

CAPÍTULO 1 – Conceitos Gerais:

Empreendedorismo – visa a resolução de questões sociais. O Empreendedorismo Social surge como uma nova área de ciências sociais, visando a criação de valor social e a criação de valor económico.

Empreendedorismo Social - é um fenómeno complexo, global e internacional. Apesar de ser um fenómeno global, não adquiriu uma uniformidade ao nível dos conceitos nas diferentes partes do mundo, existindo importantes diferenças regionais na forma como o conceito é interpretado. Nenhum dos conceitos de ‘empreendedorismo’ e ‘social’ são novos. O que torna o empreendedorismo social único é o facto de combinar, numa mesma realidade, dois conceitos até aqui considerados distintos.

Empreendedorismo Social no mundo:

- EUA - um papel omissivo por parte do Estado; um crescimento das necessidades sociais; uma intensificação da concorrência na procura de fundos por parte das organizações sem fins lucrativos. Há um realce para o conceito de empreendedor social e o facto de os objetivos das empresas sociais se encontrarem ligadas às características individuais do empreendedor;
- Europa - Conjunto de organizações que não são públicas, onde os seus membros operam de um modo colaborativo, independentemente da proporção de capital detido na organização. Dão ênfase à natureza coletiva do fenómeno.

Nos EUA surgiram 2 escolas de pensamento:

- Escola da Inovação Social – criação de valor social e a geração de melhorias sociais sustentáveis prevalecem sobre os demais objetivos da organização. Destaca o papel individual do empreendedor social, os seus traços e características enquanto agente de inovação e mudança social, na linha da tradição de Schumpeter.
- Escola da Empresa Social - modelos coletivos de ação. É dentro da organização que ocorre a aplicação de práticas orientadas para os mercados, tendo por base o propósito central que é a condução de uma missão social. A natureza social da iniciativa é garantida pelo facto de o empreendedorismo social estar necessariamente estruturado em torno do mundo das organizações sem fins lucrativos.

Em Portugal segue-se o conceito da escola americana e, em particular, da escola da inovação social:

- uma ênfase na figura individual do empreendedor social;
- uma forte preocupação na sustentabilidade financeira da iniciativa;
- importância de se capacitar as comunidades em que operam;
- procura de soluções inovadoras para os problemas sociais;
- aplicação de conceitos de vários setores da atividade económica.

Passa então a haver uma nova realidade que conjuga duas dimensões centrais: orientação empreendedora e a vertente social.

A criação de valor social para segmentos da população dos mais desfavorecidos de um modo duradouro e sistemático implica atuar não só sobre as manifestações de um problema social, mas também sobre as suas próprias causas.

Processo de criação de um novo equilíbrio dinâmico: Equilíbrio existente – Surgimento de uma nova ideia/opportunidade – Estratégia (planeada para aproveitar a oportunidade) – Novo equilíbrio.

Definição de Empreendedorismo Social - Processo de identificação, avaliação e exploração de oportunidades sociais, através da adoção de modelos inovadores e de práticas empreendedoras com vista à criação de valor social de um modo sustentável e duradouro. Esta definição tem implícitos os seguintes pressupostos:

- Atividade individual e coletiva;
- Centralização na oportunidade social;
- Envolve a assunção de riscos e, como tal, uma organização socialmente empreendedora poderá, ou não, ser bem-sucedida;
- Não se restringe ao campo do setor sem fins lucrativos.

Conceito de Empreendedor Social - Um empreendedor social é um indivíduo, grupo, rede, organização ou aliança de organizações que procuram soluções sustentáveis, ou mudanças em larga escala através de uma rotura com as ideias padrão que os governos, organizações sem fins lucrativos, ou empresas utilizam para resolver problemas sociais significativos.

Os empreendedores sociais são vistos como um grupo distinto de pessoas, uma espécie dentro do género do empreendedor que apresentam características individuais raras. Tendem a ser pessoas particularmente confiantes, em especial no que diz respeito à avaliação dos seus próprios conhecimentos e capacidades. São indivíduos com uma visão social arrojada e um poderoso desejo de mudança social, colocam o seu talento empreendedor ao serviço da resolução de problemas sociais.

Conceito de Organização Social - Consiste numa organização ou entidade onde são adotadas técnicas e práticas empresariais com o intuito primário de criação de valor social e de impacto social positivo e sustentado. O conceito de organização social diz respeito à unidade organizacional onde é cristalizado o empreendedorismo social.

CAPÍTULO 2 – Razão de Ser, Perspetivas, Características e Perfil do Empreendedor:

2.1 Razões de ordem económica

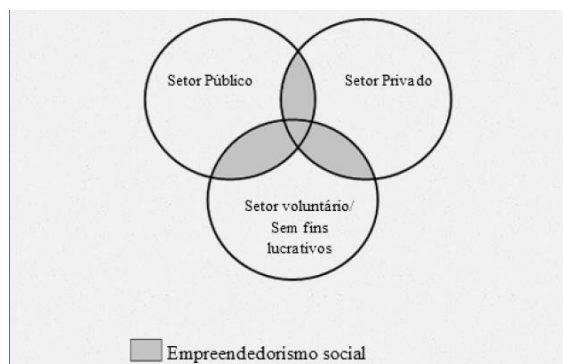
Princípio de Pareto - Os indivíduos estão dispostos a comprar um bem/ serviço desde que a utilidade que o seu consumo lhe proporciona; Numa situação de equilíbrio, a satisfação de uma pessoa apenas poderia aumentar à custa da redução da satisfação de outra pessoa.

2.1.1 As falhas de mercado:

- Externalidades (ex: indústria têxtil que pela sua atividade criam efeitos nocivos para a população) - O preço de um bem ou serviço não é capaz de representar todos os impactos associados à transação.
- Bens públicos (ex: iluminação) - Traduzem áreas em que após a sua produção todos os indivíduos poderão usufruir dos seus benefícios.
- Assimetrias na distribuição de rendimentos - Quanto maior for a utilidade que um indivíduo atribui ao consumo de um bem, maior será a contrapartida monetária que este estará disposto a oferecer.
- Assimetria de informação - Traduz uma situação em que uma das partes envolvidas numa transação possui, quantitativa ou qualitativamente, mais informação do que os restantes elementos envolvidos (ex: consumidores não estão bem informados em relação à qualidade de um produto/serviço).

2.1.2 Papel do Estado e da Sociedade Civil na resolução de problemas sociais - Na ausência de mercados perfeitos, o livre confronto entre a oferta e a procura não é, só por si, capaz de gerar uma afetação de recursos ótima conducente à maximização do bem-estar da sociedade. Os governos, através dos impostos cobrados aos agentes económicos, redistribuem esses valores passando a assegurar a provisão de determinados bens e serviços com o intuito de colmatar as falhas do mercado.

2.2 Perspetivas setoriais e geográficas sobre o empreendedorismo social



2.3 Características do empreendedorismo social

O Empreendedorismo Social caracteriza-se por uma dimensão/missão social muito elevada, associada ainda a uma elevada dimensão económica.

Esta nova área de atuação situa-se no espectro entre o Setor sem fins lucrativos tradicionais e o setor empresarial tradicional, podendo estar mais perto da lógica de mercado ou da lógica civil.

Tipologias de empresas sociais em função da orientação para a missão: organizações sem fins lucrativos tradicionais (orientado para a sua missão social, existe prestação de contas aos stakeholders e o rendimento é reinvestido em programas sociais); organizações sem fins lucrativos com atividades de geração de rendimentos; empresas sociais; negócios socialmente responsáveis; empresas que praticam responsabilidade social; organizações com fins lucrativos tradicionais (tem como objetivo a maximização do lucro que é distribuído depois pelos acionistas).

2.3.1 Missão e objetivos – O empreendedorismo social apresenta uma missão social explícita e central. A missão irá afetar o modo como os empreendedores sociais percebem e avaliam as oportunidades, e como moldam todo o seu modelo de negócio, sendo que a capacidade de criação de valor social por parte das empresas é entendida como limitada. No empreendedorismo social a criação de valor social prevalece sobre a criação de valor económico.

2.3.2 Criação e Apropriação de valor - O valor é criado quando a utilidade percebida dos membros de um grupo aumenta depois de descontados os respetivos consumos de recursos, sendo apenas apropriado quando o atorem questão é capaz de reter uma parte do valor criado. A apropriação de valor permite que uma organização seja capaz de assegurar (financiar) o desenvolvimento das suas atividades, viabilizando a sua sustentabilidade no futuro.

2.3.3 O Papel dos Stakeholders:

- Stakeholders primários - São os indivíduos ou atores institucionais sem a participação dos quais a empresa não poderia sobreviver (ex: clientes, funcionários, gestores, investidores e fornecedores);

- Stakeholders secundários - São todos os outros indivíduos ou grupos que influenciam, afetam ou são afetados pela organização.

Em empreendedorismo social destaca-se o papel de 4 grupos de stakeholders: beneficiários, fornecedores de capital, força de trabalho e os fornecedores em geral.

2.3.4 Gestão de Recursos e estratégias de geração de rendimentos: O empreendedorismo social caracteriza-se por um contexto de relativa insuficiência dos recursos disponíveis para suportar os programas da organização. A baixa capacidade de apropriação de valor dificulta a atuação dos empreendedores sociais no mercado de fatores de produção, pelo facto de estes não serem capazes de competir nos mesmos moldes que os empreendedores económicos.

CAPÍTULO 3 – Oportunidade Social da Iniciativa: Fatores Condicionantes e Instrumentos Analíticos

3.1 Fatores Condicionantes:

3.1.1 Perfil Demográfico:

- Idade - Distribuição etária em forma de u, são os indivíduos mais novos ou mais velhos, por oposição às pessoas de meia-idade; os mais predispostos para serem empreendedores são: os indivíduos idealistas que integram as organizações sociais quando são jovens e os indivíduos com recursos que se envolvem no empreendedorismo social numa fase mais tardia da sua vida;
- Género – Masculino (Gap no género dos empreendedores, com uma forte predominância dos empreendedores do género masculino, verificado mesmo em países considerados igualitários) e feminino;
- Formação – Os empreendedores sociais tendem a ter um nível de escolaridade superior à dos empreendedores económicos;
- Percurso Profissional anterior – a área da Gestão aumenta a probabilidade de um indivíduo vir a ser um empreendedor social e como catalisadora do sucesso das iniciativas socialmente empreendedoras. O estatuto profissional mais comum entre empreendedores sociais são: trabalhador por conta própria, colaboradores a tempo-parcial, colaboradores a tempo inteiro ou estudantes;
- Experiência pessoal/família - orientação empreendedora poderá ainda ser explicada pelas crenças e normas sociais que predominam nos círculos próximos (amigos e familiares). Estas normas sociais, subjetivas, são em parte determinadas pela opinião das pessoas que influenciam o comportamento empreendedor.

3.1.2 Perfil Psicológico - Os empreendedores sociais apresentarem características pessoais distintas, procurando certos traços, comportamentos, tendências cognitivas ou competências pessoais que permitam distinguir o empreendedor social dos seus pares não empreendedores, bem como dos empreendedores económicos. Alguns dos traços são a criatividade, coragem, ambição, proatividade, resiliência, ou a presença de um forte sentido ético

Traços de Personalidade:

- Capacidades, como a inteligência em geral, inteligência numérica, verbal, espacial ou inteligência emocional;

- Motivos, que impulsionam e direcionam as ações, tais como necessidade de realização, poder ou afiliação;
- Atitudes, como por exemplo valores;
- Características temperamentais e ações;

3.1.3 Objetivos pessoais do indivíduo – passou-se do empreendedorismo económico com o objetivo máximo na geração de lucro para o empreendedorismo social com um pensamento mais altruísta e com um compromisso para aliviar o sofrimento dos outros.

3.1.4 Perceção de viabilidade da iniciativa – a perceção de viabilidade de uma iniciativa de empreendedorismo social resulta da ideia, da perceção, da viabilidade e desejabilidade, da valência e da expectativa.

O reconhecimento de uma oportunidade pode emergir de vários elementos: perturbação no empreendedor social; valores pessoais do empreendedor; experiência pessoal e profissional; rede de relações do empreendedor social; ambiente externo que influencia a natureza e o resultado de uma oportunidade.

3.1.5 Envolve externa à iniciativa – Fatores externos ao indivíduo que afetam e são afetados pelas suas ações, origina oportunidades e constrangimentos que influenciam de um modo direto ou indireto o comportamento do potencial empreendedor social. Forças ambientais podem ser agregadas em: **variáveis político-legais** (enquadramento legal da sociedade, sendo o empreendedorismo entendido como uma forma de substituição da insuficiência das instituições formais), **económicas** (quanto maior o rendimento per capita do país, maior é o nível de empreendedorismo social), **socioculturais** (traduzem os valores culturais, costumes e tradições da sociedade e podem influenciar direta ou indiretamente a predisposição para o empreendedorismo social) e **tecnológicas** (o desenvolvimento tecnológico permitiu a interconexão entre indivíduos, a sensibilização para as necessidades, uma atuação à distância, a facilidade nas trocas de informação e a difusão de conhecimentos).

3.2 Instrumentos de Análise da Oportunidade Social:

- Análise PESTLE – Políticas, Económicas, Sociais, Tecnológicas, Legais e Ecológicas;
- Análise Transacional – Comunidade, Beneficiários, Stakeholders, Organizações Sociais;
- Análise das Necessidades Previsionais do Projeto – Infraestruturas, Receitas e Custos;
- Análise da Iniciativa (análise SOWT);

CAPÍTULO 4 – Valores, Visão, Missão, Objetivos e Estratégia

Valores - princípios intemporais que guiam a organização ao longo da sua vida, representando as crenças mais profundas que existem dentro da organização. A criação de um conjunto de valores pode ajudar a organização a tomar decisões e ações que estejam alinhadas entre si.

Visão - A visão deve conter uma ideia concreta do futuro desejado para a organização, sendo o suporte para a formulação de estratégias e objetivos. Deve ser concisa, balancear elementos externos com os internos, ser apelativa para todos os públicos, consistente com a missão e os valores, ser alcançável e inspiradora.

Missão e Objetivos - A missão traduz os propósitos gerais de uma organização e a razão básica para a sua existência. A missão é um dos principais elementos caracterizadores do empreendedorismo social, que por norma apresenta uma missão social explícita e central.

A formulação de objetivos, por sua vez, deve assentar em 2 elementos centrais: a missão da empresa e o ambiente que envolve a própria organização.

Estratégia - A estratégia determina os objetivos de longo prazo de uma organização, as ações a desenvolver e a alocação dos recursos necessários para a sua prossecução. A gestão estratégica é um elemento importante para o sucesso (ou insucesso) das organizações em geral e para o empreendedorismo social em particular.

Instrumentos de apoio à formulação dos valores, visão, missão, objetivos, ações e estratégia:

- Declaração de Valores - A declaração de valores deve ser formulada em primeiro lugar, pois são eles que enquadram e condicionam a declaração de visão e de missão.
- Declaração de Visão - A visão deve ser formulada depois da declaração de valores e antes da declaração de missão.
- Objetivos - Os objetivos são genéricos, expressam intenções gerais, são intangíveis, abstratos e não estão associados a um período temporal.
- Ações - As ações são específicas, precisas, tangíveis, concretas e estão sempre ligadas a um período temporal. As ações devem poder medir-se, poderem ser atingidas, estar orientadas para os resultados e ter um horizonte temporal curto.
- Estratégia - A estratégia permite a concretização dos objetivos e ações anteriormente estabelecidos. Indicam onde e como as organizações devem atuar.

CAPÍTULO 5 – Desenvolvimento da resposta ao problema social

Mapeamento dos problemas sociais (visão geral) - As estratégias prosseguidas pelo setor público, privado e social centram-se em problemas das comunidades locais, onde a proximidade das instituições sociais é muito importante para identificação e avaliação dos problemas e aumentar a eficiência das ações a serem desenvolvidas.

Principais problemas sociais:

- Ajuda mútua e desenvolvimento da comunidade – formas alternativas de proximidade ou vizinhança de todos os tipos foram constituídas para preencher necessidades específicas e promover a ajuda mútua.
- Coesão e participação cívica – ações que aumentam a coesão social e a participação cívica nos diferentes níveis da sociedade.
- Cultura e Lazer – promover o lazer e os serviços de recreação, como por exemplo, artes, música e desporto junto das pessoas mais carenciadas.
- Bem estar económico – apoio social orientado para atenuar a pobreza relacionada com necessidades sociais, exclusão social, desemprego de longa duração e promoção do desenvolvimento económico.
- Habituação e Alojamento – satisfação de necessidades básicas da população em geral.
- Educação e Formação – formação vocacional de pessoas com menores rendimentos e sem acesso a estes género de formações.
- Direitos civis e igualdade – inclusão de pessoas na sociedade e no mercado laboral, independentemente do género, raça e incapacidades.
- Acesso à justiça – promover o acesso à justiça mesmo às pessoas mais pobres.
- Bem estar dos animais – prestação de serviços de saúde, abrigo e alimentação a diferentes tipos de animais.

Resposta da sociedade civil e o papel dos stakeholders – os stakeholders são qualquer grupo ou individuo que são afetados pelo alcance dos objetivos da organização, podendo existir stakeholders primários e secundários. No contexto do empreendedorismo social destacam-se 4

grupos de stakeholders – beneficiários, fornecedores de capitais, força de trabalho e fornecedores em geral, podendo o seu relacionamento ser particularmente complexo.

A criação de soluções sustentáveis requer a colaboração dos vários stakeholders, que incorporam o seu conhecimento e experiências na discussão de um modelo que permita a resolução de questões sociais de forma mais inovadora, completa e multifacetada. Os stakeholders externos podem ser financiadores, organizações parceiras, antigos membros da direção, especialistas e académicos nas suas áreas profissionais, representantes da comunicação social, ou outras partes interessadas.

CAPÍTULO 6 – Identificação, Avaliação e Gestão de Recursos

Recursos – componentes físicos que são combinados para se formar uma organização. São definidos como fatores de produção tangíveis ou intangíveis que a organização possui, controla ou tem acesso numa base semipermanente.

Recursos VS Capacidades - Os recursos são os ativos produtivos detidos por uma empresa, podem ser valorizados e transacionados e, através da combinação com um conjunto de outros ativos e processos organizacionais, são convertidos em produtos finais ou em serviços. As capacidades organizacionais, são, por sua vez, de natureza intangível, dizendo respeito àquilo que uma empresa é capaz de desenvolver. Enquanto os recursos não são específicos à empresa (e como tal são transacionáveis), as capacidades pertencem exclusivamente à organização. Considerados individualmente, os recursos não conferem vantagens competitivas, apenas quando agregados poderão criar capacidades organizacionais. Para que tenham esse potencial deverão apresentar 4 características: valiosos, raros, inimitáveis e insubstituíveis.

Gestão de Recursos Tangíveis - Os recursos tangíveis caracterizam-se pela sua forma física ou material. Esta é uma categoria de recursos heterogénea, que compreende ativos como instalações, equipamentos, recursos naturais, matérias-primas, bens semiacabados, resíduos e subprodutos, stocks de produtos acabados.

Recursos Materiais - O desenvolvimento das atividades organizacionais requer um conjunto de recursos materiais. Estes poderão incluir elementos como terrenos, instalações, infraestruturas, equipamentos, matérias-primas ou recursos tecnológicos, entre outros.

Recursos Humanos - A teoria baseada nos recursos enfatiza a importância dos recursos humanos, enquanto fonte de competências e capacidades, para o desempenho da organização. Estes incluem a formação, experiência, bom senso, inteligência, relações e discernimento dos gestores e colaboradores de uma empresa, conhecimentos e esforços oferecidos pelos colaboradores e as equipas de trabalho.

Recursos Financeiros - incluem todas as fontes de fundos de uma organização, tais como dívidas, capital próprio, retenção de resultados, apoio governamental ou donativos privados. A autossuficiência financeira é encarada como a forma mais adequada para se assegurar a sustentabilidade da organização e minorar a dependência face a terceiros.

Estratégias de geração de rendimentos:

- Preço com a venda dos produtos ou serviços disponibilizados pela organização;
- Cobrança de taxas pela organização, tais como quotas dos seus membros e associados ou licenças;
- Merchandising, da venda de produtos agrícolas ou artesanais;

Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização
Resumos de Empreendedorismo Social

- Prestação de serviços, como ações de consultoria, formação, serviços de tradução, restauração, ou a obtenção de patrocínios.

Imagem da Organização - pode ser entendida, como uma imagem desejada que é projetada pela organização para uma audiência externa ou, numa outra aceção, como o nível de pertinência que a organização assume para com os seus stakeholders.

Reputação - traduz a percepção agregada que num determinado momento do tempo os stakeholders, internos ou externos, têm sobre a organização. Trata-se, portanto, de uma representação cognitiva que depende da percepção (positiva ou negativa) que os stakeholders têm sobre a organização.

Qualidade do serviço prestado - A qualidade do serviço prestado pode ser entendida como o nível de excelência de uma organização. Enquanto mecanismo suscetível de influenciar a capacidade de criação de valor e satisfação dos clientes, tem emergido como um importante tema no âmbito da estratégia organizacional.

Capital Social - diz respeito à pertença de um indivíduo ou de uma organização a uma determinada rede, duradoura e bem-conhecida, na qual interage um conjunto de atores.