

Conceptualização de uma Plataforma Digital
para doação de bens às I.P.S.S.

Carolina dos Santos Fialho

Trabalho de projeto submetido como requisito parcial
para obtenção do grau de mestre em publicidade e marketing

Trabalho orientado pelo Doutor Ricardo Barradas,
Professor Adjunto Convidado

Outubro, 2017

Resumo

A dispersão geográfica das Instituições Particulares de Solidariedade Social (I.P.S.S.) por todo o país e a grande concentração de população no litoral e nas grandes cidades, fazem com que os esforços para colmatar as necessidades da comunidade local em zonas mais remotas por vezes não sejam suficientes.

A Internet tem a capacidade de encurtar distâncias e aproximar pessoas fisicamente distantes e, neste caso, terá o papel de descentralizar as doações, direcionando-as para as zonas mais necessitadas.

O presente trabalho tem o objetivo de enquadrar um projeto de solidariedade social na realidade portuguesa com o objetivo de apresentar uma plataforma que vai servir de meio de comunicação entre as I.P.S.S. e as pessoas interessadas em doar.

A sociedade portuguesa tem uma grande tradição de envolvimento em causas sociais - como é o exemplo do Banco Alimentar Contra a Fome, quer da ótica dos voluntários, quer da ótica dos doadores. Existe uma consciência social e cívica que pode fazer este projeto ter sucesso.

O Good Match pretende ser uma plataforma independente do Estado e que vem funcionar como uma rede de I.P.S.S. que vai facilitar a dinâmica de doações à distância no contexto nacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo Social, Plataforma Online, Instituições Particulares de Solidariedade Social, Doações.

Abstract

The geographical dispersion of the Social Solidarity Private Institutions (I.P.S.S.) amongst the whole country and the population's high concentration in the coastal areas and big cities, affect the efforts addressed to the ones in need in local communities that happen to exist in more remote areas are sometimes not sufficient. Remote areas are often the more in need.

Internet has capability to shorten distances and bring people, who are physically separated, closer, and will have the role of decentralize the donations to the neediest areas.

This work has the aim to fit a social solidarity project in the portuguese reality with the goal of presenting a platform that will be the communication mean that will connect I.P.S.S. and people who are interested in donating.

Portuguese society has a sharpen tradition of engagement on social causes - for example, the Food Bank, whether it is on the volunteers perspective, whether it is by the donors' perspective. There's a social and civil conscience that might make this project achieve success.

Good Match intends to be an estate independent platform and it will work as a Social Solidarity Private Institutions network that will facilitate the donations' dynamic from a distance in the national context.

Keywords: Social Entrepreneurship, Online Platform, Social Solidarity Private Institutions, Donations.

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

ÍNDICE DE CONTEÚDOS	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS E TABELAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
1. Introdução.....	12
2. Enquadramento teórico do trabalho de projeto	16
2.1. História da Economia Social em Portugal	16
2.1.1. Real Casa Maria Pia.....	16
2.1.2. Associações de Artes e Ofícios	17
2.1.3. Legislar as I.P.S.S.....	18
2.2. Economia Social	18
2.3. Empreendedorismo	19
2.4. Empreendedorismo Social	21
2.4.1. Criação e manutenção do valor social.....	22
2.4.2. Reconhecer e procurar novas oportunidades.....	22
2.4.3. Adaptar e inovar.....	23
2.4.4. Ver para além dos recursos existentes.....	23
2.4.5. Transparência com a comunidade.....	23
2.5. Escolas do Empreendedorismo Social.....	23
2.5.1. Escola da Geração de Receitas	23
2.5.2. Escola da Inovação Social.....	24
2.5.3. Escola Britânica	25
2.5.4. Escola do Surgimento das Empresas Sociais na Europa	25
2.6. Empreendedorismo social em Portugal: casos portugueses	26
2.6.1. Fruta Feia.....	26

2.6.2. Rés-do-Chão.....	26
2.6.3. Imagin'OPorto.....	26
2.6.4. Ivima.....	26
2.7. Internet: ligar ou desligar.....	27
2.8. E-business vs E-commerce.....	28
2.8.1. Vantagens do e-Business.....	28
2.9. Conclusão.....	28
3. Caracterização do Mercado.....	30
3.1. Princípios orientadores da Economia Social.....	30
3.2. Grupos da Economia Social em Portugal.....	30
3.3. Papel da Economia Social na Economia Nacional.....	31
3.4. Financiamento da Economia Social em Portugal.....	31
3.5. O papel das I.P.S.S. na Economia Social.....	32
3.6. Sustentabilidade económico-financeira.....	32
3.7. Meios de Sustentabilidade das I.P.S.S.....	33
3.7.1. Isenção de impostos e Outros Encargos.....	33
3.8. A Carência Social em Portugal.....	34
3.9. I.P.S.S. per capita.....	35
3.10. Conclusão.....	35
4. Investigação de suporte ao projeto.....	37
4.1. Objetivos das Investigação.....	37
4.2. Metodologia de elaboração do estudo.....	37
4.2.1. Universo e Amostra.....	37
4.3. Resultados do Inquérito.....	38
4.3.1. Principais fontes de financiamento das I.P.S.S.....	39
4.3.2. Principais dificuldades Financeiras das I.P.S.S.....	40
4.4. Discussão de Resultados.....	41

5. Proposta e Desenvolvimento do Projeto	43
5.1. Apresentação do Conceito do Projeto	43
5.2. Contextualização de oportunidades e dos objetivos a atingir	43
5.3. Público-Alvo	44
5.4. Análise SWOT	44
5.5. Análise PEST	46
5.6. Análise Micro: as cinco forças de Porter	47
5.6.1. Rivalidade entre concorrentes	47
5.6.2. Poder de negociação dos clientes	47
5.6.3. Ameaça de entrada de novos clientes	47
5.6.4. Poder de negociação dos fornecedores	47
5.6.5. Ameaça de produtos substitutos	47
5.6.6. Conclusão	48
5.7. Visão, Missão, Valores e Promessa	48
5.7.1. Missão	48
5.7.2. Valores	48
5.7.3. Promessa	49
5.8. Estratégia de Comunicação	49
5.8.1. Relações Públicas	49
5.8.1.1. PR STUNT	49
5.8.1.2. Influenciadores	49
5.8.2. Anúncios pagos	49
6. Proposta de Estrutura do Projeto	51
6.1. Naming	51
6.2. Sítio na Web	51
6.3. Logotipo	51
6.4. Descritivo	51

6.5. Assinatura.....	52
6.6. Tom.....	52
6.7. Posicionamento.....	52
6.8. Mapa da Plataforma.....	53
6.9. Layouts do Site.....	54
7. Conclusão	57
Referências Bibliográficas	59