

## L'entrepreneur social marocain: un essai de caractérisation

### The Moroccan social entrepreneur: a characterization attempt

Auteur 1 : JELLOULI Hajar

---

#### JELLOULI Hajar

Docteur en sciences économiques et gestion  
Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales  
Université Sidi Mohamed Ben Abdellah  
Laboratoire interdisciplinaire de recherche en économie, finance et  
management des organisations (LIREFMO) Maroc  
[hajar.jellouli@usmba.ac.ma](mailto:hajar.jellouli@usmba.ac.ma)

**Déclaration de divulgation** : L'auteur n'a pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude.

**Conflit d'intérêts** : L'auteur ne signale aucun conflit d'intérêts.

**Pour citer cet article** : JELLOULI HAJAR (2021), « L'entrepreneur social marocain: un essai de caractérisation », African Scientific Journal « Volume 03, Numéro 4 » pp: 269 - 281.

**Date de soumission** : Janvier 2021

**Date de publication** : Mars 2021

DOI : 10.5281/zenodo.5638218



Copyright © 2021 – ASJ



## Résumé

L'identification et la résolution de problèmes sociaux est l'objectif principal des initiatives d'« Entrepreneuriat social ». La réussite et la pérennité de ces initiatives nécessite cependant des individus porteurs de changement social qui ont une vision engagée et une forte volonté de faire les affaires autrement. Ces agents de changement, appelés aussi « entrepreneurs sociaux », adoptent une mission de création et de pérennisation de la valeur sociale, en reconnaissant et en recherchant de nouvelles opportunités de servir cette mission. En adoptant un positionnement épistémologique interprétativiste et à travers une méthodologie qualitative basée sur trois études de cas d'entrepreneurs sociaux marocains œuvrant dans des secteurs différents et ayant choisi des statuts juridiques différents pour leurs entreprises sociales, nous allons essayer, dans cet article, de relever les caractéristiques qui distinguent ces entrepreneurs et voir comment ils se définissent. Les résultats montrent que les entrepreneurs sociaux marocains se caractérisent par leur créativité, persévérance, militantisme, empathie, passion, et leur volonté de créer du changement et de l'impact. Ils se distinguent des entrepreneurs traditionnels par la recherche de changements sociaux et en ayant une motivation sociale d'abord.

**Mots clés : Entrepreneur social, Entrepreneuriat social, définitions, caractéristiques.**

## Abstract

Identifying and solving social problems is the main goal of "Social Entrepreneurship" initiatives. However, the success and sustainability of these initiatives requires individuals that carry social change, with a committed vision and a strong will to do business differently. These change agents, also called "social entrepreneurs", adopt a mission of creating and sustaining social value, recognizing and seeking new opportunities to serve this mission. By adopting an interpretativist epistemological positioning and through a qualitative methodology based on three case studies of Moroccan social entrepreneurs working in different sectors and having chosen different legal statuses for their social enterprises, we will try, in this article, to identify the characteristics that distinguish these entrepreneurs and see how they define themselves. The results show that Moroccan social entrepreneurs are characterized by their creativity, perseverance, activism, empathy, passion, and their willingness to create change and impact. They are distinguished from traditional entrepreneurs by seeking social change and by having a social motivation first.

**Keywords : social entrepreneurs, Social Entrepreneurship, definitions, characteristics.**

## Introduction

Les entreprises sociales et les entrepreneurs sociaux sont réputés pour créer des initiatives et des solutions innovantes aux problèmes sociaux non résolus, et ce, en mettant la création de valeur sociale au cœur de leur mission. Leur objectif est la création d'avantages pour différents individus, communautés ou groupes d'individus. Partout dans le monde, ces individus socialement conscients, appelés aussi entrepreneurs sociaux, ont introduit ou appliqué des modèles commerciaux innovants pour résoudre des problèmes sociaux jusque-là négligés par les entreprises traditionnelles, les gouvernements ou les ONG. Ces entrepreneurs ont joué, selon Zahra et al. (2009), un rôle essentiel dans l'amélioration des conditions sociales défavorables, surtout lorsqu'il s'agit des économies sous-développées et émergentes. Cependant, et comme Cox et Healey (1998) le confirment, même dans les économies développées, les entrepreneurs sociaux sont devenus aussi des agents de changement très visibles en défiant les solutions traditionnelles et en appliquant des méthodes innovantes et rentables pour s'attaquer aux problèmes sociaux persistants. Dees (2007) les décrit comme «de nouveaux moteurs de réforme». L'analyse du processus de développement des initiatives d'entrepreneuriat social ne pourra donc pas se faire sans mettre en évidence l'importance du rôle de l'entrepreneur social, notamment l'importance de sa personnalité, sa compréhension du problème social, de l'organisation des activités, sa capacité à résoudre des problèmes dans une approche durable et à utiliser différentes sources d'information pour lancer une initiative d'entrepreneuriat social. Ce rôle primordial de l'entrepreneur social dans le développement d'initiatives d'entrepreneuriat social a été aussi souligné par Zahra, Gedajlovic, Neubaum et Shulman (2009) qui soutiennent que les entrepreneurs sociaux créent un impact significatif sur leurs communautés, et ce, en utilisant des modèles économiques. Leur mission est de fournir des solutions aux problèmes sociaux difficiles et complexes et c'est ainsi que se crée la valeur partagée, qui se compose à la fois de valeur sociale et économique. Dans cet article, nous allons essayer de répondre à une question principale, à savoir : Comment pourrait-on reconnaître un entrepreneur social si on en voyait un et quels sont ses traits de personnalité ? Afin d'y arriver, nous allons tout d'abord effectuer une revue de littérature afin de présenter quelques définitions de la notion de l'entrepreneur social (section 1) puis nous allons essayer de faire ressortir les principales caractéristiques de l'entrepreneur social marocain en interrogeant trois différents entrepreneurs sociaux œuvrant dans des domaines différents et ayant choisi d'adopter des statuts juridiques différents pour leurs entreprises sociales (section 2).

## 1. L'entrepreneur social dans la littérature.

### 1.1. Quelques définitions de la notion de l'« Entrepreneur social ».

Comme expliqué par Dees (1998), les origines du mot entrepreneur reviennent aux 17<sup>èmes</sup> et 18<sup>èmes</sup> siècles. Au début du 19<sup>ième</sup> siècle, l'entrepreneur est défini comme « celui qui déplace les ressources économiques d'une zone à productivité inférieure à une zone à productivité supérieure avec un meilleur rendement ». En effet, Dees (1998) propose la définition suivante de l'entrepreneur social: « Les entrepreneurs sociaux jouent le rôle d'agents de changement dans le secteur social en se donnant pour mission de créer et de maintenir une valeur sociale, en reconnaissant et en recherchant sans cesse de nouvelles possibilités de servir cette mission, en s'engageant dans un processus continu d'innovation, d'adaptation et d'apprentissage, en agissant audacieusement, sans être limité par les ressources actuellement disponibles, et enfin, en faisant preuve d'un sens aigu de la responsabilité envers les circonscriptions servies et des résultats créés »<sup>1</sup>. Cette définition souligne l'importance de la notion de l'opportunité comme une notion principale dans la définition de l'entrepreneur social. Celui-ci est, en effet, supposé pouvoir identifier une opportunité d'améliorer la situation d'un groupe marginalisé de la population. Dans ce sens, l'entrepreneur social vise à créer et à faire durer un nouvel équilibre, à travers une action directe (Santos, 2009).

Mair et Marti (2006) suggèrent aussi que la notion de l'entrepreneur social est axée sur les caractéristiques individuelles de l'entrepreneur et son comportement. Dans ce sens, Dees (1998) les décrit comme des individus ayant une vision du changement social, qui veulent atteindre des objectifs et prennent des risques pour le faire, ils sont créatifs et ils ont les compétences de leadership. Le même auteur affirme aussi qu'ils ont été le moteur de l'expansion rapide du secteur social, qu'ils identifient des opportunités pour aborder un marché social mal desservi et offrent des solutions créatives aux problèmes sociaux persistants et complexes. Les entrepreneurs sociaux cherchent à apporter des améliorations sociales concrètes à leurs bénéficiaires en même temps que des retours attractifs (sociaux et / ou financiers) pour leurs investisseurs. Macke J et al (2017) quant à eux les définissent

---

<sup>1</sup> Traduit de l'Anglais: "Social entrepreneurs are "playing the role of change agents in the social sector by adopting a mission to create and sustain social value, recognizing and relentlessly pursuing new opportunities to serve that mission, engaging in a process of continuous innovation, adaptation and learning, acting boldly without being limited by resources currently in hand, and finally exhibiting a heightened sense accountability to the constituencies served and for the outcomes created"

comme des individus ayant une mission sociale, capables de combiner des pratiques et des connaissances, ainsi que de développer des partenariats pour promouvoir un changement social durable.

### **1.2. L'entrepreneur social : une notion controversée.**

Malgré ses différentes définitions existantes dans la littérature, la notion de l'entrepreneur social ne fait pas consensus. Un entrepreneur est-il appelé social en raison du type d'entreprise qu'il crée ? En raison du secteur d'activité dans lequel il a créé son entreprise ? En raison des objectifs qu'il s'est fixé ? Boutillier (2009). Des auteurs comme Allemand et Seghers (2007) considèrent que l'entrepreneur social est défini par la finalité sociale qu'il donne à son entreprise. Il est aussi possible de le définir à travers le mode de gouvernance qu'il a choisi d'adopter pour son entreprise. C'est donc d'abord l'objectif de développer une action sociale qui répond aux besoins d'une population marginalisée qui le définit. La fin lucrative est placée comme secondaire, voir marginale. (Boutillier, 2009).

D'autres auteurs expliquent aussi que les entrepreneurs sociaux constituent une nouvelle espèce d'entrepreneurs qui s'inscrivent dans une conjoncture sociale et économique difficile, marquée par l'émergence de nouvelles problématiques comme augmentation des taux de chômage, le développement de la précarité sociale, le vieillissement de la population et le retrait de l'Etat dans un certain nombre de secteurs d'activité fondamentaux. Dans ce contexte, l'entrepreneur social est appelé à privilégier d'abord des valeurs éthiques et sociales et à placer au second rang de ses préoccupations, la rentabilité économique de son activité (Boutillier, 2010). D'autres auteurs considèrent l'entrepreneur social comme un entrepreneur traditionnel qui tente de réaliser de nouvelles combinaisons de facteurs de production et il est, pour ce faire, en état de veille informationnelle pour détecter les nouvelles opportunités d'investissement.

Light et Wagner (2005) dans leur travail visant à identifier les entrepreneurs sociaux ont présenté une définition large et complète de l'entrepreneur social et c'est cette définition que nous avons adoptée pour ce travail de recherche. Les deux auteurs définissent l'entrepreneur social comme étant «un individu, un groupe, un réseau, une organisation ou une alliance d'organisations qui recherche un changement durable et à grande échelle grâce à des idées novatrices dans ce que et/ou comment les gouvernements, les organisations à but non lucratif et les entreprises font pour résoudre les problèmes sociaux importants». Cette définition contient les hypothèses de base sur les sources, les objectifs et les stratégies des entrepreneurs

sociaux, les organisations entrepreneuriales sociales qu'ils créent, ou les organisations moins entrepreneuriales qu'ils changent à des fins socialement entrepreneuriales à part entière. Après avoir défini la notion de l'entrepreneur social, il convient maintenant d'identifier les traits et caractéristiques spécifiques qui différencient les entrepreneurs sociaux des entrepreneurs traditionnels et bien que de nombreux universitaires commencent leur recherche d'entrepreneurs avec des organisations, ils reviennent le plus souvent au leader fondateur et à ce qu'il a fait pour lancer l'idée, renforcer les capacités de l'organisation et obtenir un impact social. En effet, lors de la recherche de possibilités pour résoudre les problèmes sociaux, les entrepreneurs sociaux qui devraient mettre en œuvre la mission sociale en ne recherchant pas le bien-être personnel jouent un rôle spécifique et il est essentiel de pouvoir les identifier en étudiant leurs caractères spécifiques. Quels sont ces traits spécifiques ? et qu'est ce qui distingue les entrepreneurs sociaux des autres ?

## **2. Identification et caractéristiques des entrepreneurs sociaux Marocains**

### **2.1. Méthodologie de recherche employée**

Afin d'essayer de relever les caractéristiques qui distinguent les entrepreneurs sociaux, nous avons opté pour une méthodologie qualitative inductive. Ce choix méthodologique est justifié par la nature de la recherche qui a pour objectif de détecter les traits de caractères qui permettent de distinguer les entrepreneurs sociaux de leurs homologues traditionnels. Afin d'y arriver, la méthode de l'étude de cas a été sélectionnée pour collecter les informations guidant cette recherche. Eisenhardt (1989) définit l'étude de cas comme « une stratégie de recherche qui se concentre sur la dynamique présente au sein d'un seul paramètre ». Cutler (2004) quant à lui, définit cette méthode comme un moyen d'explorer et d'effectuer des analyses en profondeur des processus complexes «qui ne peuvent pas être facilement séparés de leur contexte social dans lequel ils se produisent». Dans le cadre de notre recherche, nous avons choisi d'effectuer une étude de cas multiples de type holistique. Le choix de cas multiples est justifié par la nature exploratoire du contexte marocain. En effet, dans un contexte où peu de recherches ont été menées sur cette problématique, la stratégie de l'étude de cas multiples sert à analyser de manière holistique les cas choisis.

L'échantillon de recherche pour cette étude a été formé en appliquant la méthode de l'échantillon de critères: Choisir les cas à partir desquels il serait possible d'apprendre le plus.

Notre étude a utilisé l'entrepreneur social comme unité d'analyse. Dans notre cas, trois Entrepreneurs sociaux, qui répondaient aux exigences des critères pertinents pour la recherche et qui ont choisi des statuts juridiques différents, ont été choisis. Considérant que les personnes, celles à qui l'entrepreneuriat social est la vie quotidienne, peuvent fournir les meilleures informations sur le phénomène étudié (Groenewald, 2004), assurant ainsi une connaissance approfondie de chacun.

Ci-dessous, sont présentés les cas sélectionnés pour la recherche :

**Tableau N°1 : Présentation des cas sélectionnés pour la recherche**

Cas	Description
Coopérative A	la coopérative est spécialisée dans les matières premières aromatiques 100% pures et naturelles destinées aux professionnels des marchés de la parfumerie, de l'aromathérapie, de l'agroalimentaire, mais surtout de la santé publique. Gamme de produits en détail : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Huiles essentielles et végétales les plus recherchées.</li> <li>- Extraits naturels des plantes endémiques du Maroc.</li> <li>- Antioxydants et produits phénoliques</li> </ul>
Société B (SARL)	Sarl à associé unique créée en 2017 à Fès dans l'objectif de promouvoir l'entrepreneuriat à travers les services principalement. Les objectifs principaux sont : Promouvoir l'entrepreneuriat et travailler sur les stéréotypes de l'entrepreneuriat dans notre société ; Supporter les jeunes entrepreneurs ou les entrepreneurs en difficulté ; Etre un incubateurs des programmes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat mais qui ont peur.
Association C	Association à but non lucratif, créée en 2016 est une initiative internationale qui travaille dans les domaines de l'Innovation, l'Entrepreneuriat et les nouvelles technologies. La principale mission est de favoriser l'innovation en aidant tous ceux qui veulent développer des produits et services technologiques utiles pour la société. Objectifs : Pousser les jeunes à innover ; Les accompagner et les intégrer dans l'écosystème startup ; Les former pour présenter leurs projets aux investisseurs potentiels ; Sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat ; Les former sur le métier des applications mobiles ; Détecter et recruter les futurs candidats aux Hackathons.

## 2.2. Analyse des résultats.

Pour ce qui est des caractéristiques des entrepreneurs sociaux en général, Mair et Marti (2006) affirment que ces derniers possèdent des traits exceptionnels qui les caractérisent: ils possèdent des capacités de leadership, une passion pour mettre en œuvre leur vision et une forte force morale. Contrairement aux entrepreneurs traditionnels, ils ne cherchent pas à créer du bien-être pour eux-mêmes ou pour l'organisation qui les emploient. En utilisant ces capacités exceptionnelles et en mettant en œuvre des innovations sociales, les entrepreneurs sociaux sont à la recherche de changements sociaux, ils souhaitent changer le monde (Bessant et Tidd, 2011). Selon Mair et Noboa, E. (2006), les entrepreneurs sociaux et commerciaux ont clairement des intentions différentes quand ils décident de créer une entreprise comme les premiers cherchent surtout à accroître le capital social et à renforcer la cohésion de la communauté. Les objectifs qu'ils poursuivent, leur donnent un sentiment d'estime de soi, ce qui a beaucoup plus de valeur pour un entrepreneur social.

Les trois entrepreneurs sélectionnés pour cette étude correspondent parfaitement à cette description. Ils se déclarent eux même comme étant différents des entrepreneurs traditionnels et se décrivent comme entrepreneurs sociaux :

Cas	Description
Coopérative A	« <b>Je n'ai jamais eu l'objectif de gagner de l'argent pur et simple mais d'aider une certaine catégorie pour gagner de l'argent.</b> S'il y a des améliorations à faire dans mon entreprise pour qu'elle soit considérée comme 100% sociale, j'aimerais bien échanger avec d'autres personnes si jamais il y a des améliorations pour arriver cet objectif. <b>Je pense que j'y suis déjà</b> mais peut être qu'il faut rectifier le tire sur certains détails. »
Société B (SARL)	« J'imagine que <b>le mot entrepreneur social s'applique à moi puisque je ne me suis jamais intéressée à l'entrepreneuriat traditionnel pur et dure mais j'ai lancé mon projet après une expérience personnelle afin de répondre à un problème qui me touche et qui touche beaucoup de gens.</b> »
Association C	« Je pense bien entendu que <b>le mot Entrepreneur social s'applique à moi puisque je souhaite donner sans attendre de retour matériel, je souhaite transformer en formant et en partageant et j'aimerais pouvoir aider à créer une nouvelle génération d'entrepreneurs 100/100 marocaine et même 100/100 africaine</b> ». »

Bornstein et Davis (2010) caractérisent les entrepreneurs sociaux aussi par **leur créativité inhabituelle et leur grande responsabilité. Ils sont persistants, optimistes et dévoués.** Comme noté par Light (2009), les entrepreneurs sociaux réussissent à agir individuellement. Cependant, les meilleurs résultats sont obtenus en **travaillant en équipe. Ils forment par conséquent et avec beaucoup plus de succès des équipes et coordonnent plus facilement leurs efforts pour résoudre les problèmes sociaux,** c'est le cas de « la Coopérative A » et de « L'association C ». Phills, Deiglmeier et Miller (2008) notent également les caractéristiques suivantes d'un entrepreneur social: **courage, responsabilité, ingéniosité, obstination et ténacité dans la poursuite de l'objectif fixé.** D'autres caractéristiques distinguent aussi les entrepreneurs sociaux à savoir: la réactivité, l'empathie et le calme, la retenue, la patience qui permet de gérer le processus de changement. Ils sont fiers de leur créativité et croient en ce qu'ils font.

Nos entrepreneurs se sont décrits comme étant : **créatifs, persévérants, militants, empathiques, passionnés parce qu'ils font, veulent créer du changement et de l'impact, aiment échanger, ont le sens de l'observation et de l'écoute et aiment travailler avec les autres.**

Ci-dessous quelques illustrations de leurs discours :

Cas	Description
Coopérative A	<p>« <b>j'aime beaucoup l'entrepreneuriat et la créativité</b>, je pense que j'ai cela dans le sang. Depuis mon jeune âge, <b>j'aime la créativité et je n'ai jamais cherché à être salariée dans une autre société parce que tout simplement j'aime bien créer mes propres produits ; créer de nouveaux projets et travailler avec des ressources humaines avec lesquelles je vais échanger</b> et c'est comme ça que je suis. <b>Je suis aussi très persévérante</b>, c'est le caractère que j'ai..... j'ai visité plusieurs pays et appris beaucoup de choses et c'est à partir de ces expériences que j'ai décidé de me lancer dans la coopérative.... <b>Quand on échange, on sait écouter l'autre et on lit la mentalité de son partenaire, c'est facile de réussir et c'est ce que j'essaie de faire et c'est vrai qu'il faut persévérer à s'adapter aux nouvelles situations.</b>»</p>
Société B (SARL)	<p>« <b>Je suis une passionnée de l'entrepreneuriat qui veut créer de l'impact et faire de grandes choses. J'essaie chaque jour d'apprendre et de faire mieux. je suis une personne très passionnée et c'est cette passion qui me pousse à faire ou arrêter de faire des chose.</b>»</p>
Association C	<p>« <b>Militante, battante, j'aime donner sans attendre de retour et je suis amoureuse de mon pays le Maroc. Les inégalités, et le grand potentiel de notre continent africain, notre savoir faire que les autres non pas forcément ; ne pas vouloir laisser les opportunités aux autres pays seulement, sont tous des facteurs qui ont déclenché mon intérêt pour les problèmes sociaux.</b>».</p>

Les entrepreneurs étudiés déclarent aussi ne pas pouvoir travailler lorsqu'elles ne sont pas personnellement intéressées par le changement et visent de contribuer à de grands changements dans leurs entourages.

## Conclusion

Les entrepreneurs sociaux constituent un groupe hétérogène qui dépend des différents contextes dans lesquels ils opèrent, leurs intérêts, leurs objectifs, leurs parcours de vie et leurs différents niveaux d'éducation. De ce fait, il existe plusieurs définitions du terme « entrepreneur social » qui ont été présentées dans la littérature par différents auteurs et chercheurs de différents horizons géographiques au fil du temps. Ces auteurs s'accordent généralement sur le fait que les entrepreneurs sociaux jouent un rôle décisif dans la création de transformation et de changements sociaux et économiques par le biais d'une action entrepreneuriale, ils sont innovants et dotés d'une vision et de compétences spéciales semblables à celles des entrepreneurs commerciaux mais dont l'objectif principal est de répondre à un problème social complexe et saisir une opportunité sociale en invoquant des principes commerciaux.

De cette étude, on peut conclure que les entrepreneurs sociaux marocains se distinguent des entrepreneurs traditionnels puisqu'ils sont à la recherche de changements sociaux et ont une motivation sociale d'abord. Ils sont caractérisés par leur créativité, persévérance, militantisme, empathie, passion, et leur volonté de créer du changement et de l'impact. Ils sont ouverts aux échanges et ont le sens de l'observation, de l'écoute et du travail en équipe. Ils ont pour objectif d'apporter un impact positif sur leur entourage, et ce, en apportant de l'aide aux autres, en valorisant des produits, en créant une valeur ajoutée sociale, en transformant la manière de penser et mettant en place un nouvel état d'esprit, en contribuant au succès et au changement et en luttant contre le chômage. Les entrepreneurs sociaux sont différents des entrepreneurs commerciaux à bien des égards mais la principale différence est que les entrepreneurs sociaux partent avec une mission sociale explicite à l'esprit.

**BIBLIOGRAPHIE**

- Bessant, J., & Tidd, J. (2011). *Innovation and Entrepreneurship*. Chichester: Wiley.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*. Oxford University Press.
- Boutillier, S. (2009). *Aux origines de l'entrepreneuriat social. Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888)*. *Innovations*, (2), 115-134. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/inno.030.0115>
- Boutillier, S. (2010). *Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social?* *Marché et organisations*, (1), 107-125. Disponible sur : <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2010-1-page-107.htm>
- Cox, A., Healey, J., (1998). *Promises to the poor: the record of European development agencies*. Poverty Briefings, vol. 1. Overseas Development Institute, London.
- Cutler, A., (2004). *Methodical failure: the use of case study method by public relations researchers*. *Public Relations Review*, Volume 30, Issue 3, September 2004, Pages 365-375. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2004.05.008>
- Dees, G. (1998), *Enterprising nonprofits*, *Harvard Business Review*, vol. 76, no 1, p. 55-65.
- Dees, J. G. (2007). *Taking social entrepreneurship seriously*. *Society*, 44, 24-31. <https://link.springer.com/article/10.1007%2FBF02819936>
- Eisenhardt, K.M. (1989). *Building Theories from Case Study Research*. *Academy of Management Review*, 14(4), pp.532–550.
- Groenewald, T. (2004). *A Phenomenological Research Design Illustrated*. *International journal of qualitative methods*. <https://doi.org/10.1177/160940690400300104>
- Light P.C., Wagner, R.F. (2005). *Searching for social entrepreneurs: who they might be, where they might be found, what they do*. School of Public Service New York University. Paper prepared for presentation at the annual meetings of the Association for Research on Nonprofit and Voluntary Associations, November 17-18, 2005.
- Light, P.C. (2009). *Social Entrepreneurship Revisited*. *Stanford Social Innovation Review*, Summer, 21-23.
- Macke J, S., Rubim J.A., Domeneghini J, da Silva K.A., (2018). *Where do we go from now? Research framework for social entrepreneurship*, *Journal of Cleaner Production* (2018), doi: 10.1016/j.jclepro.2018.02.017.

- Mair, J., & Marti, I. (2006). *Social entrepreneurship reseach: A source of explanation, prediction, and delight*. Journal of World Business, 41, 36-44. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>.
- Mair, J.; Noboa, E. (2006). *Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed*. In J. Mair, J. Robinson, and K.N. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121–135). Basingstoke, U.K.: Palgrave MacMillan.
- Phills. J-A., Deiglmeier. K., Miller. DT. (2008). *Rediscovering social innovation*. Stanford Social Innovation Review. , 6. (4. ), 34. – 43.
- Santos, F. (2009). *A positive theory of Social Entrepreneurship*. INSEAD Working Paper, 2009/23/EFE/ISIC, Fontainebleau.
- Seghers, V., Allemand, S., & Allemand, S. (2007). *L'audace des entrepreneurs sociaux: concilier efficacité économique et innovation sociale*. Autrement.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). *A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges*. Journal of business venturing 24, 519-532.