

Empreendedorismo *versus* empreendedorismo social

Atualmente, existe claro consenso de que no empreendedorismo social a criação de valor social, e não a criação de lucro, é o objetivo primordial



Óscar Afonso

A crónica de hoje, na sequência das últimas duas, visa discutir os conceitos de empreendedorismo (comercial) e empreendedorismo social. O primeiro dos conceitos releva o conjunto de capacidades detidas por um empreendedor, incluindo a tendência para assumir riscos e um desejo de criar riqueza. Os empreendedores, enquanto incentivadores e inovadores, melhoraram a capacidade produtiva e os empreendedores sociais fazem o mesmo para a mudança social, desenvolvendo novas combinações de pessoas e recursos que melhoram a capacidade da sociedade para resolver problemas. Os empreendedores sociais criam valor público, procuram novas oportunidades, inovam e adaptam-se, agem de forma audaz e apresentam um forte sentido de responsabilidade. O empreendedorismo social amplia assim a definição de empreendedorismo ao pôr ênfase na integridade ética e na maximização do valor social ao invés de valor privado ou lucro.

O empreendedorismo social é então mais desafiante por lidar com problemas para os quais não tem havido soluções de mercado. O empreendedorismo social tende a surgir quando as forças de mercados comerciais não atendem às necessidades sociais, e visa, em primeiro lugar, a criação de valor social e não a obtenção de ganhos privados. Os empreendedores sociais, sem o fascínio pelo retorno, estão mais capacitados para enfrentar dificuldades quanto à mobilização de recursos financeiros, sendo necessário a obtenção de fontes de financiamento que estejam orientadas para criação de valor social, e quanto à mobilização de recursos humanos, recorrendo a voluntários e funcionários mais interessados na criação de valor social do que em

riqueza económica privada.

Até aos anos 90, os empreendedores sociais eram denominados visionários, agentes humanitários, altruístas, reformistas, santos ou simplesmente de ótimos líderes. Atualmente, existe claro consenso de que no empreendedorismo social a criação de valor social, e não a criação de lucro, é o objetivo primordial. A criação de valor social consistirá em fazer face a desafios sociais de forma eficaz, através da criatividade e da inovação. Para tal é obviamente indispensável a criação de valor económico, de forma a acautelar a sustentabilidade da iniciativa e a autossuficiência financeira.

O empreendedorismo social materializa-se em organizações de não mercado (setor social) e organizações de mercado (cooperativas e mutualidades) e centra-se na figura da empresa social, distinguindo-se três dimensões – a económica e empreendedora; a social; e a governança participativa – de que falarei na próxima crónica.