

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: DO ENQUADRAMENTO TEÓRICO À REALIDADE PORTUGUESA

Maria Lúcia Paiva Tacanho das Neves Marques

Professora na Unidade Técnico Científica de Gestão e Economia
da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda
Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, 50, 6300-559 Guarda, Portugal
Doutoranda do Curso de Doutoramento em Gestão
da Universidade da Beira Interior, 6200 Covilhã, Portugal

Resumo

O objectivo desta investigação é, a partir da definição de Empreendedorismo Social, aplicá-lo à realidade portuguesa, exemplificando-o com casos reais, descrevendo a forma como o empreendedorismo social se integra dentro das organizações. De entre os casos que se apresentam destacam-se os seguintes: o Programa Rede Social e a aderência das Câmaras Municipais a este Programa, a Agência para a Vida Local, a Agência DNA Cascais, a Unidade de Apoio ao Empreendedorismo e a Bolsa de Valores Sociais. Por fim, efectua-se as Considerações Finais e apontam-se próximas linhas de investigação.

Área Temática: H) Responsabilidade Social Corporativa.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Social; Rede social; Programa de Rede Social

1 – INTRODUÇÃO

Este trabalho de investigação tem como tema o Empreendedorismo Social, enquadrado no âmbito da responsabilidade Social Corporativa. Tem como objectivos o enquadramento teórico do tema em estudo e a sua adequação à realidade portuguesa.

Optou-se por se efectuar uma abordagem qualitativa, tentando descobrir casos concretos de empreendedorismo social. E este é um dos pressupostos defendidos por Uhløi (2005): os casos estudados servem de base de estudo ao surgimento de novas teorias e linhas de investigação. De acordo com Shane e Venkataraman (2000) o empreendedorismo envolve o estudo: (a) das fontes de oportunidade; (b) dos processos de descoberta; (c) da avaliação e obtenção de oportunidades e (d) dos grupos individuais, os quais descobrem, avaliam e exploram essas oportunidades.

A metodologia adoptada nesta investigação foi a pesquisa bibliográfica para o enquadramento teórico do tema em estudo e a pesquisa tendo como palavras - chave “empreendedorismo social”, “rede social”, “câmaras municipais e rede social” e “câmaras municipais e empreendedorismo social”. Identificadas algumas situações relacionadas com o tema procuraram-se identificar outros casos com elas associadas.

Esta investigação segue a seguinte estrutura: no capítulo 2 procura-se efectuar o enquadramento do tema, definindo empreendedorismo e empreendedorismo social, relacionando os dois conceitos. No Capítulo 3 procura-se mostrar como evoluiu a realidade portuguesa na área do empreendedorismo e apresentar alguns casos concretos de empreendedorismo social, de entre muitos outros que poderiam, igualmente, ser apresentados. Nesta análise, destaca-se principalmente o papel das Autarquias Locais, enquanto agentes promotores de empreendedorismo social. E, por fim, as Considerações Finais, onde se sugerem alguns aspectos passíveis de aprofundamento, em próximas investigações.

2 – EMPREENDEDORISMO SOCIAL: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1 NOÇÃO DE EMPREENDEDORISMO

Entre nós, a palavra empreendedorismo era quase totalmente ignorada, até há poucos anos. A universidade, a banca, o sector privado e o Estado dedicavam-lhe uma atenção muito escassa. Para Portugal, o empreendedorismo é um fenómeno do novo milénio, que se desenvolve num período difícil, de fraco crescimento económico e pessimismo dos mercados de capitais de todo o Mundo.

Existe hoje uma convicção generalizada de que o empreendedorismo é a solução para todos os males – estagnação económica, falta de inovação, competitividade externa da economia portuguesa ou precariedade de emprego. Passou também a acreditar-se que o financiamento do empreendedorismo permitiria elevados retornos de capital, favorecendo a criação de Sociedades de Capital de Risco pela generalidade dos grupos bancários activos em Portugal. Segundo Trigo (2005b) o Empreendedorismo está na moda; e este conceito está associado a termos como flexibilidade, inovação, risco, criatividade e orientação para o crescimento.

São muitas as definições de Empreendedorismo. Para Trigo (2005a) o *“Empreendedorismo é o esforço empregue na criação de valor através do reconhecimento de oportunidades de negócio, da gestão do risco adequado à capitalização dessas oportunidades e da mobilização dos recursos humanos, financeiros e materiais necessários à sua concretização”*. Segundo um relatório da Comissão das Comunidades Europeias (2006, pp. 4) *“O espírito empresarial é a capacidade dos indivíduos de converter ideias em actos. Compreende a criatividade, a inovação e a assunção de riscos e, bem assim, a capacidade de planear e gerir projectos com vista a alcançar objectivos.”*

Lumpkin e Dress (1996) descrevem a nova entrada como o acto essencial do empreendedorismo. Esta nova entrada é muitas vezes estudada numa perspectiva de criação de uma nova empresa (Gartner, 1985; Veciana, 1999). No trabalho de Antoncic e Hisrich (2003) o empreendedorismo é abordado na perspectiva da criação de novas unidades ou segmentos de negócio autónomos e a participação em novos negócios relacionados com produtos ou mercados existentes.

O conceito de empreendedorismo tem sido abordado na literatura mediante perspectiva de análise do fenómeno, não se encontrando um consenso acerca de uma definição. Morris *et al* (1994) identifica setenta e sete termos chave para a definição de empreendedorismo utilizados na literatura entre 1982 e 1992. Bull e Willard (1993) agrupam a literatura da teoria do empreendedorismo em cinco categorias: (1) a que se debruça sobre a definição do empreendedor; (2) a que destaca a teoria dos traços dos empreendedores; (3) a que sublinha as estratégias de sucesso e as razões que conduzem à criação de novas empresas; (4) a que estuda o processo de criação de novas empresas, e (5) a que estuda os factores ambientais relacionadas com as acções empreendedoras. O empreendedor é visto como o agente de inovação, o agente da “destruição criativa” (Silva, 2003) o agente da mudança, enquadrado num conjunto de condições, tais como a motivação relativa à tarefa, a especialização, a expectativa de ganho e o meio envolvente de suporte (Bull e Willard, 1993).

Trigo (2005a) identifica as 10 etapas que transformam o empreendedorismo num hábito: (1) Identificar uma oportunidade para a criação de uma empresa ou para a implementação dum projecto; (2) Criar um bom conceito de negócio; (3) Certificar-se de que, de facto, existe uma oportunidade e se existe mercado; (4) Identificar os recursos necessários e a forma de os adquirir;

(5) Escolher uma marca e registá-la; (6) Confirmar a rentabilidade do negócio; (7) Redigir o plano de negócios; (8) Implementar o respectivo projecto; (9) Fazer a gestão da empresa; e (10) Liquidar o projecto.

2.2 NOÇÃO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL

O auto-emprego e a multiplicação de pequenas unidades económicas podem carecer de um apoio específico, no âmbito do designado “empreendedorismo social”. Por outro lado, as empresas com fins lucrativos, estabelecidas ou emergentes, podem não cobrir todas as áreas da necessidade social, nomeadamente as ligadas ao ambiente, saúde pública, educação (alfabetização, universidades da terceira idade, etc.), saúde, particularmente das camadas mais desfavorecidas, direitos judiciais das comunidades mais desfavorecidas, criação de oportunidades de grupos mais frágeis – por motivo de doença, deficiência, tóxico-dependência, etc.

Estas necessidades sociais têm dado origem ao desenvolvimento do “empreendedorismo social”, um tipo de iniciativa empresarial em que as preocupações de apoio social, mesmo não directamente lucrativas, estão presentes. Um dos grandes objectivos do empreendedorismo social é o envolvimento das comunidades locais num conjunto de actividades que melhorem o seu bem-estar e reduzam o risco de comportamentos lesivos, particularmente quando os níveis de desemprego e privação são elevados.

Neto e Froes (2002, pp. 34), analisando o perfil do empreendedor social, afirmam que *“não é qualquer um que pode ser um empreendedor social. O empreendedorismo social é um misto de ciência e arte, racionalidade e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, força inovadora e praticidade”*.

As características apresentadas por estes indivíduos denotam algumas diferenças em relação aos empreendedores tradicionais. No Quadro 1 apresentam-se as características e habilidades observadas num empreendedor social.

Quadro 1 - Características dos empreendedores sociais

Características/Habilidades	Referência
Cooperativos, visão social, habilidade de comunicação, empáticos, criatividade na solução de problemas reais, forte fibra ética, pragmáticos,	Johnson (2000)
Sinceros, paixão, clareza, confiança pessoal e organizacional, planeamento, habilidade para imprevisto	Boschee (2002)
Criativos, líderes	Neto e Froes (2002)
Inovadores, arrojados, transparentes	Dees (1998)

Fonte: David (2004, pp. 52)

E no Quadro 2 sintetizam-se algumas características dos empreendedores (tradicionais) e dos empreendedores sociais, onde se percebe a passagem do individual para o colectivo e do lucro financeiro para a resolução de problemas sociais:

Quadro 2: Comparação entre empreendedorismo e empreendedorismo social

Empreendedorismo	Empreendedorismo Social
É individual	É colectivo
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para a comunidade
Foco no mercado	Foco na busca de soluções para os problemas sociais
A medida de desempenho é o lucro	A medida de desempenho é o impacto social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las

Fonte: Neto e Froes (2002, pp.11)

3 – EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA REALIDADE PORTUGUESA: ABORDAGEM QUALITATIVA

3.1 – ENQUADRAMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NA REALIDADE PORTUGUESA

Em meados dos anos noventa começou a ganhar importância em Portugal uma corrente que procurava afirmar, a par de outras mais assistencialistas, uma via estratégica e coerente para apoiar a inserção e a reinserção profissional de desempregados, a inserção pela economia. Tratava-se, como noutros países europeus, de implementar, em complemento dos mecanismos de apoio individuais aos sujeitos em situação de exclusão ou de exclusões diversas, programas ou iniciativas que privilegiassem as relações com o mercado nas acções a desenvolver para favorecer a inserção ou a reinserção profissional.

Foi a promoção do empreendedorismo em articulação com as características excepcionais dos novos empreendedores. Ribeiro e Martins (2005) destacam o surgimento dos Concursos de Ideias Inovadoras promovidos pelo IAPMEI, pela NET e pela ANJE. E o lançamento dos Centros de Incubação, dos ninhos de empresas em Novas Tecnologias (sendo o caso do BIC do Porto), dos guias de empreendedores, das alternativas ao financiamento das empresas através do Capital de Risco, dos guias de franchising, ou seja, um conjunto alargado de instrumentos que procurou valorizar as atitudes empreendedoras e criar uma corrente global favorável à iniciativa e à inovação (ninhos de empresas; academia dos empreendedores; feiras e mostras de franchising).

Em consequência destas iniciativas, consolidou-se a presença, na literatura especializada mas também na informação corrente projectada na comunicação social, da figura do empreendedor. As

representações sociais mais vulgares que lhe estavam associadas estruturaram-se a partir de ingredientes como o sucesso, o dinamismo, a força de vontade, a audácia, uma vida de êxito, a ascensão social, a valorização e o reconhecimento por parte dos outros.

Noutra escala e com ritmos muito irregulares de progressão, foram surgindo outras experiências de “criação do próprio emprego”, de organização de microempresas, em resultado de acções de formação e de criação de pequenos negócios familiares por vários motivos. Entre eles, em consequência do desemprego de diversos membros da família que trabalhavam na mesma organização da qual foram, colectivamente, despedidos.

As Iniciativas Locais de Emprego que tiveram origem nos programas comunitários nos meados dos anos oitenta começaram a ser implementadas em maior escala no país e com maior dinamismo por parte dos serviços públicos, sendo ainda marcadas por fortes barreiras de natureza legal e burocrática. Começaram a afirmar-se novos promotores de micronegócios e o empreendedorismo social começa a ser uma realidade, através de programas de apoio à economia social e às microempresas. O conceito de empreendedorismo começou a ser observado de forma mais ampla e necessariamente com uma visão menos limitada, no que concerne aos seus protagonistas e ao seu sentido de utilização.

Este quadro de dificuldades e de alguma desilusão forçou novas análises em torno de variáveis estruturais até então relativamente desvalorizadas, tais como, a importância do contexto e, em especial, do território nas dinâmicas de crescimento do empreendedorismo de base local. O contexto entendido como quadro global de actuação, incorporando as dimensões económicas, sociais, políticas, culturais e tecnológicas, ou seja abarcando variáveis que ultrapassam, quer o simples “perfil empreendedor” da pessoa, quer ainda o restrito quadro de relações de um processo de desenvolvimento de um novo negócio (os clientes, os fornecedores, os colaboradores e os concorrentes).

Neste domínio, Ribeiro e Martins (2005) destacam que passaram a ser valorizados de forma acrescida, entre outros, (a) os esforços das entidades públicas na criação de condições para a atracção de investimentos (infra-estruturas rodoviárias, ferroviárias, portuárias, zonas industriais com infra-estruturas, espaços públicos atractivos, serviços públicos desburocratizados); (b) as qualificações dos recursos humanos locais; (c) as relações com as universidades e politécnicos, com outros estabelecimentos de ensino e com eventuais centros de investigação e desenvolvimento em curso na região; (d) as condições mais ou menos favoráveis à cooperação empresarial e interinstitucional.

Foram impulsionadas novas dinâmicas que associassem criatividade, audácia, persistência e abertura de novos horizontes. Agiu-se, designadamente, no universo da escola e dos sectores mais

jovens da população, no campo das tecnologias e da inovação, nas infra-estruturas, nas condições administrativas e financeiras, na envolvente científica e cultural, nas empresas e nos negócios.

3.2.1 PROGRAMA REDE SOCIAL: ENQUADRAMENTO

O Programa Rede Social é "*um fórum de articulação e congregação de esforços baseado na adesão livre por parte das autarquias e das entidades públicas ou privadas sem fins lucrativos*" (Preâmbulo do Resolução do Conselho de Ministros nº 197/97, de 18 de Novembro, diploma que criou e definiu a Rede Social), as quais deverão concertar esforços no sentido do combate à Pobreza e Exclusão Social e do Desenvolvimento Social.

Posteriormente foi publicado o Despacho Normativo 8/2002, de 12 de Fevereiro, o qual, de acordo com o art. 1º, teve por objectivo proceder à regulamentação do Programa de Apoio à Rede Social. E o art. 5º definiu as entidades promotoras, das quais se destacam as Autarquias Locais. E o Decreto-Lei 115/2006, de 14 de Junho, regulamenta a rede social, definindo o funcionamento e as competências dos seus órgãos, bem como os princípios e regras subjacentes aos instrumentos de planeamento que lhe estão associados, em desenvolvimento do regime jurídico de transferência de competências para as autarquias locais.

Estas redes de apoio social integrado operacionalizam-se através da criação de Concelhos Locais de Acção Social (CLAS) e de Comissões Sociais de Freguesia (CSF) (art. 11º do Decreto-Lei 115/2006).

Pretende-se através do Programa Rede Social (a) identificar, caracterizar e priorizar os problemas do concelho; (b) identificar os principais recursos e respostas existentes dentro e fora do concelho; (c) que se possam definir respostas estratégicas e concertadas, mais adequadas às necessidades do concelho; (d) que as organizações do concelho não trabalhem de "costas voltadas umas para as outras"; (e) que os cidadãos tenham acesso a serviços, prestados com mais qualidade; (f) que as entidades competentes possam reivindicar junto da Administração Central, políticas e programas de financiamento mais adequados aos interesses, necessidades e recursos do concelho.

Neste sentido, perspectiva-se: (a) a introdução de normas standard de (i) recolha e tratamento de informação (*para diagnóstico e monitorização do território*), (ii) planeamento e avaliação (*para o Plano de Desenvolvimento Social e Planos de Acção Específicos*), (iii) comunicação entre as diversas organizações, e (iv) gestão da qualidade dos serviços prestados; (b) a criação de formas mais eficazes de comunicar e informar (i) dentro de cada organização parceira; (ii) entre as diversas organizações do concelho, e (iii) entre as organizações e os cidadãos do concelho; (c) estimulação da participação, da reflexão e da discussão; (d) emissão de pareceres nas questões que respeitem

aos interesses do desenvolvimento social do concelho; (e) formulação e apresentação de recomendações às entidades competentes, no que respeita à concretização das estratégias e objectivos definidos, para o desenvolvimento social do concelho.

Os principais eixos de intervenção deste programa eram os seguintes: planeamento e avaliação participados; gestão de qualidade, formação e comunicação e informação.

E assentavam nos seguintes princípios (art. 4º e seguintes do Decreto-Lei 115/2006, de 14 de Junho):

(i) Princípio da Subsidiariedade: procura-se privilegiar a mobilização da população - alvo local sempre que se verifique a existência de recursos e potencialidades e que a população consiga proceder à sua utilização, além de se pretender a cooperação das entidades com poder e responsabilidade de intervenção no território.

(ii) Princípio da Integração: este princípio implica adoptar intervenções multisectoriais, uma vez que se verifica uma multidimensionalidade dos problemas de pobreza e exclusão social. Assim, deverá existir uma convergência de medidas económicas, sociais e ambientais, entre outras, além de se procurar congregar os recursos de todos os intervenientes locais.

(iii) Princípio da Articulação: pretende-se que os vários actores do território articulem entre si, sendo que esta intervenção deverá assentar na cooperação/ partilha/ comunicação, na multidisciplinariedade, na abertura/ flexibilidade, na horizontalidade das relações e, nomeadamente, na co - responsabilização por parte das entidades parceiras.

(iv) Princípio da Participação: entende-se que o combate à pobreza e à exclusão social, no sentido do desenvolvimento social, será tanto mais efectivo quanto mais participado for o processo de intervenção, considerando-se uma participação plena aquela que nele envolve, desde a sinalização do problema, não só os actores locais mas também, e especialmente, a população - alvo local.

(v) Princípio da Inovação: tendo em conta que a realidade social sofre constantes transformações, deve verificar-se um esforço no sentido de criar novas medidas ou novas formas de as conduzir, de forma a proporcionar uma adequação destas às novas problemáticas. Constituem então importantes focos de inovação: as metodologias participativas de diagnóstico e planeamento, a descentralização da intervenção, o desenvolvimento de uma parceira estratégica e as formas de actuação motivadoras da participação das comunidades locais.

(vi) Princípio da Igualdade de Género: neste quadro, o planeamento e a intervenção integram a dimensão de género quer nas medidas e acções, quer na avaliação do impacto.

3.2.2 ADERÊNCIA DAS CÂMARAS MUNICIPAIS À REDE SOCIAL

Como foi referido anteriormente, fez-se uma pesquisa na Internet das Câmaras Municipais que aderiram à rede social. O motor de busca foi “rede social câmara municipal” e “empreendedorismo social câmara municipal”. Da pesquisa efectuada constatou-se que já aderiram à Rede Social cerca de 120 Câmaras Municipais, isto apesar do Preâmbulo do Decreto-Lei 115/2006, de 14 de Junho, referir que, *“inicialmente, esta medida foi implementada em 41 concelhos piloto e que, actualmente, a rede social está implementada em 275 concelhos em todo o território continental”*.

Do conjunto destes municípios tiram-se as seguintes conclusões:

- (1) Surpresa pela quantidade de Câmaras Municipais encontradas; atendendo ao tema em análise supunha-se que esta não fosse uma das preocupações das Autarquias, nem que existisse tanta informação na Internet;
- (2) Em algumas Câmaras Municipais é disponibilizada muita informação sobre este tema. Existe já o Diagnóstico Social do Concelho feito de forma exaustiva e com dados concretos sobre o mesmo. A este respeito destacam-se, a título de exemplo, o Relatório de Diagnóstico Social dos Concelhos de Valongo¹ e de Trancoso².
- (3) Em muitas das Câmaras Municipais é disponibilizada informação sobre a Rede social, mas não fornecem nenhuns elementos sobre o mesmo. É, o caso, entre outras, da Câmara Municipal de Seia.
- (4) Da análise a situações concretas, identificámos duas realidades distintas:
 - (4a) Em primeiro lugar, a da Câmara Municipal da Covilhã que ainda não aderiu à rede social; não se obtém nenhuma informação deste teor no site da autarquia e a comunicação social refere que o município da Covilhã está a ser penalizado pela ausência de uma rede social. No entanto, encontram-se indicadores sobre este concelho num relatório enviado para a União Europeia³, similar ao exigido no Decreto-Lei 115/2006, de 14 de Junho.
 - (4b) A segunda realidade diz respeito à Câmara Municipal de Manteigas, a qual tem prestado um apoio efectivo no âmbito da Rede Social, tendo inclusive criado uma empresa para o efeito, a Sociedade Manteigas Solidária. Mas, também, neste caso a informação não está disponível na Internet, pelo que seria necessário validar estas informações por outras vias, nomeadamente através dum contacto pessoal ou por escrito.

Assim, parece interessante destacar a recolha que já se consegue obter, bem como reforçar que o objectivo deste trabalho de investigação não é, de forma exaustiva, conhecer a situação da totalidade dos concelhos portugueses no que diz respeito à Rede Social, mas apenas conhecer

¹ Este pode ser consultado em www.cmvalongo.net/site/conteudos/accaosocial/rede_social. Destaque, ainda, para o Diagnóstico Social do Concelho de Valongo e para o Plano de Desenvolvimento Social do Concelho de Valongo 2005 / 2008. São dois documentos que mostram a preocupação da Autarquia nesta área e que estão disponíveis para consulta.

² Este pode ser consultado em www.cm-trancoso.pt/redesocial.htm

³ Este relatório foi obtido no site <https://equal.cec.eu.int/equal/jsp/dpMonitoringComplete.jsp?year=2003&national=2001-2005&lang=pt&cip=PT>

algumas das Câmaras que já aderiram à Rede Social e efectuaram o respectivo diagnóstico, de modo a que, posteriormente, se possa efectuar um estudo de caso.

Destas pesquisas, sobressaíram algumas situações que se consideram interessantes, pois mostram como na realidade autárquica se podem encontrar bons exemplos de empreendedorismo social. Um desses exemplos é a Câmara Municipal de Valongo, na qual são destacadas as diversas etapas de implementação desta rede social, bem como dos recursos humanos que nela estiveram envolvidos e os vários relatórios (pormenorizados), de diagnóstico e de implementação, obtidos a partir da realidade do concelho.

3.2.3 A AGÊNCIA PARA A VIDA LOCAL

A Agência para a Vida Local é um projecto inovador da Câmara Municipal de Valongo, que visa a prossecução de três objectivos basilares: (1) a promoção da igualdade de oportunidades, (2) da conciliação da vida profissional com a vida familiar e pessoal e (3) de uma cidadania activa e inclusiva.

São gratuitamente disponibilizados aos Municípios auxílios no âmbito do “AVL Informação”, do “Clube de Emprego e Formação”, do “Serviço de Apoio ao Cidadão e ao Consumidor”, do “Centro Local de Apoio ao Imigrante”, do “Banco de Tempo” e dos “Espaços Infantis Imediatos”, onde os pais podem deixar as suas crianças até cinco horas semanais enquanto realizam tarefas inadiáveis. Foi promovida a intergeracionalidade, com a existência dos programas “OraJúniorDigital e OraSéniorDigital”.

Depois de ter sido distinguida em 2004 com o Prémio Nacional de Excelência Autárquica no âmbito do Concurso de Modernização Administrativa Autárquica, promovido pela Direcção Geral das Autarquias Locais, a Agência para a Vida Local, recebeu mais um prémio nacional na Categoria “Boas Práticas”: o Prémio Agostinho Roseta 2005. E obteve uma menção honrosa no âmbito da fase nacional do Concurso Europeu de Iniciativa Empresarial, uma iniciativa da Comissão Europeia. Estes Prémios Europeus de Iniciativa Empresarial (*European Enterprise Awards*) estendem-se aos 27 Estados-Membros da União Europeia, à Islândia, à Noruega e à Turquia e têm como objectivo distinguir e premiar as iniciativas de destaque que apoiam o empreendedorismo a nível regional.

3.2.4 A AGÊNCIA DNA CASCAIS

O Município de Cascais também apresenta um caso específico de empreendedorismo social: a Agência DNA Cascais. Esta Associação sem fins lucrativos, constituída por tempo indeterminado,

tem por objecto contribuir, por todos os meios adequados, para a promoção, incentivo e desenvolvimento do empreendedorismo em geral, com especial incidência para a promoção do empreendedorismo jovem e social no Concelho de Cascais.

A DNA Cascais tem por principais eixos de actuação o captar, fixar e desenvolver competências e conhecimentos, através da promoção e estímulo da criatividade e inovação, num ambiente promotor de empreendedorismo, nomeadamente através das seguintes actividades: (a) criação de Ninhos de Empresas; (b) criação de um Banco de Ideias; (c) criação de um banco de tempo voluntário para apoio ao empreendedorismo; (d) promoção de Concursos de Ideias sobre empreendedorismo; (e) criação de um “*Business Angels Club*”; (f) criação de clínicas de gestão; (g) criação de sociedades ou fundos de capital de risco vocacionados para o empreendedorismo; (h) organização de seminários, conferências, visitas de estudo e outras actividades similares, a nível nacional e internacional; (i) realização de estágios no meio profissional, em Portugal e no estrangeiro; (j) elaboração de estudos e publicações; (k) intercâmbio internacional de informação sobre empreendedorismo; (l) promoção e acções de informação e de formação sobre empreendedorismo; (m) filiação ou colaboração com outras organizações nacionais ou internacionais que prossigam objectivos idênticos; (n) organização ou colaboração em outras actividades, relacionadas com o seu objecto.

3.2.5 UNIDADE DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO

A Autarquia de Odivelas, em conjunto com o ISCE - Instituto Superior de Ciências Educativas, também criou uma Unidade de Apoio ao Empreendedorismo, a qual tem como objectivos promover, dinamizar e apoiar a criação de empresas através de um serviço integral de apoio a todas as fases do processo de criação, desde o momento do nascimento da ideia de negócio até à consolidação da mesma. Este é um bom exemplo das sinergias que se podem obter entre Autarquias e Universidades e Politécnicos.

A Unidade de Apoio ao Empreendedorismo desenvolve as seguintes iniciativas: (a) cursos de Empreendedorismo que possibilitam aos alunos o desenvolvimento de um plano de negócios; (b) consultoria no desenvolvimento de projectos e criação de empresas, através da prestação de serviços efectuada pelos docentes do ISCE e especialistas convidados; (c) apoiar o financiamento às empresas, desenvolvendo contactos permanentes com várias entidades Públicas, Financeiras, Capital Risco e outras com vista a assegurar o financiamento aos projectos empresariais; (d) assessoria técnico-jurídica às empresas, criadas no curso de Empreendedorismo.

3.2.6 BOLSA DE VALORES SOCIAIS

A Bolsa de Valores Sociais (BVS) replica o ambiente de uma Bolsa de Valores e o seu papel é facilitar o encontro entre Organizações da Sociedade Civil criteriosamente seleccionadas, com trabalhos relevantes e resultados comprovados na área da Educação e do Empreendedorismo, e investidores sociais (doadores) dispostos a apoiar essas Organizações através da compra de suas acções sociais.

Seguindo o exemplo do que ocorre no mercado de capitais, a BVS é o espaço que promove esse ponto de encontro e que zela pela transparência da relação entre a Organização e o investidor social. Ao fazê-lo, garante que o investimento social seja o mais eficaz possível, com resultados que podem ser acompanhados a qualquer momento pelos investidores sociais.

Ao promover os conceitos de investimento social e investidor social, esta BVS propõe que o apoio às Organizações da Sociedade Civil seja visto não sob a óptica da filantropia e da caridade, mas sim do investimento que deve gerar um novo tipo de lucro: o lucro social.

A BVS foi criada pela Atitude – Associação pelo Desenvolvimento do Investimento Social, que faz a gestão técnica e de comunicação do programa. A Atitude foi também a criadora no Brasil, em 2003, da primeira Bolsa de Valores Sociais do mundo, a BVS&A para a BM&FBOVESPA – a Bolsa de Valores do Brasil. A Bolsa de Valores Sociais em Portugal é a segunda no mundo e a primeira na Europa no ambiente de uma Bolsa de Valores.

Todas as Organizações e os projectos cotados são apresentados no site da BVS, de modo que o investidor social possa escolher o projecto que mais se enquadra com os seus conceitos de investimento social por tema, região, tipo de projecto ou valor. Cada acção social está cotada a 1 € e a aquisição mínima é de 10 acções sociais ao valor de 10 €. O investidor social é livre para determinar o valor que quer adquirir em acções sociais (fazer donativo). Pode, inclusive, montar um portfólio de acções sociais investindo em mais do que um projecto em simultâneo.

Confirmado o pagamento, a Organização será notificada de forma que possa emitir e enviar o respectivo Recibo de Doação para a morada indicada pelo investidor social. Ao registar-se na BVS, o investidor social passa a ter acesso, a qualquer momento, às prestações de contas e aos relatórios de impacto social produzidos pela Organização e auditados pela Atitude. Os dados e informações dos investidores sociais recolhidos pelo site são tratados com a máxima confidencialidade e com o único propósito de relacionamento entre a BVS e o investidor social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho de investigação procurou-se enquadrar o conceito do empreendedorismo e, dentro deste, desenvolver o tema do empreendedorismo social e perceber se este conceito fazia ou não parte da realidade portuguesa.

Fez-se uma recolha de Câmaras Municipais que aderiram à Rede Social (bem como o enquadramento legislativo deste Programa), procurou-se descobrir o diagnóstico que algumas Autarquias já realizaram dos respectivos concelhos bem como os planos de desenvolvimento (apresentando, a título exemplificativo, alguns casos). Procurou-se, ainda, mostrar bons exemplos de empreendedorismo social encontrados em algumas Autarquias, das quais se destacou a Agência para a Vida Local, (tendo ganho prémios pela implementação e divulgação de boas práticas), a DNA Cascais (pelo carácter inovador, com os munícipes, empresas e escolas) e a Unidade de Apoio ao Empreendedorismo (pelo intercâmbio Autarquia/Universidade). A Bolsa de Valores Sociais é outro dos exemplos apresentados. Portugal é o segundo país do mundo e o primeiro da Europa a criar esta Bolsa. O número de entidades que já aderiram a esta iniciativa denota bem o seu carácter inovador.

Reconhecem-se limitações a este trabalho. Uma dessas limitações está relacionada com a inexistência de trabalhos que servissem de base a esta investigação. Dado o desconhecimento prático do tema em estudo, o conhecimento foi surgindo em cascata. Assim, em futuros trabalhos procurar-se-á, com base na totalidade do Municípios Portugueses, constatar os municípios que aderiram à rede social e fazer um levantamento mais exaustivo dos Diagnósticos e Planos de Desenvolvimento desses concelhos. Além da recolha de dados na Internet, também se deverão procurar outras fontes de informação, nomeadamente junto das próprias Autarquias, do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social e da Associação Nacional de Municípios

Como aspectos positivos conseguidos pela realização deste trabalho destacam-se os seguintes: (a) em algumas Autarquias compreendeu-se muito bem o espírito do Programa Rede Social; (b) as escolas assumem um papel de futuro na compreensão do empreendedorismo: e (c) será cada vez mais importante a interacção Autarquias / Instituições de Ensino Superior.

Os casos apresentados deverão ser objecto dum estudo de caso aprofundado em próximas investigações, de modo a se perceber o verdadeiro enquadramento do empreendedorismo social em Portugal. E compará-los com outros estudos de caso ocorridos, particularmente, no espaço europeu.

Estando as pessoas a viver, globalmente, uma situação de crise económica e social generalizada, os exemplos de empreendedorismo social poderão servir para minimizar o efeito dessa crise.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, A; Ferrão, J. e SOBRAL, J., (1994): Territórios, empresários e empresas: entender as condições sociais da empresarialidade, *Revista Análise Social*, vol. XXIX (125-126), 1º-2º, pp. 55-79.

- Antoncic, B. e Hisrich, R. (2003): "Clarifying the Intrapreneurship Concept". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 10, Nº 1, pp. 7-24.
- Bull, I. e Willard, E. (1993): "Towards a Theory of Entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*. Vol. 8, Nº 3, pp. 183-195.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (COM, 2006): Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem. *Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*. Bruxelas, 13.2.2006.
- David, D. (2004): Intraempreendedorismo Social: Perspectivas para o Desenvolvimento Social nas Organizações. *Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção*.
- Gartner, W. (1985): "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation". *Academy of Management*. Vol. 10, Nº 4, pp. 696-706.
- Lumpkin, G. e Dess, G. (1996): "Clarifying the entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance". *Academy of Management Review*. Vol..21. Nº 1. pp. 135-172.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO E DA SOLIDARIEDADE (2002): Despacho Normativo 8/2002, de 12 de Fevereiro, tendo por objectivo proceder à regulamentação do Programa de Apoio à Rede Social.
- MINISTÉRIO DO TRABALHO E DA SOLIDARIEDADE SOCIAL (2006): Decreto-Lei 115/2006, de 14 de Junho, o qual define os princípios e funcionamento da rede social.
- Morris, M.; Lewis, P. e Sexton, D. (1994): 'Reconceptualizing Entrepreneurship: Input-Output Perspective'. *S.A.M. Advanced Management Journal*. Vol. 59, Nº 1, pp. 21-31.
- Neto, F. e Froes, C. (2002): Empreendedorismo social – a transição para a sociedade sustentável. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (1997): Resolução do Conselho de Ministros n.º 197/ 97, de 18 de Novembro, diploma que criou e definiu a Rede Social.
- Ribeiro, C. e Martins, S. (2005): Empreender por novos Caminhos. Colecção Disseminar, nº 2, Novembro 2005. Obtido em http://www.equal.pt/non_accessible/Recursos_Disponiveis/, Janeiro de 2006.
- Shane, S. e Venkataraman, S. (2000): "The Promise of entrepreneurship as a field of research (Note)." *Academy of Management Review*. Vol. 25(1), pp. 217-226.
- Silva, M. (2003): "Capacidade Inovadora Empresarial – estudos dos factores impulsionadores e limitadores nas empresas industriais portuguesas." Tese de Doutoramento. Universidade da Beira Interior. Covilhã.
- Trigo, V. (2005a): "Sim, também Você pode fazer uma empresa." *Semanário Económico*, 4 de Fevereiro de 2005.
- Trigo, V. (2005b): "O hábito de empreender: as dez etapas." *Semanário Económico*, 4 de Março de 2005.

- Trigo, V. (2005c): Formação para Docentes em Empreendedorismo. Instituto Politécnico da Guarda. Projecto BI Inova. Dezembro.
- Ulhøi, J. (2005): "The social dimensions of entrepreneurship." *Technovation*. Vol. 25, pp. 939-946.
- Veciana, J. (1999): "Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, Nº 3, pp. 11-36.

Outros Sites Consultados:

<http://www.bvs.org.pt/>

<http://www.dnacascais.pt/>

<http://www.empreendedores.net/>

http://www.unioeste.br/projetos/casulo/index_arquivos/articles.htm

<http://www.rcb-radiocovadabeira.pt/inf0254.htm>

<https://equal.cec.eu.int/equal/jsp/dpMonitoringComplete.jsp?year=2003&national=2001-205&lang=pt&cip=PT>

www.cmvalongo.net/site/conteudos/accaosocial/rede_social

www.cm-trancoso.pt/redesocial.htm

www.cm-seia.pt/asocial/rede

http://www.isce-odivelas.com/index.php?option=com_content&task=view&id=73&Itemid=96