhecimento através de um estudo em profundidade das principais motivações para o empreendedorismo social, com especial ênfase para as motivações em termos de oportunidade de criação de emprego. Os resultados obtidos alertam ainda para evolução das necessidades dos empreendedores sociais, que se poderão adaptar com o desenvolver do projeto e incluir elementos adicionais.

Em termos práticos, o conhecimento das motivações mais relevantes será importante para que possam ser desenhados programas de estímulo à atividade socialmente empreendedora por parte de universidades, centros de formação ou entidades públicas.

Sendo o estudo do âmbito qualitativo com o método de recolha de entrevistas, identificam-se algumas limitações. De destacar o facto de o estudo se basear nas perceções dos entrevistados, bem como o número de entrevistados envolvidos.

Em futuras investigações sugere-se o alargamento do estudo a outros países, de modo a compreender em que medida as motivações para o empreendedorismo social e o potencial em termos de criação de emprego diferem, ou não, entre diferentes países. A investigação realizada tem um carácter exploratório. No futuro, sugere-se um estudo quantitativo, onde seja possível avaliar de uma forma mais sistematizada o papel de diferentes motivações, em que medida essas motivações são condicionadas pelas características pessoais e demográficas do empreendedor social.

Referências Bibliográficas

- Adro, F., & Fernandes, C. (2021). Social entrepreneurship and social innovation: looking inside the box and moving out of it. *The European Journal of Social Science Research*, 1-27. <https://doi.org/10.1080/13511610.2020.1870441>.
- Anwar, A., Nadeem, M. A., Zulfiqar, S., & Khan, M. K. (2019). Opportunity Recognition Behavior and Readiness of Youth for Social Entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(4), 428-442.
- Arnold, D., & Bongiovi, J. R. (2013). Precarious, informalizing, and flexible work: Transforming concepts and understandings. *American Behavioral Scientist*, 57(3), 289–308. <https://doi.org/10.1177/0002764212466239>
- Bernardino, S. & Freitas Santos (2015a). Papel das motivações do empreendedor na decisão de lançamento da iniciativa social, *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, 1 (2), 32-55.
- Bernardino, S. & Freitas Santos, J. (2015b). Antecedents of a new social venture in Portugal: The influence of education and professional background. *Tékhne - Review of Applied Management Studies*, 13(2), 122–134.
- Bernardino, S. (2013). *Iniciativas de Empreendedorismo Social no Terceiro Setor em Portugal: Antecedentes, Comportamentos e Desempenho Organizacionais* [Dissertação de Doutoramento em Gestão]. Universidade Portucalense.
- Bernardino, S., Freitas Santos, J., & Cadima Ribeiro, J. (2018). Social entrepreneur and gender: what's personality got to do with it? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), 61-82.
- Braga, J. (2013). *Motivações no empreendedorismo social* [Dissertação de Mestrado em Gestão de Serviços]. Faculdade de Economia do Porto.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51 (3), 222-230.
- Brondani, L. B., & Mello, M. F. (2021). Análise sobre a motivação de produtores rurais para o exercício da atividade agrícola na Região Central do Rio Grande do Sul. *Saber Humano. Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti*, 11(19), 103-127. <https://doi.org/10.18815/sh.2021v11n19.500>.
- Brondani, L. B., & Mello, M. F. (2021). Análise sobre a motivação de produtores rurais para o exercício da atividade agrícola na Região Central do Rio Grande do Sul. *Saber Humano. Revista Científica da Faculdade Antonio Meneghetti*, 11(19), 103-127. <https://doi.org/10.18815/sh.2021v11n19.500>.
- Cajaiba-Santana, G. (2010). Socially constructed opportunities in social entrepreneurship: a structuration model. In A. Fayolle, & H. Matlay (eds.), *Handbook of research on social entrepreneurship* (88-106). Massachusetts: Edward Elgard.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., Monteiro, A. A., & Sánchez-García, J. C. (2021). Social Entrepreneurship Research: Intellectual Structures and Future Perspectives. *Sustainability*, 13(14). 1-21. <https://doi.org/10.3390/su13147532>.
- Cardoso, A. M. (2020). *A Precariedade Laboral e as Novas Formas de Trabalho: Impacto no Indivíduo e nas Organizações*. Dissertação de mestrado, Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho.
- Carmo, R. M., Caleiras, J., Roque, I., & Assis, R. V. (2022). *O trabalho aqui e agora: Crises, percursos e vulnerabilidades*. Tinta da China.
- CASES (2019). Conta Satélite da Economia Social. <https://www.cases.pt/wp-content/uploads/2019/11/Livro-Conta-Sat%C3%A9lite-Voluntariado.pdf>
- Cavalcante, A. S., Leal, J. S., & Feijão, G. M. (2020). Desemprego, e Agora?: Uma Análise Sobre os Impactos Psicossociais do Desemprego. *Revista Interfaces*, 8(1), 362-371.
- Cebola, M., & Proença, S. (2018). Motivações para Empreender. In Parreira et al. *Competências Empreendedoras no Ensino Superior Politécnico: Motivos, Influências, Serviços de Apoio*

- e Educação (99-100). Poli Entrepreneurship Innovation Network. ISBN: 978-972-8681-74-6
- Dees, J. (2001). The meaning of social entrepreneurship. *Stanford University: Center for Social Innovation*. em http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
- Dourado, C. M., Zen, A. C., & Bittencourt, B. A. (2018). Motivações na Criação de um Negócio Social. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 3(1), 82-101.
- García, S. M., Adame, M. E., & Saenz, V. M. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39), 1-27.
- Gilad, B. & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply, *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45-53.
- Hiriyappa B. (2018). *Gestão de Motivação e Suas Teorias*. Babelcube Inc.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management*, 24(5), 346-364. <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>.
- Kuron, L. K. J., Schweitzer, L., Lyons, S., & Ng, E. S. W. (2016). Career profiles in the “new career”: Evidence of their prevalence and correlates. *Career Development International*, 21, 355-377. <https://doi.org/10.1108/cdi-05-2015-0066>.
- Lieury, A; Fenouillet, F. (2000). *Motivação e aproveitamento escolar*. Edições Loyola.
- Light, P. (2006). Searching for social entrepreneurs: Who they might be, where they might be found, what they do. In Mosher-Williams (Ed.), *Research on social entrepreneurship: understanding and contributing to an emerging field: Arnova's Occasional Paper Series* (13-37). Washington, DC: Association for Research on Nonprofit and Voluntary Organizations.
- Locke, E. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behavior and Human Performance*. *Burlington*, 3(2), 157-189.
- London, M., & Morfopoulos, R. (2010). *Social entrepreneurship: How to start successful corporate social responsibility and community-based initiatives for advocacy and change*. London: Routledge.
- Lu, Y. C., Matui, N., & Gracioso, L. (2019). Definição da inovação no âmbito da pesquisa Brasileira: Uma análise semântica. *Revista Digital Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 17, 1-22. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v017i0.8654703>.
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41 (1), 36-44.
- Martin, R., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5 (2), 28-39.
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50 (4), 370-396.
- McClelland, D., Atkinson, J., Clark, R., & Lowell, E. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Nga, J., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95 (2), 259-28.
- Nicolaou, N., & Shane, S. (2010). Entrepreneurship and occupational choice: Genetic and environmental influences. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76 (1), 3-14.
- Pamplona, J. B. (2003). *O Auto-Emprego e os Determinantes do Seu Sucesso*. https://www5.pucsp.br/eitt/downloads/eitt2003_joaopamplona.pdf.
- Pedroso, D. R., Silva, R. S., Corrêa, R. O., & Carvalho, G. G. (2021). Empreendedorismo Social e Oportunidades Empreendedoras Sociais. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade - RMS*, 1, 50-70.
- Quintão, C. (2004). Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego. Seminário "Trabalho social e Mercado de Emprego". 1-24.

- Ribeiro, M. F., Passos, C., & Pereira, P. (2018). Motivação Organizacional: Fatores Precursores da Motivação do Colaborador. *Gestão e Desenvolvimento*, 26 (2018), 107-133. <https://doi.org/10.7559/gestaoedesenvolvimento.2018.657>.
- Rodrigues, E. V., Samagaio, F., Mendes, M. M., & Januário, S. (2021). A Pobreza e a Exclusão Social: Teorias, Conceitos e Políticas Sociais em Portugal. *Revista da Faculdade de Letras: Sociologia*, 09(1999), 63-101. <http://hdl.handle.net/10216/8578>.
- Shitsuka, D. M., Pereira, A. S., Pereira, F. J., & Shitsuka, R. (2018). *Metodologia Da Pesquisa Científica*. [edição e-book]. Santa Maria Ed.
- Tcherneva Pavlina R., (2012). The Job Guarantee: Delivering the Benefits That Basic Income Only Promises – A Response to Guy Standing, *Basic Income Studies, De Gruyter*, 7(2), 66-87.
- Vargas, F. B. (2016). Trabalho, emprego, precariedade: dimensões conceituais em debate. *Caderno GRH*, 29(77), 313-331. <https://doi.org/10.1590/S0103-49792016000200008>.
- Vroom, V. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.

Apêndice

Guião da entrevista semiestruturada

Grupo I: Caracterização do respondente:

- 1.1 Nome?
- 1.2 Idade?
- 1.3 Habilitação académica e área de formação?

Grupo II: Iniciativa de empreendedorismo social e motivações

- 2.1 Descreva sumariamente o projeto que criou? Quando foi criado e com que objetivos?
- 2.2 Como surgiu a vontade de criar este projeto?
- 2.3 Em que medida o projeto criado se diferenciava das respostas existentes até então?
- 2.4 Como era a sua situação profissional antes da criação da iniciativa de empreendedorismo social?
- 2.5 Estava empregado? Na sua área de formação? Que tipo de vínculo contratual detinha? Estava satisfeito com a sua situação profissional anterior?
- 2.6 Em que medida acha que a sua experiência profissional anterior condicionou o desenvolvimento do projeto?
- 2.7 Até que ponto a formação académica foi fulcral para o desafiar a criar algo diferente?
- 2.8 Até à criação desta iniciativa, alguma vez tinha pensado ser um empreendedor social?
- 2.9 Quais foram as motivações que o levaram a criar este projeto e não um outro fora do âmbito social?
- 2.10 Alguma vez tinha tido algum tipo de ligação com os principais problemas sociais com que o seu projeto lida?
- 2.11 Possui pessoas na família ou próximas que tenham criados projetos também eles empreendedores ou de empreendedorismo social? Em caso afirmativo, em que medida acha que influenciaram, de alguma forma, a sua vontade de prosseguir com o projeto próprio?
- 2.12 Quais as características pessoais que tem e que considera importantes para a criação e desenvolvimento deste projeto?
- 2.13 O que é que este projeto de empreendedorismo social representa para si?
- 2.14 Em termos pessoais e profissionais o que é que a criação deste projeto lhe proporciona?
- 2.15 Em que medida acha que a criação deste projeto contribuiu ou não para a sua realização pessoal? E para o seu reconhecimento pessoal?
- 2.16 Quais são os pontos positivos de ter criado o seu próprio emprego? E os negativos?
- 2.17 Tem alguma atividade profissional para além daquela que desempenha neste projeto?
- 2.18 Qual o número de colaboradores e voluntários com que o projeto conta atualmente? No caso dos colaboradores, que perfil é que estes têm e que tipo de vínculo contratual é que têm com a organização?
- 2.19 As motivações que o levaram a criar a este projeto ainda se mantêm? De que forma acha que as suas motivações se têm alterado desde a criação do projeto até agora?