

**RESULTADOS DE UM ESTUDO EXPLORATÓRIO ÀS PERCEÇÕES
DOS ESTUDANTES PORTUGUESES SOBRE O CONCEITO DE
EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

**Susana Bernardino [0000-0002-1639-3553], Conceição Castro [0000-0002-1550-
5867], Raquel Pereira e Deolinda Meira**

[CEOS.PP, ISCAP, Instituto Politécnico do Porto, Portugal]

(Autor Correspondente: Susana Bernardino)

RESUMO

O empreendedorismo social é um campo de atividade com características muito próprias que comporta um elevado potencial na capacidade de criação de valor social. Apesar do reconhecimento da sua importância e do crescimento observado nos últimos anos, não é uma área completamente conhecida junto da população em geral e de determinados grupos em particular.

Com esta investigação pretende-se conhecer as perceções que os estudantes portugueses têm sobre o conceito de empreendedorismo social. Para o efeito foi utilizada uma metodologia quantitativa com base num inquérito por questionário dirigido a estudantes do Ensino Superior. O questionário avaliou a perceção do conceito de empreendedorismo social por parte dos estudantes em relação a cinco dimensões: forma organizacional e jurídica, propósito do empreendedorismo social, resultados e impacto, sustentabilidade e formas de financiamento, e, por fim, inovação.

A análise dos resultados foi efetuada com recurso a técnicas de estatística descritiva, designadamente a análise de frequências.

Os resultados revelam uma compreensão inicial do conceito de empreendedorismo social por parte dos estudantes, evidenciada pela capacidade de identificar áreas de atuação, objetivos e o papel da inovação. No entanto, observou-se algum desconhecimento relativamente a algumas formas jurídicas compatíveis com este tipo de iniciativa, bem como uma variabilidade nas respostas, o que aponta para a necessidade de reforçar a formação e sensibilização sobre o tema do empreendedorismo social.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, Estudantes, Portugal, Ensino Superior.

ABSTRACT

Social entrepreneurship is a field of activity with unique characteristics and high potential for creating social value. Despite its growing recognition and popularity in recent years, it is not widely known among the general population or certain groups.

This research aims to understand Portuguese students' perceptions of the concept of social entrepreneurship. For that purpose, a quantitative methodology was used, which was based on a questionnaire survey of higher education students. The questionnaire assessed students' perception of the concept of social entrepreneurship according to five dimensions: organizational and legal form, purpose of social entrepreneurship, results and impact, sustainability and forms of financing, and, finally, innovation. The results were analyzed using descriptive statistical techniques, namely frequency analysis.

The results reveal an initial understanding of social entrepreneurship among students, as evidenced by their ability to identify areas of activity and objectives, as well as the role of innovation. However, a lack of knowledge regarding certain legal forms compatible with this type of initiative was observed, as well as variability in the responses. This points to the need to strengthen training and awareness on the topic of social entrepreneurship.

Key words: Social entrepreneurship, students, Portugal, Higher Education.

1. Introdução

Pese embora a existência de diferentes interpretações do conceito de empreendedorismo social, existe algum consenso de que este campo de atividade envolve a criação de respostas para desafios ou problemas sociais através do uso de abordagens empreendedoras (Austin et al., 2006; Dees, 2012).

Apesar do potencial que o empreendedorismo social apresenta quer em termos sociais quer em termos de criação do próprio emprego, a evidência existente aponta para taxas de empreendedorismo social muito baixas, substancialmente inferiores às observadas no campo do empreendedorismo tradicional, com finalidade lucrativa. O *Global Entrepreneurship Monitor*, num relatório especial dedicado ao empreendedorismo social, apresenta alguns dados que atestam este subdesenvolvimento do nível de atividade de empreendedorismo social, um pouco por todo o mundo (Bosma et al., 2016).

É neste contexto que surge o projeto “Erasmus + School for Social Entrepreneurship” (EEE3S+), um projeto *ERASMUS+ - Partenariats de coopération dans l'enseignement supérieur*, que visa a criação de uma escola europeia de empreendedorismo social, através do desenho de um programa de mobilidade formativa para o desenvolvimento de competências. Previamente à conceção dos programas formativos, o desenvolvimento do projeto envolveu a realização de um diagnóstico dos estudantes de ensino superior e o conhecimento que estes têm sobre o conceito do Ensino Superior.

O projeto inclui parceiros de diferentes localizações geográficas, tais como França, Espanha, Itália, Portugal e Chile. A intervenção portuguesa é feita pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto/Instituto Politécnico do Porto, na sequência do trabalho de investigação já desenvolvido no âmbito do empreendedorismo social e da economia social e solidária. Com esta investigação pretende-se analisar as perceções dos estudantes portugueses. Para o efeito, na secção 2, é efetuada a contextualização teórica, com uma revisão ao conceito de empreendedorismo social. Na secção 3, apresenta-se a metodologia utilizada. Os resultados obtidos na fase exploratória são sumariados na secção 4. Por fim, apresentam-se as conclusões.

2. Enquadramento

A economia social representa um setor de atividade que compreende um conjunto de entidades que visam a prossecução de objetivos sociais através da adoção de atividades económicas e comerciais, combinando uma dimensão social e económica (Defourny & Nyssens, 2008). As organizações da economia social podem assumir diferentes formas jurídicas. No ordenamento jurídico português, de acordo com a Lei de Bases da Economia Social (Lei n.º 30/2013, de 8 de maio), são várias as entidades que integram a economia social, tal como preconizado no seu artigo 4.º, a saber:

- a) as cooperativas;

- b) as associações mutualistas;
- c) as misericórdias;
- d) as fundações;
- e) as instituições particulares de solidariedade social não abrangidas pelas alíneas anteriores;
- f) As associações com fins altruísticos que atuem no âmbito cultural, recreativo, do desporto e do desenvolvimento local;
- g) As entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogestionário, integrados nos termos da Constituição no sector cooperativo e social; e,
- h) Outras entidades dotadas de personalidade jurídica, que respeitem os princípios orientadores da economia social previstos no artigo 5.º da presente lei e constem da base de dados da economia social.

Na Europa, os estudos recentes apontam para a existência de cerca de 2,8 milhões de entidades da economia social, ainda que com dimensão e configurações jurídicas distintas (OECD, 2023). Em Portugal, de acordo com os dados disponíveis na conta satélite para a economia social observa-se a existência de 73.851 entidades da economia social em 2020, que representam 3,2% do valor atual bruto da economia nacional, e 5,2% do emprego total do país (Pedroso et al., 2023).

Várias instituições, a nível internacional e nacional têm reconhecido a importância do empreendedorismo social para o desenvolvimento económico, social e da adoção de uma orientação empreendedora por parte das organizações sociais (OECD, 2023; European Commission, 2023).

O empreendedorismo social é um campo de atividade que envolve uma nova abordagem à resolução de questões sociais. Apesar de, na literatura, encontrarmos várias definições do termo, em geral, existe uma certa convergência para o facto de o empreendedorismo social envolver o uso de práticas empresariais e um comportamento empreendedor para a criação de valor social e para a resolução dos problemas sociais existentes (Alvord et al., 2004; Austin et al., 2006; Dees, 2012).

Tal como defendido por Gras e Mendoza-Abarca (2014), o empreendedorismo social diz respeito ao processo de criação de valor social através de mecanismos baseados no mercado. Para Krlev (2012), o empreendedorismo social refere-se a uma orientação crescente para uso de princípios empresariais nas organizações envolvidas na esfera social.

No entanto, muito embora o conceito de empreendedorismo social evidencie o uso de um comportamento empreendedor que permita redesenhar as respostas oferecidas, as definições presentes

na literatura evidenciam de uma forma explícita o propósito social, que é central ao conceito de empreendedorismo social. Tal como Bernardino e Santos (2023), sublinham que o empreendedorismo social “envolve um fenómeno bastante complexo, que traduz a aplicação do conceito de empreendedorismo ao setor social, ou, de uma forma mais ampla, à disponibilização de produtos ou serviços que têm um propósito social”. A mesma posição é defendida por Gintere e Licite-Kurbe (2022), para quem o empreendedorismo social resulta de uma combinação de fins sociais e práticas empresariais centradas na resolução de problemas sociais. As atividades desenvolvidas no âmbito das iniciativas de empreendedorismo social visam, por isso, a prossecução do interesse geral, ao invés da apropriação de valor económico (Defourny & Nyssens, 2008). A criação de valor económico é vista como instrumental para assegurar a sustentabilidade da iniciativa e a capacidade de criação de valor social (Pareja Cano, 2013).

Como tal, as iniciativas de empreendedorismo social são avaliadas, sobretudo, pela sua capacidade de criação de valor para a sociedade (Perrini & Vurro, 2006), e pelos resultados sociais, ambientais e económicos que é capaz de gerar. Neste último domínio, García-Jurado et al. (2021) destacam que os resultados do empreendedorismo se relacionam sobretudo com questões relacionadas com a geração de emprego e crescimento sustentável. A maximização do lucro não é vista como um dos objetivos das iniciativas de empreendedorismo social, ao contrário do tipicamente preconizado pelas iniciativas de empreendedorismo tradicional, com finalidade lucrativa (Abu-Saifan, 2012).

Não obstante, a capacidade de identificação de um modelo de negócio que possa ser economicamente sustentável é reconhecido como relevante, encontrando-se intrinsecamente ligado à dimensão empreendedora do termo. A orientação empreendedora influí também nas estratégias de financiamento e de mobilização de recursos (Weerakoon, 2024), que visam a exploração de novas fontes de geração de rendimento, e forma a reduzir a dependência de donativos e a permitir a prossecução das atividades sociais de forma mais sustentável (Le et al., 2024).

Uma outra dimensão frequentemente associada à definição do conceito de empreendedorismo social é a inovação (Douglas & Prentice, 2019), utilizada para o desenvolvimento de soluções criativas para problemas sociais complexos e para melhorar a qualidade de vida das pessoas (Cajaiba-Santana, 2010).

Tendo em conta a revisão efetuada, para o presente artigo, o empreendedorismo social será considerado como a utilização de uma abordagem empreendedora por parte de entidades da economia com o propósito de prossecução de uma missão social que visa criar valor e impacto sustentáveis na sociedade, recorrendo à inovação e a estratégias de financiamento que suportem a capacidade de desenvolvimento da atividade social. Como tal, considera-se que o conceito de empreendedorismo

social assenta nas seguintes dimensões: forma jurídica e propósito; resultado e impacto; sustentabilidade e formas de financiamento; e inovação.

Conforme referido por Coelho (2022), 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.

São vários os motivos que poderão levar um indivíduo ou conjunto de indivíduos a encetar uma iniciativa de empreendedorismo social e a ser um empreendedor social (Bernardino & Santos, 2015; Braga, 2013). Os fatores contextuais e o percurso vivido pelo indivíduo são reconhecidos como capazes de influenciar o desenvolvimento do empreendedorismo social.

Vários autores têm defendido que o desenvolvimento da economia social requer o desenvolvimento de programas de formação específicos para área de atividade (Adams, 2004; Flores Ruiz et al., 2016; Meira et al., 2020; Melián et al., 2017).

Ao nível micro, tal como defendido por Flores Ruiz et al. (2016), a formação no âmbito da economia social será capaz de influenciar a forma de pensar dos cidadãos e, como tal, a probabilidade de estes virem a desenvolver iniciativas desta natureza. O mesmo afirmam Parente (2014), para quem os programas formativos na área da economia social são capazes de fomentar a capacitação para a ação e a criação de novos projetos e organizações sociais.

Apesar do reconhecimento da formação para a atividade de empreendedorismo social e da economia social no seu todo, e do crescimento ao nível da oferta formativa que se tem verificado nos últimos anos (Meira et al., 2020), os programas existentes são ainda reconhecidos como escassos ou insuficientes (Flores Ruiz et al., 2016; Melián et al., 2017; Parente (2014)).

Sendo o empreendedorismo social considerado um campo híbrido, que combina diferentes lógicas de atuação baseadas na criação de valor social através do uso de práticas empreendedoras, impõe-se o desenho de programas formativos específicos à natureza idiossincrática deste campo de atividade (Parente, 2014), de modo que se possa influenciar, de forma significativa, a motivação e a capacidade para a ação.

Como tal, para um efetivo desenho de programas formativos, relevará analisar o nível de conhecimento detido pela população sobre o conceito de empreendedorismo social. Este será o propósito do presente artigo, que incidirá a análise em estudantes de ensino superior, pelo potencial que a promoção do empreendedorismo social nesta faixa etária poderá representar.

3. Metodologia

O projeto *EEE3+S- Erasmus + School for Social Entrepreneurship* é um projeto desenvolvido por um consórcio internacional, que visa criar uma escola europeia de empreendedorismo social, através do desenho de um programa de mobilidade formativa para o desenvolvimento de competências. No contexto do mesmo, foi elaborado um questionário que integra as atividades preliminares destinadas a promover a visibilidade do projeto e atrair os estudantes interessados no empreendedorismo social.

O projeto, a desenvolver no período compreendido entre 2023 e 2026, envolve as seguintes atividades principais;

- i) realização de um diagnóstico sobre empreendedorismo social e boas práticas,
- ii) desenho de um modelo de formação,
- iii) criação de experiências de intercâmbio através de mobilidade de estudantes do consórcio para promover a formação no âmbito do empreendedorismo social, e
- iv) difusão do conhecimento produzido.

No âmbito da fase de diagnóstico, pretendeu-se avaliar o conhecimento dos estudantes de instituições de ensino superior sobre o conceito de empreendedorismo social evidenciado nos diferentes países participantes. Para o efeito fez-se uso de uma metodologia quantitativa, através de um inquérito por questionário dirigido aos estudantes da instituição de ensino superior em análise. O instrumento de notação foi construído no âmbito do consórcio do projeto, muito embora cada um dos parceiros tenha procedido à aplicação local, para melhor conhecimento da respetiva realidade.

Tendo em conta o propósito de aferir o entendimento e a perspetiva sobre o empreendedorismo social dos estudantes do ensino superior, o questionário foi estruturado em três secções. A primeira secção inclui questões para caracterizar os respondentes. Na segunda secção afere-se o contacto dos respondentes com a temática do empreendedorismo em geral e sua situação profissional e, na terceira secção, estuda-se o entendimento que os respondentes têm sobre diversas dimensões do empreendedorismo social. Esta última secção compreendeu um conjunto de afirmações sobre empreendedorismo social, para as quais se solicitou aos estudantes que indicassem se, no seu entendimento estas eram verdadeiras ou falsas. As afirmações apresentadas centravam-se em cinco dimensões principais:

- (i) Forma organizacional e jurídica;
- (ii) Propósitos do empreendedorismo social;

- (iii) Empreendedorismo social e resultados;
- (iv) Sustentabilidade e formas de financiamento; e
- (v) Inovação. As dimensões e questões a incluir foram identificadas e discutidas pelos investigadores do consórcio, tendo por base a revisão de literatura realizada.

A disseminação foi efetuada via e-mail, através do Gabinete de Comunicação e Relações Públicas do ISCAP, para todos os estudantes desta unidade orgânica, num total aproximado de 5.000 estudantes. Adicionalmente, foi solicitada aos coordenadores de curso a sua divulgação. Como tal, o estudo combinou o uso dos métodos de amostragem aleatória simples e de amostragem por conveniência. A recolha de dados ocorreu entre 29 de abril e 5 de maio de 2024. O questionário incluiu a obtenção da declaração de consentimento informado por parte dos respondentes e assegurou regras da instituição relativas ao tratamento de dados pessoais. No total, no decorrer do processo de recolha de dados, obtiveram-se 133 respostas válidas.

4. Resultados

4.1. Caracterização da Amostra

Dos respondentes, 68,4% são do sexo feminino e 31,6% do sexo masculino. Os respondentes têm uma idade compreendida entre os 18 e os 56 anos, sendo a idade média de 25,6 anos. A maioria (66,9%) tem idades compreendidas entre os 18 e os 23 anos. A faixa etária com menor percentagem situa-se entre os 24 e 26 anos (10,5%).

Os resultados indicam que a amostra é predominantemente composta por mulheres jovens, com uma distribuição de idade que se concentra principalmente na faixa dos 18 aos 23 anos (Tabela 1).

Tabela 1 *Caracterização dos respondentes*

Sexo	n	%
Feminino	91	68,4
Masculino	42	31,6
Idade	n	%
18 a 20	46	34,6
21 a 23	43	32,3
24 a 26	14	10,5
27 a 39	15	11,3
40 e mais anos	15	11,3

Considerando o nível de formação dos respondentes, a maioria (66,2%) frequenta cursos de licenciatura, 22,6% de mestrado e 11,3% outros cursos (Tabela 2).

Analisando os cursos de mestrado que os respondentes frequentam, observa-se que 36,7% estão inscritos no mestrado em Gestão das Organizações, 26,7% em Empreendedorismo e Internacionalização e 26,7% em Práticas Empresariais e Jurídicas da Economia Social. As restantes respostas provêm de estudantes inscritos nos mestrados de Assessoria de Administração e de Auditoria. A maioria (86,7%) está inscrita no 1º ano do mestrado.

Entre os estudantes que frequentam cursos de licenciatura, 37,5% estão inscritos em Comércio Internacional, 29,5% em Marketing, 17% em Contabilidade e Administração e, com menor representatividade, os estudantes de Recursos Humanos, Comunicação Empresarial, Assessoria e Tradução e Criatividade e Inovação Empresarial. A maioria dos estudantes frequenta o 3º ano da licenciatura (58%), seguido do 1º ano (30,7%) e do 2º ano (11,4%). Dos estudantes que frequentam licenciaturas no ISCAP, 14,8% indicou ter estudos universitários prévios e/ou formação profissional em áreas muito diversas.

Entre os estudantes que frequentam outros cursos, 66,7% frequentam o CTeSP em Tecnologias Aplicadas à Comunicação Internacional em PME e os restantes frequentam cursos de Pós-graduação ou Master of Business Administration (MBA).

Tabela 2 *Cursos que frequentam*

Curso	n	%
Mestrado	30	22,6
Licenciatura	88	66,2
Outro	15	11,3
Mestrado	n	%
Assessoria de Administração	2	6,7
Auditoria	1	3,3
Empreendedorismo e Internacionalização	8	26,7
Gestão das Organizações	11	36,7
Práticas Empresariais e Jurídicas da Economia Social	8	26,7
Licenciatura	n	%
Assessoria e Tradução	2	2,3
Comércio Internacional	31	35,2
Comunicação Empresarial	4	4,5
Contabilidade e Administração	15	17,0
Criatividade e Inovação Empresarial	2	2,3
Marketing	26	29,5
Recursos Humanos	8	9,1
Outros	n	%
CteSP	10	66,7
MBA/PG	5	33,3

4.2. Percepção em relação ao conceito de empreendedorismo social

4.2.1. Forma organizacional e jurídica

Em relação à forma organizacional associada a iniciativas de empreendedorismo social, os resultados indicam que, para a maioria dos respondentes, a forma organizacional do empreendedorismo social não está limitada nem às empresas nem a organizações da economia social/ ONG (Tabela 3).

Tabela 3 *Forma organizacional compatível com o empreendedorismo social*

	Verdadeiro		Falso	
	n	%	n	%
O empreendedorismo social apenas se pode realizar através de uma empresa.	8	6,0	125	94,0
O empreendedorismo social só pode ser realizado através de uma organização da economia social/ONG	8	6,0	125	94,0

No que respeita às formas jurídicas que os respondentes mais associam ao empreendedorismo social, as respostas destacam as associações, com 93 respostas, as fundações, com 81 respostas, as cooperativas e as ONG, com 77 respostas cada, e as IPSS, com 74 respostas (Tabela 4). Com menor número de respostas surgem as misericórdias, as associações mutualistas e as sociedades comerciais.

Tabela 4 *Formas jurídicas associadas ao empreendedorismo social*

	n	%	% de casos
Associação	93	17,6	69,9
Fundação	81	15,3	60,9
Cooperativas	77	14,6	57,9
ONG	77	14,6	57,9
Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS)	74	14,0	55,6
Misericórdia	51	9,7	38,3
Associação Mutualista	35	6,6	26,3
Sociedade comercial	33	6,3	24,8
Outra	7	1,3	5,3
Total	528	100,0	397,0

4.2.2. Propósito do empreendedorismo social

Relativamente aos objetivos das iniciativas de empreendedorismo social (Tabela 5), verifica-se um consenso generalizado de que o empreendedorismo social tem como objetivo beneficiar a sociedade como um todo, de forma direta ou indireta (94%), promove mudanças sociais positivas a longo prazo (97%), e procura a resolução de problemas sociais através de iniciativas empresariais sustentáveis (91,7%). Os resultados indicam uma concordância entre os respondentes no sentido de que a motivação intrínseca para resolver problemas sociais ou ambientais é considerada essencial para o

empreendedorismo social (95,5%). Existe ainda uma concordância alargada de que o empreendedorismo social tem como objetivo a gestão participativa e democrática (90,2%), dá primazia às pessoas relativamente ao capital (86,5%) e poderá gerar impacto social positivo, desde que financeiramente sustentável (84,2%). A maioria dos respondentes discorda que o empreendedorismo social consiste num negócio exclusivamente orientado para gerar lucros (96,2%) ou para maximizar os lucros dos seus “acionistas” (88,7%).

Os dados apresentados indicam que, para os participantes, a ênfase do empreendedorismo social está no benefício social, na mudança social a longo prazo, na gestão participativa e na priorização das pessoas, na sustentabilidade financeira, social e ambiental, bem como na rejeição do lucro como único objetivo.

Tabela 5 *Propósitos do empreendedorismo social*

	Verdadeiro		Falso	
	n	%	n	%
O empreendedorismo social visa, de forma direta ou indireta, o interesse geral	125	94,0	8	6,0
O empreendedorismo social visa a criação de valor social sustentável	129	97,0	4	3,0
No empreendedorismo social, as pessoas têm mais importância do que o capital	115	86,5	18	13,5
O empreendedorismo social caracteriza-se por um funcionamento participativo e democrático	120	90,2	13	9,8
O empreendedorismo social consiste em desenvolver um negócio exclusivamente para gerar lucro	5	3,8	128	96,2
O empreendedorismo social é uma atividade que visa resolver problemas sociais através de iniciativas empresariais sustentáveis	122	91,7	11	8,3
O objetivo do empreendedorismo social é a maximização dos lucros para os membros/sócios	15	11,3	118	88,7
O objetivo do empreendedorismo social é gerar um impacto social positivo desde que financeiramente sustentável.	112	84,2	21	15,8
Um empreendedor social deve ter uma forte motivação para resolver problemas sociais ou ambientais	127	95,5	6	4,5

4.2.3. Resultados e impacto do empreendedorismo social

Na tabela 6 apresentam-se as percepções dos respondentes quanto aos resultados e impactos do empreendedorismo social. A maioria discorda que o sucesso da iniciativa de empreendedorismo social seja avaliado através do nível de rendimentos e benefícios económicos (87,2%). Pelo contrário, para os respondentes, o sucesso é medido pelo impacto social e pela melhoria da qualidade de vida da comunidade (95,5%). A maioria (92,5%) discorda que as iniciativas de empreendedorismo social evitem a colaboração com outras organizações para não partilhar os lucros, assim como a inovação aberta e colaboração com as comunidades e outros sectores (87,2%).

Por outro lado, os participantes não concordam (78,2%) que uma característica distintiva das empresas sociais em relação às empresas tradicionais seja a procura do lucro económico.

Tabela 6 *Empreendedorismo social e resultados*

	Verdadeiro		Falso	
	N	%	n	%
O sucesso do empreendedorismo social é medido pelo nível de rendimento e benefícios económicos.	17	12,8	116	87,2
O sucesso do empreendedorismo social é medido pelo impacto social e pela melhoria da qualidade de vida da comunidade.	127	95,5	6	4,5
O empreendedorismo social deve procurar evitar colaborar com outras organizações para não partilhar lucros.	10	7,5	123	92,5
O empreendedorismo social deve procurar evitar a inovação aberta e a colaboração com comunidades e outros setores.	17	12,8	116	87,2
Uma característica distintiva das iniciativas de empreendedorismo social em relação às empresas tradicionais é a busca de lucro económico.	29	21,8	104	78,2

4.2.4. Sustentabilidade e formas de financiamento

No que se refere à sustentabilidade e formas de financiamento das iniciativas de empreendedorismo social, os resultados são apresentados na tabela 7.

A maioria dos respondentes (92,5%) discorda que a sustentabilidade seja uma questão secundária para o empreendedorismo comparativamente à sua rentabilidade, concordando (94,7%) que

as iniciativas de empreendedorismo social devem ser sustentáveis, tanto financeiramente, socialmente e ambientalmente, a longo prazo, recorrendo a um modelo de negócio que concilie a sustentabilidade financeira e o impacto social (96,2%).

Relativamente às formas de financiamento, as respostas indicam que os respondentes são da opinião de que o recurso a diversas formas de financiamento tais como donativos, investimentos e reinvestimento de lucros para atingir os seus objetivos sociais (94,0%) e que não se restringe exclusivamente ao financiamento através de donativos (87,2%).

Tabela 7 *Sustentabilidade e formas de financiamento*

	Verdadeiro		Falso	
	n	%	n	%
A sustentabilidade é um aspeto secundário para o empreendedorismo social, sendo apenas considerado após a rentabilidade.	10	7,5	123	92,5
A sustentabilidade é fundamental no empreendedorismo social, procurando soluções viáveis a longo prazo, tanto social como ambientalmente.	126	94,7	7	5,3
O empreendedorismo social financia-se exclusivamente através de donativos.	17	12,8	116	87,2
O empreendedorismo social pode combinar diferentes formas de financiamento, como donativos, investimentos e reinvestimento de lucros, para alcançar os seus objetivos sociais.	125	94,0	8	6,0
O empreendedorismo social sustenta-se a longo prazo através de um modelo de negócio que equilibra a sustentabilidade financeira com o impacto social.	128	96,2	5	3,8

4.2.5. A relevância da inovação no empreendedorismo social

Quanto à relevância da inovação (Tabela 8), a maioria dos respondentes (94%) discorda da afirmação de que a inovação não tem importância no empreendedorismo social, uma vez que este se baseia em modelos de negócio tradicionais. Há um reconhecimento claro (96,2%) da importância da inovação no empreendedorismo social, especialmente no desenvolvimento de empreendedorismo social para desenvolver soluções criativas a problemas sociais complexos.

De igual forma, veem a inovação como um aspeto relevante ao longo do ciclo de vida do projeto de

empreendedorismo social, uma vez que 88,7% discordam da sua relevância apenas na sua fase inicial.

Tabela 8 *A relevância da inovação no empreendedorismo social*

	Verdadeiro		Falso	
	n	%	n	%
A inovação não tem importância no empreendedorismo social, pois este baseia-se em modelos de negócio tradicionais.	8	6,0	125	94
No desenvolvimento do empreendedorismo social, a inovação desempenha um papel crucial para desenvolver soluções criativas para problemas sociais complexos.	128	96,2	5	3,8
A inovação é importante apenas na fase inicial do projeto de empreendedorismo social	15	11,3	118	88,7

5. Conclusão

Com este artigo pretendia-se apresentar os resultados de um estudo exploratório realizado aos estudantes de uma instituição de ensino superior, para analisar quais as percepções que estes detêm em relação ao conceito de empreendedorismo social e em que medida conhecem a realidade que este campo de atividade enceta. O estudo realizado indica já algum conhecimento sobre o tema, nomeadamente quanto à presença de algumas dimensões nucleares, tais como a existência de uma missão social, a importância da inovação, a necessidade de criação de soluções sustentáveis ou o facto de ser uma prática que pode ser aplicada ao setor social. No entanto, para que o nível de atividade de empreendedorismo social possa ainda ser otimizado, será necessária a criação de programas de sensibilização e formação que contribuam para um conhecimento mais preciso do conceito de empreendedorismo social e de todo o potencial que este é capaz de apresentar. Os resultados obtidos apresentam implicações práticas para as entidades de ensino superior, alertando para a necessidade de inclusão da temática do empreendedorismo social nas suas atividades formativas, quer formais, quer informais. Esta necessidade deve-se ao potencial encetado pela sua atividade e pelo conhecimento por parte dos estudantes, que ainda é passível de otimização.

A investigação realizada envolve algumas limitações, destacando-se o facto de o questionário ter sido aplicado apenas numa instituição de ensino superior. Ressalva-se ainda a composição e dimensão da amostra, que coloca algumas limitações na capacidade de generalização dos resultados obtidos. No futuro, poderá revelar-se bastante positivo alargar o estudo a outras instituições e a sua

comparação. Em estudos futuros será positivo a influência da formação e experiências prévias na percepção do conceito. Investigações futuras poderão ainda avaliar em que medida a frequência de programas formativos sobre empreendedorismo social é capaz de influenciar a predisposição dos estudantes ao desenvolvimento de iniciativas de empreendedorismo social.

Referências

- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22–27. <https://doi.org/10.22215/timreview/523>
- Adams, T. (2014). Educação na economia solidária: Desafios e perspectivas. *Educação*, 39 (3), 577-588. <https://doi.org/10.5902/198464446481>
- Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3), 260-282. <https://doi.org/10.1177/0021886304266847>
- Assembleia da República. (2013). *Lei n.º 30/2013, de 8 de maio: Lei de Bases da Economia Social*. Diário da República, 1.ª série (88), 2727–2728. <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/lei/30-2013-260892>
- Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bernardino, S., & Santos, J. F. (2015). Papel das motivações do empreendedor na decisão de lançamento da iniciativa social, *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, 1(2), 31-55. <http://u3isjournal.isvoug.pt/index.php/PJFMA/article/view/103>.
- Bernardino, S., & Santos, J. F. (2023). *Manual de gestão e criação de projetos sociais*. Instituto Politécnico do Porto.
- Bosma, N. S., Schött, T., Terjesen, S. A., & Kew, P. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special report on social entrepreneurship*. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship>
- Braga, J. (2013). *Motivações no empreendedorismo social* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Economia da Universidade do Porto]. Universidade do Porto. <https://repositorio->
- 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* (pp. 88-106). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781849804684.00010>

- Coelho, M. F. D. (2022). *Empreendedorismo social: motivações para a criação de uma iniciativa social e oportunidade para a criação de emprego*. [Dissertação de mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, Instituto Politécnico do Porto]. Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <http://hdl.handle.net/10400.22/21373>
- Dees, J. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 321-334. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1412-5>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: Recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4 (3), 202-228. <https://doi.org/10.1108/17508610810922703>
- Douglas, E., & Prentice, C. (2019). Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-set analysis. *Journal of Business Research*, 99, 69–79. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.031>
- European Commission. (2023). *Social entrepreneurship and youth* (Flash Eurobarometer FL513). Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2767/442439>
- Flores Ruiz, D, Guzmán Alfonso, C, & de la Barroso González, M. O. (2016). La formación en economía social. Análisis de la oferta universitaria de posgrado en España. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 121, 89–113. https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2016.v121.49703
- García-Jurado, A., Pérez-Barea, J. J., & Nova, R. J. (2021). A new approach to social entrepreneurship: A systematic review and meta-analysis. *Sustainability*, 13(5), 2754. <https://doi.org/10.3390/su13052754>
- Gintere, D., & Licite-Kurbe, L. (2022). Social entrepreneurship definition and essence in the Latvia context. *Research for Rural Development*, 37, 166- 173. <https://doi.org/10.22616/rrd.28.2022.024>
- Gras, D., & Mendoza-Abarca, K. (2014). Risky business? The survival implications of exploiting commercial opportunities by nonprofits. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 392-404. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.05.003>.
- Krlev, G. (2012). Strategies in social entrepreneurship: Depicting entrepreneurial elements and business principles in SEOs from Germany and Bangladesh. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*, 1 (1), 61-96. https://www.acrn-journals.eu/resources/JoE012012/Krlev_SE-Germany_Bangladesh.pdf
- Le, D. H., Aleem, M., & Sandberg, B. (2024). Financing social enterprises serving base-of-the-pyramid markets: Towards an integrative financing model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 17(2), 299-232. <https://doi.org/10.1080/19420676.2024.2363797>
- Meira, D., Bernardino, S., & Martinho, A. L. (2020). Um contributo inovador para o ensino da Economia Social em Portugal: O caso do Mestrado em Gestão e Regime jurídico-empresarial da Economia

- Social. In C. Pérez Muñoz & I. Hernández Arteaga (Eds.), *Economía social y solidaria en la educación superior: Un espacio para la innovación* (Tomo 3, pp. 149–180). Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://doi.org/10.16925/9789587602425>
- Melián, A., Campos, V., & Sanchis, J. R. (2017). Social Economy post-graduate studies at Spanish universities. A pending task? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 89, 33–54. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.89.9673>
- OECD. (2023, 11 de dezembro). *Social entrepreneurship & social enterprises*. <https://web-archive.oecd.org/temp/2023-12-11/566784-social-entrepreneurship.htm>
- Pareja Cano, B. (2013). El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías. *Servicios Sociales y Política Social*, 102, 11-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4606577>
- Parente, C. (Ed.). (2014). *Empreendedorismo Social em Portugal*. Porto, Universidade do Porto.Faculdade de Letras. <http://web3.letras.up.pt/empsoc/>
- Pedroso, E., Neves, E., Ramos, C., & Rodrigues, C. (2023). *Conta Satélite da Economia Social 2019/2020* (Coleção Estudos de Economia Social, n. ° 17). CASES – Cooperativa António Sérgio para a Economia Social. <https://cases.pt/wp-content/uploads/2023/08/Conta-Satelite-2019-2020.pdf>
- Perrini, F., & Vurro, C. (2006). Leveraging social change through entrepreneurship. In F. Perrini (Ed.), *The new social entrepreneurship. What awaits social entrepreneurial ventures?* (pp.26-45). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781781956663.00012>
- Weerakoon, C. (2021). A decade of research published in the Journal of Social Entrepreneurship: A review and a research agenda. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(2), 377–399. <https://doi.org/10.1080/19420676.2021.1968938>