

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

A CRIAÇÃO DE VALOR NUMA
PERSPECTIVA EMPREENDEDORA
SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO
APLICADO A ATIVIDADE DE
REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS

Ana Marta Carvalho Lourenço Branco

Lisboa, Outubro de 2016

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E
ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

A CRIAÇÃO DE VALOR NUMA
PERSPECTIVA EMPREENDEDORA
SOCIAL: UM ESTUDO DE CASO
APLICADO A ATIVIDADE DE
REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS

Ana Marta Carvalho Lourenço Branco

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Empreendedorismo, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor José Moleiro Martins

Lisboa, Outubro de 2016

Resumo

O empreendedorismo social propõe medidas e estratégias que têm como objectivo o desenvolvimento sustentável da população, procurando que estas sejam implementadas e multiplicadas pela sociedade. Este cria formas alternativas de desenvolvimento económico, oportunidades no mercado de trabalho e renovação e intervenção social, nunca tendo como principal objectivo o retorno financeiro. No entanto é importante que estas medidas sejam sustentáveis e benéficas tanto para a sociedade como para o meio ambiente. Ao longo dos anos criaram-se medidas, muitas delas inovadoras, que vieram diminuir o impacto negativo que os bens e produtos que deixamos de utilizar causam ao meio ambiente. Portugal tem feito uma recolha seletiva das embalagens usadas e de outros resíduos, no entanto é necessário que se reduza e reutilize mais. Ao reutilizarmos estamos a reintroduzir um produto que ganhará uma nova vida, contribuindo para que diminua o acondicionamento nos aterros e a procura de nova matéria prima. Assim desperdiçamos menos e contribuimos mais para a conservação da natureza.

Palavras-chave: empreendedorismo social, criação de valor, reutilização, ambiente.

Abstract

Social entrepreneurship proposes measures and strategies that aim at the sustainable development of the population, seeking to be implemented and multiplied by society. It creates alternative forms of economic development, opportunities in the labor market and renewal and social intervention, never having as main objective the financial return. However, it is important that these measures are sustainable and beneficial both for society and for the environment. Over the years, many innovative measures have been created that have diminished the negative impact that the goods and products that we no longer use cause to the environment. Portugal has made a selective collection of used packaging and other waste, however it is necessary to reduce and reuse more. By reusing we are reintroducing a product that will gain a new life, helping to reduce packaging in landfills and the search for new raw material. So we waste less and contribute more to the conservation of nature.

Key words: social entrepreneurship, value creation, reuse, environment.

ÍNDICE

1	Introdução.....	Pág. 1
1.1	Objeto e objetivo.....	Pág. 2
2	Empreendedorismo Social.....	Pág. 3
2.1	Enquadramento.....	Pág. 3
2.1.1	Ideias chave sobre o conceito de empreendedorismo.....	Pág. 4
2.1.2	Perspetivas sobre empreendedorismo social.....	Pág. 4
2.1.3	Conceitos inerentes ao empreendedorismo social.....	Pág.5
2.2	O papel do empreendedorismo social.....	Pág. 9
2.2.1	Perspetivas sobre o empreendedorismo social.....	Pág. 9
2.3	A importância das questões sociais para empresas com fins lucrativos....	Pág. 11
2.4	Empresas sociais e empreendedorismo social.....	Pág. 14
2.4.1	Situação Portuguesa.....	Pág. 19
2.4.2	Comparações Internacionais.....	Pág. 23
2.5	Empreendedorismo Privado, Responsabilidade social Empresarial e Empreendedorismo Social.....	Pág. 24
2.6	Exemplos históricos de empreendedores sociais líderes.....	Pág. 25
3	Estudo de casa aplicado a reutilização de resíduos.....	Pág. 26
3.1	Enquadramento.....	Pág. 26
3.2	Reutilização em Portugal.....	Pág. 29
3.2.1	Sociedade Ponto Verde.....	Pág. 31
3.2.1.1	Empresas retomadoras.....	Pág. 33
3.2.2	AMB3E.....	Pág. 35
3.3	Comparações com outros países.....	Pág. 36
3.4	Problemas atuais.....	Pág. 38
4	Conclusão.....	Pág. 40
5	Referências Bibliográficas.....	Pág. 41

1. INTRODUÇÃO

Hoje, ninguém duvida, que o empreendedorismo exerce um papel relevante, quer pelos resultados dos estudos empíricos sobre a relação entre empreendedorismo e crescimento económico, que têm vindo a surgir a partir da última década do século XX, quer por fundamentos teóricos, ainda não exaustivos, que a partir dos anos oitenta passaram a conceptualizar, em termos económicos, o empreendedorismo.

O desenvolvimento económico, é o objetivo de qualquer país e o crescimento da economia encontra-se no centro da política económica e industrial. A capacidade de uma sociedade aumentar a riqueza e bem-estar ao longo do tempo, está criticamente relacionada com os vários aspetos socioeconómicos que vão influenciar o crescimento económico e impulsionar os ganhos de produtividade a médio e longo prazo.

No entanto, nem sempre o crescimento económico, o empreendedorismo social e o meio ambiente tem objetivos idênticos, a maioria das vezes quando um consegue alcançar os seus objetivos, significa que um dos outros não o conseguiu.

A crise financeira desencadeada em 2008, trouxe consigo imensos desafios que as organizações têm tentado ultrapassar com maior ou menor sucesso. O sector industrial não ficou imune a esta crise, tendo sofrido pressões de preço, margem e consequente imposição de contenção de custos à medida que produtores, distribuidores e consumidores finais alteravam os seus consumos e procuravam soluções para se adaptarem aos novos tempos.

Associado ao desafio de continuar a crescer em tempos de crise, a gestão de topo da organização sobre a qual incide este projeto, fez crescer nos seus colaboradores a necessidade de a munir de informação de gestão atempada e útil, ter resposta para, qual a real situação da organização face à sua direta concorrência, qual a performance do mercado, perspetivar e antecipar tendências futuras adaptando a sua estratégia ao direcionar os seus recursos para onde efetivamente possam fazer a diferença.

Apesar de toda a informação, torna-se importante realçar o impacto positivo que a reutilização de resíduos traz para a sociedade, assim como dar conhecimento a muitas empresas que provavelmente o desperdício derivado das suas indústrias, pode ter outra vida e até podem obter um lucro extra.

1.1. Objeto e objetivo

O objetivo desta dissertação é o de explorar e compreender a interação entre o empreendedorismo social, o crescimento económico e a reutilização de resíduos. A simplificação deste trabalho consiste em assumir o processo em quatro fases: enquadramento dos conceitos; análise da situação atual; identificar os problemas atuais; retirar conclusões ou indicar possíveis melhoramentos.

De uma forma mais pormenorizada a análise empírica desta dissertação fundamenta-se nas conceptualizações teóricas, que são importantes porque garantem a coerência das ideias que transmitem, e nos estudos empíricos já efetuados, dado que a relação estreita com a forma como são construídos os dados tornam os mecanismos envolvidos mais transparentes, pretendendo focalizar os seguintes aspetos:

- Explicar o fenómeno do empreendedorismo social e a sua relação com o crescimento económico;
- Analisar os principais fatores do processo de empreendedorismo social;
- Investigar o processo de crescimento económico, centrado na reutilização de resíduos;
- Refletir sobre as principais questões do processo de reutilização de resíduos e de que forma estes contribuem para o desempenho da economia nacional;
- Estudar o impacto que este processo de reutilização tem no meio ambiente e principalmente em Portugal;
- Registrar ideias que possam contribuir para avanços nos desempenhos da economia portuguesa, ancorando a nossa análise nos resultados do trabalho empírico que irá ser realizado.

2. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

2.1. Enquadramento

O empreendedorismo social procura responder a desafios sociais e ambientais através da investigação e experiência de aplicação de soluções inovadoras. Para alcançar este objetivo, um empreendedor social procura obter a maximização do capital social existente (isto é, maximizar as relações de confiança e respeito) em determinado projeto, de forma a garantir a realização de mais iniciativas, programas e ações que permitam a uma comunidade, cidade ou região se desenvolverem de maneira sustentável.

Esta nova vertente do empreendedorismo pretende essencialmente desenvolver, propor e aplicar medidas, que podem ser simultaneamente lucrativas e benéficas, tanto para a sociedade como para o meio ambiente.

Nos últimos tempos o reconhecimento do papel de algumas organizações na criação de valor social e no seu importante contributo para a melhoria do bem-estar das populações tem vindo a crescer. Podem-se apontar um conjunto de fatores que justificam a relevância atual do empreendedorismo social:

- Desenvolvimento económico globalizado.
- Crescimento dos problemas sociais.
- Crescente escassez de recursos
- Crescimento das organizações sem fins lucrativos e o seu atual papel nas diversas áreas de intervenção social.
- Necessidade de uma nova lógica de gestão para auto sustentabilidade das organizações sem fins lucrativos
- Ineficiência da ação governamental na resolução dos problemas sociais.

Poder-se-á então afirmar que o empreendedorismo social viabiliza a renovação da intervenção social, as oportunidades do mercado de trabalho, a criação de formas alternativas de produção económica, e, a participação social.

Assim, pode-se entender que este tipo de empreendedorismo promove ações que proporcionam o desenvolvimento sustentável da população, nomeadamente através, do acesso à educação, ao rendimento, à saúde, à cultura, contribuindo para a criação de condições mais igualitárias para todos.

2.1.1. Ideias chave sobre o conceito de empreendedorismo

Algumas ideias chave sobre o conceito de empreendedorismo continuam a ser válidas para o empreendedorismo social:

- “criação de valor” de Say;
- “agentes de inovação e mudança” de Schumpeter;
- “seguimento de uma oportunidade” de Drucker;
- “disponibilização de recursos” de Stevenson.

Contudo, apareceram na literatura novas abordagens sobre o tema do empreendedorismo social, as quais assumem um carácter mais independente relativamente às abordagens clássicas referidas.

2.1.2. Perspetivas sobre empreendedorismo social

Perspetivas	Autores
O empreendedorismo social em diversos contextos com incidência no domínio público	Lewis (1980); King e Roberts (1987)
Empreendedorismo social através de desenvolvimento de modelos comunitários, os quais apoiam pobres e grupos socialmente vulneráveis.	Cornwall (1998)
O empreendedorismo social diz respeito aos novos empreendimentos sem fins lucrativos e pode incluir também empreendimentos de negócios de propósitos sociais, tais como, bancos de desenvolvimento comunitário com fins lucrativos e organizações híbridas	Dees (1998)

Empreendedorismo social como a criação de estruturas, relações, instituições, organizações e práticas socioeconomicamente viáveis, que fornecem e mantêm benefícios sociais	Fowler (2000)
Empreendedorismo social envolve comportamentos empreendedores para fins sociais, em vez de fins económicos, ou alternativamente, o uso dos lucros gerados para beneficiar um determinado grupo desfavorecido	Hilbert e Hogg (2002)
Empreendedorismo social baseado na criação de modelos para satisfazer eficientemente necessidades humanas onde os mercados existentes falharam nesse compromisso	Seelos e Mair (2005)

O conceito de empreendedorismo social aglutina dois conceitos importantes, um diretamente associado às abordagens gerais do tema do empreendedorismo e outro relacionado com a dimensão social.

2.1.3. Conceitos inerentes ao empreendedorismo social

Conceito de empreendedorismo	Conceito de social
Enfoque no processo empreendedor como forma de diferenciação entre ações sociais e empreendedorismo social (Dees, 1988)	Depende de um conjunto de valores pessoais e culturais inerentes a cada indivíduo
Enfoque nos traços especiais, capacidades especiais de liderança, uma paixão para realizar a sua visão (Bornstein, 1998; Thompson, Alvy e Lees, 2000; Drayton, 2002)	O termo social está presente nas diversas definições mas associada a diferentes fenómenos ou fatores: mudança social (Prabhu, 1999), benefícios sociais, (Fowler, 2000), valor social, (Dees, 1998), capital social (Morse e Dudley, 2002) e problemas sociais que incentivam a atitude empreendedora (Waddock e Post, 1991)
Enfoque na personalidade do empreendedor social, no comportamento, processo envolvido ou na oportunidade social (Mair e Marti, 2006)	
Enfoque na criação de valor conjugando todas as perspetivas anteriores (Guclu <i>et al.</i> , 2002)	

Será também oportuno distinguir três aspetos chave que diferenciam as organizações tradicionais (comerciais) das organizações sociais:

1. A missão é diferente. Enquanto nas organizações tradicionais/comerciais a missão focaliza-se essencialmente no lucro, nas organizações sociais o enfoque é colocado na criação de valor.
2. Contudo, as organizações com fins lucrativos podem também ter uma forte preocupação na criação de valor social para além do lucro, e as organizações sem fins lucrativos também podem produzir lucro na procura de criação de valor social (Emerson e Twesky, 1996).
3. A medição do desempenho é diferente. Nas organizações tradicionais/comerciais o desempenho é predominantemente medido termos financeiros (lucro, crescimento de vendas), enquanto que, nas organizações sociais a medição do desempenho é menos padronizada e mais particular a cada organização, especifica conforme cada caso, dependendo da área de atuação da organização (na área da educação, no combate à pobreza ou na proteção ambiental). As organizações sociais devem identificar as suas próprias métricas não financeiras que são determinantes para a sua missão (Austin *et al.*, 2006).
4. A capacidade de mobilização de recursos é diferente (Austin *et al.*, 2006). As organizações tradicionais/comerciais têm uma grande capacidade de mobilizar recursos financeiros, e detêm uma clara vantagem sobre as organizações sociais devido à sua capacidade de gerar lucros (esta aliás a grande motivação dos *business angels* e outros investidores).

Outra vantagem relaciona-se com a mobilização dos recursos humanos. As organizações tradicionais/comerciais podem contratar recursos humanos com base no potencial retorno do seu desempenho.

Quando um individuo decide trabalhar para uma organização com fins lucrativos, ele espera ser recompensado pelo seu desempenho através de um salário, prémios, participação na ações e outros benefícios.

Assim, a diferença que existe entre o empreendedor social e o tradicional é fácil de identificar. Enquanto que o objetivo do empreendedor tradicional é apenas a maximização do lucro, estabelecendo para isso medidas e estratégias que geram um resultado financeiro positivo, o objetivo do empreendedor social é a utilização dos recursos disponíveis com o intuito de conseguir resultados positivos dentro de uma sociedade, estabelecendo medidas e estratégias que garantam um retorno social e ambiental.

Outra diferença fundamental a apontar é a propriedade das ideias que se experimentam. Enquanto o empreendedor tradicional não vai querer de maneira nenhuma que mais ninguém use a sua ideia, procurando desde logo registar uma patente para que não lucrem com algo que é seu e que desenvolveu. Todavia, ao adotar uma postura de um empreendedor social está logo à partida a abrir mão de tudo aquilo que é a ideia experimentadora, isto é, estará a criar ideias para o mundo, e pretende-se que fique feliz com o maior número de utilizações e apropriação ajustada das ideias que foi desenvolvendo. Em matéria de ideias, e no âmbito do empreendedorismo social, o objetivo principal é serem divulgadas para que sejam multiplicadas e aplicadas noutras cidades, regiões e países.

Ainda assim, desengane-se quem pensar que o empreendedorismo social não pode vir a dar lucro. Apesar de não ter como principal objetivo alcançar retorno financeiro, nada impede uma iniciativa deste tipo de ter fins lucrativos. Através do diferencial que pode existir entre o destino e a aplicação do dinheiro “angariado”, que deverá sempre servir para promover a qualidade de vida social, cultural, económica e ambiental sob a ótica da sustentabilidade, o empreendedor pode obter lucro, desde que proceda a uma boa gestão dos ativos. Em termos prático, para além das iniciativas já desenvolvidas que vão proliferando no mundo, começaram a desenvolver-se também grandes organizações internacionais, com o intuito de incentivar e apoiar empreendedores sociais e pessoas com ideias novas, que podem vir a gerar grandes mudanças na sociedade.

Fazem parte destes grupos os seguintes:

- “Ashoka” – Desenvolve e congrega uma rede mundial de intercâmbio de informações, colaboração e disseminação de projetos;
- “Kiva” – Promove e incentiva o investimento em micro e pequenos empresários de todo o mundo;
- “Artemísia” – Procura atrair e formar pessoas qualificadas para atuar na criação e desenvolvimento de modelos de negócio relacionados com o empreendedorismo social.

Estes grupos apoiam os empreendedores sociais na sua tarefa de identificação do que não está a funcionar e apoiando-os na resolução do problema.

O que é o Empreendedorismo Social segundo a ASHOKA

Os empreendedores sociais são indivíduos com soluções inovadoras para os problemas sociais mais prementes da sociedade. São ambiciosos e persistentes, enfrentando as grandes questões sociais e propondo novas ideias de mudança em larga escala.

Em vez de relegarem as necessidades da sociedade para os setores público ou privado, os empreendedores sociais identificam o que não está a funcionar e resolvem o problema mudando o sistema, disseminando a solução e persuadindo sociedades inteiras a seguir um novo rumo.

Os empreendedores sociais muitas vezes parecem estar possuídos pelas suas ideias, dedicando a vida a mudar a orientação do seu setor. São simultaneamente visionários e muito realistas, preocupando-se acima de tudo com a aplicação prática da sua visão.

Cada empreendedor social apresenta ideias simples, compreensíveis e éticas e tenta obter apoio generalizado a fim de maximizar o número de pessoas locais que irão apoiá-lo, adotar a sua ideia e implementá-la. Por outras palavras, cada empreendedor social é um recrutador em massa de changemakers locais - um modelo que demonstra que os cidadãos que canalizam a sua energia para a ação conseguem fazer praticamente tudo.

Fonte: <http://portugal.ashoka.org/o-que-%C3%A9-um-empreendedor-social>

2.2. O papel do empreendedor social

Existem diversos contributos que tentam clarificar o uso deste conceito. Grande parte dos autores considera o empreendedor social como fator fundamental para a definição de empreendedorismo social. Uma das primeiras abordagens foi proposta por Dees em 1998 e refere que os empreendedores sociais desempenham o papel de agentes de mudança no setor social: adotando a missão de criar e manter valor social e não apenas o valor privado, reconhecendo e perseguindo afincadamente novas oportunidades para servir a sua missão, envolvendo-se num processo de continua inovação, adaptação e aprendizagem, agindo audaciosamente sem se limitar pelos recursos que possui e exibindo um elevado sentido de responsabilidade para com os fins que a sua organização pretende atingir.

Os empreendedores sociais têm em conta os comportamentos específicos, nomeadamente valores de solidariedade entre pessoas e grupos sociais. Estes valores concretizam-se através da escolha dos bens e serviços a produzir e no recrutamento dos colaboradores tendo por missão as necessidades do público-alvo.

2.2.1. Perspetivas sobre o empreendedor social

Empreendedores sociais são os indivíduos que se apercebem onde existe uma oportunidade para satisfazer uma necessidade não correspondida, que o Estado não irá, ou não poderá satisfazer. Deste modo, juntam os recursos necessários (normalmente pessoas, muitas vezes voluntários, dinheiro e instalações) usando-os para "fazer a diferença" (Thompson, 2000).

Também Bygrave (1997) e Dees (1998) estudaram a figura do empreendedor social e tentaram compreender as características específicas destes empreendedores nos seus estudos.

Assim Bygrave (1997) identificou primeiramente 10 características associadas aos empreendedores em sentido lato que, posteriormente, foram adaptadas aos estudos sobre o empreendedor social de Dees (1998).

Estas características são apresentadas na literatura como os 10 D's do empreendedor social e descrevem-se seguidamente:

1. **Sonhadores (*Dreamers*)** – Os empreendedores sociais conseguem antever as oportunidades ou ameaças que envolvem não apenas eles próprios mas também as organizações e a comunidade onde se inserem e se relacionam.
2. **Decididos (*Decisiveness*)** – Os empreendedores sociais são indivíduos que não fogem das decisões, tomam-as rapidamente.
3. **Fazedores (*Doers*)** – Os empreendedores sociais para além de não terem receio de assumir decisões, têm facilidade em passar à ação, implementando rapidamente as ações que lhes permitem atingir os objetivos.
4. **Determinados (*Determination*)** – Os empreendedores sociais são indivíduos responsáveis, dotados de grande persistência e não desistem perante constrangimentos.
5. **Dedicados (*Dedication*)** – O empreendedor social tem uma capacidade de trabalho muito grande, detém uma motivação intrínseca muito elevada e uma capacidade de sacrifício e resiliência perante osso projetos que o levam a não desistir perante adversidades e desafios.
6. **Devotados (*Devotion*)** – O empreendedor social envolve-se em projetos ou negócios que são executados por ele com verdadeiro prazer, facilitando a atração de interesse e entusiasmo pelos mesmos.
7. **Minucioso (*Details*)** – O empreendedor social preocupa-se em controlar os detalhes de modo a garantir o sucesso do seu projeto ou negócio. No caso do empreendedor privado ou tradicional este controla os detalhes para minimizar os riscos e maximizar o lucro. O empreendedor social controla os detalhes essencialmente para minimizar os riscos.
8. **Não predestinados (*Destiny*)** – Os empreendedores preferem ditar o seu destino a estarem dependentes de outrem.

9. **Dinheiro (*Dollars*)** – O dinheiro não é uma prioridade motivacional para o empreendedor social. Apesar de ser um importante fator de sucesso do projeto ou negócio para o empreendedor privado ou tradicional, para o empreendedor social a grande recompensa não é o dinheiro para a resolução do problema social.

10. **Partilha (*Distribute*)** – Os empreendedores sociais partilham o controlo do projeto ou do negócio com os seus colaboradores e parceiros, compreendem que estes são partes interessadas de extrema relevância para o seu sucesso.

2.3. A importância das questões sociais para empresas com fins lucrativos

O desafio das questões sociais coloca-se também às empresas com fins lucrativos. Durante muito tempo as empresas identificavam de uma forma muito superficial os seus impactos, custos e riscos mais importantes, nomeadamente os relacionados com regulamentações, impostos, novas legislações, reclamações, etc. Contudo, a sociedade tem pressionado as empresas a uma consideração mais profunda sobre todo um conjunto de impactos indiretos, com custos elevado muito difíceis de serem medidos.

Assim, cada vez mais as empresas são pressionadas a ponderarem sobre os impactos relacionados, por exemplo, com a globalização, a discriminação, a destruição de camada do ozono ou a violação dos direitos humanos. Estes impactos difíceis de serem medidos são designados pelos economistas por externalidades¹. As empresas começam cada vez mais a compreenderem os benefícios económicos menos visíveis decorrentes da resolução de problemas complexos enfrentados pela sociedade.

¹ Custo ou benefício imposto a terceiro sem que haja uma compensação económica (Carvalho, 2014)

Na verdade, ao assumirem uma atitude responsável, preocupando-se com questões relacionadas com o ambiente, educação, saúde, combate à fome, discriminação e desenvolvimento económicos, as empresas desenvolvem um potencial de negócio extraordinário que pode representar ganhos de dezenas de bilhões de euros, entrando em novos mercados, atraindo novos clientes, introduzindo rápidas inovações e reduzindo consideravelmente os custos.

O valor económico da mudança social, onde investidores, clientes, consumidores ou empregados participam, originou o surgimento de um novo mercado, o mercado do capital social.

As questões sociais eram geralmente as últimas a serem ponderadas pelas empresas. De um modo geral, o foco ia primeiramente para os aspetos financeiros e para a criação de lucro. Aliás, as primeiras conceções de responsabilidade social, defendidas por Milton Friedman, defendiam precisamente que a única responsabilidade social das empresas era gerar lucro, dentro dos limites legais. Contudo, esta perspetiva tem vindo a alterar-se e as empresas começam a ter consciência que as questões sociais têm de ser consideradas devido aos impactos que acarretam.

A nova realidade económica alterou profundamente o papel dos negócios na sociedade, assim como o papel da sociedade nos negócios e atualmente, grande parte do sucesso das empresas depende da mudança social. A relação é fácil de compreender, por exemplo uma empresa não consegue atrair recursos humanos de excelência, talentosos e criativos sem que haja um investimento nas oportunidades educacionais dos jovens ou não pode criar fidelidade à sua marca se não criar laços sociais e emocionais com os seus clientes.

É uma nova economia que liga o valor económico ao valor social e as empresas para criarem valor económico têm cada vez mais de compreender a importância do mercado de capital social onde atuam.

Esta nova realidade não implica que as empresas tenham de sacrificar os seus lucros para serem responsáveis. Na verdade, uma vez que o mercado agora valoriza os impactos sociais, não existe necessidade das empresas serem altruístas, podendo ser a inovação social, uma estratégia de negócio.

As empresas de capital de risco investem em empresas de energias renováveis porque estas representam um bom negócio em termos de retorno do capital investido. O consumidor ao fazer escolhas mais ecológicas, por exemplo a compra de um carro híbrido, coloca na balança não somente critérios que naturalmente podem ter a ver com a preocupação pela preservação do ambiente, mas também, com a poupança que esta compra representa em termos de consumo de combustível, o mesmo acontece quando opta pela instalação de painéis solares na sua propriedade. Assim, quer as empresas, quer as pessoas são impelidas por todo um conjunto de motivos económicos que incentivam uma mudança social positiva.

Parece pois ser consensual o crescimento do mercado social. A ponderação simultânea dos aspetos económicos e sociais leva a que as empresas sejam obrigadas a repensar e a desenvolver novas formas de marketing, de inovação, de parcerias, de modelos de negócio, ou até mesmo de recrutamento. Assim, o mercado social tem algumas implicações práticas ao nível da estratégia corporativa. De acordo com Saul (2011) as próximas gerações de estratégias sociais corporativas devem ter conta os seguintes princípios:

1. Orientação para os resultados conciliando com uma boa reputação. Numa era de responsabilidade nos negócios, referir que somos responsáveis, não oferece qualquer diferenciação. Assim, a principal orientação da estratégia social corporativa já não deve ser a reputação mas os resultados.
2. Justificação económica. É normal que a empresa tenha expectativas de um retorno económico por fazer bem, por criar valor social. É legítimo que os gestores reclamem uma justificação económica para os investimentos sociais e para as suas estratégias sociais corporativas.
3. As estratégias sociais devem-se transformar em estratégias de negócios. O valor do mercado social e os impactos ambientais forçam as empresas a criarem modelos de comprometimento social que são concebidos para produzirem resultados económicos tangíveis.
4. A medição deve ser uma competência central. O mercado social não pode valer aquilo que não pode ser medido, a grande preocupação já não se prende apenas com a existência de relatórios e de mapas de controlo ou de

métricas adequadas mas sim de provar que quer o significado social quer o valor do negócio estão a ser criados.

Em conclusão, parece não suscitar dúvidas que o mercado social representa um verdadeiro desafio para as empresas, com um potencial de oportunidades enorme, impelindo-as a encontrarem novas formas de criar valor.

2.4. Empresas sociais e empreendedorismo social

Em Portugal aquilo que hoje se designa por Economia Social, em termos gerais, e Empreendedorismo Social, em particular, tem raízes profundas na história e na estrutura societária, atribuindo características particulares à forma como este tipo de iniciativa é encarado no nosso país.

A fundação da primeira Misericórdia portuguesa data do século XV, mais precisamente de 1498, com a criação da Santa Casa da Misericórdia pela Rainha D. Leonor. As Misericórdias tornaram-se instituições disseminadas por todo o território nacional, tendo sido durante séculos, até à criação do Serviço Nacional de Saúde, responsáveis pela prestação de grande parte dos serviços de saúde à população. As Misericórdias, que foram enquadradas numa qualificação jurídica nacional específica de Instituições Particulares de Solidariedade Social, foram alargando a sua esfera de atuação e incluindo outras atividades de assistência social (idosos, crianças, combate à exclusão e à pobreza), sendo inegavelmente uma parte muito relevante do que se designa por Economia Social em Portugal.

As mutualidades, de que se podem encontrar em Portugal, como também em outros países europeus, referências seculares e um conjunto mais recente de iniciativas resultantes da criação de cooperativas de apoio a pessoas portadoras de deficiência (CERCI – Cooperativas para a Educação e Reabilitação de Crianças Inadaptadas), completam, conjuntamente com as Misericórdias, aqueles que são, porventura, os exemplos mais visíveis da Economia Social no nosso país.

A Economia Social, podendo ser suportada por formas clássicas ou híbridas de financiamento e propriedade do capital (público e privado), distingue-se essencialmente pelos objetivos sociais da atividade, seja a oferta de bens e serviços públicos, seja a mobilização de recursos (em particular recursos humanos) que se possam considerar em situação de exclusão ou de vulnerabilidade social. Trata-se de colocar as capacidades e competências empreendedoras dos promotores ao serviço de um bem maior do que a mera obtenção de um lucro financeiro, procurando resultados que possam ser mais abrangentes, designadamente, em termos do valor social produzido.

Estas definições não excluem a possibilidade de as entidades da Economia Social produzirem um excedente financeiro na sua atividade. Pelo contrário, esse excedente é um resultado que pode ser muito interessante na medida em que assegure a sustentabilidade das iniciativas e das organizações. O que se considera é que, como regra, esse excedente não é distribuído aos investidores ou aos empreendedores, mas é retido na organização como forma de assegurar a sua sustentabilidade e eventualmente a promoção de novas iniciativas com objetivos semelhantes. Sendo abundante a produção académica, técnica e política sobre os temas do empreendedorismo, parece pacífico que o indivíduo empreendedor (que pode ser diferente do empresário) é alguém que mobiliza a capacidade própria ou alheia de inovar e de aproveitar oportunidades existentes no mercado, concebendo novas formas de produzir valor.

Qualquer iniciativa de empreendedorismo, aplicado em áreas que não sejam predatórias de recursos livres ou de bens públicos, desde que criando emprego, tem sempre um valor social que é mais lato do que o valor produzido do excedente financeiro. Quando a capacidade empreendedora se foca em atividades que visam explicitamente suprir falhas de mercado ou falhas de provisão pública com práticas de gestão não predatórias ou abusivas, em que os beneficiários (seja através da criação de emprego ou pelo usufruto dos novos bens e serviços produzidos) correspondam a indivíduos em situação de exclusão ou de vulnerabilidade social ou quando os excedentes e valor gerados não são distribuídos aos proprietários do capital das empresas, estaremos, em teoria, no domínio do que usualmente se designa por Economia Social.

A abundância de literatura existente tem gerado um número elevado de definições para os conceitos de economia social, empresa social e empreendedorismo social. A discussão começa pela própria definição do universo correspondente ao conceito de partida, seja a de setor não lucrativo, terceiro setor, terceiro sistema, economia solidária ou economia social.

De forma relativamente consensual, as iniciativas empresariais sociais e de Empreendedorismo Social distinguem-se das iniciativas semelhantes no sistema privado desde que²:

- Tenham o objetivo explícito de beneficiar a comunidade;
- Partam de uma iniciativa de um grupo de cidadãos;
- Baseiem o poder de decisão na organização e não na propriedade do capital;
- Possuam uma natureza participativa que envolva as pessoas afetadas pela atividade;
- Tenham uma distribuição de lucros limitada;
- Exista nelas uma atividade contínua de produção/venda de bens e/ou serviços;
- Possuam um elevado grau de autonomia de gestão;
- Exista um nível de risco económico significativo assumido pelos seus fundadores;
- Haja uma quantidade mínima de trabalho assalariado na organização.

No entanto, esta definição “europeia” possui demasiados elementos que a tornam redutora e limitadora face às iniciativas concretas existentes e, sobretudo no caso português, a afastam de institutos jurídicos importantes, que seria interessante, desde logo, manter na esfera de instrumentos de desenvolvimento do Empreendedorismo Social e da Economia Social. O caso eventualmente mais relevante será o do setor cooperativo em que o trabalho assalariado pode ser significativo e a decisão democrática está nas mãos dos detentores do capital cooperativo, mantendo-se, no entanto, os restantes traços que o caracterizam como parte integrante da Economia Social.

² Ferreira, Sílvia (2006), Empreendedorismo Social, profissionalização e emprego, Comunicação apresentada na Conferência “A Economia Social e a Promoção de Emprego”, promovida pelo Observatório do Emprego e da Formação Profissional, Lisboa, 16 de Novembro de 2006, pp. 2-3

Outra definição frequentemente utilizada é a de Dees³, segundo a qual “os empreendedores sociais desempenham o papel de agentes da mudança no setor social ao:

- Adotarem como missão criar e manter valor social (e não apenas valor privado);
- Reconhecerem e procurarem continuamente novas oportunidades para servir essa missão;
- Empenharem-se num processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem;
- Agirem com ousadia sem estarem limitados pelos recursos disponíveis no momento;
- Prestarem contas com transparência às clientelas que servem e em relação aos resultados obtidos.”

Este autor enfatiza de forma particular a dimensão do valor social e da missão de transformação social.

Uma formulação da atividade no âmbito da Economia Social que vai no mesmo sentido, ainda que seja mais exigente em termos de resultados, é a apresentada num trabalho de enorme interesse (na medida em que se discute o objeto, mas também, e de forma muito qualificada, o processo) desenvolvido por investigadores da Universidade de Stanford⁴. Estes partem da discussão do conjunto de atividades que podem estar envolvidas no domínio do que se poderia designar por missões sociais e avaliam-nas de acordo com a sua forma de intervenção (direta ou indireta) e dos resultados que são obtidos com essa intervenção (conforme provoquem ou não alterações relevantes no sistema económico e social).

³ Dees, J. Gregory, “Empreendedorismo Social” (2001)

⁴ Martin, Roger L. & Osberg, Sally (2007), “Social Entrepreneurship: The Case for Definition”, Stanford Social Innovation Review, Spring 2007, Stanford Graduate School of Business.

A natureza da intervenção direta ou indireta é facilmente explicada: distinguem-se as iniciativas que prestam ou disponibilizam (gratuitamente ou mediante pagamento) bens e serviços às populações alvo, criam empregos, tratando-se, em suma, de uma abordagem direta aos problemas. A intervenção indireta, por sua vez, refere-se a iniciativas que têm como função mais importante a chamada de atenção para os problemas e a proposição e defesa de soluções. São as chamadas funções de advocacia (no sentido etimológico do termo), dado serem ações que dão voz aos problemas e às pessoas por eles afetadas. Este universo inclui muitas associações de interesse ambiental, social, sindical e até mesmo político e ambas as atividades podem ter um efeito mais ou menos relevante na transformação das situações que visam resolver. Os autores analisam o fenómeno do empreendedorismo com base em formas de envolvimento social, discutindo o carácter disruptivo da inovação cuja filiação intelectual se atribui usualmente a Joseph Schumpeter.

A criação destruidora com que se vulgarizou a análise do empreendedor (aqui diferenciado pela primeira vez do empresário) determina que a transformação introduzida tenha uma repercussão no equilíbrio do mercado e não apenas uma melhoria relativa e incremental das condições em que este opera. No entanto, uma análise mais aprofundada da relação entre forma de intervenção e resultados leva a que seja formulada uma delimitação mais exigente, com base exatamente no que se pode considerar o valor social. Esta perspetiva do Empreendedorismo Social tem particular interesse na formulação de políticas, na medida em que começa a definir critérios exigentes para fixar os objetivos das iniciativas que venham a merecer apoio, no sentido em que esse apoio possa ter objetivos e modalidades mais ou menos abrangentes. Outra perspetiva de grande valor é apresentada por um grupo de investigadores da Harvard Business School para os quais o Empreendedorismo Social é entendido explicitamente como “uma atividade inovadora e geradora de valor social que pode ocorrer dentro ou entre os setores não lucrativo, privado ou público”. O fenómeno do empreendedorismo é observado pelos autores como:

- I. uma atividade de inovação na combinação de recursos, numa linha de filiação académica que considera o trabalho de Schumpeter num contexto mais lato (que parte de Jean Baptiste Say, o qual caracteriza a atividade do empreendedor como alocando os recursos a formas mais eficientes de produção);

- II. uma atividade que utiliza o conceito de oportunidade de Peter Drucker como resultante da mudança no contexto.

Para estes autores, a proposta de Valor Social está no centro do Empreendedorismo Social e resulta da forma como a oportunidade, as pessoas e os recursos (financeiros e materiais) são conjugados para o obter, tendo em conta várias dimensões da envolvente que influenciam de forma determinante a iniciativa: a demografia, a envolvente sociocultural, a envolvente macroeconómica, a regulação e a política fiscal. Trata-se de um quadro lógico muito pertinente e relevante na definição das variáveis de processo de alocação e funcionalização de recursos, em função da oportunidade identificada, que ajudará à definição de um modelo de operacionalização. Uma proposta de Empreendedorismo Social tem de saber posicionar-se nos dois quadros apresentados, quer no que diz respeito à natureza (direta ou indireta) e aos resultados (melhorias incrementais ou alterações de equilíbrios) da iniciativa, quer na forma como a sua proposta de Valor Social se posiciona em termos da definição do que se pretende e da mobilização dos recursos, assim como pela forma como se situa no contexto onde pretende intervir.

2.4.1 Situação Portuguesa

A 15 de março de 2013 foi aprovada por unanimidade na Assembleia da República a Lei de Bases da Economia Social que passará a reger a Economia Social em Portugal. Este facto permite ultrapassar muitos dos problemas que anteriormente se colocavam à definição de um quadro conceptual e operativo para o empreendedorismo e o emprego na Economia Social, já que vem definir o que pode ou não ser enquadrado neste universo, com um carácter obrigatório.

De acordo com o Artigo 4.º da Lei, são consideradas no ordenamento jurídico português entidades da Economia Social as seguintes:

- a) As cooperativas;
- b) As associações mutualistas;
- c) As misericórdias;
- d) As fundações;

- e) As instituições particulares de solidariedade social não abrangidas pelas alíneas anteriores;
- f) As associações com fins altruísticos que atuem no âmbito cultural, recreativo, do desporto e do desenvolvimento local;
- g) As entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogestionário, integrados nos termos da Constituição no setor cooperativo e social;
- h) Outras entidades dotadas de personalidade jurídica, que respeitem os princípios orientadores da Economia Social previstos no artigo 5.º da presente Lei e constem da base de dados do setor.

Ainda de acordo com a Lei de Bases, "entende-se por Economia Social o conjunto das atividades económico-sociais, livremente levadas a cabo pelas entidades referidas no Artigo 4.º da presente Lei" (Art.º 2.º, n.º 1) desde que prosseguindo os princípios orientadores definidos no Artigo 5.º: "As entidades da Economia Social são autónomas e atuam no âmbito das suas atividades, de acordo com os seguintes princípios orientadores:

- a) O primado das pessoas e dos objetivos sociais;
- b) A adesão e participação livre e voluntária;
- c) O controlo democrático dos respetivos órgãos pelos seus membros;
- d) A conciliação entre o interesse dos membros, utilizadores ou beneficiários e o interesse geral;
- e) O respeito pelos valores da solidariedade, da igualdade e da não discriminação, da coesão social, da justiça e da equidade, da transparência, da responsabilidade individual e social partilhada e da subsidiariedade;
- f) A gestão autónoma e independente das autoridades públicas e de quaisquer outras entidades exteriores à Economia Social;
- g) A afetação dos excedentes à prossecução dos fins das entidades da Economia Social de acordo com o interesse geral, sem prejuízo do respeito pela especificidade da distribuição dos excedentes, própria da natureza e do substrato de cada entidade da Economia Social, constitucionalmente consagrada."

Esta conceção, proposta pelo Observatório da Economia Social em Portugal (OESP), corresponde à consideração na Economia Social de dois subsetores principais:

- I. O subsetor “mercado” ou empresarial, que engloba as cooperativas, as mutualidades, entidades sem fins lucrativos que produzem bens e serviços para o mercado e empresas sem fins lucrativos como as empresas de inserção e
- II. O subsetor de “não mercado”, composto por associações, fundações e entidades voluntárias de ação social, cujos produtos ou serviços têm uma utilidade social e são distribuídos maioritariamente de forma gratuita ou a preços economicamente pouco significativos.

Todas estas organizações identificam-se por um conjunto de princípios comuns ⁵:

- I. Finalidade de prestação de serviços aos membros ou à coletividade, sendo o lucro secundário;
- II. Autonomia de gestão;
- III. Controle democrático pelos membros e
- IV. Primazia das pessoas e do objeto social sobre o capital, na distribuição dos excedentes.

A Conta Satélite da Economia Social, cujos resultados relativos a 2010 foram apresentados em 2013 pelo INE, permite utilizar dados com rigor estatístico. Esta Conta classifica as organizações de acordo com duas nomenclaturas, ambas consistentes com as classificações europeias e das organizações internacionais.

No entanto, a Conta não está regionalizada, na medida em que se trata de um projeto-piloto em resultado de uma parceria entre o INE e a CASES - Cooperativa António Sérgio para a Economia Social, que tem a sua competência de atuação limitada ao Continente.

⁵ Parente, Cristina (Coord.), Costa, Daniel; Santos, Mónica e Amador, Cláudia (2013), “Empreendedorismo social: dos conceitos às escolas de fundamentação. As configurações de um conceito em construção”, relatório produzido no âmbito do Projeto Empreendedorismo Social em Portugal: As políticas, as organizações e as práticas de educação/formação (PTDC/CS-SOC/100186/2008).

As organizações da Economia Social são classificadas em cinco grupos de entidades, segundo a sua natureza jurídica:

- I. Cooperativas;
- II. Mutualidades;
- III. Misericórdias;
- IV. Fundações e
- V. Associações e outras organizações da Economia Social. Esta nomenclatura cruza com a tipificação das entidades pertencentes à Economia Social, de acordo com a Lei de Bases.

O último dos grupos engloba:

- As instituições particulares de solidariedade social não abrangidas pelas alíneas anteriores (i.e. que não são Misericórdias);
- As associações com fins altruísticos que atuem no âmbito cultural, recreativo, do desporto e do desenvolvimento local;
- As entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogestionário, integrados nos termos da Constituição no setor cooperativo e social;
- Outras entidades dotadas de personalidade jurídica, que respeitem os princípios orientadores da Economia Social previstos (artigo 5.º da Lei) e constem da Base de Dados da Economia Social.

Estas instituições são ainda classificadas de acordo com a Classificação das Atividades das Organizações da Economia Social que se desenvolve pela seguinte ordem:

1. Agricultura, silvicultura e pescas
2. Atividades de produção e transformação
3. Comércio, consumo e serviços
4. Desenvolvimento, habitação e ambiente
5. Atividades financeiras
6. Ensino e investigação
7. Saúde e bem-estar
8. Serviços de ação e solidariedade social
9. Cultura, desporto e recreio/lazer

10. Cultos e congregações
11. Organizações profissionais, sindicais e políticas
12. Não especificadas

2.4.2. Comparações Internacionais

Um estudo recente realizado pela Universidade Johns Hopkins, que mantém uma espécie de Observatório das atividades sem fins lucrativos num conjunto de países que aderiram de forma voluntária, apresenta alguns dados importantes, embora o conceito de base para a recolha de informação seja diferente do que temos considerado como atividades da economia e do Empreendedorismo Social.

Este estudo inclui Portugal entre os 16 países considerados. A definição de Instituições Não Lucrativas (INL), de acordo com o Manual sobre estas instituições no Sistema de Contas Nacionais da Organização das Nações Unidas, considera as seguintes entidades-tipo:

- Organizadas [institucionalizadas de alguma forma];
- Privadas [institucionalmente separadas do Estado];
- Não Distribuidoras de Lucros [impedidas de distribuir lucros aos seus proprietários ou dirigentes];
- Auto Governadas [capazes de controlar as suas próprias atividades e cessar operações pela sua própria autoridade]; e
- Voluntárias [participação não compulsiva e envolvendo algum nível relevante de participação voluntária].

2.5. Empreendedorismo Privado, Responsabilidade social empresarial e Empreendedorismo Social

Empreendedorismo privado	Responsabilidade social empresarial	Empreendedorismo social
Produz bens e serviços para o mercado	Produz bens e serviços para si e para a comunidade	Produz bens e serviços para a comunidade, local e global
Tem o foco no mercado	Tem o foco no mercado e atende à comunidade conforme a sua missão	Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade
A sua medida de desempenho é o lucro	A sua medida de desempenho é o retorno aos envolvidos no processo (<i>stakeholders</i>) ⁶	A sua medida de desempenho é o impacto e a transformação social
Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	Visa agregar valor estratégico ao negócio e atender expectativas do mercado e da perceção da sociedade consumidora	Visa resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las e gerar capital social, inclusão e emancipação social

Em suma, as diversas abordagens permitem identificar um conjunto de diferenças entre empreendedorismo e empreendedorismo social, ou entre empreendedor tradicional e empreendedor social. Entre as diferenças encontradas será de se sublinhar a capacidade de criação de valor social e de encontrar soluções, de identificar oportunidades e agir sobre elas para a resolução de problemas sociais, principalmente em comunidades mais vulneráveis e onde o Estado por diversos motivos não consegue ser eficaz.

⁶ Um *stakeholder* é uma pessoa, grupo, organização, membro ou sistema que afeta ou é afetado pelas ações de uma organização (Costa, 2013)

2.6. Exemplos históricos de empreendedores sociais líderes

Alguns exemplos de históricos empreendedores sociais líderes apresentados pela ASHOKA:

- **Susan B. Anthony (EUA):** Lutou pelos Direitos das Mulheres nos Estados Unidos, incluindo o direito de controlar os bens, e ajudou a liderar o processo de aprovação da 19ª emenda.
- **Vinoba Bhave (Índia):** Fundador e líder do Land Gift Movement (Movimento de Doação de Terras, levou à redistribuição de mais de 17.300.000 hectares de terra para ajudar os intocáveis e os sem-terra da Índia.
- **Dra. Maria Montessori (Itália):** Desenvolveu o método de educação infantil Montessori.
- **Florence Nightingale (Reino Unido):** Fundadora da enfermagem moderna, criou a primeira escola de enfermagem e lutou para melhorar as condições hospitalares.
- **Margaret Sanger (EUA):** Fundadora da Planned Parenthood Federation of America (Federação Americana do Planeamento Familiar) dirigiu o movimento em prol do planeamento familiar em todo o mundo.
- **John Muir (EUA):** Defensor da natureza e conservador, fundou o Sistema Nacional de Parques e ajudou a fundar o Sierra Club.
- **Jean Monnet (França):** Responsável pela reconstrução da economia francesa após a Segunda Guerra Mundial, incluindo a criação da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (CECA). A CECA e o Mercado Comum Europeu foram precursores diretos da União Europeia.

Fonte: <http://portugal.ashoka.org/o-que-%C3%A9-um-empreendedor-social>

3. ESTUDO DE CASO APLICADO A REUTILIZAÇÃO DE RESÍDUOS

3.1. Enquadramento

Reutilizar é um verbo que diz respeito ao acto de voltar a usar algo. Neste sentido, o termo pode ser usado como sinónimo de reciclar (que consiste em submeter um produto ou um material a um determinado processo para que se possa voltar a utilizar). Ao voltarmos a usar bens ou produtos (isto é, reutilizá-los), estamos a ajudar o planeta. Aquilo que já não se usa mais acaba por ir parar ao balde de lixo (ou contentor), incrementando o nível de resíduos. Por outro lado, quando deitamos algo fora, estamos a incentivar a produção de um novo produto para sua substituição, o que pode aumentar as emissões contaminantes.

Assim, a reciclagem consiste na reintrodução do produto no sistema produtivo, dando origem a um produto diferente do inicial, mas com características similares ao do produto original, ou seja, serve apenas de matéria prima.

A reutilização por si só não resolve os problemas relacionados com os resíduos, mas dá um contributo enorme na sua gestão, por aproveitar matéria prima, que de outra forma seria acondicionada em aterro ou queimada, e, por outro lado, diminui a necessidade de nova exploração de recursos naturais que seriam necessários para a produção de bens e produtos.

Quando se trata um problema de controlo de resíduos é necessário que essa abordagem siga uma hierarquia:

- I. Em primeiro lugar é necessário verificar se não será possível evitar a produção do resíduo, por exemplo utilizando produtos fabricados de forma diferente, ou prolongando o tempo de vida útil do produto.

- II. Em segundo lugar é necessário verificar se não é possível encontrar uma nova utilidade para esse produto, e que grande parte das suas propriedades ainda possam ser rentabilizadas, por exemplo no caso de um pneu que seja recauchutado; grande parte dos materiais usados para o seu fabrico e toda a tecnologia vão ser aproveitados, apenas se acrescenta à borracha gasta durante o seu primeiro ciclo de vida.
- III. Finalmente quando não é possível aproveitar grande parte do valor do produto podemos tentar a terceira alternativa, ou seja aproveitar a matéria prima que o constitui, em alguns casos para fabricar produtos idênticos, como no caso do uso de sucatas de aço para produzir perfis e chapas com características similares ao do produto original. Neste caso estamos perante uma operação que atualmente se denomina reciclagem.

Os três princípios constituem a conhecida sigla dos 3 Rs:

Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Dada a grande perda de trabalho e tecnologia incorporada na maioria dos produtos quando passamos da segunda para a terceira opção, importa aqui questionar-nos se os esforços necessários à implementação das duas primeiras hipóteses estão a ser encarados de igual forma.

Em relação à sigla dos 3Rs, só para o terceiro R existem políticas concretas, planos e incentivos. Para a concretização do princípio da redução e do princípio da reutilização pouco mais se tem feito do que uma vaga campanha moral, com efeitos muito reduzidos. Apesar de se verificarem alterações no comportamento da população, estando cada vez mais consciencializados, ainda existe um longo percurso a fazer.

Quando encontramos num pacote de plástico de iogurte o símbolo com as setas apontando para um percurso circular, sugerindo um regresso ao princípio, imaginamos que os materiais que constituem a embalagem podem ser reaproveitados para fazer uma nova embalagem, idêntica à anterior.

Contudo, para isso seria necessário em primeiro lugar que o consumidor colocasse essa embalagem num recipiente de recolha reservado aos plásticos; em segundo lugar seria necessário que a empresa de reciclagem separasse este tipo de embalagem de outras, por exemplo das garrafas de refrigerantes: existem cinco tipos principais de termoplásticos que têm de ser separados para permitir uma reciclagem em boas condições técnicas. Em terceiro lugar seria necessário remover toda a sujidade. Apesar destes cuidados, o polímero reprocessado não serviria para fazer uma embalagem idêntica, mas sim para produzir um objecto com menores exigências, por exemplo um vaso ou um cabide.

O facto do plástico reciclado não servir para fazer uma nova embalagem idêntica à anterior, significa que novas matérias primas vão ser obtidas a partir do petróleo, ou seja polímero novo, para alimentar esta indústria de produção crescente.

Em Portugal, em 1980, os resíduos de embalagens de vidro, papel, cartão e plásticos representavam cerca de 20% do conteúdo dos resíduos urbanos. No início da década de 90 os mesmos materiais representavam já cerca de 45% do lixo doméstico. Este crescimento enorme verifica-se também noutros países, nomeadamente nos EUA. O aumento da produção de resíduos cresceu igualmente para outros tipos de materiais.

A atividade de reciclagem, embora útil, não resolve portanto o problema da nossa sociedade de consumo: muitos dos materiais reciclados não substituem as matérias primas virgens necessárias ao fabrico de novos produtos, nem mesmo das simples embalagens descartáveis, que exigem um elevado nível de qualidade das matérias primas. Contudo, as campanhas de reciclagem têm tido um papel pedagógico atraindo a atenção das populações para o assunto. Ao apelar à triagem dos resíduos deu-se um primeiro passo para iniciar um processo de consciencialização da sociedade, que tem de ser continuado subindo na hierarquia prevista pela legislação comunitária.

3.2. Reutilização em Portugal

No ano de 2000 e o termo "reciclagem" era ainda desconhecido pela esmagadora maioria da população portuguesa. Três anos depois, em 2003, ainda apenas 38% das pessoas faziam a recolha seletiva das embalagens usadas em Portugal, uma percentagem que disparou para 60% em 2007 e, mais recentemente, para 71% em 2015.

Após a colocação das embalagens nos respetivos contentores do Eco ponto ou num Ecocentro, os resíduos são recolhidos em camiões próprios e levados para um centro de triagem. No centro de triagem seleciona-se os materiais que vão ser matéria-prima da indústria recicladora. Para se fazer essa triagem, o centro possui diversos equipamentos que facilitam o processamento dos resíduos, podendo de centro para centro haver variações no tipo de equipamento utilizado.

Conforme o tipo de resíduo a ser triado, é necessário um processo mais ou menos complexo, de forma a anular a passagem de contaminantes para o encaminhamento para reciclagem.

No caso do papel e cartão, como os fardos são mistos e a quantidade de contaminantes é baixa, não se justifica uma triagem muito exaustiva, pelo que só são retirados, manualmente, os contaminantes de grandes dimensões, normalmente sacos de plástico.

O vidro também tem uma baixa quantidade de contaminantes, fazendo-se a expedição do material sem necessidade de triagem, em muitos casos.

O fluxo das embalagens é o que exige um maior esforço de triagem, por ser aquele em que os contaminantes são em maior quantidade, e pelo facto de o eco ponto amarelo contemplar vários tipos de materiais. Os materiais que se separam no fluxo das embalagens são os seguintes:

- PET e PEAD (tipos de plástico)
- PET óleo (garrafa de óleo alimentar)
- filme (sacos de plástico)
- plásticos mistos (categoria que inclui os plásticos que não se enquadram nos tipos de plásticos anteriormente referidos)
- ECAL (pacotes de bebida)

- embalagens de ferrosos (ferro e aço)
- embalagens de não ferrosos (alumínio)

No caso dos plásticos existem dois tipos principais de reciclagem:

- **Reciclagem Mecânica:** Conversão dos resíduos plásticos em pequenos grãos que podem ser reutilizados na produção de outros produtos com especificações menos exigentes. Genericamente, os resíduos plásticos ao serem reciclados mecanicamente, passam por um conjunto de etapas como sejam a trituração, lavagem, secagem, aglomeração, extrusão e granulação. A reciclagem mecânica de plásticos é um processo bastante difundido. A qualidade do produto final, porém, está bastante condicionada pela qualidade do produto a reciclar (matéria-prima secundária), ou seja, da qualidade dos resíduos encaminhados para reciclagem pelos sistemas de recolha seletiva.
- **Reciclagem Química:** é o processo pelo qual as grandes cadeias poliméricas são "partidas". Através desta técnica podem produzir-se outros produtos químicos, como o gás de síntese, para fazer novos polímeros iguais ao polímero original (feedstock recycling) ou mesmo novos plásticos que podem ser ou não iguais ao original. A reciclagem química permite, nalguns processos, uma separação por tipos de plástico menos rigorosa. Porém, e até hoje, os processos de reciclagem química encontram-se ainda numa fase de investigação, pelo que não estão suficientemente desenvolvidos, existindo contudo, no estrangeiro, já algumas unidades a operar.

Com plásticos reciclados podem ser fabricados inúmeros artigos, que são usados diariamente por todos nós. No quadro abaixo apresentam-se alguns exemplos:

Tipo de plástico	Objetos para reciclagem	Produtos obtidos
PE	Garrafas, filmes (sacos, filmes de grupagem)	Sacos, tubos, embalagens de detergentes.
PET	Garrafas	Fibras para peças de vestuário, fibras para enchimento, garrafas
pp	Garrafas, sacos de rafia, caixas	Caixas e vasos para plantas, tubos de escoamento

PS	Embalagens de iogurtes sólidos	vasos para plantas, cabides,
EPS	Esferovite	Betão leve, aligeiramento de solos
PVC	Tubos, caixilharia de janelas, garrafas	Tubos, caixilharia de janelas, perfis, solas de sapatos
Plásticos mistos	Embalagens de manteiga e margarina, copos de iogurte sólido, pacotes de massas e arroz	Mobiliário urbano

No caso dos metais, estes são dos materiais com maior potencial de reciclagem. As suas características permitem uma reutilização quase ilimitada podendo, com tecnologias mais ou menos complexas, obter material com características semelhantes, ou chegando mesmo a materiais mais nobres.

Existem 2 grupos de metais facilmente distinguíveis entre si: ferrosos e não ferrosos.

- Nos metais ferrosos temos ligas de ferro com as mais variadas composições, sendo este o tipo de metal que surge com maior frequência.
- Nos metais não ferrosos temos todas as restantes ligas metálicas como o zinco, cobre, alumínio, latão, bronze, etc.

Os metais reciclados podem ser utilizados para a produção dos mais diversos objetos e componentes: bicicletas, trotinetas, bicos de fogão, peças de automóvel, etc.

3.2.1 Sociedade Ponto Verde

Desde 1996 a Sociedade Ponto Verde, é uma entidade privada sem fins lucrativos, tem como missão crucial promover a recolha seletiva, a retoma e a reciclagem de embalagens em Portugal. A Gestão de Resíduos, na Sociedade Ponto Verde, assenta em dois modelos de gestão: um para os Resíduos Urbanos de Embalagens e outro para os Resíduos Não Urbanos de Embalagens.

No caso dos Resíduos Urbanos de Embalagens, a Sociedade Ponto Verde estabelece parcerias com os Sistemas Municipais (SGRU) e/ou suas Empresas concessionárias, que efetuam a recolha seletiva e triagem dos resíduos de embalagens separados pelo cidadão/consumidor na sua área de intervenção.

Os Resíduos Urbanos de Embalagens encaminhados para reciclagem podem ter quatro origens distintas: a Recolha Seletiva, Pré-Tratamento de Instalações de Tratamento Mecânico ou Mecânico e Biológico de resíduos urbanos, a Incineração e o fluxo de resíduos indiferenciados (este último, no caso da reciclagem orgânica de resíduos de embalagens como o cartão e a madeira). Os resíduos de embalagens provenientes da recolha seletiva são obtidos através da recolha por ecopontos, porta-a-porta e/ou ecocentros e contam com a participação do cidadão/consumidor para garantir o seu sucesso.

No caso dos resíduos provenientes da recolha seletiva, estes são geridos através da intervenção direta da Sociedade Ponto Verde no mercado destes resíduos, recebendo os SGRU, por cada tonelada de material de resíduo de embalagens o Valor de Contrapartida correspondente. No caso das outras duas origens, os resíduos de embalagens são provenientes da recolha indiferenciada, designando-se por isso como fluxos complementares à recolha seletiva.

⇒ **Valor de contrapartida:** O Valor de Contrapartida corresponde à compensação financeira devida aos SGRU, pelo custo acrescido da recolha seletiva, contrapartida essa definida pelo Ministério da Economia e pelo Ministério do Ambiente e Ordenamento do Território, com base num modelo de cálculo que assenta na eficiência/desempenho dos sistemas e no seu potencial de capitação, com a promoção da eficiência pela incorporação de vários patamares de diferenciação de capitações de retoma e que se aplicam de forma diferenciada por tipo de material de resíduos de embalagens urbanos.

3.2.1.1. Empresas retomadoras

Desde 1998, data em que foi efetuado o primeiro pedido de retoma, que a Sociedade Ponto Verde estabelece parcerias (concretizadas em relações contratuais no âmbito da atual licença), com empresas retomadoras, com vista ao encaminhamento para reciclagem dos diversos materiais de resíduos de embalagens recolhidos e triados pelos SGRU. A evolução do estado de licenciamento destas empresas, que garantem o adequado encaminhamento para reciclagem dos resíduos de embalagem geridos pela SPV, tem sido notória ao longo destes anos.

Salienta-se, nesta perspetiva, o papel que a SPV desempenha na garantia de encaminhamento para reciclagem de materiais tais como o EPS (vulgo esferovite), Madeira e Plásticos Mistos, para os quais não existe ainda um mercado de reciclagem que valorize adequadamente estes resíduos, motivo pelo qual o Valor de Retoma (valor pago pela SPV aos retomadores pelo material retomado) se mantém negativo desde 1998 no caso do EPS, e Madeira desde 2008.

No caso dos Plásticos Mistos, datas em que se iniciaram as retomas destes materiais de embalagem. Há ainda a destacar o facto da SPV ao tornar-se, em 2008, a primeira entidade gestora a utilizar uma plataforma eletrónica para realização dos concursos online, para retoma para valorização por reciclagem dos resíduos de embalagens dos materiais geridos. No que diz respeito ao procedimento adotado para garantia de licenciamento dos retomadores adequado às operações de gestão de resíduos, a SPV manteve implementado, até Setembro de 2015, um sistema de Pré-Qualificação. Este sistema definia que as entidades que pretendessem participar nos concursos promovidos pela Sociedade Ponto Verde, para a prestação de serviços que assegurassem a retoma e a valorização por reciclagem dos resíduos de embalagens geridos por esta entidade gestora, devessem pré-qualificar-se primeiramente junto da SPV.

A 31-12-2015 encontravam-se pré-qualificadas pela SPV 76 empresas, das quais 67 autorizadas pela APA, algumas das quais para vários materiais e para mais que uma instalação, cuja distribuição se apresenta da seguinte forma:

- Vidro: 5 Retomadores pré-qualificados pela SPV e autorizados pela APA;
- Papel/Cartão: 28 Retomadores pré-qualificados pela SPV e 16 autorizados pela APA;

- ECAL (Embalagens de cartão para alimentares líquidos): 15 Retomadores pré-qualificados pela SPV e 7 autorizados pela APA;
- Plástico: 24 Retomadores pré-qualificados pela SPV e 19 autorizados pela APA;
- Metal: 25 Retomadores pré-qualificados pela SPV e 14 autorizados pela APA;
- Madeira: 6 Retomadores pré-qualificados pela SPV e autorizados pela APA.

Após a publicação do Despacho n.º 7110/2015 apenas as empresas autorizadas puderam participar nos concursos promovidos pela SPV.

⇒ **Valor de retoma:** O Valor de Retoma é o valor auferido pela Sociedade Ponto Verde pela venda dos resíduos aos retomadores que participam nos processos concursais para a retoma dos mesmos. O Valor de Retoma aplica-se apenas aos resíduos enviados para reciclagem através de pedido de retoma e que se encontrem de acordo com as especificações técnicas para o efeito, como sejam os resíduos oriundos de recolha seletiva ou escórias ferrosas e não ferrosas. O Valor de Retoma está associado aos mercados dos materiais sendo que nalguns casos pode assumir valores negativos. Quando o Valor de Retoma é negativo, a Sociedade Ponto Verde paga ao retomador para proceder à retoma dos resíduos.

No ano de 2015 foram retomadas as seguintes quantidades de material para reciclagem:

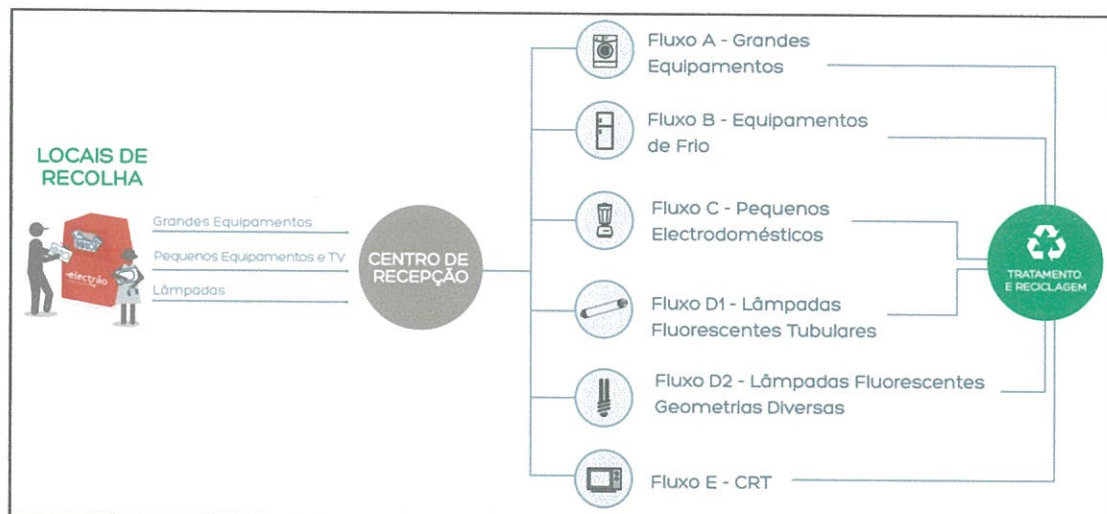
- **Vidro:** foram retomadas 160.813 toneladas provenientes da recolha seletiva.
- **Papel e Cartão:** foram retomadas 83.718 toneladas de Papel/Cartão e 7.919 toneladas de ECAL, provenientes da recolha seletiva.
- **Plástico:** foram retomadas 54.536 toneladas de Plástico da recolha seletiva, sendo que 36% destas retomas são referentes aos materiais PEAD e Filme Plástico. Os Plásticos Mistos representaram cerca de 41% do total de material plástico retomado em 2015, mais 2 p.p. que em 2014, sendo uma vez mais o material plástico que mais contribuiu para o aumento das quantidades relativamente ao ano anterior.

- **Aço:** foram retomadas 16.466 toneladas de Aço, das quais 48% são relativas a Escórias Ferrosas.
- **Alumínio:** O total de retomas do material Alumínio foi de 974 toneladas, sendo que 36% são referentes a Escórias não Ferrosas. Em 2015 houve um acréscimo de 74 toneladas nas quantidades totais de alumínio retomadas face a 2014.
- **Madeira:** foram retomadas 4.537 toneladas de resíduos de embalagens de madeira.

3.2.2. AMB3E

Com o crescente desenvolvimento tecnológico e com os desafios da vida moderna estamos cada vez mais dependentes de todo o tipo de equipamentos. Vivemos numa era electrónica.

Os REEE são resíduos de equipamentos eléctricos e electrónicos, ou seja são todos os seus equipamentos avariados ou que já não quer, que chegam assim ao final da sua vida útil (RPA são as pilhas e os acumuladores que deixaram de funcionar). Os REEE são separados pelas categorias representadas na seguinte imagem:



Fonte: <http://www.amb3e.pt/reciclar/reee/>

Se estes resíduos forem encaminhados para aterro ou se não forem convenientemente tratados, os efeitos a curto e a médio prazo serão devastadores: poluição de solos, de recursos hídricos e do ar. O cádmio presente na bateria do telemóvel é suficiente para poluir 600 mil litros de água. Os componentes presentes nos equipamentos de frio, se libertados para a atmosfera tem efeitos nocivos e irreversíveis ao nível da camada de ozono, com repercussões no aquecimento global e nas alterações climáticas.

A reciclagem dos REEE e RPA, permite a recuperação de materiais que poderão ser posteriormente reutilizados na produção de novos equipamentos e bens. O que resulta na redução do consumo de matérias-primas e, conseqüentemente, da utilização de recursos naturais, muito dos quais finitos e já em grande escassez. Facto que poderá hipotecar a produção futura.

Prevê-se que as reservas de índio, fundamentais à produção de telas LCD, terminem dentro de 7 anos. A reciclagem é, nesse sentido, a garantia para o futuro.

3.3. Comparações com outros países

A reciclagem de embalagens de plástico na Europa atingiu 6,3 milhões de toneladas em 2014, que correspondem a 39,5% do total de resíduos de embalagens gerados nesse ano. A taxa de reciclagem ficou assim bem acima da meta de 22,5% estabelecida na diretiva de embalagens. Segundo as estatísticas elaboradas pela EPRO – a Associação Europeia de Organizações de Reciclagem e Valorização de Plásticos, os destinos finais da embalagens de plásticos repartiram-se da seguinte forma:

Reciclagem:	39,5%
Valorização Energética:	38,5%
Aterro:	22,0%

A taxa de reciclagem aumentou de 34,7% em 2012 para 39,5% em 2014. À exceção de Malta, todos os países da Europa ficaram acima da meta de 22,5% e 24 países (incluindo Portugal) ficaram acima de 30%. As maiores taxas de reciclagem foram registadas na República Checa (52,1%), Alemanha, Eslovénia, Suécia e Irlanda.

Cerca de 64% dos resíduos pós-consumo de embalagens de plástico são gerados nas residências e os restantes 36% são gerados no comércio e indústria. A taxa de reciclagem no fluxo comércio/indústria foi em 2015 de 42,8% (37,6% em 2012), enquanto no setor doméstico passou de 33% (2012) para 37,7%.

Alguns países recolhem todos os tipos de embalagens de plástico numa fração separada ou conjuntamente com outras embalagens leves: Alemanha, Finlândia, Islândia, Itália, Noruega, Portugal, Espanha e Suécia. Noutros países, como a Áustria e o Reino Unido, parte das regiões recolhe todos os plásticos, quanto outras regiões recolhem apenas as embalagens rígidas. A Alemanha, a Finlândia, a Islândia, a Noruega e a Suécia têm sistemas de depósito para a maior parte das garrafas de plástico. A Bélgica, a França e a Suíça apenas recolhem embalagens rígidas mas a França já iniciou a recolha de embalagens flexíveis.

Os países que melhor cuidam dos seus recursos naturais, investem em energias renováveis e garantem qualidade de vida à população. Estes países foram conhecidos, em Davos (Suíça), quando foi lançado o Environmental Performance Index (EPI), ranking bienal elaborado por uma equipe de especialistas das universidades americanas de Yale e Columbia.

A mais recente edição do levantamento classificou 180 países com base em 20 indicadores distribuídos por 9 categorias: critérios de saúde ambiental; poluição do ar; recursos hídricos; biodiversidade e habitat; recursos naturais; florestas; energia e clima, entre outros. Cada categoria possui pesos diferentes.

A Finlândia lidera o ranking, com 90.68 pontos. Portugal encontra-se muito bem posicionado, ocupando assim o sétimo lugar com 88.63 pontos.

3.4. Problemas atuais

Portugal está longe das metas de reciclagem para 2020, ficando nos 29% quando o objetivo é 50%. A conclusão consta no relatório "Resíduos Urbanos 2014", que indica que Portugal continua sem conseguir os resultados esperados, apesar dos esforços.

O documento, disponível no site da Agência Portuguesa do Ambiente (APA), revela que, "embora nos últimos anos tenha sido feito um esforço considerável na modernização dos equipamentos de triagem e no reforço das redes de recolha seletiva, o país está longe de alcançar os objetivos de reciclagem para 2020".

Para os técnicos da APA, "será este talvez o maior dos desafios do novo PERSU 2020", o Plano Estratégico para os Resíduos Urbanos.

As metas para Portugal, nesta área, são fixadas em diretiva europeia e apontam para 2020 um aumento mínimo de 50% em peso, relativamente à preparação para reutilização e reciclagem do lixo, incluindo papel, cartão, plástico, vidro, metal, madeira e materiais biodegradáveis.

O crescimento na reciclagem deverá ser obtido "através de uma aposta forte na recolha seletiva", e com maior eficiência na triagem e recuperação de recicláveis em unidades de Tratamento Mecânico e Biológico (TMB).

A APA reconhece que foi feito um esforço significativo para aumentar o número de infraestruturas de recolha seletiva, como ecopontos e ecocentros, o que "não teve reflexos proporcionais nas quantidades" obtidas. É igualmente necessário reduzir o lixo produzido, para chegar aos 10%, em 2020.

Mais de metade do lixo produzido (53,3%) é biodegradável e 73% é reciclável, a maior parte com possibilidade de valorização, justificando, segundo a APA, o investimento em medidas para a sua recuperação.

Outra tarefa a cumprir refere-se à deposição de resíduos biodegradáveis em aterro, que deve descer até 35%, em 2020 (face a 1995). Portugal caminhava nessa direção, de 88%, em 2008, a 53%, em 2013.

A pegada ecológica é a estimativa do impacto do modo de vida humano sobre o planeta, que traduz em hectares a área, em média, que uma pessoa ou uma sociedade necessita para responder às suas exigências diárias, como comer, vestir, trabalhar.

De acordo com o Relatório do Planeta Vivo 2016, da WWF (World Wide Found for Nature), a pegada ecológica portuguesa situava-se, em 2012, o ano mais recente estudado, em 3,9 hectares globais por pessoa, o correspondente a 2,2 planetas, enquanto, em 2010, era de 4,5 hectares globais por pessoa, o equivalente a 2,6 planetas.

A Quercus, Associação Nacional de Conservação da Natureza, anunciou os 7 pecados ambientais com que Portugal se depara. Identificados como pecados de insustentabilidade, estes são os principais problemas relacionados com o ambiente que Portugal apresenta:

1. O Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável caiu no esquecimento
2. A remodelação ao financiamento das autarquias não é o correto
3. Portugal consome cada vez mais energia
4. Excesso de tráfico em circulação
5. Portugal desperdiça por ano 3 100 000 000 000 litros de água
6. A Conservação da Natureza ainda não passou à parte prática
7. Reciclagem ainda longe dos hábitos portugueses

Fonte: <http://ambiente.kazulo.pt/7300/quercus-enumera-7-pecados-ambientais-de-portugal-no-dia-da-terra.htm>

4. Conclusão

O progresso e a inovação estão constantemente no pensamento do empreendedor, no entanto, como verificamos ao longo desta dissertação o empreendedor social vai mais além. O empreendedor social agrega todas as características do comum empreendedor, contudo a sua principal preocupação é gerar uma mudança positiva para a comunidade, independentemente de as suas ações gerarem lucro ou serem meras associações sem fins lucrativos.

Devemos reconhecer que Portugal tem feito um esforço para conseguir atingir os objectivos implementados pela Europa, e que as campanhas de sensibilização têm ajudado a aumentar a percentagem de recolha e reciclagem dos resíduos.

No entanto, Portugal tem ainda um longo caminho a percorrer, para cumprir os objectivos impostos até 2020, para isso terá de implementar mais medidas que façam com que por exemplo a percentagem de portugueses que faz a separação dos resíduos aumente, que sejam implementadas medidas concretas para a redução e reutilização de resíduos.

Referências bibliográficas

- CARDOSO, Gabriel. (2015). *Mude, você, o mundo*. Lura Editorial
- CARVALHO, Luisa; COSTA, Teresa. (2015). *Empreendedorismo: uma visão global e integradora*. Edições Sílabos
- DEES, J. Gregory (2001) "The Meaning of "Social entrepreneurship"" (versão revista e reformulada 30 de maio de 2001), <http://www.uc.pt/feuc/ceces/ficheiros/dees>
- DRUCKER, Peter F. *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo, Livraria Pioneira. Editora, 1986.
- FERREIRA, Sílvia (2006), "Empreendedorismo Social, profissionalização e emprego", Comunicação apresentada na Conferência: A Economia Social e a Promoção de Emprego
- MARTIN, Roger L.; Osberg, Sally (2007), *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, Stanford Social Innovation Review, Stanford Graduate School of Business, Spring
- MARTINS, José. (2010). *Gestão do Conhecimento*. Edições Sílabo
- MONTEBELLO, Michel. *Criação de valor para o cliente*. Monitor
- PARENTE, Cristina (coord), Costa Daniel; Santos Mónica e AMADOR, Cláudia, (2012), *Empreendedorismo Social: dos Conceitos às Escolas de Fundamentação. As Configurações de um Conceito em Construção*
- WANE, Raky. (2011). *A Gestão do Conhecimento como Alavanca para a Inovação: Uma perspectiva integrada*. ISEG.
- YUNUS, Muhammad. (2010). *Criando um negócio social*. Elsevier Académico
- <http://www.seagency.org/>
- <http://www.mies.pt/index.php/pt/>
- <http://saldopositivo.cgd.pt/empresas/quer-ser-um-empreendedor-social-use-estas-cinco-ferramentas/>

<http://www.florestalrecicla.com/>

<http://www.amb3e.pt/>

<http://www.portugal.gov.pt/pt/os-ministerios/ministerio-do-ambiente-ordenamento-do-territorio-e-energia.aspx>

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

<http://www.ambigroup.com/>

<http://portugal.ashoka.org/o-que-%C3%A9-um-empreendedor-social>

<http://ambiente.kazulo.pt/7300/quercus-enumera-7-pecados-ambientais-de-portugal-no-dia-da-terra.htm>