



Manual sobre Empreendedorismo Social

Diretrizes contendo estudos comparativos na Europa sobre métodos de abordagem e de ensino para jovens de como lançar uma empresa, em particular uma empresa social.

Maio de 2020

Projeto n.º 2019-1-IT03-KA205-016195



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held



Autores:

Conversas Associação Internacional

(líder da publicação): Rocha, C.; Caetano, L.; Santos, HL.

CO-LABORY: Ricchiuto, A; Porcelli, F.

Centro ACTA: Popovici, M; Nicoara, C; Iova, D.

Cross Culture International Foundation Cyprus:

Aristodemou, M.; Vladimirov, K.

Instituto de Desenvolvimento do Empreendedorismo:

Bahushi, J.; Kalantzi, F.

Mitra France: Tronche, K; Smulski, P

Edição:

Conversas Associação Internacional:

Rocha, C.; Santos, HL.

Grafismo:

Instituto de Desenvolvimento do Empreendedorismo

(Grécia)

O projeto European Social Entrepreneurship (ESE) foi financiado pelo programa europeu ERASMUS+.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo. Este reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito da informação aqui contida.



ÍNDICE

Introdução	4
1) Economia social e empresa social na Europa	6
De acordo com a UE	6
Chipre	7
França	8
Grécia	8
Itália	9
Portugal	9
Roménia	10
2) Exemplos bem sucedidos de empresas sociais	12
Capacitare, Consultoria e Negócios Lda	11
Citizens in Power	12
Controcorrente S.O.S.	14
Future World Center	15
Geopaideia	17
Made in Carcere	19
Muma Codrului	21
NaTakallam	22
Para onde?	24
Plateau Urbain	26
Sunflower Design	27
Sustainable Food Movement in Greece	28
3) Instrumentos de apoio ao desenvolvimento de uma empresa social	44
Reflexão pessoal	32
Teste de aptidão empreendedor	34
Esquema do modelo de negócio	37





Cyprusinno.com	43
Currículo para jovens empreendedores sociais baseado nos princípios ECVET	44
Curso de Empreendedorismo Social Online	45
4) Conclusão	47
5) Agradecimentos	48



INTRODUÇÃO

O European Social Entrepreneurship (ESE) "**Empreendedor Social Europeu**" (ESE) é um projeto Erasmus+ que visa divulgar boas práticas a nível europeu através da formação de profissionais que trabalham com jovens que possam fornecer competências inovadoras sobre o campo empresarial social aos jovens, procurando o seu envolvimento ativo e o de toda a comunidade local.

O projeto ESE promove a capacitação dos jovens através do desenvolvimento de um conjunto de ferramentas que irão melhorar os seus conhecimentos no campo do empreendedorismo, com especial enfoque no empreendedorismo social, que combina a dimensão empresarial com a social e com possíveis consequências em termos de emprego.

O empreendedorismo social ligado aos jovens é um conceito que assume diferentes formas em cada um dos países parceiros. A nossa ideia de projeto nasceu da vontade da parceria de criar um modelo eficaz e repetível a nível europeu para disseminar técnicas de inclusão no campo do empreendedorismo social.

O projeto envolve 6 parceiros de 6 países europeus:



CO-LABORY - ITÁLIA

CO-LABORY é um espaço de co-working empenhado na promoção de uma nova cultura empresarial baseada na responsabilidade social pessoal, centralidade da pessoa, relações de reciprocidade e na função social do lucro empresarial.



CENTRO ACTA - ROMÉLIA

Centro Europeu de Integração Socioprofissional ACTA promove atividades educativas, desenvolvimento de competências profissionais e sociais das pessoas, a fim de poderem adaptar-se e integrar-se eficazmente numa sociedade dinâmica. O ACTA visa reforçar o empoderamento das pessoas, o empreendedorismo, a criatividade e incentiva as pessoas a desenvolverem as suas ideias e iniciativas em projetos concretos.



CAI - CONVERSAS ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL - PORTUGAL

CAI é uma associação, envolvida na intervenção social no domínio da Juventude, Educação Não Formal e Educação de Adultos. A associação visa a intervenção social, cooperação e educação para o desenvolvimento humano e social nas áreas da prevenção, tratamento, inclusão social de questões sociais, investigação, publicações, formação e eventos culturais.





CCIF CHIPRE - CROSS CULTURE INTERNATIONAL FOUNDATION – CHIPRE

CCIF Chipre estabelecido em 2016, com a MISSÃO de apoiar a inclusão social de todos os cidadãos, especialmente os jovens, incluindo os que têm menos oportunidades, através de intercâmbios de jovens, trabalho em rede, iniciativas transnacionais e diálogos culturais. A nossa VISÃO é capacitar a juventude independentemente do género, do contexto social, cultural ou educativo para uma cidadania ativa, voluntariado, tolerância, respeito, compreensão mútua, crescimento sustentável e desenvolvimento da vida.



IED - INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO – GRÉCIA

IED é uma organização de investigação criada em 2005, centrada na promoção do empreendedorismo para todos. A principal atividade da organização é a implementação de projetos ao abrigo de alguns dos programas mais influentes e inovadores da Europa, como o HORIZON 2020 e os programas ERASMUS+.

MITRA FRANCE

MITRA - FRANÇA

A Mitra France visa promover a compreensão intercultural e a capacidade de resposta à diversidade social, étnica, linguística e cultural através da educação não formal. Criamos consciência entre os jovens sobre o seu papel na sociedade, e aumentamos o nível de competência digital entre as pessoas com menos oportunidades: desempregados, minorias étnicas, nacionais, refugiados e pessoas pouco qualificadas.

Este **Manual sobre Empreendedorismo Social** é um resultado do projeto "**Empreendedor Social Europeu**". Está organizado em três secções:

- 1) Definições de Economia Social e Empresas Sociais pela União Europeia e por cada país parceiro;
- 2) Histórias de sucesso de empresas sociais com um impacto social significativo nos territórios em que operam;
- 3) Ferramentas que podem apoiar o desenvolvimento de uma empresa social.



1) ECONOMIA SOCIAL E EMPRESA SOCIAL NA EUROPA

De acordo com UE

A **economia social** destina-se a obter lucros para outras pessoas que não investidores ou proprietários; por outras palavras, visa servir os membros e não obter um retorno do investimento como fazem as empresas de capital tradicional. A economia social inclui cooperativas, sociedades mútuas, associações sem fins lucrativos, fundações e empresas sociais.

A **Comissão Europeia** considera uma **empresa social** um operador da economia social cujo principal objectivo é ter um impacto social, social ou ambiental, em vez de ter lucro para os investidores ou proprietários. Opera fornecendo produtos e serviços para o mercado de uma forma empreendedora e inovadora e os lucros são principalmente reinvestidos para atingir objectivos sociais. É gerida de forma aberta e responsável, de acordo com o princípio de solidariedade e mutualidade, envolvendo trabalhadores, consumidores e investidores afectados pelas suas atividades comerciais.

Na Europa existem 2 milhões de empresas da economia social, na sua maioria micro, pequenas e médias empresas (PME), representando 10% de todas as empresas da UE, mais de 11 milhões de pessoas (cerca de 6% dos empregados da UE) trabalham nestas empresas e até 160 milhões de pessoas na Europa são membros de empresas da economia social. Assim, têm um papel essencial no emprego, coesão social, desenvolvimento regional e rural, proteção ambiental, defesa do consumidor, agricultura, desenvolvimento de países terceiros, e políticas de segurança social da UE.

Em toda a Europa podemos encontrar diferentes formas jurídicas e uma vasta gama de produtos e serviços. Muitas empresas sociais operam sob a forma de cooperativas sociais, algumas estão registadas como empresas privadas limitadas por garantia, algumas são mútuas, e muitas são organizações sem fins lucrativos como sociedades de previdência, associações, organizações voluntárias, instituições de caridade ou fundações.

Apesar da sua diversidade, as empresas sociais operam principalmente nos seguintes domínios:

Integração laboral - formação e integração de pessoas com deficiência e desempregados;

Serviços sociais pessoais - saúde, bem-estar e cuidados médicos, formação profissional, educação, serviços de saúde, serviços de cuidados infantis, serviços para pessoas idosas, ou ajuda para pessoas desfavorecidas;

Desenvolvimento local de zonas desfavorecidas - empresas sociais em zonas rurais remotas, esquemas de desenvolvimento/reabilitação de bairros em zonas urbanas, ajuda ao desenvolvimento e cooperação para o desenvolvimento com países terceiros;

Outros - incluindo reciclagem, proteção ambiental, desporto, artes, cultura ou preservação histórica, ciência, investigação e inovação, proteção do consumidor e desportos amadores.





Apresentamos abaixo as formas jurídicas de cada país parceiro envolvido neste projeto e as provas desta diversidade entre os países.

Para mais informações sobre este tema, pode consultar as seguintes ligações da Comissão

Europeia: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy_en

https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en



CHIPRE

Lei Nº: O Estado cipriota, considerando os múltiplos benefícios que a sociedade e a economia podem colher do desenvolvimento de tais empresas, preparou um projeto de lei intitulado "[Lei para o desenvolvimento e manutenção de um Registo de Empresas Sociais](#)", que se encontra atualmente perante a Câmara dos Representantes.

Definição e Objectivos:

O "Empreendedorismo Social" e a "economia social" mais vasta, está a ganhar ímpeto ao fornecer respostas inovadoras aos atuais desafios económicos, sociais e ambientais, desenvolvendo empregos sustentáveis, inclusão social, melhoria dos serviços sociais locais, coesão territorial, etc.

Uma empresa social, operando no âmbito da economia social, segue um modelo de negócio diferenciado do seguido pelas empresas principais; o seu objectivo principal não é gerar lucros para os seus proprietários ou acionistas, mas sim criar um impacto social positivo. A empresa social opera normalmente no mercado, fornecendo bens e serviços de uma forma empreendedora e inovadora e utiliza os seus lucros principalmente para fins sociais.

Numa recente declaração política, o Presidente fez uma referência explícita às empresas sociais como um veículo eficaz para a prestação de serviços a grupos vulneráveis.

Todo o empreendedorismo social deve apoiar e construir sobre os três pilares do desenvolvimento sustentável: A economia, a sociedade e o ambiente. Funciona também de forma democrática e transparente.

A maior parte do empreendedorismo social no país pode ser classificada em duas categorias:

1. Objectivo geral: a empresa social é uma empresa com o objectivo principal de promover ações sociais e ambientais positivas que visem o interesse social. Como tal, a maioria dos seus serviços ou bens provém de uma empresa e reinveste pelo menos 70% dos seus lucros na promoção da sua missão social e deve ser gerida de forma empresarial, responsável e





transparente, em particular com a participação dos membros e/ou empregados e/ou clientes e/ou outros interessados afectados pelas suas atividades comerciais e, claro, não uma empresa estatal.

2. A empresa de inclusão social é definida como uma empresa cujo objectivo principal é empregar pelo menos 40% da sua força de trabalho em pessoas pertencentes a grupos vulneráveis. Além disso, deve fornecer serviços ou bens com base num modelo de negócio, sendo a maior parte das suas receitas provenientes do negócio e sendo gerida de forma responsável e transparente através do envolvimento de empregados ou clientes.

Fontes:

Direção Geral dos Programas Europeus, Coordenação e Desenvolvimento

http://www.dgepcd.gov.cy/dgepcd/dgepcd.nsf/page60_en/page60_en?OpenDocument

<https://euromentor.eu>

FRANÇA

Lei Nº: 2014-856 de 31 de Julho de 2014

Definição e Objectivos:

Esta lei define os critérios da economia social da seguinte forma: um objectivo diferente da distribuição de lucros, governação democrática, reinvestimento dos lucros na atividade e bloqueio obrigatório de bens. Inclui, portanto, todas as associações, cooperativas, organizações mútuas e fundações.

A Lei da Economia Social e Solidária, reforçando a posição do sector na economia francesa e reforçando as suas bases jurídicas. Embora introduzindo um estatuto jurídico para as empresas de utilidade social ("ESUS"), a lei alarga também o perímetro tradicionalmente admitido na ESS para incluir o modelo de empresas sociais

Para além destas formas jurídicas tradicionais de ESS, a lei abre o campo da ESS às sociedades comerciais cuja atividade económica:

- Tem uma utilidade social (apoio à pessoas em situação de fragilidade, luta contra a exclusão e as desigualdades, educação para a cidadania, desenvolvimento sustentável)
- Cujas gestão cumpre os seguintes critérios: os excedentes financeiros devem ser atribuídos prioritariamente à missão social e às reservas obrigatórias; as ações da empresa não podem ser negociadas nos mercados de capitais; e deve ser implementada uma política salarial equitativa



(com uma tabela salarial em que o salário mais elevado não exceda 10 vezes o salário mais baixo).

Estas empresas comerciais podem ser rotuladas como "empresas de solidariedade de utilidade social" (Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale, ou ESUS) pelas autoridades públicas (prefeitura).

Fonte:

"Empresa social em França: Na encruzilhada da Economia Social, da Economia Solidária e do Empreendedorismo Social"? ICSEM Working Papers No. 34 Liege: The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. <https://evpa.eu.com/nexus/france>



GRÉCIA

Lei Nº: 4430/2016 (Economia Social e Solidária) e 1667/86 (Empresas Sociais)

Definição e Objectivos:

Na Grécia, o empreendedorismo social (empresa social) é legalmente reconhecido como "KOINSEP" - Koinoniki Syneteristiki Epicheirisi, que visa o benefício colectivo e social.

Os Koinsep distinguem-se de acordo com o seu objectivo em:

- Desenvolvimento sustentável
- Serviços sociais de interesse geral
- Inclusão de Grupos Especiais (os grupos da população que são prejudicados pela sua integração no mercado de trabalho por razões económicas, sociais e culturais)

Fonte: <https://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/25006>



ITÁLIA

Lei Nº: Decreto Legislativo n. 112 de 3 de Julho de 2017, recentemente alterado pelo Decreto Legislativo n. 95 de 20 de Julho de 2018, que, em aplicação da Lei Delegada n.º 106 de 6 de Junho de 2016, reviu a regulamentação do sector

Definição e Objectivos:



Todas as entidades privadas, incluindo as criadas nos formulários referidos no livro V do código civil, que, em conformidade com as disposições do referido decreto, exerçam uma atividade empresarial permanente e principal, podem adquirir a qualificação de empresa social de interesse geral, sem fins lucrativos e para fins cívicos, solidários e de utilidade social, adoptando métodos de gestão responsáveis e transparentes e promovendo o mais amplo envolvimento dos trabalhadores, utilizadores e outros sujeitos interessados nas suas atividades.

Não podem adquirir a qualificação de empresa social:

- Empresas criadas por um só sócio pessoa física, administração pública conforme o parágrafo 2 do arte.º 1, do Decreto Legislativo 30 de Março de 2001, n. 165, e alterações posteriores, e entidades cujos estatutos limitam, mesmo indiretamente, o fornecimento de bens e serviços em favor de sócios ou associados;
- Os organismos religiosos civilmente reconhecidos de acordo com as disposições do Decreto Legislativo n. 112/2017 aplicam-se a condições particulares;
- As cooperativas sociais e os seus consórcios, de acordo com a Lei n.º 381, adquirem por direito o estatuto de empresas sociais. As disposições do Decreto Legislativo nº. 112/2017 aplicam-se em conformidade com os regulamentos específicos das cooperativas e na medida em que sejam compatíveis.

Fonte: <http://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/Terzo-settore-e-responsabilita-sociale-impresa/focus-on/Impresa-sociale/Pagine/default.aspx>



PORTUGAL

Lei Nº: 30/2013, 8 de Maio

Definição e Objectivos:

A economia social é definida como o conjunto de atividades económicas e sociais que pretendem prosseguir o interesse geral da sociedade, quer diretamente quer através da prossecução dos seus membros, utilizadores e beneficiários, quando socialmente relevantes.

Estas atividades são livremente levadas a cabo pelas seguintes entidades: Cooperativas; Associações mutualistas; Misericórdias; Fundações; Instituições privadas de solidariedade social; Associações com fins altruístas que operam no desenvolvimento cultural, recreativo, desportivo e local; As entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogerido, integradas nos termos da Constituição no sector cooperativo e social; Outras entidades com personalidade jurídica, que respeitam os princípios orientadores da economia social e estão incluídas na base de dados da economia social.

As entidades da economia social são autónomas e operam no âmbito das suas atividades de acordo com os seguintes princípios orientadores:



- A primazia das pessoas e dos objectivos sociais;
- Adesão e participação livre e voluntária;
- O controlo democrático dos respectivos órgãos pelos seus membros;
- A conciliação entre os interesses dos membros, utilizadores ou beneficiários e o interesse geral;
- Respeito pelos valores da solidariedade, igualdade e não discriminação, coesão social, justiça e equidade, transparência, responsabilidade individual e social partilhada e subsidiariedade;
- A gestão autónoma e independente das autoridades públicas e de quaisquer outras entidades fora da economia social;
- A afectação de excedentes à prossecução dos objectivos das entidades de economia social de acordo com o interesse geral, sem prejuízo do respeito pela especificidade da distribuição dos excedentes, que é específica à natureza e ao substrato de cada entidade socialmente constituída.

Fonte: <https://dre.pt/pesquisa/-/search/260892/details/normal?q=Lei+n.%2030/2013%2C%20de+8+de+maio>



Lei Nº: 219/2015

Definição e Objectivos:

A economia social contribui para o desenvolvimento das comunidades locais, a criação de empregos, o envolvimento de pessoas pertencentes a grupos vulneráveis em atividades sociais e/ou atividades económicas, facilitando o seu acesso aos recursos e serviços comunitários.

O empreendedorismo social e a economia social têm os seguintes objectivos:

- Reforço da coesão económica e social;
- Emprego;
- Desenvolvimento dos serviços sociais.

Fonte: <http://www.mmuncii.ro/j33/images/Documente/Legislatie/L219-2015.pdf>

2) Exemplos de empresas sociais bem sucedidos

Nesta secção apresentamos 12 exemplos de empresas sociais bem sucedidos, que esperamos possam ser utilizados como inspiração para criar projetos novos e inovadores na sua comunidade.



CAPACITARE, CONSULTORIA E NEGÓCIOS LDA

Sítio Web www.capacitare.pt

País Portugal

Fundada em 2017

Formulário legal Sociedade Anónima Privada

Campos Operativos Serviços sociais pessoais, Outros - proteção do consumidor

Fonte das fotos: CAPACITARE



Razão do seu nascimento e missão

CAPACITARE, nasce por causa do enorme desejo da sua fundadora de transformar a vida daqueles que procuram soluções! Trabalhou muitos anos como assistente social e líder associativo de organizações sociais (associações de migrantes, juventude, desporto e IPSS's). Assim, através da CAPACITARE ela propõe um conjunto de requisitos essenciais para alcançar os resultados desejados, aproveitando o potencial humano que existe em cada um de nós, especialmente entre a comunidade imigrante.

A missão é desafiar o potencial humano, criando valor e soluções sustentáveis. A CAPACITARE ajuda as pessoas a alcançar a sua realização pessoal, profissional e social, transformando os problemas em oportunidades de capacitação e desenvolvimento.

Atividades

A CAPACITARE desenvolve atividades nas áreas de:

- **Migração:** serviços de sensibilização para a regularização/manutenção de documentos e condições de acesso a vistos, nacionalidade, autorizações de residência e reagrupamento familiar.
- **Formação:** realiza programas de desenvolvimento de competências, formação contínua ou especializada, formal e não formal, workshops, seminários, conferências, sobre os temas do desenvolvimento pessoal e comportamental, inovação e empreendedorismo social, direito e migração, entre outros.





- **Coaching:** os conteúdos são baseados na Metodologia Humanista com o objectivo de elevar o coaching e todo o potencial humano, desenvolvendo índices motivacionais, empresários focados no processo e no resultado.
- **Consultoria:** serviços técnicos especializados em várias áreas tais como incentivos ao investimento, internacionalização, avaliação (impactos sociais e ambientais), gestão associativa.

A CAPACITARE também envolve os jovens através de parcerias estratégicas com projetos de intervenção social local em bairros socioeconómicos vulneráveis da área metropolitana de Lisboa.

Tem também programas de desenvolvimento de competências específicas para jovens que são promovidos dentro das Escolas Secundárias bem como através dos Municípios (programa “Storming4Building”; Missão Emprego).

O seu sucesso deve-se a

A aplicação de uma metodologia de coaching humanista e a plena convicção de que em todo o comportamento humano existe uma intenção oculta que deve ser revelada ajudando o cliente a compreender que existe frequentemente um enviesamento entre o que está a ser feito com o que realmente quer

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Trouxe uma nova metodologia e inovação para o tipo de serviço que outras empresas semelhantes prestam.

A CAPACITARE investe num bom diagnóstico (problema; solução e metodologia); depois apoia o cliente no reenquadramento do objectivo de acordo com o resultado que pretende e, conseqüentemente, permite-lhe com o processo de que se apropriou.

A contribuição social da empresa

- Mais pessoas documentadas
- Pessoas mais informadas e treinadas
- Aumento da capacidade de consumo e da qualidade de vida
- Mais pessoas e lugares formados para uma linguagem ecológica
- Mais pessoas e lugares formados para o desenvolvimento do potencial humano

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

A motivação pessoal da fundadora aliada ao seu know-how acumulado de experiência profissional procurou criar o seu próprio trabalho é uma inspiração para outros que procuram abrir a sua própria empresa que tem um impacto social.

Este arranque cuja missão é desafiar o potencial humano, contribuindo para a sua realização pessoal, profissional e social, tem criado um impacto nas localidades onde intervém.



“CITIZEN IN POWER”

Sítio Web www.citizensinpower.org

País Chipre

Fundada em 2010

Forma jurídica Organização não governamental sem fins lucrativos

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas;

Serviços sociais pessoais; Outros - investigação e inovação



Fonte das fotos: *Cidadãos no Poder*

Razão do seu nascimento e missão

A “Citizens In Power” (CIP) é uma organização não governamental independente, sem fins lucrativos. CIP visa o desenvolvimento de diferentes ramificações do empreendedorismo, educação e diálogo democrático em Chipre e no estrangeiro. Para atingir estes objectivos, a CIP estabeleceu uma colaboração contínua com a maioria das principais universidades, ONGs e organizações de investigação cipriotas em Chipre, especialmente para o desenvolvimento de projetos inovadores e formações ou seminários internacionais, bem como para o desenvolvimento de material pedagógico educacional, utilizando principalmente plataformas internet e outras inovações tecnológicas.

O seu objectivo é proporcionar seminários de formação gratuitos que reforcem as competências dos jovens. Os seminários são realizados nos escritórios da CIP em Anthoupoli (Nicosia) e centram-se principalmente na democracia, empreendedorismo e empoderamento. A taxa de alfabetização dos jovens de Chipre é muito elevada, a maioria da população jovem tem educação terciária. A CIP utiliza as competências destes indivíduos altamente qualificados para proporcionar seminários gratuitos a jovens sedentos de novos conhecimentos e de desenvolvimento pessoal.

Atividades

Durante os seus dez anos de existência, o CIP implementou um número considerável de projetos nacionais e da UE, com ênfase no empreendedorismo e no emprego, prestando ao mesmo tempo uma atenção especial à certificação de qualificações informais. A organização também participou num grande número de "ERASMUS+ atividades, tanto como parceiro como líder; por conseguinte, adquiriu toda a experiência e know-how necessários para poder implementar e realizar tais projetos de uma forma eficaz. No contexto dos projetos já concretizados, o CIP contribuiu para um grande número de estudos e atividades de investigação, workshops, conferências e reuniões, ao introduzir simultaneamente ferramentas inovadoras em vários domínios.





Ao promover a educação, oferecendo cursos de formação gratuitos para migrantes e refugiados desempregados a fim de inspirar, capacitar jovens cipriotas a trabalhar para alcançar a meta de um Chipre pacífico, sustentável, multicultural e de serem cidadãos ativos neste processo. Isto é feito através da criação de uma plataforma poderosa para os jovens onde estes expressam as suas necessidades e preocupações relativamente ao futuro de Chipre e do mundo.

O seu sucesso deve-se a

O seu sucesso deve-se à sua promoção da participação dos jovens nas eleições, recrutamento de jovens, comunicação entre funcionários políticos e cidadãos sobre questões que afectam os jovens e a sociedade em geral. Além disso, envolvem mais jovens na política e democracia e trabalham para uma representação justa e igualitária de homens e mulheres nos processos de tomada de decisão (Parlamento, autoridades locais, etc.) e em geral em todos os sectores da sociedade e das empresas.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado e para o território

O seu trabalho humanitário e de Defesa dos Direitos Humanos a luta para a aplicação das resoluções da ONU e outros organismos da União Europeia, bem como a proteção ambiental, a promoção do crescimento verde e a facilitação de relações tais como o trabalho em rede entre membros pertencentes a diferentes comunidades do Chipre. São elementos que aportamos para os territórios e para o mercado de trabalho.

A contribuição social da empresa

A contribuição social da organização é desenvolvida com a promoção de uma maior participação dos jovens no trabalho voluntário médio, a modernização do ensino, a investigação e a criatividade e, finalmente, o desenvolvimento de novas tecnologias. Também apoia a comunicação entre culturas e as pessoas pertencentes a minorias, trabalhando contra a discriminação. Ajuda a reduzir o desemprego e simultaneamente a aumentar a empregabilidade dos jovens através da educação, da experiência prática e, em geral, a melhorarem as suas competências. Também ajuda na promoção e implementação de parcerias para alcançar a diversidade, solidariedade, inovação, criatividade, compaixão e incentiva e apoia a coordenação de atividades interculturais com o objectivo final de construir a paz, proteger o ambiente e proteger os direitos humanos. O apoio continua com a formação dos membros das nossas redes locais e internacionais através do intercâmbio de informações, experiências e ideias. No final, dão atenção às artes, literatura, teatro e desporto, a fim de serem tão benéficos para a sociedade quanto possível

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

A proteção ambiental, a promoção do crescimento verde e a facilitação de relações tais como a criação de redes entre membros pertencentes a diferentes comunidades no Chipre poderiam constituir um exemplo de intercâmbio.



CONTROCORRENTE S.O.S.

Sítio Web <https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/>

País Itália

Fundada em 2017

Forma jurídica Associação de promoção social

Campos operativos Integração de trabalho



Fonte das fotos:

<https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/photos/p.1080359502313808/1080359502313808/?type=1&%3Btheater>

<https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/photos/a.533781213638309/629717390711357/?type=3&%3Btheater>



Razão do seu aparecimento e missão

"Controcorrente SOS" é um projeto de cozinha inclusiva nascido em Bisceglie graças ao financiamento regional, é uma experiência de promoção e inclusão social para crianças portadoras de deficiência que se concentra em particular no desporto e no trabalho.

O projeto nasceu da experiência direta de três jovens da Apúlia, Luigi, Domenico e Alessandro que, por várias razões, lidam diariamente com o tema da deficiência no mundo do trabalho.

Através destes factores, o A.P.S. "Controcorrente S.O.S." visa encorajar a integração de pessoas desfavorecidas, visando um envolvimento tangível e verdadeiramente ativo no mundo do trabalho e a sensibilização e educação na abordagem com o pessoal deficiente, tanto dos colegas como dos utilizadores

Atividades

Rapazes com dificuldades cognitivas e não motoras, preparam comida e bebidas de rua (Street food) a bordo de um pequeno camião de comida que circula pela Apúlia entre festas privadas, festivais, concertos e eventos públicos de todos os tamanhos também fornecem comida por encomenda, parando ocasionalmente numa base permanente em certos lugares.

Com o apoio de toda a comunidade, e uma campanha de crowdfunding, criaram um bar itinerante para oferecer serviços de refrescos e aluguer de equipamento desportivo, durante a época de Verão, perto





das instalações da praia na costa da Apúlia. É um "Food Truck", uma carrinha - remodelada na sua estética e utilização - inteiramente gerida por crianças e educadores especiais que percorrem as praias da Apúlia oferecendo os seus serviços aos amantes do mar e dos desportos náuticos.

O "Camper Bar" não é um simples meio de transporte ou um ponto de refresco comum para transeuntes e banhistas, mas sim um local de encontro, um espaço no qual se pode conhecer e partilhar histórias, contos e paixões, gerando boas práticas de inclusão e agregação.

O "ControcorrenteSOS" envolve jovens desfavorecidos, organizando inicialmente cursos de cozinha, restauração e desporto não exclusivamente dirigidos a crianças com dificuldades, mas abertos a todos, no pleno espírito de integração realista e participativo.

Ainda hoje, em paralelo com o "Food Truck", as atividades da associação continuam com viagens, atividades com animais e outras iniciativas destinadas a entrar em contacto com os jovens locais e a incluí-los nas suas atividades.

O seu sucesso deve-se a

O facto de os empresários apulianos terem acreditado imediatamente no projeto, e em particular uma conhecida fábrica de massas apulianas doaram o lugar à associação para fazer alguns dos seus preparativos e disponibilizaram o seu próprio espaço para tornar este projeto realidade tentando dar aos jovens com dificuldades uma oportunidade no mundo do trabalho.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

O grupo de "Controcorrente SOS" conseguiu envolver e sensibilizar o território, para criar uma oportunidade de emprego e autonomia dos sujeitos envolvidos. Há cada vez mais famílias na zona que contactam a equipa para poderem envolver os seus filhos numa realidade verdadeiramente inclusiva, que no final da escola enfrentam todo o drama da sua condição.

Uma atividade constante, que envolve e motiva os jovens, ansiosos por "ter algo próprio" que vá para além de medidas paliativas, cuidados diurnos e assistência.

A contribuição social da empresa

O desafio da "Controcorrente S.O.S." é criar um contexto de trabalho que integre crianças com dificuldades de relacionamento e cognitivas, indo além do mero bem-estar, em favor de um caminho de autodeterminação que visa tornar os próprios rapazes protagonistas absolutos do seu futuro.

A inovação deste processo reside em reunir a experiência profissional de jovens educadores como Francesco, Luigi e Alessandro, com a espontaneidade e o desejo de se envolverem com Domenico, Cristiano, Gaetano, Saverio e muitas outras crianças "especiais", tais como as suas.

A aprendizagem cooperativa e entre pares é o fulcro de todo o projeto, uma vez que todo o trabalho realizado é o resultado das profundas sinergias que se consolidam entre os protagonistas desta aventura. Todos têm algo a aprender e, da mesma forma, todos têm algo a doar e a partilhar, num espírito de crescimento pessoal e colectivo.





Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

Este projeto mostra que é possível conciliar o desejo de contribuir para a resolução dos problemas sociais de um território e, ao mesmo tempo, criar uma verdadeira oportunidade de emprego para os sujeitos envolvidos.



FUTURE WORLD CENTER

Sítio Web <http://www.futureworldscenter.org>

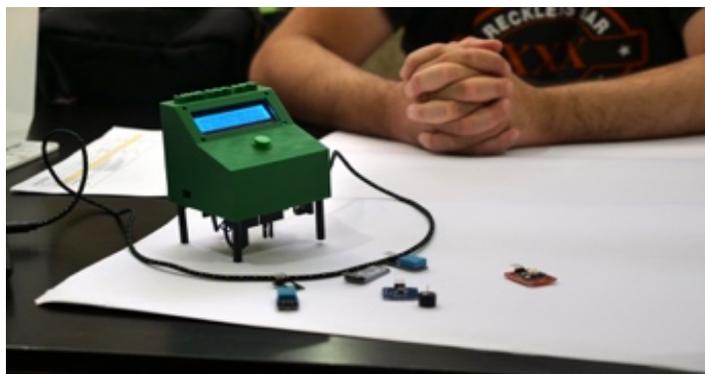
País Chipre

Fundada em 1997

Forma jurídica Iniciativa sem fins lucrativos

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas;

Outros - multimédia, tecnologia



Fonte das fotos: *Future Worlds Center*

Razão do seu nascimento e missão

O Future Worlds Center (FWC) é uma iniciativa inovadora sem fins lucrativos de empreendedores sociais que utiliza um modelo de gestão empresarial horizontal.

O seu trabalho aproveita o poder das novas tecnologias emergentes e a ciência do diálogo democrático estruturado a fim de acelerar mudanças sociais positivas

O Future Worlds Center é pioneiro em visionar, conceber e implementar projetos que promovem a cultura de paz e reconciliação em Chipre, na região e no mundo. A iniciativa Tecnologia para a Paz visava capitalizar a proliferação da Internet como meio de suportar as barreiras de comunicação entre as partes norte e sul de Chipre dividido. Outros projetos de paz notáveis incluem o Diálogo da Sociedade Civil, a Lei para além das Fronteiras e a canção de Todos

Atividades

O Future Worlds Center está a liderar uma série de esforços pan-europeus, que visam promover os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio na Europa e nos países subsaarianos. Foi membro fundador da Plataforma das ONG de Desenvolvimento da Ilha de Chipre e do Centro dos Media Comunitários de Chipre.

O projeto Accessing Development Education recolheu materiais didáticos ou livros de orientação sobre temas como Educação para o Desenvolvimento, Cidadania Global, Direitos Humanos, Objectivos de Desenvolvimento do Milénio e muitos outros de toda a Europa num único depositário central.





Os projetos Teach MDGs centram-se no aumento da sensibilização e do apoio público aos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio, envolvendo ativamente institutos de formação de professores, professores e alunos no desenvolvimento de recursos de ensino orientados para o local, promovendo os ODM com particular incidência na África Subsaariana e integrando-os nos sistemas educativos de países de toda a Europa.

Diferentes grupos-alvo lucram com os serviços como, por exemplo:

- Aproveitam a sabedoria colectiva
- Sistema de promoção de competências
- Eye - Tracking
- Centro de Internet segura
- Serviços de assistência aos refugiados
- Participação dos jovens

O seu sucesso deve-se a

A organização gere uma série de projetos que promovem e implementam investigação no campo da utilização mais segura da Internet; *Cyber ethics*, o Centro de Internet mais segura de Chipre, que inclui uma linha direta e uma linha de ajuda.

Os futuros associados do *Future Worlds Center* pertencem a múltiplos "círculos" (ou seja, projetos) ao mesmo tempo. Eles utilizam o termo "Participação Distribuída em Projetos" para descrever este processo. As contribuições e responsabilidades individuais das pessoas em cada projeto podem variar a intensidade. Os projetos têm diferentes dimensões e objectivos. Cada projeto tem um coordenador (semicírculo superior em cada projeto) e vários membros, que também podem ser associados externos. Além disso, cada associado deve dedicar uma percentagem do seu esforço a trabalhar na logística. Aproximadamente 10% do tempo de cada um deve estar disponível "a pedido" para os coordenadores dos projetos. Além disso, todos estão envolvidos na obtenção de fundos e na redação de novas candidaturas. Mais uma vez, cerca de 10% do tempo de cada um precisa de ser investido naquilo a que chamam o princípio das "Responsabilidades Organizacionais Distribuídas".

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado e território

Future Worlds Center é a organização de implementação do Alto Comissariado das Nações Unidas para a Representação dos Refugiados em Chipre. A sua Unidade de Assuntos Humanitários implementa projetos que visam reforçar o asilo de refugiados e requerentes de asilo na ilha. Esta Unidade fundou a Unidade de Reabilitação das Vítimas.

A contribuição social da empresa

- Apoio a Grupos Vulneráveis





- Promoção da paz regional

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

As práticas seguras da Internet podem ser uma boa prática para o intercâmbio.



GEOPAIDEIA

Sítio Web <https://www.geopedia.gr/>

País Grécia

Fundada em 2017

Forma jurídica Empresa Social

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas;

Outros - proteção ambiental

Fonte das fotos:

<https://www.facebook.com/geopedia.gr/photos/a.146240129292346/163438374239188/?type=3&%3Btheater>



Razão do seu nascimento e missão

Os membros fundadores da Geopaideia são todos titulares de diplomas universitários, tais como Geologia, Estudos Ambientais, Biologia, Oceanografia, Arqueologia com muitos anos de experiência de trabalho nas suas respectivas áreas e mais especificamente no ambiente. São apaixonados pela proteção ambiental e pelo crescimento sustentável, o que os levou a estabelecer este empreendimento social.

Atividades

Geopaideia é um grupo de cidadãos ativos com diferentes antecedentes e experiência de trabalho, que partilham uma ideia comum: que a nossa própria qualidade de vida depende do nosso contacto com a natureza e da compreensão mais profunda do nosso mundo. Geopaideia é uma empresa social que visa promover e proteger o ambiente e a biodiversidade, apoiar o crescimento sustentável e trabalhar para um futuro de relação equilibrada entre as pessoas e o ambiente.

Os serviços que prestam concentram-se nas seguintes áreas:

- **Educação Ambiental:**

Concebem e implementam programas educacionais dirigidos a cidadãos de todas as faixas etárias que promovem a ecologia e a proteção do ambiente. Os programas educativos têm lugar em espaços interiores (museus, escolas) ou ao ar livre através de excursões organizadas. A aprendizagem interativa tem como resultado uma assimilação mais fácil, mais agradável e mais eficaz do conhecimento.





- **Atividades ao ar livre:**

Geopaideia desenha, organiza e implementa excursões que combinam ecologia com entretenimento. As pessoas que partilham interesses e valores comuns conhecem-se e descobrem as delícias da natureza. Também se concentram no apoio às comunidades e produtos locais. O facto de estas excursões serem geralmente acompanhadas por cientistas (geólogos, biólogos, etc.) torna-as particularmente únicas.

- **Relatórios ambientais:**

A Geopaideia, a fim de ter um fluxo de caixa estável, também oferece serviços ambientais como a elaboração de relatórios ambientais, geológicos e hidrológicos. Seguem uma abordagem holística que vai além dos limites habituais entre campos científicos, dando mais atenção a uma abordagem experimental.

O seu sucesso deve-se a

A forma inovadora de lidar com a falta de proteção e consciência ambiental, que existe na Grécia especialmente durante os últimos anos da crise económica. A educação ambiental é um campo que nos devemos focar, uma vez que pode potencialmente moldar o futuro do nosso habitat físico, através da formação das novas gerações para uma gestão ambiental equilibrada. Desde o tratamento parcial de resíduos nas cidades e zonas turísticas até à falta de educação ambiental nas escolas, há espaço suficiente para um progresso e trabalho significativos neste campo, de forma a terem um impacto positivo. A Geopaideia é uma empresa social que tenta melhorar a consciência ambiental, tanto para crianças como para adultos, de forma a mudar o ensino obsoleto e a oferecerem uma abordagem mais prática e inovadora. Como grupo, exploram, estudam e descobrem as características únicas das áreas de interesse, a fim de as compreenderem melhor. Concebem, organizam e implementam atividades interativas na sua área local que combinam entretenimento e conhecimento. Participam também em eventos e ações locais que promovem a cooperação com pessoas de mentalidade semelhante.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Não apenas palestras, mas o **envolvimento efetivo** das partes interessadas na Educação Ambiental através de atividades interativas.

A contribuição social da empresa

Este empreendimento social com os seus serviços sensibiliza, através de programas educativos, para a ecologia e a proteção ambiental.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

As pessoas interessadas em promover e proteger o ambiente e a biodiversidade, apoiar o crescimento sustentável e trabalhar para um futuro de relação equilibrada entre as pessoas e o ambiente podem tomar este empreendimento social como exemplo a fim de desenvolverem as suas próprias ideias sobre este tema.



MADE IN Carcere

Sítio Web <https://www.madeincarcere.it/it>

País Itália

Fundada em 2007 por Luciana Delle Donne, que se tornou imediatamente uma marca.

Forma jurídica ONG

Campos Operativos Integração no mercado de trabalho; Serviços sociais e pessoais; Outros - reciclagem, ambiental

Fonte das fotos:

<https://cdn.gelestatic.it/repubblica/blogautore/sit1028/2019/02/Made-in-carcerePuglia.jpg>

<http://mappa.italiachecambia.org/scheda/made-in-carcere/>



Razão do seu nascimento e missão

"Made in Carcere" nasceu em 2007 graças à intuição da empresária Luciana Delle Donne, que se tornou imediatamente uma marca.

O principal objectivo do "Made in Carcere" é difundir a filosofia da "Segunda Oportunidade" para mulheres detidas e da "Vida Dupla" para tecidos. Uma mensagem de esperança, de "Isto é possível" e solidariedade, mas também de liberdade e respeito pelo ambiente. Os artefactos produzidos graças a este projeto, resultam da utilização exclusiva de resíduos de materiais e tecidos, provenientes de empresas italianas particularmente sensíveis às questões sociais e ambientais.

Atividades

Dentro da prisão de Lecce, Luciana Delle Donne, criou "la Maison" um espaço que retoma o conceito de casa, mobilado com mobiliário, tapetes e sofás. Muitas celas transformaram-se em salas de leitura, um mini ginásio, uma cozinha, uma sala de jantar e uma sala de reuniões, onde as reclusas passam a maior parte do dia.

O objectivo é assegurar que a prisão possa ser um caminho de redescoberta de si próprio, de elaboração e de consciencialização, necessário para reconstruir uma nova vida no exterior. Há cerca de





vingte reclusas envolvidas no projeto: foi-lhes oferecido um curso de formação que visa desenvolver competências valiosas para a sua futura reintegração na sociedade, mas também para dar dignidade à sua posição como prisioneiros.

Cada saco, cada acessório produzido, torna-se um meio de trazer um pedaço de si própria "para fora" e uma forma concreta de ganhar um salário, de ajudar as suas famílias a criar os filhos e a quebrar o círculo vicioso da marginalidade.

Além do "Made in Carcere", a cooperativa realiza algumas atividades principais graças ao que consegue alcançar e trabalhar com diferentes grupos-alvo, a maioria dos quais vive em condições difíceis.

Recentemente, foi lançada uma nova loja de "alfaiataria social" em Bari, num abrigo para migrantes (IT) chamado "The house of Culture-Caps". Esta ideia nasceu num dos bairros mais marginalizados da cidade de Bari, acolhendo tanto migrantes como residentes nesta zona. Para além da alfaiataria, fornecem cursos de carpintaria, também com material reciclado, e produzem objetos de design.

Outro projeto ambicioso está a tomar forma no sector alimentar: numa prisão juvenil, de facto, foi ensinado aos jovens a tornarem-se chefes de pastelaria. Conseguiram criar alimentos excelentes, ou uma sobremesa chamada "le Scappatele", com ingredientes de alta qualidade e orgânicos. O seu próximo passo é ensinar aos jovens "a arte de fazer o bem e viver bem", um caminho de reeducação que vai da nutrição à atitude mental, emocional; da redescoberta de valores importantes, para gerar um novo estilo de vida.

O seu sucesso deve-se a

O modelo de economia circular onde todos são protagonistas e todos ganham: os reclusos, o meio ambiente, a comunidade, e a parte do mercado que será capaz de aumentar a sensibilidade para estas questões.

A economia circular é um modelo de produção e consumo que envolve a partilha, empréstimo, reutilização, reparação, recondicionamento e reciclagem dos materiais e produtos existentes durante o máximo de tempo possível. Isto prolonga o ciclo de vida dos produtos, ajudando a reduzir os resíduos ao mínimo. Uma vez que o produto tenha terminado a sua função, os materiais de que é composto são de facto reintroduzidos, sempre que possível, no ciclo económico. Desta forma, podemos reutilizar continuamente tudo dentro do ciclo de produção, gerando o outro valor.

Os princípios da economia circular contrastam com o modelo económico linear tradicional, baseado no típico esquema de "extrair, produzir, utilizar e lançar". O modelo económico tradicional depende da disponibilidade de grandes quantidades de materiais e energia prontamente disponíveis e a preços baixos.

(<https://www.europarl.europa.eu/news/it/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circolare-definizione-importanza-e-vantaggi>)

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Esta cooperativa social sem fins lucrativos prossegue múltiplos objectivos:





- Promove o trabalho em rede entre e para mulheres e jovens, considerando a diferença como um valor;
- Acredita firmemente em ações destinadas a incutir um sentimento de esperança e entusiasmo nas mulheres e nos jovens;
- Informa, comunica e debate para melhor desenvolver o sentimento de pertença à Europa.

Com a sua intervenção, Luciana Delle Donne, conseguiu:

- mudar a mentalidade das pessoas e reduzir os preconceitos, gerar bem-estar para outros seres humanos, ajudando-os na reorganização da sua vida, a partir do trabalho;
- contribuindo para o bem-estar do ambiente, reciclando resíduos de tecidos de outras empresas que de outra forma acabariam no incinerador, poluindo o planeta; sensibilizando o público através dos seus produtos, organizando eventos, conferências, seminários e mestrados universitários.

A contribuição social da empresa

As criações "Made in Carcere", não só dão uma segunda oportunidade às mulheres prisioneiras, mas também uma nova vida para os materiais utilizados. O modelo de produção implementado é definido como BIB, ou seja, o Bem-estar Interno Bruto, precisamente porque a marca quer perseguir um duplo objectivo:

- Proteger o ambiente através da utilização de materiais residuais e resíduos têxteis de empresas italianas que acreditam no projeto e são particularmente sensíveis às questões sociais e ambientais.
- Conter a reincidência das pessoas em detenção, reduzindo assim os custos para a comunidade. Até à data, estima-se que 80 dos que não trabalham regressam para cometer crimes depois de terem cumprido a sua pena.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

A partir desta experiência gostaríamos de esclarecer que uma empresa que tem objectivos sociais, prevendo o envolvimento de indivíduos desfavorecidos e agindo com respeito pelo meio ambiente, pode e deve gerar lucro se quiser ver-se livre de subsídios públicos e doações privadas.

No que diz respeito ao projeto ESE, acreditamos que esta experiência teve grande sucesso e impacto no território graças às competências da equipa que concebeu e levou a cabo este projeto com determinação.



MUMA CODRULUI

Sítio Web

<https://www.facebook.com/MumaCodruluiColesti/>

País Roménia

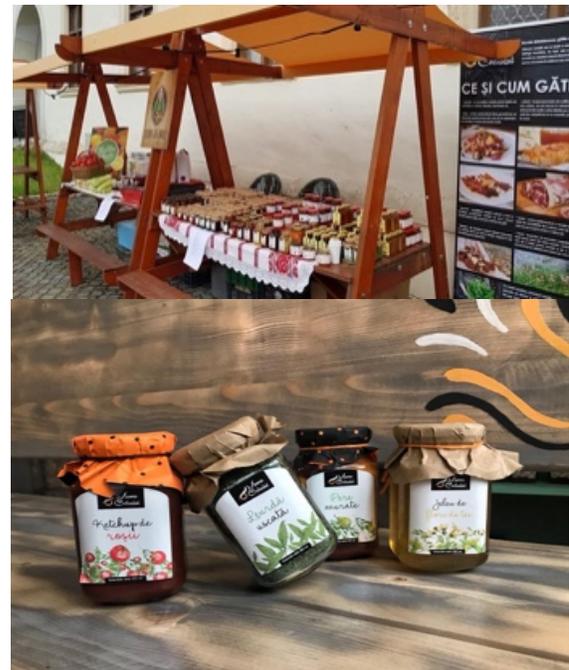
Fundada em 2011

Forma jurídica Empresa social

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas

Fonte das fotos:

<https://www.facebook.com/MumaCodruluiColesti/photos/>



Razão do seu nascimento e missão

Este centro nasceu de um desejo de dar às pessoas uma oportunidade de valorizar os seus produtos. O centro nasceu através de uma ação de empreendedorismo social.

O objectivo é valorizar os recursos naturais existentes. Os iniciadores do projeto acreditam que o sistema de produção arcaico nas famílias é "o único que é sustentável e pode cuidar das pessoas que tornam possível a sua existência".

A missão é promover os produtos locais, criar empregos numa área despovoada e promover uma alimentação saudável

Atividades

As pessoas de Colești, uma pequena aldeia no concelho de Bihor, nas montanhas Apuseni, têm o seu próprio centro para vender os seus legumes, frutas, carne ou outros produtos que produzem nas suas próprias casas.





É um centro de processamento que recolhe todos os produtos locais da aldeia, comprando-os às pessoas e processando-os para obter diferentes produções - recolha de produtos dos agricultores (leite, ovos), produção tradicional de queijo e doces e caldas caseiras.

A Muma Codrului dá as boas-vindas às pessoas para fazerem parte da sua equipa como voluntários, empregados ou doadores.

O Centro de Processamento na aldeia de Colesti consiste em serviços que incluem um restaurante, uma fábrica de processamento de fruta e um talho (*carmanagerie em romeno*).

Além disso, expandiram este projeto no campo do turismo e organizam diferentes eventos.

O seu sucesso deve-se a

A criação de emprego através da compra de matérias-primas locais disponíveis na natureza ou produzidas em pequenas famílias da área (autossustentabilidade); e também através da criação de emprego para a transformação de produtos através da contratação de pessoas locais (os produtos são feitos a partir de ingredientes comprados localmente)

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Este projeto começou com um jovem casal (um homem espanhol e uma mulher romena) que decidiu comprar uma terra em Colesti, embora não conhecessem ninguém, pensando que talvez um dia voltassem.

Em 2011 compraram uma casa antiga de Colești, que, com muito trabalho, a transformaram num lar. Quando se mudaram para a aldeia, compraram uma manada de gansos, algumas vacas e começaram a fazer queijos tradicionais (queijos Rueda)

O casal conhece outro jovem casal que tinha uma mercearia tradicional na cidade. Eles queriam conhecer os produtores de Colesti e, rapidamente, as duas famílias tornaram-se amigas. Como vivem em Colesti, ambas as famílias vivem apenas do que produzem e vendem, e dizem que é suficiente "Se trabalhas, também tens dinheiro".

Ambas as famílias cresceram em Colesti, decidiram ter filhos "Se vivêssemos numa cidade, não teríamos filhos hoje. Teríamos sempre dito que não temos tempo, que não podemos dar-nos ao luxo de ... Mas aqui estamos nós", diz George.

A contribuição social da empresa

O projeto foi alargado a outras aldeias vizinhas com a mesma questão social e pode ser um modelo para outras áreas semelhantes.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE





As pessoas interessadas na reabilitação de uma área desfavorecida com problemas de despovoamento devido ao seu isolamento podem multiplicar este modelo.



NATAKALLAM

Sítio Web <https://natakallam.com/> e
<https://www.facebook.com/pg/NaTakallam.FR/about/>

País EUA, filial em França

Fundada em 2014

Forma jurídica Empresa Social

Campos operativos Integração de trabalho



Fonte das fotos: <https://natakallam-2015.ecwid.com/>

Razão do seu nascimento e missão

No Verão de 2014, Aline Sara tinha acabado de completar o seu Mestrado em Assuntos Internacionais na Universidade de Colúmbia e procurava uma forma acessível de praticar o seu dialecto regional árabe específico, o seu dialecto regional nativo libanês - a partir de Nova Iorque. Foi também nessa altura que os sírios, fugindo da violência brutal da guerra civil, estavam a chegar ao Líbano, onde hoje, cerca de 1 em cada 4 habitantes é Sírio.

Como a maioria dos Sírios fora do país, e nomeadamente os mais de 5 milhões que vivem nos países vizinhos, os Sírios no Líbano não conseguem facilmente obter licenças de trabalho, tornando a sua capacidade de trabalhar e de se sustentar incrivelmente difícil. A mesma luta diária com diferentes realidades legais aplica-se aos venezuelanos que vivem na Argentina, às pessoas do Burundi que vivem na Europa ou no Médio Oriente, ou aos lemenitas deslocados dentro do seu próprio país.

Aline pensou em ligar a sua necessidade de aceder à conversação árabe com a dos Sírios deslocados para ter acesso a um rendimento e assim nasceu a ideia de NaTakallam, sendo pioneira no conceito de alavancar a economia da Internet e os conhecimentos linguísticos dos refugiados para fornecer serviços linguísticos aos utilizadores de todo o mundo, que, através do seu envolvimento, ajudam a apoiar a subsistência das pessoas deslocadas. Graças ao seu talentoso grupo de parceiros de conversação, a empresa está agora a expandir-se para servir outras nacionalidades e oferecer mais línguas para mais ligações transculturais. Existem filiais da empresa nos EUA e em França.

Atividades





Os serviços de tradução são prestados por refugiados em mais de 9 línguas (os clientes incluem o Comité Internacional de Salvamento, BuzzFeed, e Malala Fund). Os parceiros de conversação estão também disponíveis para eventos de empresas, ou outro tipo de eventos, como oradores convidados virtuais para dar uma perspectiva pessoal e em primeira mão sobre a crise global dos refugiados. A empresa oferece agora também serviços de tradução e interpretação.

A primeira coisa importante é que a empresa facilita o emprego a pessoas com menos oportunidades que são geralmente de origem migrante e refugiada. A segunda coisa importante é que a empresa proporciona aulas de línguas a preços acessíveis e encoraja o intercâmbio intercultural e a inclusão social.

O seu sucesso deve-se a

O sucesso deve-se a programas premiados de aprendizagem de línguas de alta qualidade, operados por refugiados, para todos os níveis de árabe, francês, persa e espanhol, bem como a serviços de tradução profissional para indivíduos e organizações em todo o mundo.

Outro factor do sucesso é que a equipa fundadora é constituída por indivíduos com vasta experiência em desenvolvimento económico e político, resolução de conflitos, direitos humanos, assuntos humanitários, aprendizagem de línguas e jornalismo.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

O novo elemento é que NaTakallam é uma empresa social premiada que liga refugiados e pessoas deslocadas a oportunidades de trabalho remoto no sector linguístico. Até à data, mais de 130 pessoas deslocadas já geraram 500.000 dólares através de trabalhos de tradução ou de ligação com mais de 4.500 utilizadores únicos.

NaTakallam foi apresentado em dezenas de meios de comunicação, nomeadamente em Fast Company, PBS, NPR, Al Jazeera e Reuters e pelo ACNUR num vídeo recente.

A contribuição social da empresa

A contribuição social da empresa é que a melhor maneira de aprender uma língua é imergir no seu ambiente.

Além disso, NaTakallam ("falamos" em árabe) emparelha pessoas deslocadas com aprendizes de todo o mundo para a prática de línguas através do Skype. A plataforma oferece uma prática linguística acessível, flexível e personalizada com falantes nativos para aprendizes de línguas, ao mesmo tempo que proporciona uma valiosa fonte de rendimento para pessoas deslocadas no Líbano, Argentina, Turquia, Iémen, Iraque, Burundi, Egito, França, Brasil, Itália e Alemanha, além de outros países não listados aqui.





Ao longo do caminho, os utilizadores e os parceiros de conversação participam numa poderosa troca intercultural, desenvolvendo frequentemente amizades que quebram fronteiras entre mundos que são frequentemente polarizados ou cortados nos meios de comunicação e nas esferas políticas.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

Este exemplo pode ser utilizado como uma boa prática a ser replicada noutros países europeus para criar emprego para pessoas oriundas da imigração e ligá-las às comunidades locais.



PARA ONDE?

Sítio Web <http://paraonde.org/>

País 2016 **Fundada em** Portugal

Forma legal Associação sem fins lucrativos

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas; Outros – ambiental

Fonte das fotos: <http://paraonde.org/>



Razão do seu nascimento e missão

“Para Onde?” é uma Associação que surgiu com o objectivo de criar espaço tempo (a nível local, nacional e internacional), onde diferentes pessoas se podem reunir, conhecer e crescer, empenhadas num mundo mais justo.

Na prática, a missão da “Para Onde?” é promover a consciência, cooperação, apoio mútuo, tolerância, empatia, diversidade cultural e social e a cultura da paz, promovendo a imersão cultural, uma visão crítica do mundo como um desafio comum e uma cidadania ativa.

A sua missão é levada a cabo através do desenvolvimento, promoção e apoio de projetos voluntários nacionais e internacionais, através da sua rede de voluntários.

Desta forma, pretende-se cumprir o objectivo de contribuir para a solução de desafios globais como o preconceito, o conflito e a desigualdade e contribuir, desta forma, para a transformação social.

Atividades

Para Onde? tem como atividades:



- a promoção, desenvolvimento de campos de voluntariado e outras iniciativas a nível nacional e internacional;
- acompanhamento e apoio a organizações e projetos sociais;
- a formação, preparação, apoio e acompanhamento de voluntários em todos os continentes;
- Em Portugal, pretendem multiplicar as ocasiões de partilha e valorização da diversidade.

“Para onde?” é financiado através de um conjunto de receitas obtidas das seguintes formas:

- Pagamento de uma taxa de serviço que cada voluntário paga quando se inscreve para participar num campo de voluntariado nacional ou internacional. Cada voluntário pode inscrever-se e participar em tantos campos quantos desejar, e por cada inscrição pagará uma taxa de serviço;
- Apoio financeiro de empresas e outros parceiros;
- Venda de merchandising e campanhas de angariação de fundos;
- Financiamento de programas, chamadas e fundos nacionais e internacionais existentes.

Todas estas fontes de receitas permitem ao Para Onde? manter a sua atividade, e o aumento do número de voluntários é importante para reforçar a estrutura da associação

O seu sucesso deve-se a

O sucesso da “Para Onde?” deve-se ao facto de:

- Serem parceiros com a maior rede internacional de voluntariado apoiada pela UNESCO;
- Serem parceiros com várias pequenas associações, em vários países, que precisam de voluntários;
- Ter uma equipa dedicada, muito empenhada e muito pró-ativa;
- Ter uma rede de parceiros;
- Têm uma base de cerca de 1.000 voluntários e estão a crescer.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

“Para Onde?” trazido para o mercado:

- Um modelo de intervenção diferenciador;
- Uma plataforma global para projetos de voluntariado em diferentes áreas de atividade;
- Um serviço totalmente orientado para o voluntário e para as organizações.

A contribuição social da empresa

“Para Onde?” tem uma importante contribuição social para a comunidade:

- Acompanhamento e apoio a organizações e projetos nas áreas da educação e formação, apoio e valorização comunitária, proteção ambiental e animal, saúde, capacitação das mulheres, artes, desporto, apoio a migrantes e refugiados;
- Na formação, preparação e acompanhamento de voluntários, que intervirão em atividades destinadas a formar, valorizar, promover, melhorar e divulgar comunidades e territórios, de modo a que as necessidades de apoio social deixem de existir ou sejam reduzidas.





Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

O exemplo da “Para Onde?” pode ser replicado via:

- o conceito de negócios sociais implícitos;
- o modelo de sustentabilidade existente;
- o desenvolvimento de uma atividade com impactos sociais;
- a lógica de intervenção abrangente e alargada em projetos dirigidos ao grupo-alvo;
- cooperação e trabalho cooperativo com várias organizações a nível nacional e internacional;
- a prestação de um serviço orientado e adaptado, que inclua a formação de voluntários.



PLATEAU URBAIN

Sítio Web <https://www.plateau-urbain.com>

País França

Fundada em 2017

Forma jurídica Empresa Social

Campos Operativos Desenvolvimento local de áreas desfavorecidas



Fonte das fotos: <https://www.plateau-urbain.com/>

Razão do seu nascimento e missão

Assumindo-se como uma "cooperativa de urbanismo temporário", o *Plateau Urbain* transforma o conceito de "ocupação de edifícios vazios" (squatting) numa cooperativa de espaços temporários com várias utilizações, particularmente eventos artísticos e culturais.

Muitos promotores de projetos associativos, culturais ou empresariais lutam para encontrar locais para as suas necessidades. Demasiado caros, mal adaptados, difíceis de encontrar. Os criadores artísticos enfrentam muitos obstáculos!

Ao mesmo tempo, milhões de m² estão vazios. Pesam sobre as finanças dos proprietários, ao passo que representam um recurso formidável.

Plateau Urbain nasceu da ideia de utilizar sistematicamente os muitos edifícios à espera de projetos para estabelecer ocupações temporárias a preços reduzidos.

Atividades

Totalmente legítima, a cooperativa fornece a sua competência às autarquias locais, arquitetos e proprietários de imóveis que queiram fazer uso das suas propriedades vagas. A cooperativa tem estado ativa em várias cidades francesas.

A empresa obtém o seu lucro a partir da percentagem paga pelos clientes. Por um lado, a entidade que empresta o imóvel pode pagar uma percentagem ou vice-versa. Depende do acordo específico com os





clientes. A percentagem é calculada com base na duração do aluguer, o local, a finalidade do aluguer, etc.

A empresa também emprega jovens com menos oportunidades. Dá-lhes a possibilidade de adquirir uma experiência de trabalho dentro de um ambiente dinâmico, criar contactos e tornarem-se mais independentes enquanto trabalham nas tarefas.

Instigam nos jovens e no público em geral o sentido de sustentabilidade, o sentido de comunidade e de cidadania ativa. Mais importante ainda, este empreendimento social contribui para a revitalização de áreas/espacos urbanos antigos/abandonados e contribui para o desenvolvimento de projetos artísticos, consequentemente para a construção da comunidade.

O seu sucesso deve-se a

O sucesso deste empreendimento social deve-se à forma legal/legítima de utilização dos edifícios vagos.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Estas empresas ajudam a montar o projeto para os seus clientes, assim como acompanham os clientes durante o processo.

A contribuição social da empresa

A empresa aconselha entidades públicas e privadas sobre possíveis utilizações para as suas propriedades. Além disso, esta empresa ajuda a gerir e implementar várias atividades dentro das propriedades.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

Mostrando uma perspectiva interessante e inovadora de gestão de espaços abandonados que podem revitalizar as áreas urbanas em vários países da UE.



SUNFLOWER DESIGN

Sítio Web <https://www.caminulfelix.ro/>

País Roménia

Fundada em 2010

Forma jurídica Empresa Social

Campos operativos Integração de trabalho

Fonte das fotos:

<https://www.caminulfelix.ro/ro/proiecte/sunflower-desing/>



Razão do seu nascimento e missão

A Associação *FELIX* fundou este *Sunflower Design*, está centrada no desenvolvimento de um modelo económico para a gestão de uma carteira de negócios que proporciona autonomia financeira funcional e, ao mesmo tempo, proporciona um esquema apropriado para a formação prática de jovens portadores de deficiências cognitivas e motoras.

Atividades

Sunflower Design é uma empresa social de confecção onde é feita e vendida produtos especialmente concebidos, únicos e de qualidade. Os produtos especiais incluem: bolsas, aventais, acessórios de cozinha, bonecas, brinquedos, roupões de banho, roupa de cama, cortinas, cortinados, artigos domésticos.

O seu sucesso deve-se a

A oportunidade para o desenvolvimento individual e o apoio social.





O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Esta oferta de empreendimento social:

- Empregos para jovens portadores de deficiências cognitivas e motoras
- Formação prática em alfaiataria e outros trabalhos artesanais para raparigas jovens

O envolvimento de fábricas que produzem tecidos da Roménia e de outros países através da doação dos materiais utilizados para a confecção dos produtos

A contribuição social da empresa

- Contribui diretamente para a criação de novos empregos para as pessoas que encontram graves dificuldades de integração no mercado de trabalho.
- Contribui para a manutenção das atividades dos trabalhadores independentes, artesãos.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

Sunflower Design oferece a oportunidade de desenvolvimento individual e apoio social a jovens portadores de deficiências cognitivas e motoras. Promove a sensibilização e envolvimento dos jovens na comunidade e pode ser uma inspiração para os empresários.



SUSTAINABLE FOOD MOVEMENT IN GREECE

Sítio Web <http://www.sustainablegastronomy.eu/>

País Grécia

Fundada em 2017

Forma jurídica Empresa Social

Campos Operativos Outros – ambiental



Fonte das fotos:

<https://www.facebook.com/sustainablegastronomy/photos/a.1186828844778479/1388079434653418/?type=1&%3Btheater>

<https://www.facebook.com/sustainablegastronomy/photos/a.1905867386207951/1933130913481598/?type=3&%3Btheater>

Razão do seu nascimento e missão

Sustainable Food Movement in Greece é uma empresa social registada em Atenas, Grécia, com o objectivo de combater os resíduos alimentares e promover o desenvolvimento sustentável na Indústria de Artes Culinárias Grega. O fundador desta ideia é *Vee Bougani*. *Vee* acredita que a consciência ambiental, educação, competência, especialização e inovação digital são as únicas chaves para o progresso e sucesso.

A sua missão é a de:

- criar uma consciência pública sobre os resíduos alimentares
- promover a gastronomia sustentável através de consultoria e educação
- desenvolver um Modelo de Responsabilidade Social Empresarial nas Indústrias de Artes Culinárias e Turismo
- introduzir o consumismo ético
- apoiar os agricultores locais e os pequenos produtores
- ajudar as pessoas necessitadas





Atividades

O Movimento dos Alimentos Sustentáveis na Grécia, é uma empresa social que visa combater o desperdício alimentar e promover a sustentabilidade na Indústria das Artes Culinárias. A empresa forma profissionais em gastronomia sustentável e insta os empresários e os restaurantes a tornarem-se inovadores através da sustentabilidade.

O Movimento Alimentar Sustentável na Grécia está a acolher pessoas (também jovens) para fazer parte da sua equipa como: i) voluntário, ii) membro e iii) doador.

Os serviços que prestam concentram-se:

- **Consultoria**

Fornecem orientação, capacitação, apoio e soluções inovadoras aos interessados que visualizam a sua empresa de forma amiga do ambiente. Trabalham com uma rede de peritos e profissionais altamente treinados em estratégias de desenvolvimento sustentável.

- **Educação**

Estão a educar o público em geral na prevenção e gestão de resíduos alimentares. Criam consciência sobre consumo ético e produção responsável de alimentos para pessoas de todas as idades, através de palestras públicas, técnicas culinárias e oficinas de desenvolvimento sustentável.

Formam os estudantes de Artes Culinárias e Hotelaria para se tornarem sustentáveis através da teoria e da prática.

Estão dispostos a construir "equipas verdes" na Indústria do Turismo, fornecendo uma série de workshops especializados em RH Sustentável.

Concebem workshops para profissionais da culinária e restaurantes que desejam tornar-se sustentáveis.

Ensinam às crianças e jovens a sustentabilidade dentro e fora da sala de aula.

- **Eventos**

Dedicam-se a combater o desperdício alimentar através da sustentabilidade. Concebem uma série de eventos, desde instituições de caridade, noites de gala e jantares que surgem em eventos de rua, eventos culturais e conferências com o objectivo de conseguir combater o desperdício de alimentos.

O seu sucesso deve-se a

A solução que ela proporciona. Este empreendimento social identificou um problema real que ocorre devido à falta de espaço, falta de infraestruturas adequadas de gestão de resíduos e informação limitada





aos intervenientes envolvidos em atividades culinárias e turísticas sobre a necessidade de uma gestão integrada de resíduos e um plano delineado passo a passo para uma estratégia de resíduos zero na indústria hoteleira. A Grécia atrai mais de 22,5 milhões de pessoas todos os anos porque é uma atração para os visitantes internacionais, principalmente devido ao clima mediterrânico e à gastronomia. Mas o crescimento da indústria turística grega ao longo das últimas décadas, tem acrescentado um impacto crescente no ambiente. A produção de resíduos na região do sul do Mediterrâneo cresceu aproximadamente 15% durante a última década. Em muitas regiões da Grécia, restaurantes, *resorts* e unidades hoteleiras, produzem mais resíduos sólidos do que os residentes locais. O desperdício de alimentos (resíduos alimentares) é uma questão que afecta toda a gente. É particularmente preocupante para as empresas do sector da hotelaria e dos serviços alimentares, que na Grécia eliminam anualmente cerca de 300.000 toneladas de alimentos desperdiçados.

A empresa *Sustainable Food Movement* percebeu, após investigação, que 75% dos impactos ambientais das empresas de hotelaria (hotéis e restaurantes) estão diretamente associados ao consumo excessivo. Isto é um desperdício em termos de recursos e aumenta desnecessariamente os custos operacionais. Começaram a concentrar-se na melhoria ambiental, que é um factor cada vez mais importante para as empresas se manterem competitivas e gerirem os riscos da sua cadeia de abastecimento. A crescente escassez de recursos; o aumento dos custos da matéria-prima, transporte e serviços públicos; e a pressão da legislação, dos clientes e da sociedade para reduzir os danos ambientais, estão a combinar-se para levar as empresas a melhorarem o seu desempenho e a tornarem-se sustentáveis. Além disso, é economicamente benéfico para estas empresas prosseguir "práticas verdes" em três áreas, nomeadamente poupança de energia, conservação e reciclagem de água e gestão de resíduos. O desafio para o sector hoteleiro e turístico grego é adoptar criativamente instrumentos para o desenvolvimento sustentável e gestão de resíduos e tornar-se cada vez mais eficaz, maximizando o valor dos recursos utilizados.

O(s) novo(s) elemento(s) que trouxe(m) para o mercado, território

Mudança de mentalidade em torno dos alimentos.

A contribuição social da empresa

Esta empresa social com os seus serviços consegue ajudar o sector hoteleiro e turístico grego a adoptar criativamente instrumentos para o desenvolvimento sustentável e gestão de resíduos e a tornar-se cada vez mais eficaz, maximizando o valor dos recursos utilizados.

Relevância deste empreendimento para o Projeto ESE

As pessoas interessadas em combater o desperdício alimentar e visualizar uma gastronomia sustentável para o turismo podem tomar este movimento como exemplo para desenvolverem as suas próprias ideias sobre este tema.





3) INSTRUMENTOS DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO DE UMA EMPRESA SOCIAL

Nesta secção encontrará seis ferramentas que visam apoiar o processo de desenvolvimento de uma empresa social.

As três primeiras são fichas de atividade que orientam o processo de reflexão de modo a estruturar uma ideia de negócio de acordo com pontos essenciais. As outras três ferramentas são recursos gratuitos de formação e aprendizagem disponíveis em linha. Todas estas ferramentas complementam-se e são essenciais para o guiar no seu processo de criação de uma empresa social de sucesso.

Ferramenta 1 | Reflexão pessoal

Ferramenta 2 | Teste de aptidão empreendedora

Ferramenta 3 | Esquema de Modelo de Negócio

Ferramenta 4 | Cyprusinno.com

Ferramenta 5 | Currículo para jovens empreendedores sociais baseado nos princípios ECVET

Ferramenta 6 | Curso de empreendedorismo social em linha



REFLEXÃO PESSOAL

Esta ferramenta tem um conjunto de questões que o ajudam a refletir sobre aspectos importantes a considerar ao criar um negócio, tais como apoio financeiro, apoio familiar, ideia de negócio, competências pessoais e empresariais.

Antes de iniciar um negócio, é necessário estar consciente dos diferentes requisitos e das implicações que eles têm na nossa vida pessoal, familiar, social e profissional. Esta consciência é essencial para aumentar a probabilidade de sucesso do seu empreendimento social.

Esta ferramenta é adaptada de uma proposta por, Couteiro, A. & Ferreira, J. S. (2014). Capacitar para o Empreendedorismo: Guia de apoio à implementação do projeto "Promoção do Empreendedorismo Imigrante". Lisboa: ACM, I.P .

1. Apoio financeiro	
Questões centrais	Pistas para a reflexão:
Que rendimento espero obter no negócio que pretendo desenvolver?	- Que expectativas de lucro / rendimento tenho em relação ao negócio? - Estou consciente das dificuldades dos primeiros meses inerentes a um novo negócio?
Se eu abrir um negócio, qual é a quantia inicial de que vou precisar?	- Já considerei as necessidades financeiras para iniciar um negócio?
Como vou obter essa quantia?	- Tenho fundos próprios (poupanças, outros)? - Preciso de um empréstimo? - Tenho a possibilidade de antecipar os subsídios de desemprego?
Se o negócio não correr bem, que alternativas tenho eu para que não afecte o meu rendimento e o orçamento familiar?	- Tenho um "plano B" se o negócio não correr bem?
Observações	

2. Apoio à família	
Questões centrais	Pistas para a reflexão:
Que benefícios trará o negócio à minha família?	- Os rendimentos familiares atuais são suficientes para o sustento do meu agregado familiar? - O negócio vai trazer mais rendimentos?
Que aspectos negativos podem ocorrer que afectem negativamente os meus rendimentos, bem como o orçamento familiar?	- Terá o negócio algum impacto no meu orçamento familiar? - Haverá alguém da minha família envolvido no desenvolvimento do negócio?
Como vou gerir o meu tempo quando for um empresário?	- Estarei eu disponível para a minha família? - Serei eu capaz de conciliar o negócio com a



	minha vida pessoal? - Como é que os meus filhos vão à escola? - Quem cuida dos meus filhos depois da escola ter terminado? - Quem faz as tarefas domésticas?
--	---

Observações

--

3.1 Ideia de negócio - Maturidade da ideia	
Questões centrais	Pistas para a reflexão:
Que produtos ou serviços irei vender?	- Detalhes do negócio que pretendo criar.
Como é que o meu negócio irá contribuir para o bem comum?	
Qual é a localização do negócio que pretendo desenvolver?	
Identifiquei os fornecedores?	
Quem serão os meus clientes?	
Quem são os meus concorrentes?	
Como vou promover / publicitar o meu negócio?	

Observações

--

3.2 Ideia de negócio - Competências e experiência	
Questões centrais	Pistas para a reflexão:
Como é que a experiência/formação na área me pode ajudar na realização de um negócio?	- A importância da experiência e/ou da formação para o desenvolvimento do meu negócio.

Observações

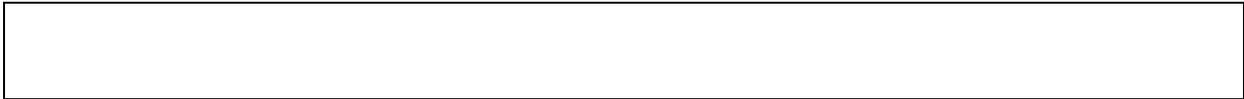
--

4. Aptidões pessoais e capacidades empreendedoras	
Questões centrais	Pistas para a reflexão:
Que aspectos ou competências pessoais tenho que facilitarão o meu papel como proprietário de um negócio?	- Quais são os meus pontos fortes e fracos na gestão de um negócio?
Considero-me um bom empresário?	- Autoconfiança
Estou disponível para investigar e investigar os meus detalhes comerciais?	- Tenho disponibilidade para poder realizar outras atividades inerentes à formalização da minha ideia de negócio?

Observações

--







TESTE DE APTIDÃO EMPREENDEDORA

O Teste de Aptidão Empresarial é um instrumento de autorrelato para medir o potencial empresarial, concebido pelo Professor Giuseppe Favretto, Diretor do Centro de Negócios da Juventude da Universidade de Verona, Itália.

O principal objectivo do Teste de Aptidão Empresarial é acima de tudo fomentar a consciência dos pontos fortes e das áreas de melhoria de uma pessoa com um maior nível de clareza uma escolha profissional exigente como a do autoemprego/empreendedorismo.

Algumas das características que o empresário deve possuir são certamente a tomada de riscos, a resistência ao stress, a capacidade de manter as situações sob controlo, mas também a criatividade e a abertura de espírito e a capacidade de estabelecer novas relações. Algumas destas qualidades são certamente inatas, outras podem ser aprendidas ou aumentadas através de experiências profissionais, estágios e cursos de formação.

Este teste considera oito factores:

1. Orientação para o resultado - Determinação de seguir um objectivo e percepção de ter uma forte verificação da situação;
2. Liderança - atitude a gerir;
3. Adaptabilidade - Capacidade de perceber as mudanças ambientais e de se adaptar a elas;
4. Necessidade de realização - empurrando para obter fama e sucesso social;
5. Necessidade de auto-empoderamento - empurrados para se realizarem através do seu próprio trabalho;
6. Inovação - preparação e curiosidades em relação ao novo;
7. Flexibilidade - Tendência para devolver os próprios objectivos com base na situação externa;
8. Autonomia - Necessidade de ter o seu próprio espaço autónomo de decisão e escolha.

Assim, este simples teste de autoavaliação das atitudes empreendedoras, pode ser um ponto de partida útil para refletir sobre as quais são os seus pontos fortes e fracos da sua personalidade empreendedora, a fim de os potencializar e melhorar.

Teste a sua atitude empreendedora

A versão completa do TAI, Teste de Aptidão Empresarial consiste em 75 itens, que podem ser consultados em http://cd.univr.it/tai_sole.

Na versão de demonstração (apenas 15 perguntas) aqui apresentada, o teste é completado atribuindo a cada item uma pontuação de um a cinco, com base no grau de concordância com a declaração. A cada pontuação é então atribuído um factor multiplicativo: os quinze resultados são então somados e o perfil correspondente é identificado com base na pontuação total.



Item	Declaração	Pontuação de 1 a 5
1	Tento frequentemente organizar e gerir o trabalho de outras pessoas	
2	Sinto que tenho constantemente novas ideias	
3	Sinto que tenho controlo total sobre o que me acontece	
4	Quando não se pode vencer alguém por ser mais forte, é bom formar uma equipa com ele em antecipação de tempos melhores	
5	Não tenho medo de perseguir objectivos ambiciosos, mesmo que estes exijam esforços consistentes e contínuos	
6	A pessoa que quer ser bem sucedida na vida deve esconder os seus sentimentos dos outros	
7	Se me proponho um objectivo, quero alcançá-lo a qualquer custo	
8	Posso estar satisfeito com o meu trabalho mesmo que outras pessoas o desprezem ou ignorem	
9	O sucesso social fascina-me, adoro a fama e a notoriedade	
10	Posso sempre encontrar o lado positivo em situações indesejadas	
11	Sinto que posso sempre fazer com que as coisas corram como eu quero	
12	O que é diferente e invulgar estimula a minha curiosidade	
13	Admiro as pessoas que podem dizer coisas desagradáveis de forma a ter graça.	
14	As minhas decisões sempre tiveram consequências positivas	
15	Faço o meu trabalho principalmente porque estou interessado no seu conteúdo	

Calcule a sua pontuação

As pontuações (de 1 a 5) atribuídas às quinze declarações devem ser introduzidas na primeira coluna. Cada pontuação deve ser multiplicada pelo número contido na segunda coluna. As pontuações da terceira coluna são assim calculadas. A adição das quinze pontuações dá a pontuação total.

Item	Resposta	Factor Multiplicativo	Pontuação Ponderada
1		3	
2		2	

3		1	
4		3	
5		1	
6		1	
7		2	
8		2	
9		1	
10		3	
11		3	
12		1	
13		3	
14		2	
15		2	
Total da pontuação pesada:			

Perfis

DE 30 A 70 PONTOS: EMPREGADO

As notícias assustam-no e as ideias originais não são o seu forte. O acaso e outros desempenham um papel importante na determinação da sua posição social e económica. Tendem a distrair-se e a perturbarem as atividades. No trabalho, prefere lidar com uma área limitada, talvez sob a direção de alguém. As mudanças criam-lhe desconforto e stress. Dificilmente concorda em mudar também porque muitas vezes não sente a necessidade de o fazer. Talvez seja por isso que se realiza mais facilmente fora do seu trabalho. Não se sente atraído pelo sucesso social. Não se importa com o que os outros pensam de si. É pessimista e não é capaz de mentir. Muitas vezes é incapaz de gerir situações a seu favor.

DE 71 A 110: CRIATIVO

Não lhe falta criatividade, mas por vezes prefere voltar a cair em coisas que conhece bem. Acontece que não é capaz de produzir ideias originais. Sente que tem controlo sobre o que lhe acontece, mesmo que o acaso e/ou outras pessoas desempenhem um papel importante na sua posição no trabalho e na vida. É determinado e capaz de organizar o trabalho dos outros, mas prefere lidar apenas com a área da sua competência. Tem capacidade suficiente para sentir as mudanças, mas nem sempre sabe como se adaptar. O sucesso social só o atrai parcialmente. A estima dos outros é importante, mas não tem como objectivo o sucesso ou a fama. O trabalho é a sua principal fonte de realização pessoal. Nunca faria um trabalho de que não gostasse, embora satisfatório do ponto de vista económico.





DE 111 A 150: LÍDER

Tem fortes capacidades de liderança e uma aptidão para organizar e dirigir outros. Sente-se atraído por tudo o que é inovador e convencido de que um problema tem sempre mais do que uma solução. Tem a certeza de que tem sempre controlo sobre o que acontece e está convencido de que a sua posição no trabalho e na vida depende das suas capacidades. Não se dobra facilmente aos obstáculos. No trabalho, facilmente se apercebe de mudanças. Não hesita em abandonar as suas crenças e hábitos que já não são adequados para o ambiente em que vive. Está pronto a questionar-se a si próprio. Sente-se atraído pelo sucesso social. É curioso sobre as notícias e sensível ao que os outros pensam de si (especialmente para o recrutamento de pessoal), mas sem ser condicionado.



ESQUEMA DO MODELO DE NEGÓCIO

O Esquema do Modelo de Negócio é uma ferramenta de negócio utilizada para visualizar todos os blocos de construção de um negócio. Estes blocos são os seguintes:

- **Segmentos de clientes:** Quem são os clientes? O que é que eles pensam? Veem? Sentem? Fazem?
- **Propostas de Valor:** O que é que a proposta tem de convincente? Porque é que os clientes compram, utilizam?
- **Canais:** Como é que os vossos produtos e serviços são entregues no mercado?
- **Relacionamentos com clientes:** Como interagir com o cliente através da sua 'viagem'?
- **Fluxos de receitas:** Como é que o seu negócio ganha dinheiro?
- **Atividades chave:** Que coisas exclusivamente estratégicas faz o seu negócio para entregar a sua proposta?
- **Recursos chave:** Que recursos estratégicos únicos tem o seu negócio para competir?
- **Parcerias chave:** O que pode a empresa subcontratar para se poder concentrar nas suas Atividades Chave?
- **Estrutura de custos:** Quais são os principais custos incorridos pelo seu negócio?

Cada um destes blocos precisa de ser preenchido com precisão, e revisto regularmente para assegurar que o modelo de negócio ainda está atual. O esquema do Modelo de Negócio vem dar-lhe uma forma de criar um modelo de negócio bastante claro, usando apenas uma única folha de papel. E o que é ótimo nela é que pode ser usada para descrever qualquer empresa - desde a maior empresa do mundo até a uma em fase de arranque com apenas um empregado.

A criação do seu Esquema do Modelo Empresarial oferece-lhe várias vantagens, tais como:

- **Fácil de compreender:** Porque pode colocar o esquema em apenas uma página tornando-se muito visual, e muito fácil de compreender.
- **Focado:** Remove qualquer vestígio que possa ter estado presente num modelo de negócio tradicional.
- **Flexível:** É rápido e fácil fazer alterações ao seu modelo e esboçar ideias diferentes.
- **Focado no cliente:** O esquema força-o a pensar no valor que está a fornecer aos seus clientes, e só depois no que é preciso para fornecer esse valor.
- **Mostra ligações:** A natureza gráfica de uma página de esquema mostra como as diferentes partes do modelo se inter-relacionam umas com as outras. Isto pode ser realmente difícil de determinar a partir de um plano de negócios tradicional.
- **Fácil de Comunicar:** Porque o esquema é tão fácil de compreender logo também será capaz de ser partilhado e explicado facilmente à sua equipa, facilitando a sua integração com a sua visão.

Como construir o seu Esquema do Modelo de Negócio

Divisão esquerda/direita





Em termos gerais, podemos dizer que os elementos do lado esquerdo do esquema representam custos para a empresa, enquanto que os elementos do lado direito geram receitas para a empresa. Com isso, vamos investigar cada um dos nove blocos de construção com um pouco mais de detalhe.

1. Segmento de clientes

Neste bloco, entra-se nos diferentes segmentos de clientes ou que se pretende servir. Se puder, crie uma ou mais pessoas para cada segmento que pretende servir. Uma pessoa é simplesmente uma descrição relatável de cada tipo de cliente que serve. Tente destacar as motivações dos seus clientes, os seus problemas e capturar a "essência" de quem eles são.

Um ponto realmente importante a atravessar aqui é que os clientes não existem para si, mas sim para servir os seus clientes.

Muitas empresas servirão apenas um segmento de clientes, mas não todos. Por exemplo, o Google serve dois segmentos de clientes, pessoas que efetuam pesquisas, bem como anunciantes.

Se pensar em dividir o segmento de cliente anunciante em tipos de pessoas, então há muitos tipos diferentes de anunciantes que poderá identificar. Por exemplo, as empresas da Fortune 500, como a Nike, com orçamentos de publicidade massivos, podem ser uma pessoa, enquanto que as pequenas empresas unipessoais podem formar outra.

2. Proposta de Valor

A proposta de valor descreve o valor que se entrega a cada segmento de cliente. Que problemas resolve para cada segmento de cliente? Que necessidades satisfaz? A Proposta de Valor responde à pergunta: "porque é que os clientes nos compram?"

Algumas das propostas de valor mais comuns são:

- Novidade;
- Alto desempenho;
- Capacidade de personalização;
- Desenho;
- Marca/Status;
- Preço;
- Redução de custos;
- Redução de riscos;
- Conveniência.

3. Canais





Os canais referem-se à forma como os seus produtos ou serviços são vendidos aos clientes. Para completar esta secção, pergunte-se como é que os seus clientes querem ser contactados? Como é que os chega a eles agora?

Em termos gerais, pode ter os seus próprios canais ou associar-se a outra pessoa. Os seus próprios canais podem incluir qualquer combinação de lojas que possua, uma força de vendas que empregue, ou o seu website. Os canais parceiros podem incluir uma multiplicidade de opções, desde utilizar um grossista até trabalhar com filiados para vender os seus produtos ou mesmo utilizar o Google AdSense.

4. Relacionamentos com clientes

O bloco de construção de Relações com Clientes responde à questão de como obter, manter e aumentar clientes.

Obter: Como é que os clientes o informam e fazem a sua compra inicial? Por exemplo, isto pode ser através de publicidade no Google.

Manter: Como se mantêm os clientes? Por exemplo, um excelente serviço ao cliente pode ajudar a manter os clientes.

Crescer: Como conseguir que os nossos clientes gastem mais? Por exemplo, poderia enviar uma newsletter mensal para os manter informados sobre os seus últimos produtos.

A forma mais fácil de definir tudo isto é caminhar ao longo de toda a viagem do cliente em detalhe. É assim que os clientes o descobrem, investigam se devem comprar o seu produto, compram-no e como são geridos após a compra.

5. Fluxos de receitas

De onde vem o dinheiro? Neste bloco de construção, indica-se onde é gerado o seu rendimento.

Isto pode parecer muito simples, mas não é. Está de facto a tentar descobrir que estratégia irá utilizar para captar o maior valor dos seus clientes? Os clientes irão simplesmente pagar uma taxa única? Terão uma taxa de assinatura mensal? Talvez dê o seu produto de graça como o Skype e espere que alguma parte dos clientes atualize para o produto "premium" pago?

Considere o Google, os anunciantes pagam ao Google para colocar os seus anúncios na frente dos utilizadores com intenção de compra. Por exemplo, se procurar por "treinadores Nike", verá anúncios. Se procurar algo sem intenção de compra, tal como "imagem de flores", provavelmente não verá quaisquer anúncios. De facto, pode-se dizer que o Google opera pesquisas sem intenção de compra como líder de perdas para manter as pessoas a utilizar o sistema Google.

Dando um passo atrás



Se olharmos para o que fizemos até agora, preenchemos a nossa Proposta de Valor e os blocos de construção à sua direita. Em poucas palavras, desenvolvemos a nossa compreensão de tudo o que se relaciona com os nossos clientes. Agora precisamos de trabalhar na área à esquerda da proposta de valor. Precisamos de construir a nossa infraestrutura para podermos fornecer da melhor forma a proposta de valor. Assim sendo, passemos ao primeiro bloco de construção de infraestruturas, Recursos Chave.

6. Recursos chave

Este bloco de construção descreve os seus bens estratégicos mais importantes que são necessários para fazer funcionar o seu modelo de negócio. Em termos gerais, os recursos podem enquadrar-se numa de quatro categorias:

- **Física:** tais como edifícios, veículos, máquinas, e redes de distribuição;
- **Intelectual:** tais como marcas, conhecimentos especializados, patentes e direitos de autor, parcerias, e bases de dados de clientes;
- **Humano:** por vezes o seu povo será o seu recurso mais importante, isto é particularmente verdade nas indústrias criativas e intensivas em conhecimento;
- **Financeiro:** tais como linhas de crédito, saldos de caixa, etc.

7. Atividades chave

As Atividades Chave são as coisas estratégicas mais importantes que deve fazer para que o modelo de negócio funcione. As Atividades Chave devem ser diretamente relacionadas com a sua proposta de valor. Se as suas Atividades Chave não são relativas à sua Proposta de Valor, então algo está errado, porque as atividades que vê como mais importantes não estão a trazer qualquer valor aos clientes.

As atividades-chave podem tipicamente ser divididas em três grandes categorias:

- **Produção:** refere-se à entrega do seu produto. Normalmente, fá-lo-á quer a uma alta qualidade quer a uma alta quantidade;
- **Resolução de problemas:** Consultorias e outras organizações de serviços têm frequentemente de encontrar novas soluções para os problemas individuais dos clientes;
- **Plataforma/Rede:** Redes, plataformas de software podem funcionar como uma plataforma. Por exemplo, uma atividade chave para o Facebook é a actualização da plataforma.

Ao completar esta secção, é um erro listar todas as atividades do seu negócio, em vez disso, incluir apenas atividades que são absolutamente essenciais para entregar a sua proposta de valor.

8. Parceiros-chave

Neste bloco de construção, enumera as tarefas e atividades que são importantes, mas que não fará você mesmo. Em vez disso, irá utilizar fornecedores e parceiros para fazer funcionar o modelo de negócio.





Vejamos Spotify. A atividade chave de Spotify é atualizar a sua plataforma. No entanto, como não produz a sua própria música, uma das parcerias chave de Spotify serão os acordos que faz com editoras e editoras discográficas, sem os quais não teria música!

Há normalmente três razões para criar uma parceria:

- Economias de escala.
- Redução do risco e da incerteza.
- Aquisição de recursos ou atividades (por exemplo, música para Spotify).

9. Estrutura de custos

No bloco de construção da Estrutura de Custos, queremos mapear as atividades chave para os custos. Queremos também assegurar que os custos estejam alinhados com a nossa Proposta de Valor. Deve ser simples determinar os seus custos mais importantes e os mais caros depois de ter definido os seus Recursos Chave, Atividades Chave, e Parcerias Chave.

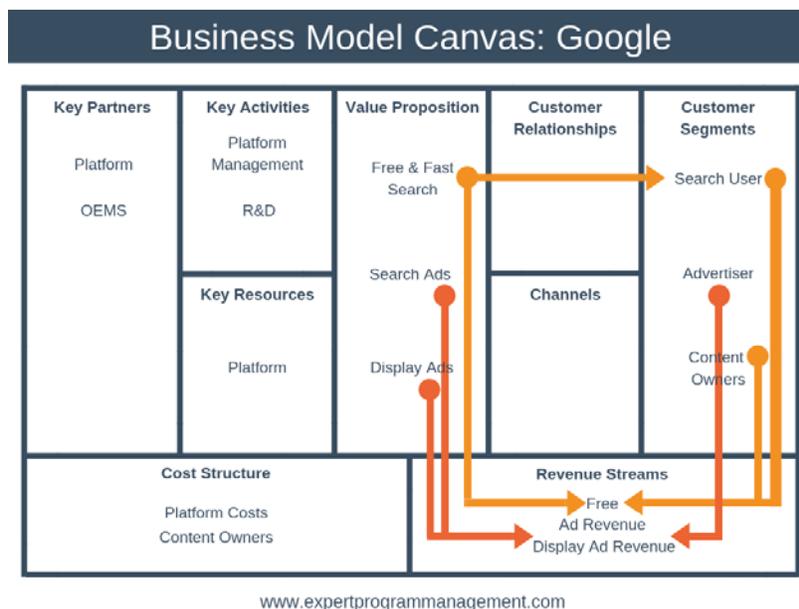
Exemplo do Esquema do Modelo de Negócio Google

A primeira coisa que deve saber sobre o modelo de negócio do Google é que é multifaces. Isto significa que reúne dois clientes distintos mas relacionados entre si.

No caso do Google, os seus clientes são os seus utilizadores do motor de busca e os seus anunciantes. A plataforma só tem interesse para os anunciantes porque os utilizadores de pesquisa também estão presentes. Pelo contrário, os utilizadores da pesquisa não poderiam utilizar a plataforma gratuitamente se não fosse para os anunciantes.

O Modelo de Negócio Esquema da Google é mostrado abaixo

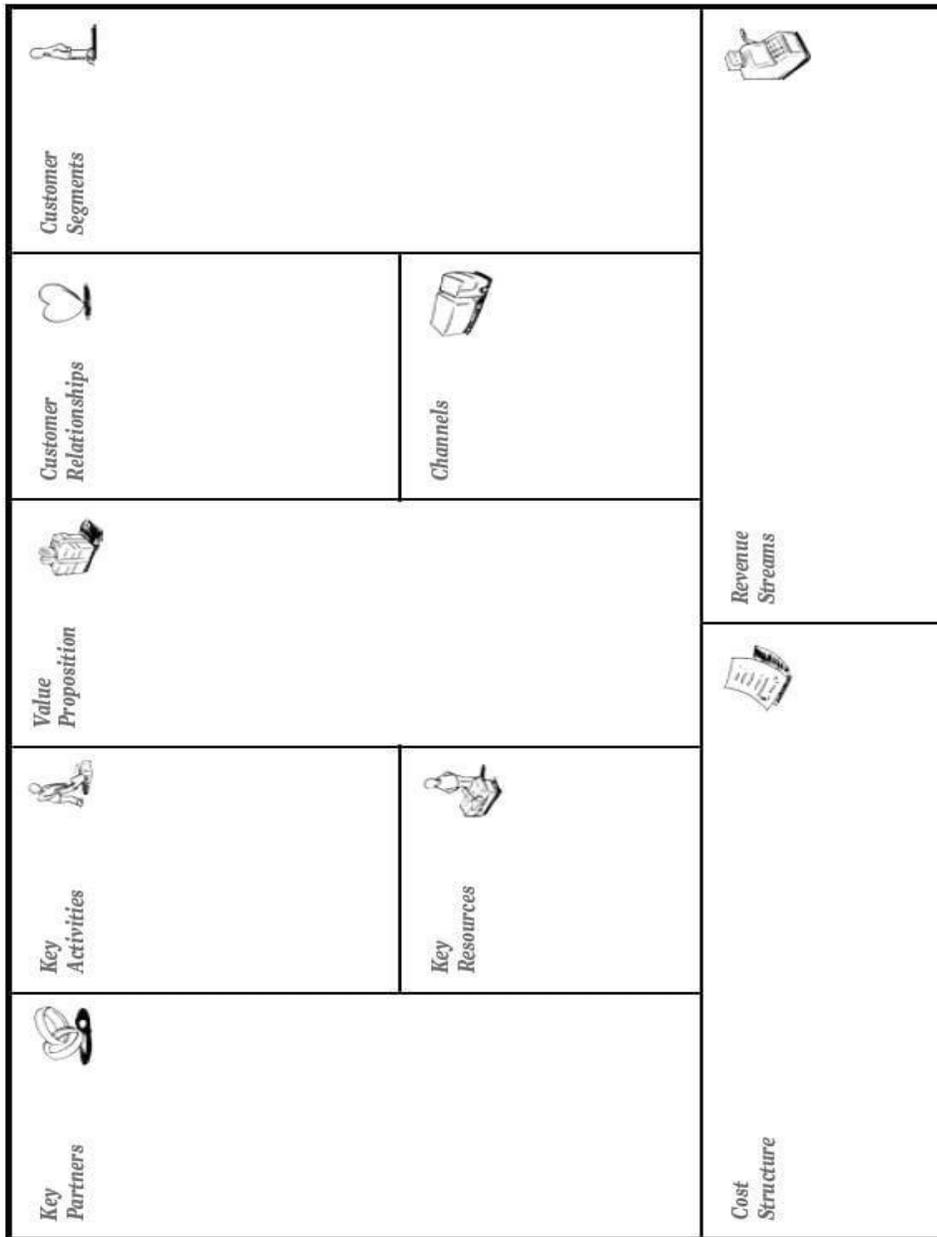




Como pode ver, o diagrama dá-lhe uma compreensão imediata das partes chave do modelo de negócio da Google. A Google ganha dinheiro com o segmento de clientes anunciantes, cujos anúncios aparecem quer nos resultados de pesquisa quer em sítios da Internet. Este dinheiro subsidia uma oferta gratuita para os outros dois segmentos de clientes: utilizadores do motor de busca e proprietários de conteúdos. O modelo de negócio da Google tem um elemento de rede. Ou seja, quanto mais anúncios apresentar aos utilizadores da internet, mais anunciantes atrai. E quanto mais anunciantes atrai, mais proprietários de conteúdos atrai. O recurso chave do Google é a sua plataforma de pesquisa incluindo google.com, AdSense (para proprietários de conteúdo) e Adwords (para anunciantes). As principais atividades estratégicas que a Google deve realizar são a gestão da plataforma existente, incluindo a sua infraestrutura. Os principais parceiros da Google são obviamente os proprietários de conteúdos dos quais uma grande parte das suas receitas é gerada. Os OEM (Original Equipment Manufacturers - Fabricantes de Equipamento Original) também formam um parceiro chave. Os OEM são empresas que produzem telemóveis a quem a Google fornece gratuitamente o seu sistema operativo Android. Em troca, quando os utilizadores destes aparelhos procuram na Internet utilizam o motor de busca Google por defeito, trazendo assim mais utilizadores para o ecossistema e gerando ainda mais receitas.

A fonte da informação fornecida são os seguintes links: <https://eship.ox.ac.uk/business-model-canvas-explained/> e <https://expertprogrammanagement.com/2018/10/business-model-canvas-explained/>







CYPRUSINNO.COM

www.cyprisinno.com

Este sitio internet é uma ferramenta que proporciona aos empreendedores sociais acesso a oportunidades de formação, tutoria e financiamento. Os seus utilizadores têm a oportunidade de o fazer:

- Conheça os recentes desenvolvimentos políticos relativos ao sector do Empreendedorismo Social em Chipre;
- Descubra políticas e práticas de Empreendedorismo Social em toda a Europa;
- Conheça os Empresários Sociais Cipriotas inovadores e as Empresas Sociais, o trabalho que fazem e os desafios que enfrentam;
- Conheça os projetos europeus "Empreendedores Sociais Europeus" e "Investir na Inovação" que desenvolvem e promovem o Empreendedorismo Social e a Inovação;
- Aprender a financiar programas relacionados com o empreendedorismo social e a inovação;
- Mapa de arranque;
- Espaços de trabalho em conjunto;
- Aceleradores e Incubadoras;
- Conferências e eventos.

Os criadores deste instrumento acreditam que o futuro de Chipre está nas mãos dos seus empresários, porque os empresários impulsionam a inovação tecnológica, política e social. Também acreditam que o futuro do Chipre é fornecer ferramentas a todos os empresários cipriotas que os ajudarão a ligarem-se, trabalhar em rede, colaborar e trocar conhecimentos online para liderar o crescimento social e económico do Chipre" com a visão de "replicar o modelo cipriota, que utiliza o empreendedorismo e a inovação como mecanismos de construção da paz.



CURRÍCULO PARA JOVENS EMPREENDEDORES SOCIAIS BASEADO NOS PRINCÍPIOS ECVET

<http://athena.entre.gr/en/courses/social-entrepreneurship-for-young-unemployed>

Este website fornece material de formação inovador e abrangente sobre o tema da Economia Social e Empreendedorismo, com o objectivo de apoiar jovens (potenciais) empreendedores sociais a fim de iniciarem o seu próprio empreendimento social.

A ferramenta que se baseia nos princípios ECVET tem como objectivo:

- Fomenta a sua motivação empreendedora, competências e mentalidade;
- Aumentar a sua consciência sobre os vários aspectos de iniciar e gerir um negócio e uma empresa social de sucesso - jurídico, financeiro, de gestão, liderança, marketing, etc.;
- Proporcionar um ambiente de aprendizagem on-line abrangente combinando teoria, prática, coaching on-line de formadores e mentores experientes, trabalho em rede ativo com pares e oportunidade de atrair potenciais investidores;

A inspiradora viagem de aprendizagem experimental será baseada em tarefas, missões e desafios, através da qual - possibilitada pelos elementos de jogo da plataforma - desenvolverá os conhecimentos, competências e mentalidade básicos, necessários para se tornar um empreendedor social.

Os principais tópicos abordados durante o curso são:

- Os conceitos de empreendedorismo social e inovação social
- Questões sociais, necessidades e oportunidades não satisfeitas
- Como realizar projetos sociais
- Esquema jurídico, gestão e administração da entidade
- Criação de um modelo de negócio
- Estratégias de marketing e comunicação
- Angariação de fundos e atração de investidores
- Preparação do plano de negócios
- Trabalho em rede, gestão e recursos humanos
- Como avaliar o impacto, assegurar a sustentabilidade e o crescimento

Pode beneficiar desta ferramenta e ganhar conhecimentos, aptidões e competências sobre como iniciar, gerir e gerir uma empresa social. A ferramenta abrange todos os aspectos do ambiente empresarial que é essencial para que possa conhecer



CURSO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL ONLINE

<https://www.ro-win.ro/curs-online-de-antreprenoriat/>

Esta ferramenta é um programa de aprendizagem que inclui 8 módulos educativos, com mais de 20 horas de conteúdo vídeo adaptado às necessidades de um empreendedor social no início da carreira, mais 20 horas de temas práticos de trabalho.

O que se pode aprender com este curso?

- Como desenvolver um plano de negócios social;
- Como desenvolver um planeamento financeiro e definir o seu modelo de negócio social (Social Business Model Canvas);
- Como funcionam os principais mercados na Roménia.
- Como lidar com os desafios no início de carreira, tais como como dar os primeiros passos na relação com fornecedores e redes de distribuição e como ultrapassar dificuldades burocráticas.

O curso de empreendedorismo em linha cobre 8 tópicos

1. Desde as ideias até ao arranque social

- Como é que transformo uma boa ideia num negócio social de sucesso?
- Como posso garantir que existe um mercado para o meu negócio social?
- Como definir e testar um modelo de negócio social viável?

2. Arranque social - primeiros passos

- Qual é a forma jurídica mais apropriada?
- O que devo saber sobre o registo de nomes e marcas registadas?
- E quanto a contratos, impostos ou contabilidade?

3. Gestão operacional

- O que preciso de saber sobre fornecedores, produção e distribuição de produtos ou serviços?
- Como se assegura o equilíbrio entre qualidade e velocidade?
- Que processos são essenciais para o meu negócio e como os organizo?

4. Marketing e promoção

- Quem são os meus clientes?
- Como é que ele me descobre? Como é que os convenço a comprar? Como posso medir e melhorar o meu desempenho em termos de vendas?
- Quais são os meus competidores? Mas melhor ainda qual a minha vantagem competitiva?
- Como é que eu estabeleço o preço correto?

5. Gestão financeira

- Quanto é que me custa iniciar um negócio social?





- Como posso prever as vendas?
- Quanto devo vender para tornar o meu negócio social rentável?
- Quanto tempo vai demorar até eu poder apoiar o negócio a partir das vendas (e não do meu dinheiro)?

6. Gestão da equipa

- Quantos empregados vou precisar?
- Como construir uma cultura de equipa?
- Como é que os empregados motivados crescem e atraem?
- Quais são os aspectos legais que tenho de ter em conta para com os empregados?

7. Estratégia de lançamento de negócios sociais

- Quais são os pontos de contacto?
- Quais são as minhas prioridades no lançamento?
- Onde posso investir os meus limitados recursos?
- Como é que o crowdfunding me pode ajudar?
- Que estratégias de crescimento e escala me podem ser úteis?

8. SUSTENTABILIDADE & IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

- Porque é que vale a pena investir na sustentabilidade e o que é que isso significa?
- Como é que assegura a igualdade de oportunidades no seu negócio social?



4) CONCLUSÃO

Esperamos enquanto profissional de Juventude este **Manual sobre Empreendedorismo Social** lhe seja útil no seu dia-a-dia de apoio aos jovens no seu processo de criação de uma Empresa Social.

Como se vê na primeira secção deste Manual, a economia social destina-se a obter lucros para outras pessoas que não investidores ou proprietários. Uma empresa social é um operador da economia social cujo principal objectivo é ter um impacto social, societal ou ambiental. Na Europa têm um grande impacto no emprego, coesão social, desenvolvimento regional e rural, proteção ambiental, defesa do consumidor, agricultura, desenvolvimento de países terceiros, e políticas de segurança social.

Em toda a Europa podemos encontrar diferentes formas legais, tais como cooperativas sociais, algumas estão registadas como empresas privadas limitadas por garantia, algumas são mútuas, e muitas são organizações sem fins lucrativos como sociedades de previdência, associações, organizações voluntárias, instituições de caridade ou fundações. Na nossa pesquisa e comparação entre os países parceiros existem diferenças na forma jurídica, a Grécia, França, Itália e Roménia abraçam as empresas sociais na sua legislação, Portugal centra-se no conceito geral de economia social não tendo uma legislação específica sobre a constituição da empresa social e Chipre está neste momento a criar uma lei que regula as empresas sociais. Todos os países têm, de um modo geral, os mesmos objectivos, concordando que pretendem obter lucros para as pessoas através da criação de um impacto social ou ambiental.

Os parceiros deste projeto concordam que as empresas sociais irão crescer e continuar a ter um grande impacto na nossa sociedade no futuro, devem ser vistas como uma solução para alguns dos desafios da sociedade, tais como, o desemprego dentro deste o juvenil, proteção ambiental, coesão social, entre outros. Por conseguinte, é importante a criação de novas empresas sociais e o reforço das já existentes. A União Europeia e cada país membro têm a responsabilidade de investir em políticas que reforcem o crescimento deste sector na nossa economia.

Para além das diferentes formas jurídicas de economia social, as empresas sociais apresentam uma vasta gama de produtos e serviços que operam em diferentes domínios, tais como integração laboral, serviços sociais pessoais, desenvolvimento local de áreas desfavorecidas, proteção ambiental, proteção do consumidor, entre outros. Como profissionais que trabalham com jovens é o nosso papel e responsabilidade desafiar os nossos jovens a ver este vasto leque de possibilidades e orientá-los no processo de exploração e compreensão do que é o seu propósito de vida e como podem contribuir para a sociedade.

Os casos de sucesso apresentados neste manual ilustram esta diversidade em termos de ordenamento jurídico, produtos, serviços e campo de ação. Que estes exemplos sejam uma inspiração, motivação e ponto de partida para todos os jovens que pretendam fazer parte da mudança na sua comunidade. É preciso ter em consideração muita reflexão sobre os aspectos pessoais, familiares e financeiros quando se pretende iniciar uma empresa de sucesso; implica muito investimento pessoal e esforço para lançar e manter uma empresa por esta razão é muito importante ter uma espinha dorsal forte. A nossa esperança é que os instrumentos fornecidos sejam um bom apoio neste processo, que possam ser ilustrados e experimentados durante as sessões de formação e treino envolvendo jovens.





Obrigado por apoiar o projeto ESE- European Social Entrepreneurship consultando este manual, visite o nosso website para mais recursos sobre empreendedorismo social <https://socialentrepreneur.eu/pt/home-3/>





5) Agradecimentos

- Addiopizzo www.addiopizzo.org
- Anakyklos Perivallontiki <http://anakyklos.org>
- APS Controcorrente S.O.S Busceglie <https://www.facebook.com/ControcorrenteSOS/>
- Capacitare, Lda www.capacitare.pt
- Citizens In Power www.citizensinpower.org
- Future Worlds Center www.futureworldscenter.org
- Geopaideia www.geopedia.gr/
- Green House Farming <https://valentinoland.ro>
- Knowl for Education and Lifelong Learning <http://knowl.gr>
- Konexio www.konexio.eu/en.html
- Made in Carcere www.madeincarcere.it/en/
- Muma Codrului www.facebook.com/MumaCodruluiColesti/
- NaTakallam <https://natakallam.com/> and <https://www.facebook.com/pg/NaTakallam.FR/about/>
- Pra Onde? <http://paraonde.org/>
- Plateau Urbain www.plateau-urbain.com
- Sea Agency <http://www.seagency.org>
- Sunflower Design www.caminulfelix.ro/
- Sustainable Food Movement in Greece www.sustainablegastronomy.eu/





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

