

A RELEVÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

*Agostinho Inácio Bucha**

I – INTRODUÇÃO

Os mercados actuais estão mais abertos e globais, exigindo respostas a desafios permanentes que passam pela mudança na dinâmica de funcionamento das organizações, que sentem necessidade de se tornarem mais empreendedoras e inovadoras, em que custos sociais e outros factores críticos de sucesso se tornaram parte integrante da gestão.

Através do empreendedorismo, estamos a interiorizar a mudança, tendo por referência os diferentes valores e pela aplicação da nossa capacidade visionária vamos conseguindo posicionar as organizações no presente e no futuro.

A sociedade actual está imersa numa transformação em que a única certeza é a mudança, no sentido em que é preciso mudar o pensamento, a actuação e a análise e a crise tem um aspecto positivo, pois temos de aprender a empreender mais.

II – A RAZÃO DA ACEITAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O empreendedorismo social tem sabido aproveitar novas oportunidades e explorado novos mercados, que não tinham sido objecto de pesquisa dos sectores público e privado. Alguns autores como Kristof (2008) consideram os empreendedores sociais como os “tipos” mais marcantes da sociedade actual.

Através da oferta de serviços e produtos à sociedade, a comunidade desenvolve novas energias que darão origem a uma nova cultura e melhorarão a

* Professor Adjunto da Escola Superior Ciências Empresariais – Instituto Politécnico de Setúbal | agostinho.bucha@esce.ips.pt

qualidade da vida pessoal e colectiva, reforçando a ligação Estado - Sociedade – Mercado.

Elkington e Hartigan (2007) referem que os empreendedores sociais detectam a possibilidade de ajudar as pessoas a construir um futuro, reconhecendo que no meio das dificuldades há uma oportunidade.

É fundamental o empreendedor social construir parcerias estratégicas com outras entidades de modo a que o lugar central seja ocupado pelos beneficiários e membros da comunidade.

Como já foi referido, empreendedorismo passa pelo envolvimento de pessoas e processos de modo a transformar ideias em oportunidades de implementação, que se tornem em casos de sucesso. No sector empresarial o empreendedor é motivado pelo lucro que será possível se o produto ou serviço forem aceites pelo mercado, o que não acontece com o empreendedor social que em face dos desafios novos explora novas oportunidades que fomentam um novo paradigma na gestão que reside na transformação e inovação no comportamento, competências e estratégia neste outro empreendedor – o empreendedor social.

O empreendedor social bebe parte dos conhecimentos do empreendedor empresarial, mas tem de saber ir mais além no sentido em que sabe inovar e tem uma atitude de compreensão direccionada ao desenvolvimento social dos mais necessitados que na sociedade actual são encarados numa perspectiva de inclusão social. Assim, poderemos desenhar a seguinte separação:

Quadro n.º 1: Empreendedor Versus Empreendedor Social

Empreendedor	Empreendedor Social
Produz bens e serviços que vende a troco de um preço que permite gerar lucro	Produz bens e serviços para satisfação das necessidades sociais das populações locais e globais
Atende à situação do mercado	Atende à situação dos problemas sociais
Satisfação dos stakeholders	Satisfação do grau de introdução das transformações sociais
Desenvolver o valor estratégico do negócio	Desenvolver capital social através do afastamento de situações de risco

Fonte: *Elaboração Própria*

Como poderemos depreender do quadro anterior o empreendedor social não tem por objectivo gerar lucros que recuperem o capital investido, mas tem

por objectivo assegurar um desenvolvimento social que de uma forma sustentável melhore a qualidade de vida de cada um e de todos.

Para Oliveira (2004: 19) os empreendedores sociais são *agentes de intercâmbio da sociedade por meio de*:

- *proposta de criação de ideias úteis para resolver problemas sociais;*
- *combinação de práticas e conhecimentos de inovação que criam novos procedimentos e serviços;*
- *criação de parcerias e formas ou meios de auto-sustentabilidade dos projectos;*
- *transformação das comunidades graças às associações estratégicas;*
- *utilização de enfoques baseados no mercado para resolver os problemas sociais;*
- *identificação de novos mercados e oportunidades para financiar uma missão social.*

Através das várias definições de Empreendedor Social constatamos que se trata de alguém com as características do empreendedor tradicional, mas que não se preocupa com a obtenção de lucros e tem o objectivo de encontrar uma resposta para os problemas sociais.

Quadro n.º 2: Definições de Empreendedorismo Social

Entidade	Definição
SSE – School Social Entrepreneurship, UK	É alguém que trabalha de uma maneira empresarial, mas para um público ou um benefício social, em lugar de ganhar dinheiro. Empreendedores sociais podem trabalhar em negócios éticos, órgãos governamentais.....Empreendedores Sociais nunca dizem não pode ser feito.
CCSE – Canadian Center Social Entrepreneurship, Canadá	Um empreendedor social vem de qualquer sector, com as características de empresários tradicionais de visão, criatividade e determinação e empregam e focalizam na inovação social...indivíduos que.....combinam seu pragmatismo com habilidades profissionais.
ISE – The Institute Social Entrepreneurs, E U A	Empreendedores sociais são executivos do sector sem fins lucrativos que prestam maior atenção às forças de mercado sem perder de vista a sua missão (social), e são orientados por um duplo propósito: empreender programas que funcionem e estejam disponíveis às pessoas (o empreendedor social é base nas competências de uma organização), tornando-as menos dependentes do governo e da caridade.
Erwing Marion, Kauffman Foundation	Empreendedores sem fins lucrativos são reconhecimento de oportunidade de cumprimento de uma missão para criar e sustentar um valor social, sem se ligar exclusivamente aos recursos.

Fonte: Oliveira (2004)

Podemos construir um perfil do empreendedor social tendo por base Conhecimentos – Habilidades – Competências - Atitudes

Quadro n.º3: Perfil do Empreendedor Social

Conhecimentos	Habilidades	Competências	Atitudes
<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar as oportunidades - Gerir os diferentes recursos - Ser responsável dentro e fora da organização 	<ul style="list-style-type: none"> - Saber trabalhar em equipa - Saber agir estrategicamente - Criativo - Ser flexível - Ser inovador - Ser objectivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ter sentido de solidariedade - Saber calcular o risco - Congregar diferentes vontades em volta de fins comuns - Saber liderar 	<ul style="list-style-type: none"> - Estar indignado com a injustiça e desigualdade - Ser ético e leal - Empenhado no que faz na área social - Ser transparente e directo

Fonte: Elaboração Própria

III – NOVO PARADIGMA

Em termos gerais poderemos explicitar que o empreendedorismo social é o resultado:

- De um novo paradigma de intervenção na área social que estabelece numa mesma parceria diferentes organizações;
- Da gestão social, pois os efeitos são multiplicadores ao introduzirem transformações em diferentes sentidos.

As empresas sociais são uma das pedras angulares do modelo social europeu, estão intimamente ligadas à Estratégia EU 2020 e contribuem de forma significativa para a sociedade em geral. Ao apoiar e promover estas empresas, podemos tirar o maior partido do seu potencial de crescimento e da sua capacidade de gerar valor social.

A Europa tem pela sua frente desafios que requerem soluções que combinem bem-estar económico e bem-estar social. Promover o empreendedorismo social e as empresas sociais, especialmente no difícil clima económico actual, permitirá captar o potencial de crescimento deste sector e o seu valor acrescentado nesta área. Para concretizar estas oportunidades importa criar e aplicar um quadro político abrangente que envolva, a todos os níveis (local, regional, nacional e europeu), um grande número de actores de todos os sectores da sociedade (sociedade civil, sector público e privado).

O empreendedorismo social e as empresas sociais abrangem uma diversidade de conceitos que compreendem actores e condições diferentes em cada país sendo de considerar o Parecer 2012/C 24/01 do Comité Económico e Social Europeu que enquadra as características comuns de empresa social:

- perseguir primeiramente objectivos sociais, por oposição a fins lucrativos, que beneficiem o público em geral ou os seus membros;
- ter predominantemente actividades sem fins lucrativos, com lucros que serão principalmente reinvestidos e não distribuídos por accionistas ou proprietários privados;
- ter uma variedade de formas ou modelos jurídicos, como por exemplo, cooperativas, mútuas, associações de voluntariado, fundações, empresas com ou sem fins lucrativos], muitas vezes combinando várias formas jurídicas e, por vezes, mudando em função das suas necessidades;
- ser um agente económico que produz bens e serviços (frequentemente

de interesse geral], amiúde com uma forte vertente de inovação sócia;

- funcionar como entidade independente, com uma forte vertente de participação e co-decisão (pessoal, utilizadores, membros) e de governação e democracia (representativa ou aberta);

- de ser, em muitos casos, oriunda de uma organização da sociedade civil ou a ela estar associada.

IV - CONCLUSÃO

As empresas sociais criam emprego, desenvolvem soluções inovadoras para responder às necessidades do público, geram coesão e inclusão social e fomentam uma cidadania activa. Além disso, são particularmente importantes para promover a participação das mulheres, dos idosos, dos jovens, das minorias e dos emigrantes na construção de uma sociedade mais sustentável e responsável.

BIBLIOGRAFIA:

- BUCHA, Agostinho Inácio (2004). *A Gestão Sustentável do Ambiente*. Chamusca: Edições Cosmos.
- BUCHA, Agostinho Inácio (2004). *A Problemática dos Institutos Politécnicos à Luz das Novas Teorias de Gestão*. Chamusca: Edições Cosmos.
- BUCHA, Agostinho Inácio (2009). *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: RH Editora.
- BUCHA, Agostinho Inácio (2012). *Empreendedorismo: Processo de Aprendizagem de Empreendedores*. Chamusca: Edições Cosmos.
- COMISSÃO EUROPEIA (2003). *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*. Bruxelas.
- COMISSÃO EUROPEIA (2003). *Educação&Formação para 2010 – A Urgência das Reformas Necessárias Para o Sucesso da Estratégia de Lisboa*. Bruxelas.
- COMISSÃO EUROPEIA (2004). *Making Progress in Promoting Entrepreneurial Attitudes And Skills Through Primary And Secondary Education. Final Report of The Expert Group*. Bruxelas.
- DOLABELA, Fernando (1999). *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- DOLABELA, Fernando (1999). *O Segredo de Luisa*. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- DORNELAS, José Carlos Assis (2001). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- DORNELAS, José Carlos Assis (2003). *Empreendedorismo Corporativo. Como Ser Empreendedor, Inovar e Se Diferenciar na Sua Empresa*. São Paulo: Elsevier Editora.
- DRUCKER, Peter (1986). *Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios*. São Paulo: Pioneira.
- DRUCKER, Peter (1992). *Gerindo para o Futuro*. Lisboa: Difusão Cultural.
- DRUCKER, Peter (1997). *Inovação e Gestão*. Lisboa: Editorial Presença.
- ELKINGTON, J. & HARTIGAN, P. (2007). *The power of unreasonable people*. Boston, Massachusetts: Ed. Harvard Business Press.
- GEM (2010). *Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal em 2010. Relatório GEM Portugal*.
- KIRBY, David (2003). *Entrepreneurship*. Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- KNIGHT, Russell (1980). *Entrepreneurship in Canada*. In: *Annual Conference of The International Council For Small Business*. Junho-22.
- KRISTOF, N. (2008). *The age of Ambition*. Artigo publicado em 27-01-2008 no New York Times.
- OLIVEIRA, Edson Marques (2004). *Empreendedorismo Social no Brasil: fundamentos e estratégias*. Rança – SP: Unesp [Tese de Doutorado].
- SENGE, Peter (1999). *The Dance of Change*. London: Nicholas Brealey.