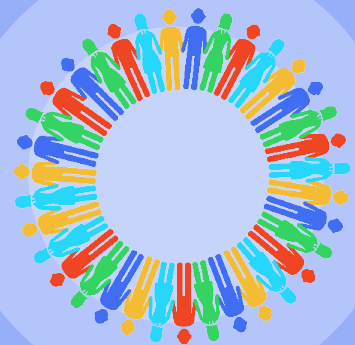




Erasmus+



Welcomeship

Building Inclusive Communities Through
Community-based Entrepreneurship

KIT DE APRENDIZAGEM MANUAL



ÍNDICE

MÓDULO 1. ABRIR MENTES E PORTAS

1. CONSTRUIR A EQUIPA
2. IDENTIDADE E CULTURA
3. PROMOVER DIVERSIDADE E JUSTIÇA SOCIAL
4. INCLUSÃO E DIÁLOGO INTERCULTURAL
5. DESENVOLVIMENTO E ESPÍRITO DE COMUNIDADE

MÓDULO 2. EMPREENDEDORISMO & A COMUNIDADE

1. DEFINIÇÃO E TIPOS DE EMPREENDEDORISMO
2. EMPREENDEDORISMO BASEADO NA COMUNIDADE
3. MODELOS E EMPREENDEDORES NA SOCIEDADE / NA TUA COMUNIDADE
4. EU O/A EMPREENDEDOR/A: AS MINHAS PAIXÕES E TALENTOS
5. ANÁLISE DA COMUNIDADE
6. EMPREENDEDORISMO E INCLUSÃO

MÓDULO 3. DESENVOLVIMENTO DE IDEIA

1. FAZER AS PERGUNTAS CERTAS
3. IDENTIFICAR NECESSIDADES E PROBLEMAS A

RESOLVER

4. DESENVOLVIMENTO DA IDEIA
5. PROTOTIPAGEM

MÓDULO 4. O MERCADO: DA IDEIA PARA O NEGÓCIO

1. PROPOSTA DE VALOR E MODELO (SOCIAL) DE NEGÓCIO
2. ARRANQUE LEAN E PRODUTO VIÁVEL MÍNIMO
3. MARKETING E COMUNICAÇÕES
4. FINANÇAS
5. ENCONTRAR RECURSOS
6. TRABALHAR A REDE E PARCERIAS

MÓDULO 5. LANÇAMENTO & ESCALA

1. COMPETÊNCIAS DE APRESENTAÇÃO E DE EXPOSIÇÃO
2. AVALIANDO RISCOS
3. GESTÃO E TRABALHO DE EQUIPA
4. COMO ESCREVER UM PLANO DE NEGÓCIO
5. ESTRUTURAS LEGAIS
6. FAZER A ESCALA

Módulo

1.

“Precisamos dar espaço uns aos outros para crescermos, para sermos nós próprios, para exercitarmos a nossa diversidade. Precisamos dar espaço uns aos outros para que possamos dar e receber coisas tão bonitas tais como ideias, abertura, dignidade, alegria, cura e inclusão.” — Max de Pree

Abrir Mentes e Portas



“A exclusão é sempre perigosa. A inclusão é a única segurança se é para termos um mundo pacífico.” — Pearl S. Buck

*“Precisamos dar espaço uns aos outros para crescermos, para sermos nós próprios, para exercitarmos a nossa diversidade. Precisamos dar espaço uns aos outros para que possamos dar e receber coisas tão bonitas tais como ideias, abertura, dignidade, alegria, cura e inclusão.”
— Max de Pree*

Curta Descrição

O objetivo geral do projeto Welcomeship é criar comunidades inclusivas através de empreendedorismo baseado na comunidade. Acreditamos que a colaboração entre jovens de diferentes origens p. ex., jovens migrantes, refugiados e jovens locais, a aprenderem, pensarem, sonharem, planearem e implementarem ideias em conjunto, seja uma maneira que contribui para a inclusão e mudança social positiva. Neste sentido, o processo de aprendizagem individual está ligado à colaboração com outros jovens e com o processo de aprendizagem da comunidade. A colaboração bem-sucedida começa com construir uma identidade de grupo e confiança entre os membros, concordando nas regras e princípios comuns, e aprendendo acerca da proveniência, identidade e cultura uns dos outros para estabelecer um diálogo que resulte.

O Módulo 1 do curso Welcomeship está focado em “Abrir Mentes & Portas” por essa razão. A importância de construir uma equipa, identidade e diálogo intercultural, assim como os benefícios e desafios da diversidade e potencial da comunidade para ideias empreendedoras com base na comunidade, serão abordadas neste módulo e permanecerão os tópicos de alicerce ao longo de todo o curso, e quando avançarmos para as ferramentas e técnicas de empreendedorismo do Módulo 2 até ao 5.

Aprender Objectivos

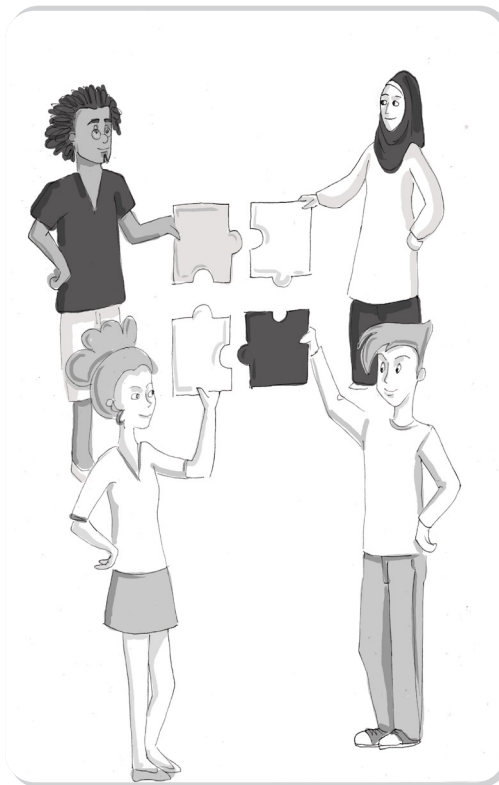
- Conhecerem-se uns aos outros e construir um grupo
- Entender como as identidades e culturas são construídas e expressadas
- Aprender os princípios de diálogo como uma forma de escutar, partilhar e encontrar um consenso
- Aprender acerca dos principais termos no trabalho de inclusão tais como discriminação, preconceito, estereótipos, tolerância, etc.
- Tornar-se consciente de como promover diversidade e justiça social como forma de construir comunidades inclusivas
- Compreender o conceito de comunidade, interdependência local e global, dinâmicas de poder e de tomadas de decisão, e o valor das redes

1. Construir a equipa

As atividades para formar uma equipa são maneiras simples de fazer falar e de se ouvirem uns aos outros, de se conhecerem uns aos outros, e preparar-vos para trabalhar numa equipa. Também é a forma de reconhecer a diversidade das pessoas no grupo e adquirir conhecimento e compreensão sobre o historial de cada um e de descortinar como avançar juntos.

As atividades para construir uma equipa são uma forma agradável de iniciar o processo de formar um grupo, quer se trate de uma formação de três dias ou um curso de um ano. São exemplos disso os desbloqueadores de conversa e energizadores. Podes fazer estas atividades por diferentes razões e a qualquer momento: para fazer um aquecimento ou para relaxar enquanto grupo, após o almoço para fazer com que o grupo entre novamente na mentalidade do encontro, para apresentar a parte seguinte da formação, ou para enfrentar um desafio que a tua equipa (junta ou dividida em grupos mais pequenos) tenha de ultrapassar ou abordar.

As atividades de criar uma equipa são adaptáveis ao teu grupo e situação. Ao considerar



uma atividade, certifica-te que conheces os pormenores do teu grupo, tais como idade, historial cultural e foco da formação. Certifica-te de que fazes uma atividade que permite que todos os membros participem. Os desbloqueadores de conversa e as atividades de criar uma equipa são adequados para pessoas de todas as idades; não existe qualquer ideia de que se é

“demasiado velho” para isto. Muitas pessoas, assim que se apercebem que é possível relaxar ou divertir-se, irão apreciar a experiência de “serem capazes de se libertarem” e aprenderem com os outros desta forma. Os métodos utilizados neste Kit de Aprendizagem são atividades destinadas a promover a aprendizagem não formal e a trabalharem juntos como um grupo. Todas as atividades no módulo 1 podem ser consideradas como atividades de criação de equipas, que servem o objetivo geral de inclusão e valorização da diversidade. Podes decidir selecionar uma atividade específica de diversidade para ajudar a esclarecer problemas que possas querer discutir, potenciais problemas que outras pessoas possam enfrentar, ou como um reciclador para te ajudar a regressar ao bom caminho enquanto grupo. Toda a gente deveria poder sentir-se querida e valorizada durante o encontro, portanto certifique-se de que concorda com as regras básicas antes de conduzir qualquer atividade, incluindo desbloqueadores de conversa.

Regras e princípios para trabalhar num grupo diversificado

- Usar linguagem inclusiva para criar e manter a atmosfera inclusiva: usar linguagem na primeira pessoa (p. ex., uma criança refugiada vs. uma criança com estatuto de refugiado), evitar usar rótulos (p. ex., aquele tipo Muçulmano) e comparações normativas (p. ex., pessoas normais vs. pessoas com deficiência, comedores normais vs. pessoas com restrições alimentares, maioria sexual vs. minoria sexual etc.). Os rótulos são debilitantes e fazem com que as pessoas se concentrem mais na diferença.
- Reconhecer positivamente as diferenças – encontrar formas de celebrar e incluir as diferenças sempre que for apropriado e possível
- Promover abertura e honestidade no diálogo
- Promover comportamento sem julgar e respeito pela diversidade
- Rejeitar a discriminação e violência de acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos
- Encorajar toda a gente a apoiar-se mutuamente para participar no curso de forma plena. Também, juntos, refletir sobre as barreiras e sobre como os participantes irão ultrapassá-las
- Comprometer-se a discordar agradavelmente
- Manter-se fiel a defender os princípios acordados. Isto dará força aos participantes que possam estar a sentir-se incapazes de participar totalmente e encorajá-los a partilharem também as suas preocupações. Se existirem participantes dominantes, discuta a questão com eles em privado
- Considerar de antemão quaisquer questões possíveis, por exemplo em torno de género, língua ou participantes de um grupo minoritário, ou caso existam participantes que tenham quaisquer necessidades específicas de acesso, especialmente para pessoas com deficiências que deveriam ser tidas em consideração com antecedência.

2. Identidade e cultura

Esta secção destina-se a ajudar a compreender como as identidades e culturas se formam e são expressadas, e como estão interligadas as culturas. Irás desenvolver uma consciencialização acerca de outras culturas, aprender a valorizar diferentes perspetivas e desafiar as tuas suposições.

Para que consigamos entender como as identidades e culturas se formam, são expressadas, se alteram e estão interligadas, temos de ganhar consciência acerca daquilo que é a nossa própria identidade e cultura, e como são expressadas.

A identidade é a nossa consciência do eu. É constituída pelas crenças, valores e interesses que te definem como um indivíduo. A nossa identidade social inclui raça, religião, língua, papéis em função do género e culturas com as quais nos identificamos, numa sociedade mais ampla. Alguns elementos da nossa identidade são visíveis, outros são invisíveis, e alguns nós (ou outras pessoas) optamos por não revelar. Deveríamos ter cuidado ao fazermos suposições sobre indivíduos baseados naquilo que vemos. Cada um de nós tem identidades sociais múltiplas: um aluno, um filho, um irmão, um músico, um cozinheiro, um amante de cães, um Muçulmano e um iraquiano. Em certas fases da vida, as nossas identidades podem mudar ou ser expandidas por novos papéis que assumimos p. ex., enquanto esposa/esposo, pai/mãe, líder de uma comunidade, ou um ativista ambiental.

Algumas influências criam tensões caso ocorram ao mesmo tempo e entram em conflito umas com as outras. Por exemplo, pode ser influenciado por valores familiares tradicionais tanto quanto é afetado pela cultura popular global.

Determinados grupos sociais p. ex., políticos, a comunicação social, a igreja, ou hoje em dia os vloggers e influenciadores, afetam a forma como nos vemos a nós próprios e aos outros.

Um facto importante é que a nossa perceção de “alteridade” ou a identidade dos outros tem um impacto no nível de igualdade e justiça na sociedade. As nossas suposições sobre se as mulheres têm menos capacidade que os homens ou se as pessoas LGBTQ merecem menos direitos pode ter um impacto legal e consequências a longo prazo com os quais eles terão que lidar.

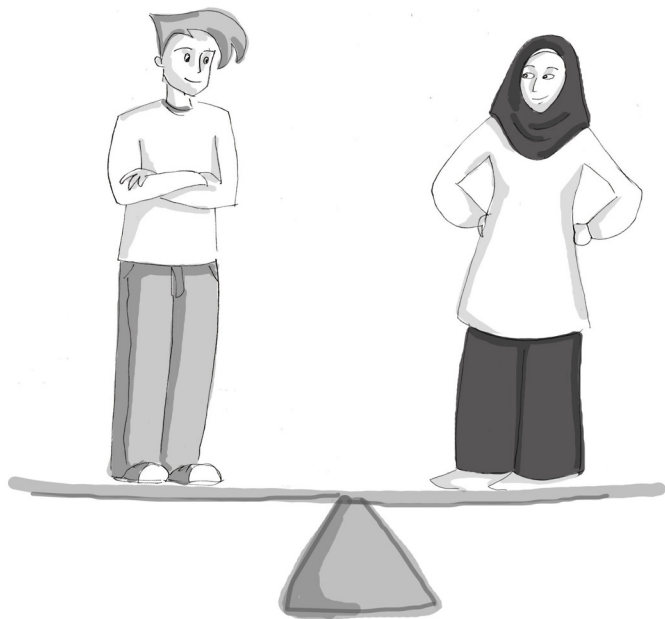
A forma como compreendemos e valorizamos a nossa própria identidade e a identidade dos outros determina as nossas escolhas. Um sentido firme acerca da nossa própria identidade pode tornar-se numa fonte de conflito e de justificação para a opressão de outros indivíduos e comunidades com diferentes identidades. Ao mesmo tempo, um melhor entendimento sobre a identidade dos outros dá-nos poder para entender as influências, opiniões, atitudes e necessidades de diferentes pessoas e culturas. Isto, por sua vez, ajuda-nos a desenvolver o pensamento crítico e as competências de investigação.

Enquanto que a identidade é pessoal e nem sempre uma consciência visível do eu; a cultura é um conjunto de valores, crenças, atitudes e comportamentos que são aprendidos e partilhados numa comunidade. A cultura é frequentemente visível e identificável através de comida, roupa, música e dança. A cultura também dá forma ao modo como a identidade é expressada ou vivida na nossa família ou comunidade, como uma expressão mais interna da nossa atitude em relação à vida. Por exemplo, na cultura Alemã, é comum as Igrejas Cristãs celebrarem a Konfirmation (o Crisma) para que os jovens adolescentes marquem a transição para a idade adulta, enquanto que em alguns países Africanos, para algumas culturas dentro desses países, a passagem para a idade adulta é celebrada através do casamento precoce.

A prática cultural comum ajuda as pessoas a compreenderem-se umas às outras e dá-lhes um sentido de proteção, pertença, orgulho e identidade. Ao mesmo tempo, poderá também criar expectativas de outras culturas viverem da mesma forma, com normas e medidas criadas caso os outros não sigam os mesmos princípios. Estas expectativas poderão mais tarde tornar-se fontes de julgamento ou preconceito. Se queremos contruir comunidades e sociedades inclusivas, temos de garantir que os residentes respeitam a identidade e cultura uns dos outros, e que as diferenças são apropriadas e possíveis.



3. Promover diversidade e justiça social



A diversidade tornou-se numa realidade do dia-a-dia nas nossas sociedades globalizadas. Bebemos café Italiano, vamos às compras em mercados Turcos, compramos roupas feitas na Índia e conduzimos carros Alemães. Contudo, será que valorizamos a diversidade tanto quanto vemos os seus benefícios, ou será que a negamos às vezes.

Diversidade significa na prática a experiência de trabalhar com diferentes grupos em termos de raça, formação académica, religião, etnia, deficiência e género. É diferente de trabalhar com um grupo heterogéneo que partilha uma identidade e cultura comum, e o desafio de inclusão é menor. Uma identidade partilhada ajuda-nos a sentir seguros e confiantes num grupo. À medida que a diversidade aumenta, podemos sentir-nos menos confiantes e mais

desligados do nosso ambiente social. Eventos por todo o mundo evidenciam que as pessoas reagem a isto de várias maneiras, quer defendendo vigorosamente as suas identidades “sob pressão”, quer dando valor às diferenças, construindo confiança e compreensão, e encontrando identidades partilhadas entre grupos diferentes. Por exemplo, o movimento Pegida promove uma identidade tradicional Alemã, enquanto rejeita e objeta as práticas Islâmicas e as pessoas Muçulmanas; em contraste, a União Europeia apoia intercâmbios transnacionais de jovens em curso que visam aprender sobre como reconhecer e corrigir estereótipos, como encontrar um meio termo e como trabalhar com diferenças dentro de uma equipa.

Para promover diversidade, temos de nos comprometer à mudança, à discussão honesta sobre influências negativas, tais como mal-entendidos culturais, estereótipos, preconceitos e práticas de exclusão, e usar a prova da boa prática e da inovação, tal como iniciativas de empreendedorismo baseadas na comunidade para pessoas com diferentes histórias.

A diversidade não é uma questão que tem de ser abordada somente na sala de aula. A diversidade é um princípio de justiça social, que juntamente com igualdade e um ambiente de apoio, garante aos indivíduos oportunidades iguais de riqueza, desenvolvimento pessoal e privilégio social. Tem sempre de ser cultivada, apoiada e reforçada. Compreender estes princípios e ser capaz de reconhecer as desigualdades fortalece o nosso sentido de justiça social, para que possamos aplicá-la no nosso ambiente. Se dermos créditos às similaridades e diferenças das pessoas e apoiarmos a sua participação, tornamo-nos líderes mais fortes.

Infelizmente, nem toda a gente é tratada igualmente. Enfrentamos as questões básicas de justiça no nosso dia-a-dia seja direta ou indiretamente através dos nossos amigos, familiares e colegas. Muitos grupos na nossa sociedade – minorias étnicas, mulheres ou pessoas com deficiência – são expostas a preconceitos, mitos e resolução de conflito através das suas relações com outros membros da sociedade. Através da discussão aberta e de atividades estruturadas, podemos explorar estas questões num ambiente seguro e criar consciencialização acerca do que é a diversidade, quais são os seus benefícios para a sociedade e porque as pessoas são contra isso .

As atividades nesta secção visam criar uma estrutura aberta e segura para observar diferenças, remover hierarquias culturais e fortalecer as nossas capacidades para desenvolver visões éticas informadas sobre questões complexas, incluindo preconceitos, discriminação, xenofobia, racismo, etc. Nos módulos seguintes, iremos analisar o empreendedorismo baseado na comunidade como uma das ferramentas para nos tornarmos proactivos e criarmos mais bens sociais na nossa comunidade.

4. Inclusão e diálogo intercultural



Nesta parte, aprenderás sobre os princípios do diálogo, as abordagens do diálogo e o uso do diálogo para a inclusão e ações baseadas na comunidade. Muitos grupos vulneráveis na sociedade não têm uma voz, logo construir um diálogo intercultural construtivo significa usar as técnicas de escutar e questionar para criar espaços que são inclusivos. O objetivo do curso Welcomeship é proporcionar esse espaço, onde os valores da tolerância, compreensão mútua e respeito são promovidos e realizados.

O diálogo é uma conversa na qual as pessoas aprendem e partilham umas com as outras. O diálogo é diferente de outras formas de conversa, tais como debate, discussão, advocacia, falar com alguém ou negociação. O objetivo do diálogo é compreender diferentes perspetivas e encontrar um consenso. Com sistemas globais e questões que têm impacto nas comunidades locais, tais como alterações climáticas, migração, etc., precisamos entrar em diálogo para as abordar eficazmente.

O diálogo concentra-se na aprendizagem. Faz com que se valorize diferentes perspetivas e contribui para uma sabedoria coletiva maior. A concentração na partilha constrói confiança mútua e empatia um pelo outro. Desta forma, não só vemos as ações e palavras, mas também as crenças e motivações por detrás delas. A aprendizagem e a partilha são os princípios da participação; é assim que construímos comunidades mais fortes e inclusivas. A condição prévia para qualquer diálogo bem-sucedido é um interesse genuíno na perspetiva de outra pessoa. No entanto, uma barreira a isto é a discriminação ou as desiguais posições sociais entre parceiros em diálogo, o que cria desvantagem.

Existem muitas competências que apoiam o diálogo, por exemplo, competências de ouvir e questionar, assim como métodos que organizam conversas de uma forma que maximiza a aprendizagem e a partilha. Estas são as competências que precisas enquanto líder, empreendedor/a ou ativista a trabalhar em qualquer nível da sociedade. Quando estás envolvido/a em diálogo, procura questionar as tuas suposições, acolher novas ideias, aumentar a tua empatia perante opiniões divergentes, compreender as barreiras que os outros enfrentam para a participação significativa, expandir e possivelmente mudar o ponto de vista de alguém, encontrar um consenso e manter o diálogo vivo. Algumas atividades e exercícios visam construir estas competências de forma prática.

5. Desenvolvimento e espírito de comunidade

Nesta parte, irás aprender acerca do conceito de comunidade, interdependência local e global, poder e tomada de decisão, assim como acerca do valor das redes e gerir conflitos em comunidades frágeis. Nos módulos seguintes, iremos falar sobre como o empreendedorismo baseado na comunidade pode ajudar com o desenvolvimento sustentável das comunidades. Irás aprender como fazer mapeamento de comunidade para descobrir mais acerca das necessidades e de como desenvolver ideias baseadas na comunidade.

Uma comunidade é um grupo de pessoas que partilha uma localidade geográfica e tem interesses em comum na qualidade e oportunidades dessa localidade. As comunidades também podem ser criadas por um conjunto de valores e interesses partilhados, por exemplo:

- emprego p. ex., associações profissionais, sindicatos, comunidades informais de prática
- religião e/ou fé partilhada
- pessoas da mesma origem étnica
- pessoas do mesmo sexo e/ou sexualidade
- interesse nas mesmas atividades de lazer p. ex., desporto, música
- a procura de causas específicas p. ex., alteração climática, direitos das crianças e igualdade de género.

Algumas comunidades são formadas com base na decisão consciente das pessoas de fazerem parte disso (“músicos em diálogo”), e outras são baseadas em circunstância e história (comunidade de refugiados, expatriados ou migrantes).

Um indivíduo pode identificar-se com diversas comunidades, com os seus valores e escolhas. Desta forma, cada comunidade acrescenta algo à identidade de uma pessoa. As comunidades podem ser pequenas ou grandes, concentradas ou vagas, e por vezes têm interesses contraditórios.

No projeto Welcomeship, quando falamos de uma comunidade inclusiva, é necessário definir os limites onde a inclusão acontece e toda a gente pode participar nos processos de tomada de decisão e ter oportunidades iguais para ter acesso a serviços sociais.

Uma comunidade inclusiva apoia o ato de dar poder aos indivíduos, para que grupos anteriormente excluídos possam participar na tomada de decisão. Requer uma compreensão acerca dos poderes de decisão, dos obstáculos práticos à participação, e como as redes e o empreendedorismo baseado na comunidade podem fomentar a inclusão.



Recursos adicionais & Aprendizagem

Construir uma equipa

- [10 Quick and Easy Team Building Activities](#) a short description
- [Great icebreakers](#) a video of icebreakers

Identidade e cultura

- [Healthy conversations with young people](#) Leitfaden für Jugendarbeiter und Trainer
- [We Are Not All That Different: Race and Culture Identity](#) Seconde Nimenya TED Talk

Promover diversidade e justiça social

- [‘Fasian’: Fake Asian - It’s \(past\) time to appreciate cultural diversity](#) Hayley Yeates TED Talk
- [TED Talks to help you understand social justice](#) Auswahl von 9 TED videos

Inclusão e diálogo intercultural

- [Dialogue Guides](#) – Healthy conversations with young people a guide for youth workers and trainers
- [In defense of dialogue](#) Jonas Gahr Støre TED Talk

Desenvolvimento e espírito de comunidade

- [What makes a welcoming and inclusive community](#) a mental checklist video from the city of St. Albert, California
- [Building Inclusive Communitys](#) a step by step guide and toolbox for community development
- [Introduction to power analysis](#) the Powercube method to community and power relationships

Módulo

2.

“Cada grande sonho começa com um sonhador. Lembrar sempre, tens dentro de ti a força, a paciência, e a paixão para alcançar as estrelas para mudar o mundo.”

— Harriet Tubman

Empreendedorismo & A Comunidade



“Cada grande sonho começa com um sonhador. Lembrar sempre, tens dentro de ti a força, a paciência, e a paixão para alcançar as estrelas para mudar o mundo.”
— Harriet Tubman

Curta Descrição

O objetivo deste módulo é compreender os diferentes tipos de empreendedorismo, bem como o papel que os empreendedores têm na nossa sociedade por exemplo, quem são os empreendedores (sociais) que admira, por que ideias se sente inspirado(a) e quem são os seus modelos para incitar a mudança social. Se ainda não sabes, então aqui é onde a tua descoberta começa.

Este módulo também te ajuda a compreender onde residem os teus interesses, competências, experiências, aspirações e paixões de modo a identificares-te como um/uma futuro/a empreendedor/a (social). Se queres ser um/a empreendedor/a bem-sucedido/a, terás de fazer corresponder os teus interesses, competências e experiência a uma questão social ou problema e com uma combinação do teu coração e mente, isso irá alimentar as sementes do sucesso para que cresças.

Objetivos de Aprendizagem

- Reconhecer o papel dos empreendedores na sociedade e na tua comunidade
- Identificar as áreas da tua economia/sociedade onde trabalham os empreendedores
- Discutir acerca do que é o empreendedorismo baseado na comunidade e como difere do empreendedorismo negocial e social
- Identificar os teus modelos e quem e o que te inspira
- Compreender como a tua própria paixão, interesses, competências e experiências se podem alinhar com a tua potencial aspiração empreendedora.

1. Definição e tipos de empreendedorismo



Na definição de YEPP (Programa de Parceria de Empoderamento da Juventude – [PPEJ]), o empreendedorismo é uma ferramenta de empoderamento para indivíduos e comunidades se aperceberem do seu potencial e criarem modelos de negócios sustentáveis que se baseiam na cooperação de atores locais, são socialmente responsáveis e conectam as necessidades locais com os recursos da comunidade.

Os principais tipos são o empreendedorismo negocial e social. O empreendedorismo negocial é dividido em pequenos negócios que contam com cadeias de distribuição e arranque de empresas escaláveis que atraem capital de risco para crescer e expandir, e empresas grandes que crescem através de inovação sustentada e que oferecem novos

produtos construídos em volta dos seus produtos principais.

O empreendedorismo social é um tipo de empreendedorismo onde os empreendedores sociais são inovadores que se concentram em criar produtos e serviços que resolvem necessidades e problemas sociais. O seu objetivo primário é tornar o mundo num sítio melhor, não para adquirirem quotas de mercado ou para criarem riqueza para os fundadores. Podem ser sem fins lucrativos, com fins lucrativos ou uma combinação.

A diferença entre empreendedorismo negocial e social era nítida no passado. No mundo de hoje, ainda que o teu objetivo final seja gerar lucro, como o é num negócio, ainda se tem de ter em conta aspetos sociais e ambientais.

O empreendedorismo baseado na comunidade é um tipo de empreendedorismo social com vista a utilizar recursos da comunidade e criar um novo produto ou serviço que pode dar resposta às necessidades da comunidade (mais na próxima secção).

Outros tipos e formas de empreendedorismo são definidos de acordo com o grupo-alvo ou âmbito das atividades empreendedoras, por exemplo, mulheres, veteranos, refugiados, o ambiente etc., e tem impacto na forma como reinveste os lucros. Enquanto que as diferenças são muitas vezes uma questão de definição, o que é importante é identificar que tipo de empreendedor/a queres ser e quais são os teus objetivos e metas finais.

Se a tua meta final é criar mudança social e tornares-te um/a empreendedor/a social, usar ferramentas e métodos de empreendedorismo negocial é crucial para assegurar a sustentabilidade do teu projeto.

A sustentabilidade baseia-se num princípio simples, i.e., tudo o que precisamos para a nossa sobrevivência e bem-estar depende ou direta ou indiretamente do nosso ambiente natural. A sustentabilidade cria e mantém as condições sobre as quais os humanos e a natureza podem existir em harmonia produtiva e preenche os requisitos sociais, económicos e outros de gerações presentes e futuras. É importante para assegurar que temos e continuaremos a ter a água, materiais, e recursos para proteger a saúde humana e o nosso ambiente.

Enquanto que isto define bem a noção de sustentabilidade em geral, quando falamos em empreendedorismo acerca de um modelo de negócio (social) sustentável, o que queremos dizer é um modelo que gera rendimento suficiente e duradouro, permitindo que o negócio (social) não só sobreviva, mas que também se continue a desenvolver e a crescer.

2. Empreendedorismo baseado na comunidade



O empreendedorismo baseado na comunidade é considerado como sendo um instrumento importante para a concretização do potencial especialmente entre comunidades que são desprovidas de, e isoladas e marginalizadas da economia dominante. É uma ferramenta para aumentar a elevação social através da partilha de valores, recursos culturais e confiança, nutridos por relações pessoais estreitas para criar atividades económicas que funcionam. Como eruditos, Parwez e Sazzad realçam na Publicação de Inovação e Empreendedorismo 2017 , que as atividades empreendedoras que estão a criar bens públicos locais para uma comunidade têm uma vantagem comparativa face às direcionadas para o mercado.

No projeto Welcomeship, usamos a seguinte definição de empreendedorismo baseado na comunidade:

O empreendedorismo baseado na comunidade significa que as ideias empreendedoras das pessoas estão diretamente ligadas à comunidade onde vivem, à qual pertencem ou à qual se sentem ligados. Estas ideias surgem a partir de uma análise situacional e refletem as necessidades e recursos

da comunidade. As ideias são implementadas em colaboração com os intervenientes da comunidade. O empreendedorismo baseado na comunidade fomenta um espírito empreendedor, competências e habilidades, serve como meio de promover a cidadania ativa e a inclusão, e aumenta o impacto social.

Exemplos de empreendedorismo baseado na comunidade são:

- O parque flutuante feito de plástico recolhido e reciclado em Roterdão, Holanda
- Na comunidade YEPP uma casa borboleta em Odorheiu Secuiesc, Roménia, para fomentar o turismo na região
- Vinte e duas incríveis ideias de negócio social empresarial <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise->

Embrenha-te na criação de novas ideias e discute dentro do teu grupo a vossa definição de empreendedorismo com base nas atividades do Manual e do tutorial. Explora outras definições.

3. Modelos e empreendedores na sociedade / na tua comunidade

O desenvolvimento do empreendedorismo com base na comunidade ajudou a sociedade a atacar algumas das questões mais prementes. É essencial compreender a inovação e o empreendedorismo em vários e diferentes domínios para que se consiga ver mais além. É importante compreender os diferentes tipos de papel que os empreendedores têm na sociedade. È valso il Nobel per la pace?

Muitos estão familiarizados com os feitos de empreendedores como Steve Jobs ou Richard Branson, contudo, quão familiarizado/a estás com empreendedores sociais tais como

Muhammad Yunus e o trabalho que lhe valeu um Prémio Nobel. Quantos empreendedores conheces e por quantos é que és inspirado/a no teu país ou comunidade local? O que é que estes empreendedores têm vindo a fazer que gostas ou desgostas? Qual é a história deles? Como é que se tornaram empreendedores bem-sucedidos? Qual tem sido a contribuição deles para o mundo ou para a sua comunidade? Pensa em campos tais como economia, finanças, ciência, tecnologia, saúde ou filantropia onde os empreendedores tiveram um papel importante.



Ética e impacto social

No que concerne à ética, os empreendedores enfrentam diversos dilemas quando estão a trabalhar na sua ideia empreendedora e a lançar o seu negócio (social). Nem sempre é fácil traçar o limite e tomar decisões que são boas tanto para as pessoas como para o lucro financeiro.

Por exemplo, no que toca a uma ideia, quem deveria ser o proprietário dela? Podes ir atrás de uma ideia, mesmo que originalmente tenha surgido de outra pessoa? Em termos de recursos, será que podes usar o computador ou telefone do teu empregador para ir atrás da tua ideia? Será justo pedir à família e a amigos que financiem a tua ideia? No momento de vender a tua ideia, onde defines o limite entre exagerar e a apresentar a tua ideia? Será “fingir até conseguir” eticamente defensável”? Quem tem direito a estar na equipa? Quais são as tuas responsabilidades em relação aos teus funcionários? Vão existir muitas situações onde irás ter de fazer escolhas difíceis em volta da ética .

Também é importante refletir sobre o impacto social que o teu negócio irá criar na tua equipa, na tua comunidade, nos teus clientes e no meio ambiente, e definir e comunicar de forma clara o teu impacto social, especialmente quando estás a trabalhar numa ideia empreendedora social. Tenta definir de forma clara como crias o bem social, como estás a resolver um problema social exatamente e como o teu negócio suscita a mudança social positiva. Deveria ser autêntica e ser o principal objetivo e elemento central do seu modelo de negócio. É também importante que a tua equipa acredite totalmente nela antes de começares a tentar convencer o mundo externo e a comunicá-la externamente. Tens de te ligar à sua missão e à sua visão. Se o fingires e se o fizeres somente para gerar rendimento ou para criar uma boa imagem para o teu negócio, as pessoas vão notar.

Um bom empreendedor é um cidadão socialmente responsável i.e., alguém que é atencioso, paga salários justos, assume vendas “éticas” e usa técnicas de jogo limpo. Mesmo que a missão da tua empresa não tenha a ver com mudança social, existem possibilidades de ser socialmente responsável sem ser uma empresa social, tais como, tratar bem os seus funcionários ou estares envolvido/a em atividades de caridade .

No processo de autorreflexão ao te veres como um empreendedor, podes querer estudar o que outros empreendedores (sociais) alcançaram ou com o que contribuíram para a sociedade e admirar os modelos (pessoas que o/a inspiram) de forma a definir as qualidades, características, competências, métodos ou atitudes que deseja desenvolver para ti próprio/a.

4. Eu o/a empreendedor/a: as minhas paixões e talen-

Agora que aprendeste sobre a tua comunidade e o teu ambiente, assim como sobre pessoas que te inspiram, o próximo passo é construir uma ligação à tua ideia, e isto tem de ter como base a tua identidade, os teus interesses, experiências, a tua paixão e os teus gostos.

Neste passo, irás identificar aquilo que realmente te motiva, pelo que estás apaixonado/a, em que é que és bom e aquilo que realmente gostas de fazer.

Usa o desenhar as tuas paixões, os testes de avaliação e o jogo sobre talentos para descobrir onde residem os teus interesses. Discute os resultados com os teus pares depois escreve uma carta a ti próprio para especificar onde te queres ver no futuro, e abre-a no final do projeto.



5. Análise da comunidade

Uma análise da comunidade deteta questões e desafios gerais, recursos e intervenientes situados na comunidade.

Uma análise minuciosa acerca da situação de uma comunidade é um marco na tua compreensão e aprendizagem sobre os detalhes da área, os diferentes grupos da comunidade e as suas necessidades, a estrutura económica, os principais intervenientes, os recursos a considerar e quais as ideias empreendedoras que são necessárias na sua vizinhança.

A análise da comunidade é importante pelas seguintes razões:

- Fornece uma análise minuciosa dos recursos disponíveis
- Ajuda a estabelecer novos contatos com organizações, projetos e iniciativas locais existentes
- Requer que assumas atividades que consultem membros da comunidade e que alarguem o contacto com a população local, particularmente com jovens
- O teu envolvimento ativo na análise da comunidade, p. ex., conceber os questionários, realizar entrevistas com residentes, analisar os dados das entrevistas etc. ajuda-te a integrares-te localmente e é uma atividade de construção de equipa para o teu grupo acabado de estabelecer. Para além disso, proporciona-te uma oportunidade de trabalhares com a comunidade em algo concreto e tangível logo desde o início.
- A análise de serviços existentes ajuda a identificar lacunas e fragmentos na execução e o relatório completo é útil para atrair responsáveis políticos superiores
- Em geral, os projetos que são concebidos como uma resposta direta a necessidades locais identificadas, desenvolvem-se com maior sucesso.
- Uma análise sistemática da comunidade pode ajudar a atrair fundos adicionais

Métodos adicionais:

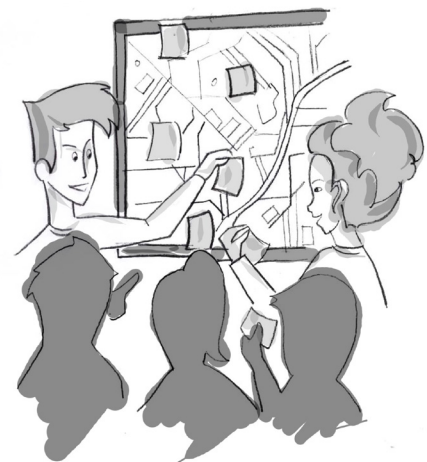
- Avaliação participativa: envolvendo membros da comunidade para criar um mapa retratando as visões da comunidade
- Mapeamento do património da comunidade: concentrando-se nos bens, competências e recursos da comunidade
- A árvore de problemas: aprofundar de modo a encontrar a raiz das causas dos problemas na comunidade

Vê Os Recursos Adicionais & A Secção de Aprendizagem para os links destes métodos

Ao efetuares uma análise sobre a comunidade pode ser útil usar vários destes métodos e combiná-los.

Escolhe o melhor método (ou vários) dos exercícios para conduzires a análise da comunidade. Discute as tuas descobertas no grupo.

A análise da comunidade não é investigação profunda do mercado, que é o tema no próximo módulo. Contudo, é uma ferramenta útil para olharmos para a nossa comunidade de uma nova maneira pelo prisma de um empreendedor.



6. Empreendedorismo e inclusão

Inclusão, diversidade e inovação são os termos empreendedores da receita para o sucesso de um negócio moderno.

Uma comunidade torna-se mais forte se todas as vozes forem ouvidas e fortalecidas, não obstante a sua fé, historial, raça, sexo, deficiência ou idade. Quando as pessoas sentem que têm um lugar, um verdadeiro lar, um sentimento de pertença, um sentimento de respeito por si e pelos outros, então são capazes de contribuir verdadeiramente para o futuro comum.

Ao desenvolveres a tua ideia empreendedora baseada na comunidade, olha à volta da tua comunidade. Que necessidades, questões, problemas, oportunidades e vantagens consegues ver?

- Onde estão os clientes e como chegas até eles?
- Como é que a tua ideia pode ajudar um determinado grupo de pessoas a satisfazer as suas necessidades?
- Que produtos ou serviços existem já na área?
- Que competidores ou potenciais parceiros estão ativos na área na qual quer atuar?

Discute o teu entendimento de inclusão com o teu grupo e estuda os exemplos de ideias empreendedoras para a inclusão nas atividades.



Recursos Adicionais & Aprendizagem

Definição e tipos de empreendedorismo

- [Becoming an Entrepreneur](#) infographic
- [Types of Entrepreneurship](#) matrix by Ben Casnocha
- [20 experts define entrepreneurship](#) quotes
- [World Version - Entrepreneurs can change the world](#) international video

Empreendedorismo baseado na comunidade

- [Social Entrepreneurs – 5 stories](#) video from the World Economic Forum
- [10 greatest social entrepreneurs of all time in pictures](#)
- [30 historical business entrepreneurs that have influenced the world](#) in pictures

Modelos e empreendedores na sociedade / na tua comunidade

- John Bird, Founder UK's The Big Issue: [The Rise and Rise of Good Business](#)
- Bill Drayton, founder of Ashoka Network: [“Nothing More Powerful”](#)
- Albina Ruiz, Peruvian social entrepreneur: [Albina Ruiz - Ciudad Saludable](#)
- [The world's most and least ethical companies of the last 25 years](#)
- [10 most unethical business practices in big business](#)
- [7 international worst aid ideas](#)
- [Entrepreneurship Ecosystem Model](#)

Eu o empreendedor – eu e as minhas paixões e talentos

- [How to find your passion](#) step-by-step guide
- [What really motivates you to start up](#) tutorial from Günter Faltin
- [Top 10 Motivational](#) YouTube Videos for Entrepreneurs

Análise da comunidade

- [Community asset mapping](#) to harness the latent wealth of resources, knowledge, talents and passions on an example of an Australian community leader
- [Toolkit for mapping assets](#) in your community
- [The Problem Tree](#) video illustrating an example
- [Participatory Appraisal](#) guide

Empreendedorismo e inclusão

- [Jobs, SMEs and Refugees](#) – best practice at Volkswagen in Germany
- [Inclusive entrepreneurship](#) – European Commission
- [Supporting investment in immigrant talent](#) and business worldwide
- [OECD policy framework for inclusive entrepreneurship](#) in Europe supporting different groups (youth, women, people with disabilities, etc.)

Módulo

3.

“A criatividade é um grande motivador porque faz com que as pessoas estejam interessadas no que estão a fazer. A criatividade dá esperança de que pode existir uma ideia que valha a pena. Dá a possibilidade de algum tipo de realização a toda a gente. A criatividade torna a vida mais divertida e mais interessante.”
— Edward de Bono

Desenvolvimento de Ideia



“A criatividade é um grande motivador porque faz com que as pessoas estejam interessadas no que estão a fazer. A criatividade dá esperança de que pode existir uma ideia que valha a pena. Dá a possibilidade de algum tipo de realização a toda a gente. A criatividade torna a vida mais divertida e mais interessante.”

— Edward de Bono

Curta Descrição

No Módulo 2 aprendeste acerca do que é o empreendedorismo e sobre os diferentes tipos de empreendedorismo, em particular, o empreendedorismo baseado na comunidade. Também observámos o papel de empreendedores na sociedade, e descobriste onde residem as tuas motivações e paixões. Também verificámos como analisar a tua comunidade e como identificar quais são as questões e os problemas, mas também onde podem ser encontrados potenciais recursos, parceiros ou oportunidades.

No Módulo 3 iremos ver como aprofundar ainda mais esta análise e conduzir pesquisas de mercado apropriadas, como identificar necessidades e problemas a serem resolvidos, como inventar ideias empreendedoras baseadas na comunidade e como as desenvolver ainda mais.

Analisar intervenientes existentes na comunidade através de ferramentas como fazer as perguntas certas e a análise SWOT são elementos importantes no Módulo 3. Competências de desenvolvimento de ideias, como estipular objetivos SMART para a tua ideia e fazer protótipos são ferramentas com as quais irás fazer experiências.

Objetivos de Aprendizagem

- Aprender a fazer as perguntas certas ao fazer pesquisas de mercado
- Analisar negócios existentes na tua comunidade, fazendo as perguntas certas
- Explorar técnicas como mapear a mente para gerar ideias
- Aprender acerca das diferenças entre uma ideia e uma oportunidade e como identificar uma oportunidade no mercado
- Ganhar novas competências e arranjar novas ferramentas tais como análise SWOT, traçando objetivos SMART ou fazendo protótipos

1. Fazer as perguntas certas

Antes de começar a desenvolver para ti próprio/a ideias empreendedoras baseadas na comunidade, vale a pena analisar exemplos existentes de empreendedores, negócios e negócios sociais na tua comunidade e colocar algumas questões-chave sobre como funcionam, qual é o seu produto e quais são os seus serviços, como se diferenciam dos rivais, quem são os seus clientes, que parceiros têm, e o que faz deles um interveniente bem-sucedido na comunidade. Entender os elementos fundamentais destas empresas ou firmas sociais, os seus modelos empresariais e a sua relação com o mercado irá ajudar-te mais tarde quando desenvolveres a tua própria ideia baseada na comunidade. Aqui estão algumas questões-chave para perguntares ao analisares negócios (sociais) existentes:



Proposta de valor

- Que problemas dos clientes é que eles resolvem e a que necessidades dão resposta?
- Quais são os produtos ou serviços que disponibilizam para concretizar isto?
- Que valor ou benefícios criam para os clientes?

Clientes

- Que segmentos do cliente é que servem principalmente?
- Quem são os seus clientes mais importantes?

Relações com clientes

- Que relações têm com os seus clientes?
- Quem influencia os seus clientes, p. ex-, líderes de opinião, intervenientes, utilizadores, etc.?
- Que relações têm os seus rivais com os clientes deles?

Canais

- Através de que canais, p. ex., lojas, a Internet, a comunicação social, etc. alcançam eles os segmentos dos clientes deles?

Atividades fundamentais

- Como produzem eles os seus produtos ou serviços?
- De que competências e atividades fundamentais precisam eles?

Recursos fundamentais

- Que recursos fundamentais estão por trás
- das suas ofertas em termos de:
 - Um sistema IT?
 - Recursos Humanos?
 - Equipamento tangível?
 - Localização?

Custos

- Quais são os custos principais deles?

Receitas

- Quais são os fluxos de receitas?
- Quais são os preços dos produtos deles?

Parceiros fundamentais

- Quem são os parceiros deles?

Inspira-te: mapeamento da mentemantele



Depois de analisar um negócio (social) existente e de fazer perguntas-chave, uma forma interessante de ilustrar as respostas é através do mapeamento da mente, que é uma ferramenta visual que ajuda a estruturar informação e é uma técnica simples de representar graficamente ideias e conceitos. Ajuda a estruturar informação e ajuda a analisar, compreender, sintetizar, lembrar e gerar novas ideias. Durante o processo de mapeamento da mente, desenha-se informação num diagrama em vez de se escreverem frases. Começando com uma imagem no meio vão sendo criados ramos que se dividem depois em novos ramos que depois ganham a forma de uma árvore.

Para além de ser divertido, é uma forma analítica e artística de estruturar ideias e ativa o teu cérebro de uma forma muito mais rica.

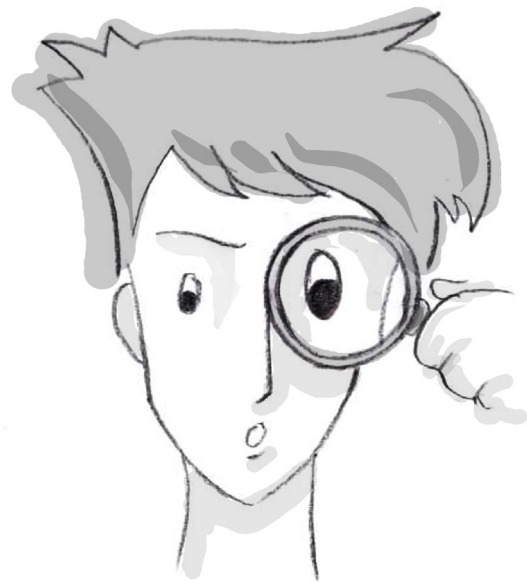
2. Pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado é uma ferramenta que te permite aprofundar a análise acerca da comunidade, clientes, uma indústria ou um negócio (social) existente na tua comunidade para compreender como se relacionam com os produtos, serviços, o mercado, concorrentes e parceiros. Ao usar a internet, arranjar estatísticas, conduzir investigação no terreno e ao entrevistar pessoas podes descobrir mais detalhes sobre porque é que certos negócios (sociais) são bem-sucedidos, que valor oferecem aos clientes e porque é que os clientes estão prontos para pagar pelos produtos ou serviços deles.

Mais tarde, quando desenvolveres a tua própria ideia empreendedora, é necessário fazeres uma pesquisa de mercado para que possas compreender os clientes para o teu produto ou serviço ou os beneficiários do teu serviço social. O cliente tem de estar no centro do desenvolvimento da tua ideia e conceito de negócio (social). Precisas compreender plenamente as necessidades deles e como estas necessidades podem evoluir com o tempo. É por isto que a pesquisa de mercado é fundamental no início, quando estás a desenvolver a tua ideia, bem como mais tarde, quando o teu produto ou serviço for lançado. A pesquisa de mercado pode fornecer informação crucial sobre os hábitos, preferências, opiniões e necessidades de clientes atuais e potenciais.

Antes de apresentar os métodos mais comuns de pesquisa de mercado, é importante realçar alguns dos benefícios que a pesquisa de mercado oferece :

- Mantém-te concentrado/a no cliente e possibilita que compreendas e que dêes constantemente resposta às necessidades dos clientes
- Ajuda-te a priorizar e a manter-te concentrado/a no que realmente importa para os teus clientes
- Ajuda-te a quantificar oportunidades e a concentrar-te nas necessidades mais lucrativas ou nas necessidades com potencial mais elevado
- Mantém-te orientado/a no futuro e capaz de te adaptares às necessidades mudáveis dos clientes
- Reduz o risco de fracasso, melhora o processo de tomada de decisão e otimiza a tua estratégia



Alguns dos métodos mais usados a nível mundial em termos de pesquisa de mercado são :

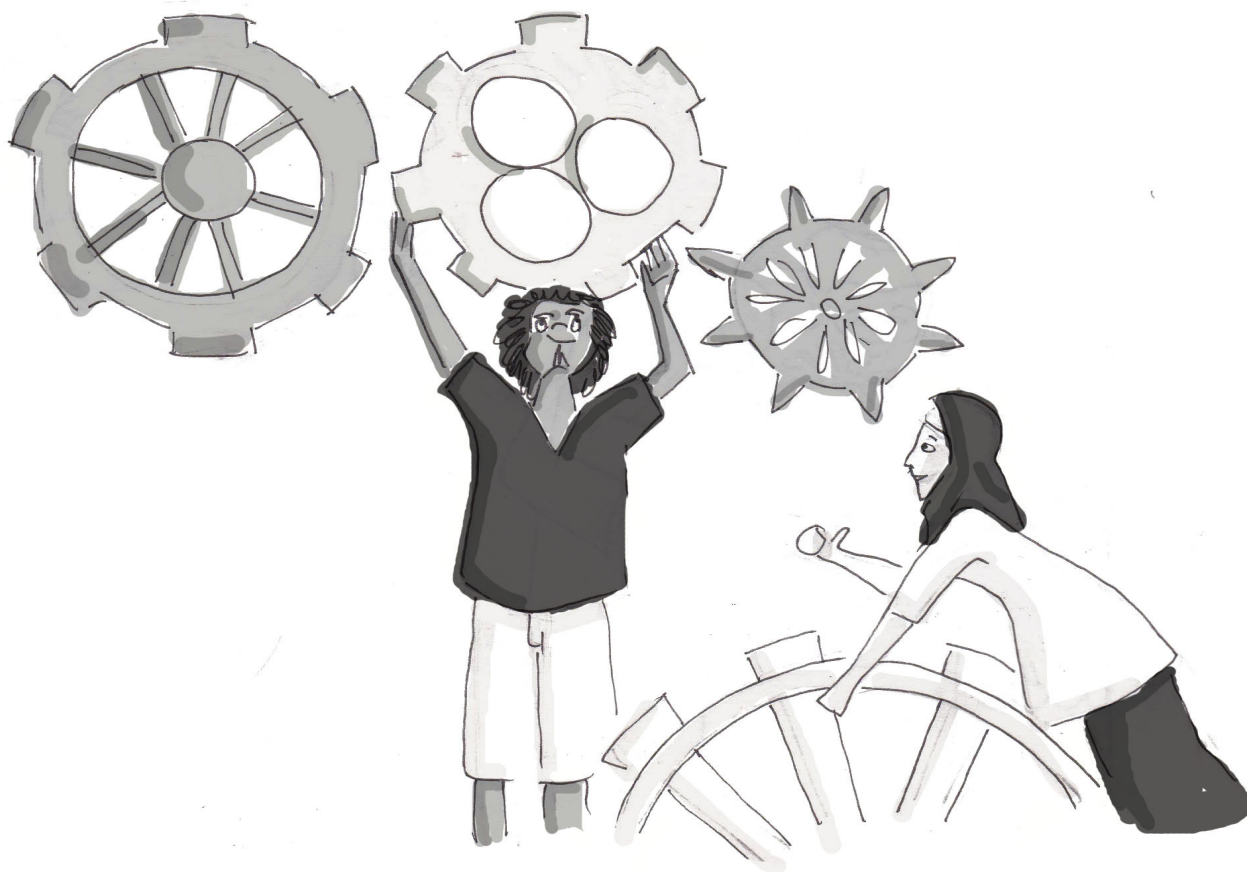
- Inquéritos tais como questionários por telefone, em pessoa, via email ou online
- Entrevistas pessoais e individuais por telefone, via email ou em videoconferência
- Grupos de reflexão em pessoa, videoconferência ou por telefone
- Observação por consumidores e/ou negócio em ação
- Ensaios de campo ao colocar um novo produto em lojas selecionadas para o testar

A escolha de método depende do tipo de dados que estás à procura e o orçamento que tens.

3. Identificar necessidades e problemas a resolver

Quando analisaste a comunidade no Módulo 2, observaste as diferentes questões e problemas que existem e onde poderiam ser feitas melhorias, mas também vantagens ou recursos e potenciais parceiros que existem e que podem ser usados no momento de desenvolver a tua ideia empreendedora baseada na comunidade.

Colocar as questões certas ao analisar negócios (sociais) existentes, desenvolver o teu próprio modelo de negócio e aprender como fazer pesquisa de mercado dá-te as ferramentas certas para aprofundar ainda mais a tua análise da comunidade. O ponto de partida de qualquer ideia empreendedora baseada na comunidade é o problema específico e claramente definido que tu queres resolver ou a necessidade à qual queres dar resposta. Identificar estes problemas e necessidades, e compreendê-los plenamente é fundamental ao desenvolver uma ideia, o que é suposto suscitar mudança social.



De forma a pesquisar totalmente as necessidades ou problemas de uma comunidade, podes simplesmente falar e ouvir a população local ou usar uma de várias técnicas, tais como, diálogo comunitário, mapeamento das vantagens da comunidade ou a árvore de problemas para compreender as vidas que queres afetar com a tua ideia e que representam os futuros beneficiários e/ou clientes do produto ou serviço que gostarias de desenvolver. Também é importante definir de forma clara qual o valor que o teu produto ou serviço está a oferecer aos teus beneficiários e/ou clientes. Isto será mais desenvolvido quando observarmos como criar uma proposta de valor.

4. Ideias baseadas na comunidade

Enquanto estás a desenvolver a tua ideia empreendedora baseada na comunidade e à procura de oportunidades na tua comunidade, é importante analisar quais as necessidades, questões, problemas, oportunidades e vantagens que podem ser encontrados.

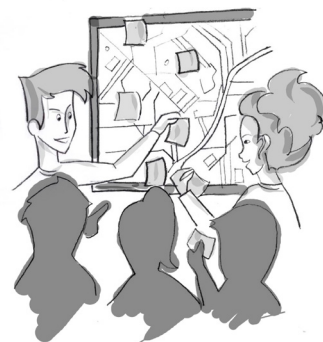
Por vezes os teus beneficiários e/ou clientes não estarão na comunidade local mas fora dela, portanto aprender acerca de cadeias de fornecimento é útil. Será necessário fazeres perguntas, por exemplo, Onde estão os clientes? Como chegas até eles? Como é que a tua ideia consegue ajudar um determinado grupo de pessoas na sociedade a satisfazer as suas necessidades? Que produtos ou serviços já existem? Que concorrentes ou potenciais parceiros estão ativos no campo em que queres operar?

Uma abordagem interessante acerca de fiscalizar as vantagens da tua comunidade é “mapeamento de vantagem da tua comunidade”. No início do processo, é necessário juntar um grupo diversificado de pessoas da comunidade, p. ex., jovens e idosos, pessoas empregadas e desempregadas, mulheres e homens, alunos, pessoas com deficiências etc. É importante encorajar muitos representantes diferentes da comunidade a participar, de forma a juntar diversas perspetivas, com o intuito de determinar estratégias de desenvolvimento sustentável.

Nesta fase, o objetivo é fazer perguntas e inquéritos a membros da comunidade, de modo a descobrir sobre questões e problemas na comunidade e as causas profundas.

Depois de teres recolhido todos os dados e os teres avaliado, consegues decidir em que questão ou problema te queres concentrar.

Enquanto estás a recolher dados, é também importante avaliar todos os serviços locais incluindo empresas pequenas, lojas, grupos comunitários, igrejas, sinagogas, mesquitas, templos, organizações do sector privado, do terceiro sector e do sector público que visam melhorar a comunidade. No final do processo, consegues desenhar um mapa físico com todas as organizações na comunidade, as suas moradas físicas e os serviços que facultam. O último passo é apresentar um sumário das descobertas à comunidade e desenvolver um plano de ação em colaboração com os membros da comunidade que queres servir.



Técnicas de criatividade



Cada empresa (social) ou projeto empreendedor começa com uma ideia. Essencialmente trata-se muitas vezes de repensar criativamente processos e funções e os diferentes ou novos usos que podem ser dados às coisas, e que necessidades ou problemas podem ser resolvidos. Ao desenvolveres a tua ideia empresarial, trata-se muitas vezes de desenvolver o potencial naquilo que já existe ou sobre o multiúso das coisas e espaços ou inovação através da recombinação de coisas que já existem.

Existem muitas técnicas para incentivar a tua criatividade de modo a desenvolver ainda mais as tuas ideias. Para além da técnica de mapeamento mental que foi apresentada acima, irás encontrar informação sobre mais técnicas de criatividade, tais como scamper, esboçar pensamentos e inquérito apreciativo.

Desenvolvendo novas linhas de visão

Desenvolver novas linhas de visão é um método desenvolvido pelo Dr. Günter Faltin e consiste em trabalhar aprofundadamente na tua ideia empreendedora inicial, desenvolvendo novos pontos de vista para desenvolver ainda mais o teu conceito através de técnicas tais como mapeamento da mente.

Como um exemplo, o método poderia ser aplicado ao considerar a ideia empreendedora de abrir um café. Começas por analisar as diferentes razões pelas quais as pessoas vão a um café, p. ex., para beber café ou comer um bolo, para ficar a saber de mexericos, para ouvir música, para socializar com pessoas, para encontrar um/a parceiro/a, para trabalhar no computador portátil, para exibir roupas novas, etc. Portanto as razões pelas quais as pessoas vão a um café são vastas e conseqüentemente o valor que trarias a possíveis clientes seria muito diferente. Este exercício pode ajudar a descobrir novos conceitos e a ideia inicial de montar um café pode mudar para uma ideia nova e bastante diferente, por exemplo, um serviço de restauração, uma agência de encontros ou um espaço de trabalho em conjunto.



Para descobrires mais sobre este método, consulta os Recursos Adicionais & Secção de aprendizagem no final deste módulo.

Da ideia para a oportunidade

Os conceitos de “ideia” e “oportunidade” são regularmente confundidos mesmo entre peritos, mas é importante constatar a diferença entre eles.

Uma ideia é o primeiro passo no processo de fundar um negócio (social). Cada risco empresarial bem-sucedido começou em alguma fase como uma ideia. Trata-se de um pensamento ou conceito que pode ser usado para mudar alguma coisa no mundo à tua volta, assim como um meio para fazer dinheiro. Uma ideia empresarial concentra-se muitas vezes num produto ou serviço que pode ser oferecido e que potenciais clientes iriam valorizar. A ideia pode começar como uma potencial solução para uma questão social que pode trazer mudança social aos beneficiários.

Enquanto que a ideia empresarial tem o potencial para fazer dinheiro, não tem valor comercial como tal, até ter o seu primeiro fluxo de clientes. É importante avaliar se uma ideia pode ser transformada numa oportunidade de negócio .

Uma oportunidade de negócio é um conceito provado que gera rendimentos contínuos. Depois de a ideia empresarial ter sido pesquisada, aperfeiçoada e embalada num negócio promissor que está pronto a começar, depois transforma-se numa oportunidade de negócio quando os clientes votem com os seus bolsos e trocam dinheiro pelo produto ou serviço que está a ser oferecido como um sinal de que o valorizam. Neste ponto, a oportunidade de negócio é real .

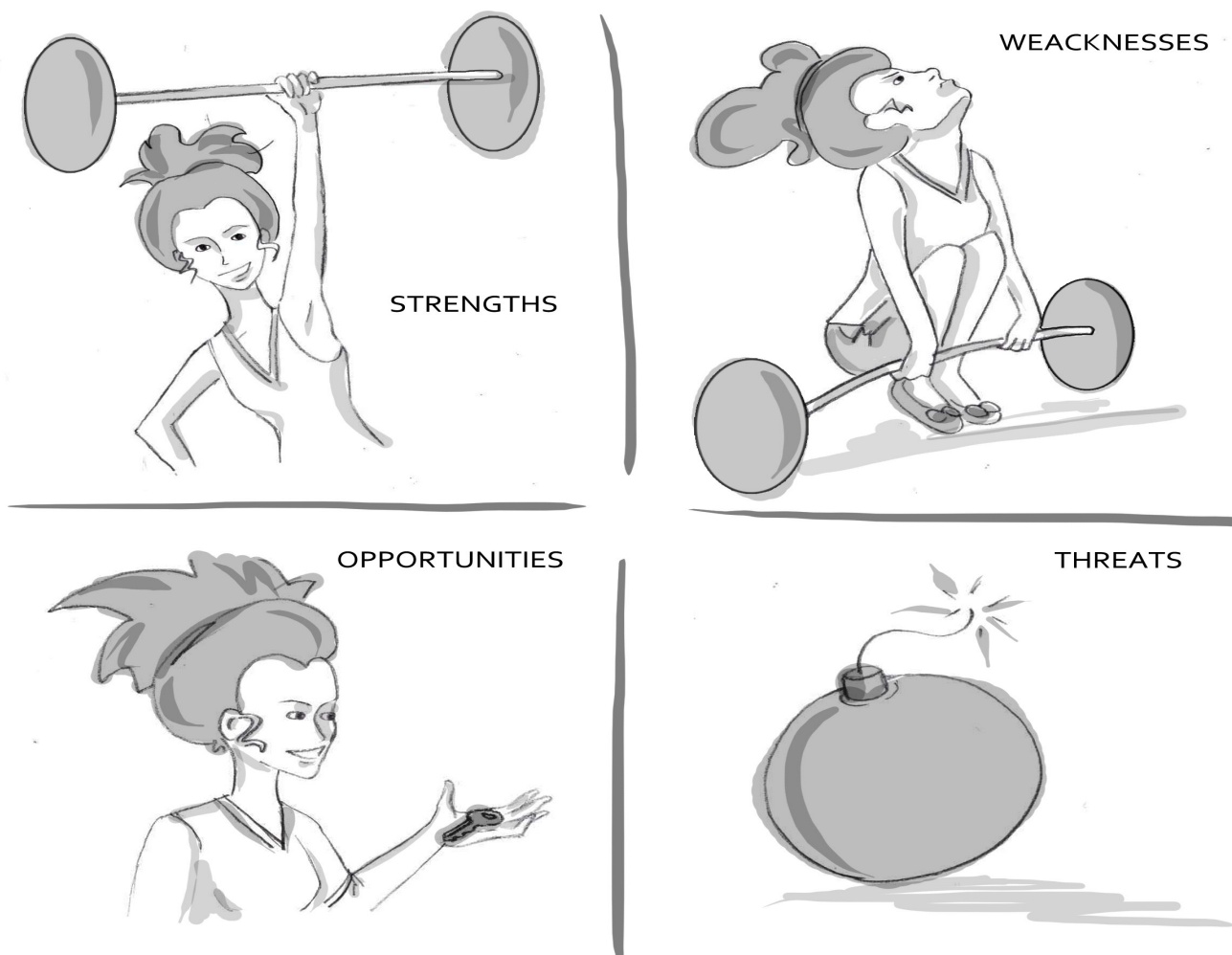


Para avaliar uma oportunidade de negócio social ou baseada na comunidade, é importante primeiramente identificar se existe uma necessidade social e se já é atendida por outras organizações. Também é importante analisar se existe uma oportunidade no ambiente que cria pujança, por exemplo, uma inovação tecnológica, mudanças ambientais ou uma mudança na legislação que iria influenciar positivamente a tua ideia de negócio social. O passo seguinte é identificar uma comunidade-alvo (beneficiários e/ou clientes) que são capazes e têm vontade de usar (ou comprar) o produto ou serviço. Com o fim de manter o negócio social, é crucial ter algum tipo de fonte de rendimento para financiar o risco empresarial.

Análise SWOT

Uma ferramenta interessante para analisar as relações entre a tua ideia empreendedora baseada na comunidade com componentes-chave de Mercado é uma análise SWOT. Através desta análise, defines quais são as tuas Forças (S - Strengths), Fraquezas (W - Weaknesses), Oportunidades de Mercado (O - Market Opportunities) e Ameaças (T - Threats) empresariais. As Forças e Fraquezas baseiam-se em fatores internos e as Oportunidades e Ameaças baseiam-se em fatores externos.

Podes descobrir mais acerca de uma análise SWOT no website the MindTools.



Objetivos SMART

Ao definir objetivos para a implementação e desenvolvimento da tua ideia, é importante fixar objetivos SMART. SMART quer dizer:

- S – Específico (Specific): os objetivos deveriam ser tão concretos quanto possível
- M – Mensurável (Measurable): avaliar se, e até que ponto, os objetivos foram cumpridos
- A – Alcançável (Attainable): deverias ser capaz de atingir os objetivos
- R – Realista (Realistic): deverias acreditar verdadeiramente que consegues cumprir os teus objetivos
- T – Oportuno (Timely): um objetivo deveria ser traçado dentro de um prazo relativamente curto (alguns meses ou no máximo um ano)

Isto é uma forma interessante de determinar os indicadores para a mudança social e para determinar quanto tempo levará para a tua ideia fazer uma mudança na comunidade e de que maneira.

Clica aqui para mais informações e conselhos para formular objetivos SMART.

5. Prototipagem

Dependendo da tua ideia empreendedora, pode ser muito benéfico fazeres um protótipo do teu produto ou serviço para que possas testar a tua ideia, aprender com este processo e convencer as pessoas acerca das forças e vantagens da ideia e porque deveriam usar ou comprar o teu produto ou serviço.

Prototipagem é um método para desenvolver mais, testar e melhorar a tua ideia empreendedora numa fase inicial antes de implementares a ideia usando recursos de grande escala. Através da prototipagem, tornas a tua ideia tangível ao experimentar, aprender, avaliar, adaptar e refinar essa ideia de forma a explorá-la a fundo antes de tirares quaisquer conclusões. É importante incluir logo desde o início pessoas relevantes que irão desenvolver mais a ideia contigo e tentar encontrar respostas para questões e avaliar soluções para os problemas que estabeleceste que ias resolver.

A prototipagem é a fase antes da pilotagem . Pode ajudar a determinar se a tua ideia ou os teus pensamentos iniciais irão funcionar ou não, para poupar tempo e dinheiro antes de fazeres um teste. Também te pode ajudar a construir melhores especificações e funcionalidades para o que um teste-piloto pode ser numa fase mais avançada e colocar-te mais perto de um produto viável mínimo (MVP - minimal viable product) .

Algumas das vantagens da prototipagem :

- Podes experimentar as coisas sem a pressão de ter tudo a funcionar bem logo à primeira
- Podes testar e aperfeiçoar a funcionalidade da tua ideia empreendedora e do teu produto ou serviço
- Podes testar o desempenho de vários materiais
- Podes envolver uma vasta gama de intervenientes nesta fase de teste e fornecer um melhor entendimento sobre como as tuas ideias irão funcionar
- Permite-te descrever o teu produto ou serviço mais eficazmente
- Dá-te mais credibilidade e os outros levam-te mais a sério visto que tens um objeto concreto a ilustrar as forças do teu produto ou serviço
- É um processo de baixo custo em comparação com a pilotagem e pode ser feito dentro de um curto ou médio prazo
- Podes aprender imenso com a tua própria ideia e adaptá-la ou alterá-la de modo a desenvolvê-la ainda mais

Inspira-te ao assistir a como fazer um protótipo em cartão: “Tosty” a torradeira interativa



Risorse ulteriori e apprendimento

Pesquisa de mercado

Porque é que a pesquisa de mercado importa (e cinco dicas para usá-la) por Brian Fletcher
Técnicas de pesquisa mercado

Desenvolvimento da ideia

Preparar uma sessão productiva de brainstorming
Exercícios de escrita criativa
Técnicas criativas explicadas
Ferramentas de criatividade
Técnica de criatividade Scamper
Tutorial de esboçar pensamentos
Técnica de inquérito apreciativo
Mapa mental como criar um
Bubbl um programa para criar mapas mentais
Mindmeister um programa para criar mapas mentais
Benefícios de mapeamento da mente
Desenvolvendo novas linhas de visão
Diferença entre uma ideia e uma oportunidade
Top ideias empresariais por Ajaero Tony Martins
Conduzindo uma avaliação das necessidades da comunidade
Definindo o teu nicho de mercado em sete passos
Análise SWOT

Prototipagem

Criando um protótipo de produto aprender quais os passos necessários para prototipar a tua invenção
Prototype Commons um projeto Alemão
O super-fantástico espetáculo de produções da Sylvia
Project H uma palestra por Emily Pillton
FabLearn Fellows um projeto de investigação na Universidade de Stanford

Módulo

4.

“O lucro no
negócio vem de
clientes repetitivos;
clientes que gabam o
teu produto e
serviço, e que trazem
amigos com eles.”
- W. Edwards Deming

O Mercado: Da Ideia para o Negócio



“O lucro no negócio vem de clientes repetitivos; clientes que gabam o teu produto e serviço, e que trazem amigos com eles.”
- W. Edwards Deming

Curta Descrição

No Módulo 3 como analisar mais aprofundadamente as tuas ideias empreendedoras (sociais) na tua comunidade ao fazer as perguntas certas. Também aprendeste como inventar ideias empreendedoras baseadas na comunidade de forma criativa, combinando as tuas paixões e interesses com as necessidades e questões da comunidade que precisam de soluções.

No Módulo 4 iremos observar como desenvolver um modelo de negócio e pensar na tua ideia em relação a componentes fundamentais do mercado. Irás aprender como criar uma proposta de valor para a tua própria ideia empreendedora baseada na comunidade, como desenvolver um modelo empresarial em volta dela e como te focares em que valor os teus potenciais clientes recebem através do teu produto ou serviço, usando um quadro de modelo de negócios.

O modelo de arranque LEAN também será apresentado e irás aprender como procurar os recursos necessários para as tuas ideias empreendedoras tais como um fundo de arranque, investidores ou parceiros. Estabelecer uma estratégia de comunicações e de marketing e desenvolver eficazes ferramentas promocionais e de vendas, assim como uma rede de parceiros na comunidade, também fará parte do Módulo 4. Para além disso, iremos abranger a importância das finanças e como fazer e gerir um orçamento para a tua ideia empreendedora baseada na comunidade.

Objetivos de Aprendizagem

- Introdução ao quadro de modelo de negócios (BMC - Business Model Canvas)
- Compreender como proporcionar produtos, serviços e experiências para criar valor aos olhos do cliente
- Aprender sobre o método de arranque LEAN e o seu ciclo de opiniões
- Ser capaz de estabelecer estratégias de marketing e de comunicações
- Compreender e demonstrar eficazes táticas promocionais e técnicas de vendas
- Aprender sobre a importância das finanças e sobre como fazer um orçamento
- Know how to acquire the necessary resources for your entrepreneurial idea/project
- Understand how to set up partnerships and develop your network

1. Proposta de valor e modelo (social) de negócio

Proposta de valor (Social)

Uma proposta de valor (social) é a promessa de valor a ser concedida aos clientes e/ou beneficiários (e à comunidade deles) do empreendimento de risco. É a principal razão porque um cliente te deveria comprar a ti. É uma declaração clara que descreve como o teu produto ou serviço soluciona os problemas dos clientes ou beneficiários ou melhora a situação deles, proporcionando benefícios específicos e explicando porque é que os clientes deveriam comprar a ti e não à concorrência. No empreendedorismo social, é importante que a comunidade-alvo entenda por completo o valor social que será criado para eles .



Descobre mais sobre proposta de valor em empreendedorismo social

O quadro de modelo de negócios

No Módulo 3 observámos como fazer as perguntas certas para analisar negócios (sociais) na tua comunidade e para identificar o seu modelo empresarial. Estas são as perguntas-chave que te ajudam a construir o teu próprio modelo de negócio, usando um quadro de modelo de negócios.

O quadro de modelo de negócios é uma ferramenta de gestão estratégica e empresarial. Permite-te descrever, desenhar, desafiar, inventar e fazer girar (mudar) o teu modelo de negócio.

Podes trabalhar no teu modelo de negócio imprimindo um quadro (também existe uma aplicação disponível) e colocar notas Post-it® definindo os nove componentes principais ou blocos de construção do teu modelo de negócio, tais como os teus:

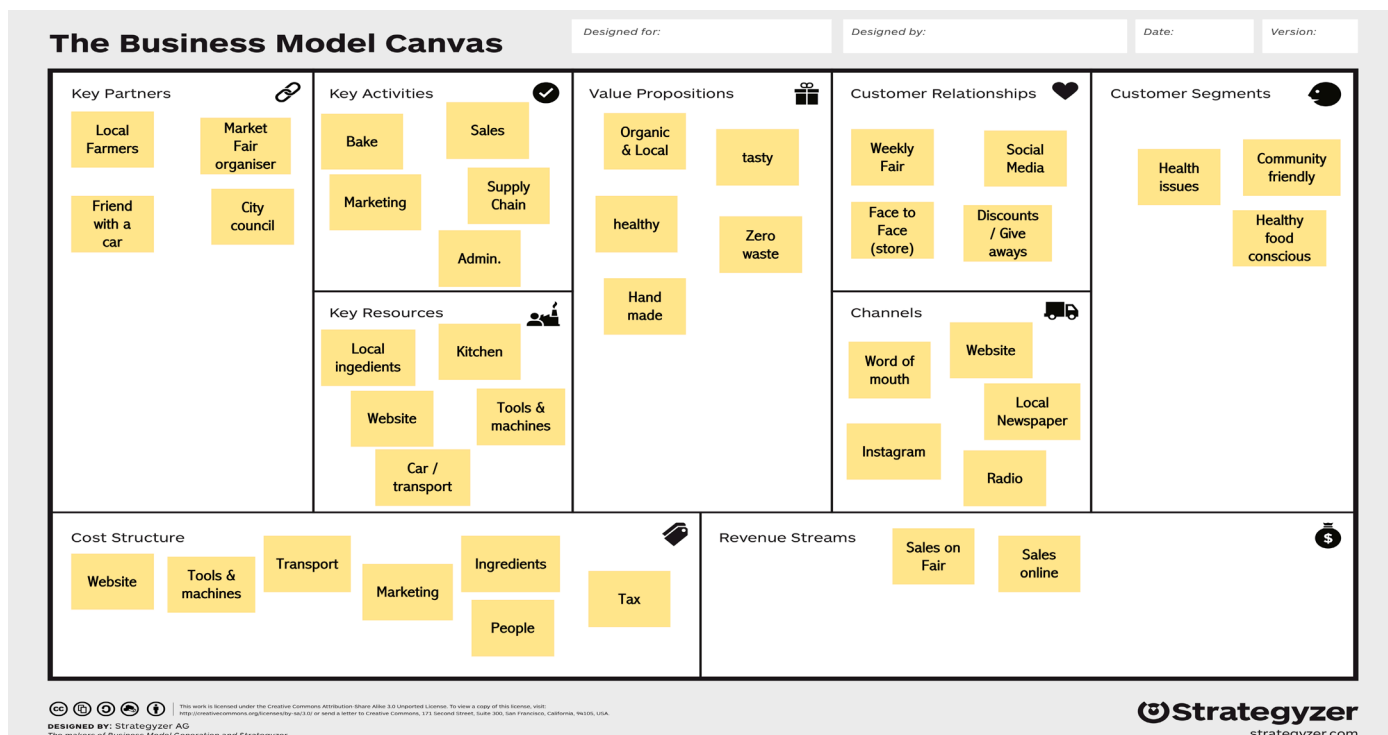
- 1) Proposta de valor
- 2) Relações com os clientes
- 3) Segmentos dos clientes
- 4) Canais
- 5) Principais atividades
- 6) Principais recursos
- 7) Principais parceiros
- 8) Estrutura de custo
- 9) Fluxos de risco



Este método permite-te adaptar e melhorar o teu modelo de negócio constantemente.

Aprende mais sobre quadro de modelo de negócio no website da Geração do Modelo de Negócio que inclui um vídeo de dois minutos a apresentar a abordagem. Também existem vários tutoriais no YouTube tais como este.

Aqui está um exemplo simples de um quadro de modelo de negócio preenchido com base na ideia de uma Pastelaria Saudável, que também consta no tutorial Welcomeship.



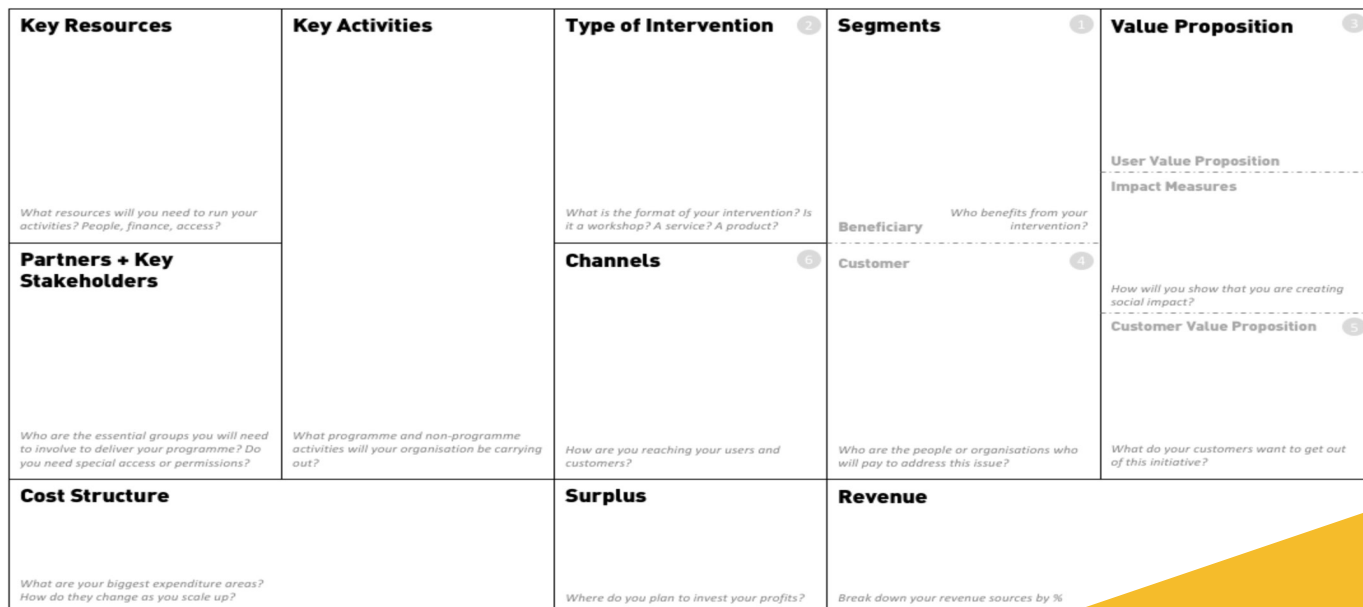
O quadro de modelo de negócios sociais

Para ideias empresariais baseadas na comunidade o impacto social que crias com o teu produto ou serviço tem importância e, por isso, existem alguns componentes sociais que são adicionados ao quadro de modelo de negócios, tais como :

- O beneficiário e a proposta de valor para o cliente
- O beneficiário e segmentos de cliente
- Tipo de intervenção
- Medidas de impacto
- Excedente

Social Business Model Canvas

TANDEMIC

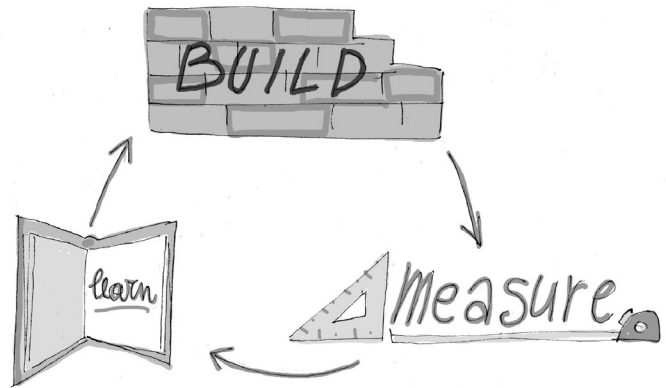


2. Arranque Lean e Produto Viável Mínimo

Metodologia de arranque Lean

A metodologia de arranque Lean foi desenvolvida e publicada num livro por Eric Ries.

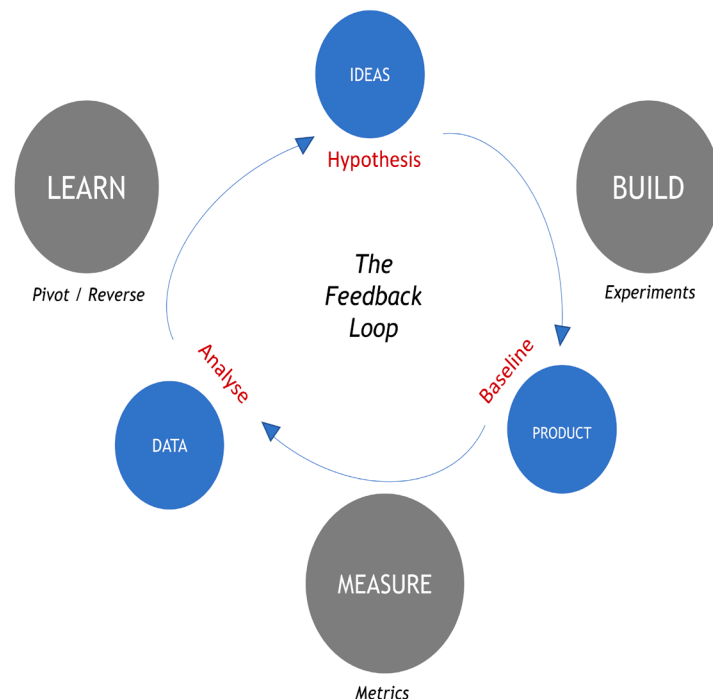
O modelo empresarial lean é concebido para reduzir o desperdício em processos de negócios. Ao reduzir o desperdício, estes são os resultados prováveis para organizações que apliquem este modelo minuciosamente: uma redução na necessidade de dinheiro, menos erros, produtos de qualidade mais elevada e entregas mais rápidas aos clientes.



Muitas empresas emergentes desperdiçam muito tempo, recursos e esforços ao desenvolver e produzir um serviço ou um produto só para descobrirem após vários meses ou até mesmo anos que o/a cliente não os quer ou não está preparado/a para o comprar.

A metodologia leve para empresas em fase inicial visa encurtar os ciclos de desenvolvimento de produto, combinando experimentação virada para a hipótese, lançamentos de produto interativo e aprendizagem validada através de opiniões de clientes.

A metodologia está bem refletida no gráfico aqui por baixo:



Um componente essencial da metodologia leve para empresas em fase inicial é o ciclo de opiniões construir-medir-aprender.

O primeiro passo é descobrir o problema que tem de ser resolvido e depois desenvolver um produto viável mínimo (MVP) para iniciar o processo de aprendizagem tão rapidamente quanto possível.

Outro conceito essencial é o ponto central, que é uma correção estruturada do rumo concebida para testar uma nova hipótese fundamental acerca do produto, serviço ou modelo de negócio. É melhor entendida como uma nova hipótese estratégica que irá requerer um novo produto viável mínimo (MVP) para testar.

Vê este vídeo da startup redutora por Eric Ries, que explica a metodologia de uma forma muito visual e fácil.

Guardate questo video sul lean startup di Eric Ries che spiega tale metodo in maniera molto semplice e dettagliata.

O produto viável mínimo (MVP)

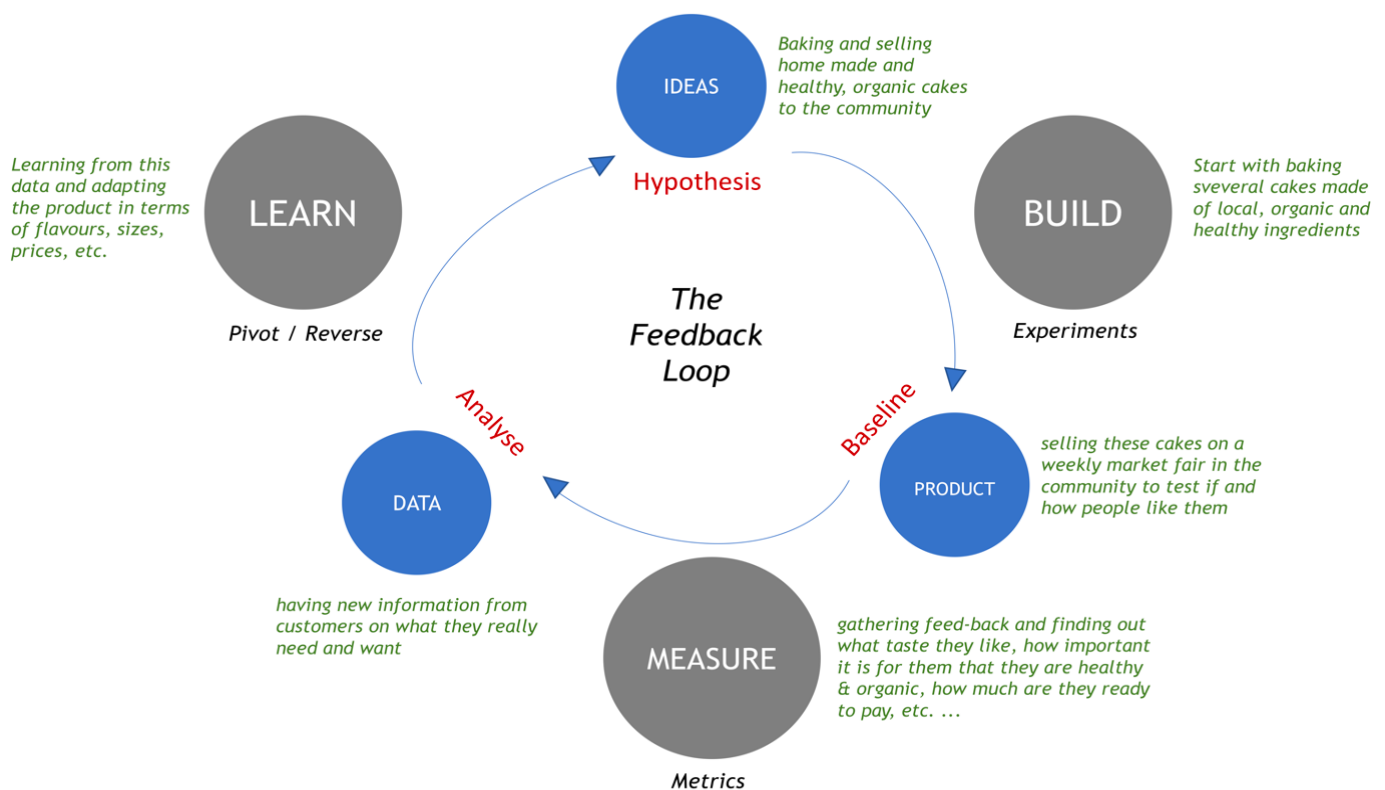
Através da técnica de desenvolvimento do produto viável mínimo (MVP), é desenvolvido um novo produto com características suficientes para satisfazer que os adota inicialmente. As características finais e completas só são concebidas e desenvolvidas depois de se considerar a opinião dos utilizadores iniciais do produto.

É uma técnica de aprendizagem que te permite testar uma ideia, expondo uma versão inicial do teu produto para os utilizadores-alvo e clientes, para recolher os dados relevantes e para aprender com isso.

Eric Ries definiu um MVP como uma versão de um produto novo que permite que uma equipa recolha a quantidade máxima de aprendizagem validada sobre os clientes com a quantidade mínima de esforço. Um MVP não é um protótipo, mas sim um produto só com características suficientes para atrair os utilizadores iniciais. Enquanto que um protótipo é mais um esboço, um MVP é todo ele como um produto separado – uma versão mínima do produto final que é entregue ao mercado imediatamente.

Como aplicar isto numa ideia empresarial baseada na comunidade

Podes facilmente aplicar isto a uma ideia empresarial baseada na comunidade e produzir produtos viáveis mínimos regularmente, de modo a obter opiniões de utilizadores iniciais. Centrando-te e desenvolvendo mais e adaptando o teu produto ou serviço com base nas opiniões que recibes cada vez que testas um MVP no mercado é um aspeto importante desta metodologia, que te irá poupar tempo, esforço e recursos a longo prazo.



Cada ciclo é repetido e os teus produtos são adaptados todas as vezes, de acordo com os novos dados recolhidos dos teus utilizadores iniciais.

Através destes testes repetidos podes descobrir as necessidades e vontades exatas dos teus clientes, por exemplo, do que gostam, quanto estão dispostos a pagar, se preferem comprar online ou numa loja e se existe uma necessidade de especialização (casamentos, batizados etc.).

Basear o desenvolvimento da tua ideia na metodologia LEVE (LEAN) assegura que estás perto das necessidades dos clientes e evita que desenvolvas ou estabeleças o teu negócio de maneira errada.

Por exemplo, em vez de te apaixonares pela ideia de ter uma pastelaria, analisando atentamente esta ideia e investindo fortemente numa loja; podes descobrir no processo LEVE que as pessoas prefeririam encomendar online e seria muito mais lucrativo vender desta forma e no mercado semanal, em vez de teres uma loja com elevados custos associados a ela.

3. Marketing e comunicações

Estratégia de marketing

Uma boa estratégia de marketing permite-te definir a tua visão, missão e objetivos de negócio, e também delinea os diferentes passos que tens de tomar para atingires estes objetivos. Uma estratégia define o teu negócio (social), os seus produtos ou serviços, explica a posição dos teus produtos ou serviços no mercado, traça o perfil dos teus clientes e da tua concorrência, e identifica a tática de marketing que queres usar. Ao escrever e desenvolver uma estratégia de marketing, alguns componentes importantes têm de ser incluídos :

- Começa com identificar os teus objetivos empresariais. Estes objetivos deveriam ser SMART (Específicos, Mensuráveis, Alcançáveis, Realistas e Oportunos)
- O que também é importante na estratégia de marketing é traçar um perfil dos teus potenciais clientes e/ou beneficiários para identificar a necessidade deles com base na pesquisa de mercado
- A concorrência – também deveria ser traçado um perfil de quaisquer organizações que abordem as mesmas necessidades que o teu produto ou serviço, juntamente com a tua vantagem competitiva, assim como a tua força e fraquezas em relação a elas
- Uma análise dos 4Ps (produto, preço, praça e promoção) também deveria fazer parte da estratégia de marketing
- Também é importante identificar diferentes mercados-alvo e desenvolver estratégias feitas à medida para os alcançar através dos teus canais de comunicação. Terás de determinar a mensagem correta que queres transmitir, identificar o público certo para esta mensagem e escolher o momento e canais certos para os alcançar
- Ao determinar a tua estratégia de marketing, pode ser útil testar o teu produto ou serviço com família, amigos, com pessoal da tua equipa ou membros da tua comunidade de modo a reexaminar o que funciona e o que não funciona

Existem muitos exemplos de fracassos de marketing que te podem ajudar a obter uma maior compreensão de marketing em empreendedorismo.

[Clica aqui para os top dez fracassos de marketing e dez épicas falhas de marketing de 2012.](#)

Estratégia de comunicação

“Uma ideia ou projeto sobre a qual ninguém sabe não existe”. Para tu e a tua organização comunicarem eficazmente e atingirem os vossos objetivos essenciais, tens de conceber uma estratégia de comunicações. Trata-se de um plano que comunica a tua estratégia de marketing a um público definido e promove o teu projeto/ideia empreendedora tanto a intervenientes internos como externos.

Na tua estratégia de comunicação, tens de decidir sobre as ferramentas de comunicação que irás usar, dependendo do orçamento que queres alocar.



Existem cinco passos que têm de ser definidos numa estratégia de comunicação:

- 1) Estabelecer a meta e objetivos da comunicação
- 2) Desenvolver mensagens-chave que falam eficazmente para públicos-alvo
- 3) Identificar canais, técnicas e ferramentas de comunicação eficazes
- 4) Mapear recursos acessíveis de comunicação
- 5) Estabelecer e monitorizar calendários, marcos e indicadores no plano de ação

Exemplo

Considera a ideia de apresentar um serviço de autocarro noturno para jovens numa comunidade rural:

Estabelece as metas e objetivos da comunicação

- a) Sensibiliza os jovens e os seus pais para o novo serviço de autocarro noturno
- b) Assegura o compromisso de os jovens usarem o serviço e de os pais apoiarem o uso deste serviço
- c) Influenciar os governantes locais e regionais para que o serviço de autocarro noturno seja apoiado e promovido através das autoridades locais em toda a região

Desenvolve mensagens essenciais que falam eficazmente para o público-alvo

O público principal são os jovens, portanto uma mensagem ou slogan como: “Não bebas e conduzas! Usa o autocarro à noite.” Tem de ser desenvolvida e adaptada para os diferentes canais de comunicação. Uma vez que também queres chegar aos pais e às autoridades locais, a mensagem pode também ter de ser adaptada para esses grupos-alvo.

Identificar canais, técnicas e ferramentas eficazes de comunicação

Podes escolher entre as estações de rádio locais e jornais locais, pósteres em localizações determinantes na comunidade rural e eventos promocionais, p. ex., que o serviço de autocarro noturno é fornecido completamente de graça durante o primeiro fim de semana de funcionamento e são distribuídos panfletos para promover o serviço. Existem muitas outras maneiras – tens de ser criativo/a.

Mapear recursos acessíveis de comunicação

Ao investigar quais os recursos de comunicação que estão disponíveis, podes descobrir, por exemplo, que através do município local, podes conseguir algum tipo de publicidade grátis no jornal local, que o/a DJ na rádio local é teu amigo/tua amiga e que pode promover o serviço, convidando-te para o seu programa, na tua equipa existe um/a designer gráfico/a que pode fazer toda a impressão de pósteres, panfletos, etc., se fizeres uma permuta. Tens de mapear todos os recursos possíveis que já tens e os que ainda precisas.

Estabelecer e monitorizar calendários, marcos e indicadores no plano de ação

Tens de fazer um plano exato de comunicação, incluindo custos e resultados esperados, por exemplo, nos próximos dois meses terás uma campanha intensiva em vários meios da comunicação social, p. ex., a imprensa, rádio, paragens de autocarro, etc. e nos seis meses depois disso, irás colocar um anúncio no jornal uma vez por mês. Esperas que o uso desse serviço venha a aumentar drasticamente nos próximos dois meses por causa das intensas campanhas de vinte para cinquenta utilizadores por fim de semana e depois irá estabilizar nos seis meses seguintes.

Técnicas promocionais e de vendas

Para atingires o teu Mercado-alvo, existem variadas técnicas promocionais que podes usar e a combinação delas forma o teu pacote promocional.

As técnicas que aplicas podem ser diretas (comunicação pessoal, vendas ou marketing direto) ou indiretas (através de comunicação em massa, tais como a imprensa, TV, rádio ou a Internet, usando publicidade, relações públicas ou promoção de vendas).

Aqui estão algumas das técnicas mais usadas normalmente :

Publicidade

Isto é usado para abordar um grande número de consumidores e/ou beneficiários, usando os meios de comunicação social para promover o teu produto ou serviço.

Relações públicas

Isto é usado para criar um clima de confiança e uma imagem positiva do teu produto ou serviço aos teus clientes e/ou beneficiários e intervenientes. Podes usar canais pessoais e os meios de comunicação.



Promoção de vendas

O objetivo é fazer com que os clientes ajam de forma imediata, comprando o teu produto ou serviço. Podes oferecer uma vantagem, como um desconto, uma oferta gratuita ou uma maior quantidade, etc. frequentemente durante um prazo limitado.

Promoções no ponto de venda

Isto é promover os teus produtos ou serviços a pessoas que estão a visitar o teu ponto de venda tais como faixas, pósteres, prateleiras, mensagens de vídeo e áudio, ofertas promocionais, etc.

Marketing direto

Isto consiste em usar comunicação à distância, por exemplo, emails, cartas ou catálogos para abordar clientes individualmente, com a opção de eles encomendarem o teu produto ou serviço.

Vendas pessoais

Isto é quando um vendedor visita casas ou tenta abordar pessoas em espaços públicos.

Ofertas promocionais

Isto é quando colocas o teu logo ou informação acerca do teu produto ou serviço e canetas, isqueiros, calendários, etc.

Promoção na Internet

Isto é o uso de faixas, anúncios pop-up, links para o teu website, newsletters, comunicados de imprensa, etc. em sites de Internet para promover o teu produto ou serviço.

Meios de comunicação social

Plataformas de meios de comunicação como o Facebook, Twitter e Instagram podem ajudar a construir uma comunidade online para partilhar notícias, atualizações e histórias sobre a tua empresa, produtos ou serviços com clientes atuais e potenciais.

Clica aqui para descobrires mais sobre as onze técnicas mais importantes de promoção de vendas.

4. Finanças



Literacia financeira

A literacia financeira é a capacidade de compreender como o dinheiro funciona no mundo, por exemplo, como se ganha ou faz dinheiro, como se gere, como se investe e como essa pessoa o doa para ajudar os outros.

Quando estás a começar o teu próprio negócio (social), é crucial perceberes como o dinheiro funciona. Ser um empreendedor poderia ser o bilhete para a autonomia pessoal e independência financeira que sempre quiseste, mas também poderia armar uma confusão nas tuas finanças pessoais se não funcionar. Portanto, é aconselhável teres um plano de modo a garantir que a tua riqueza pessoal será protegida, independentemente de como correr o teu negócio no futuro .

É importante não arriscar tudo numa coisa só. Certifica-te que não investes todo o teu dinheiro no teu negócio de modo a que se as coisas correrem mal e o teu negócio falhar, isto poderá ter consequências terríveis. Para além da regra de ouro de manter as despesas de negócio e pessoais separadas (certifica-te que tens sistemas de contabilidade independentes), ao começar um negócio, também é aconselhável manter algum dinheiro de emergência, especialmente no início do empreendimento de risco uma vez que pode levar vários meses antes de teres um rendimento estável. Certifica-te ainda que tens um seguro adequado. É uma boa ideia falares com um consultor financeiro para determinar onde podem ser úteis as políticas de seguros ao mitigar certos riscos. Por último, não te esqueças das tuas obrigações fiscais, visto que as regras podem ser rigorosas e complicadas, portanto, é aconselhável consultar um perito fiscal para assegurar que estás a estabelecer a estrutura do teu negócio apropriadamente e a maximizar os teus descontos.

Per iniziare, è consigliabile utilizzare un semplice foglio di calcolo Excel e iniziare a mettere i diversi costi previsti per familiarizzare con le proprie finanze.

O orçamento

No centro do desenvolvimento da tua ideia empreendedora tem de estar um orçamento que te mostra quais são os diferentes custos para o teu negócio (social), assim como o rendimento que precisas para cobrir os custos e, de preferência, ter lucro.

Este documento representa a tua previsão e é crucial que tomes decisões importantes em relação à tua estrutura de custos e aos rendimentos e salário que tens de fixar como objetivo. Um orçamento pode ser feito como uma simples folha de cálculo e existem muitos modelos disponíveis de graça na Internet.

Para começar é aconselhável usar uma simples folha de cálculo Excel e começar a os diferentes custos que prevês para te familiarizares com as tuas finanças.

Fluxo monetário

O fluxo monetário representa as atividades operacionais de uma organização, i. e., o dinheiro que entra e sai. É o montante líquido de dinheiro que uma organização recebe e desembolsa durante um período de tempo. É crucial manter um nível positivo de fluxo monetário de modo a não se deparar com graves problemas financeiros.

Precisas de dinheiro suficiente para pagar as tuas despesas, portanto prever e monitorizar o teu fluxo

5. Encontrar recursos

Todos os modelos de negócio requerem recursos essenciais para oferecer uma proposta de valor, atingir mercados, manter relações com clientes, ter rendimentos e criar um impacto geral. Os recursos essenciais de que precisas para o teu negócio podem ser físicas, p. ex., edifício, veículos, máquinas, etc., intelectuais, p. ex., marcas, patentes, parcerias, bases de dados de clientes, etc., humanos, p. ex., pessoal, voluntários, membros da família, etc., e/ou financeiros, p. ex., dinheiro, linhas de crédito, etc. É importante analisar quais os recursos que precisas para o teu negócio (social), mapear os recursos que já estão disponíveis para ti e quais ainda tens de adquirir. O mapeamento de parceiros e alguns recursos que podes conseguir de graça podem ser também um bom exercício. Ajuda-te a definir estratégias e planos de ação que te permitem conseguir os recursos em falta. Para o financiamento de uma startup, existem ferramentas tais como financiamento coletivo ou outras angariações de fundos em websites, assim como fontes diárias de capital de arranque, por exemplo, família, amigos e fãs. Algumas das formas mais comuns de financiar o teu empreendimento de risco são :

Bootstrapping

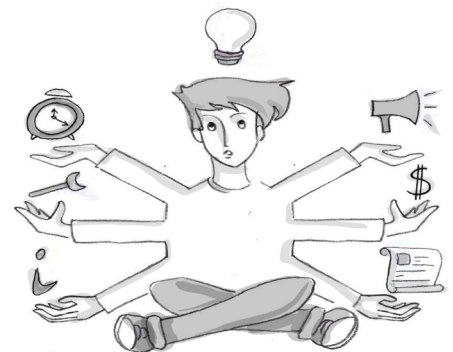
Bootstrapping é usar o teu próprio dinheiro, poupanças e ou cartão de crédito para iniciares o teu negócio.

Amigos e Família

Podem investir no teu negócio sem uma garantia de que vão reaver o seu dinheiro. Eles normalmente investem mais em ti como pessoa, do que no teu negócio.

Financiamento coletivo

Esta é uma excelente ferramenta para conseguires financiamento de arranque para o teu negócio e estender a mão até uma piscina de pequenos investidores com menos restrições. Existem muitas plataformas disponíveis de financiamento coletivo, aqui estão alguns exemplos: [Kickstarter.com](https://www.kickstarter.com), [StartSomeGood.com](https://www.startsomegood.com), [Indiegogo.com](https://www.indiegogo.com), [Rockethub.com](https://www.rockethub.com), [Pozible.com](https://www.pozible.com), [Causes.com](https://www.causes.com), [Razoo.com](https://www.razoo.com) e [Crowdrise.com](https://www.crowdrise.com)



Investidores providenciais

Quando o teu negócio (social) está numa fase onde já prevê rendimentos sólidos, podes abordar investidores providenciais que são indivíduos ou grupos de indivíduos, que podem facultar capital para a tua empresa em ascensão e que normalmente querem em troca alguma propriedade ou ações do teu negócio. Podem investir muito, mas também são muito exigentes e têm expectativas elevadas para resultados sólidos.

Empréstimo bancário/Capital de risco

Numa fase mais avançada quando o negócio (social) está criado e em funcionamento e tem rendimentos estáveis, podes precisar de um empréstimo de um banco para investir no crescimento do negócio (social). Uma boa ideia pode ser contar com a colaboração de um banco ou instituição financeira logo no início da tua startup para conseguir uma conta-corrente, um cartão de crédito, etc. (não para um empréstimo). Com o passar do tempo o banco irá ficar familiarizado com o seu negócio e será mais fácil pedir produtos bancários adicionais, tais como um empréstimo, numa fase posterior.

Inspira-te e vê este curto vídeo do presidente executivo do Indiegogo que oferece três pro dicas para uma campanha de financiamento coletivo bem-sucedida

Descobre mais informação útil sobre encontrar recursos para a tua empresa (social):

- Quatro erros de financiamento coletivo para os empreendedores sociais evitarem
- Cinquenta e cinco ótimas ferramentas de produtividade e recursos para startups e empreendedores
- Sessenta ótimas ferramentas e recursos para empreendedores e startups

6. Networking e partnership

Trabalhar a rede e parcerias

A implementação bem-sucedida de uma ideia empreendedora baseada na comunidade requer colocar importância em construir uma rede, descobrir aliados, clientes, amigos, apoiantes e parceiros.

Ao desenvolver e implementar uma ideia baseada na comunidade, a tua rede pode ser construída e aumentada durante três fases do processo:

- 1) **Período de investigação:** Ao fazeres uma análise da comunidade, obtém informações sobre questões e problemas na comunidade, mas também sobre recursos e pessoas, organizações e negócios (sociais) que já estão ativos na comunidade. É a primeira oportunidade de entrares em contacto com eles.
- 2) **Desenvolvimento da ideia:** Ao inventares uma ideia baseada na comunidade e ao desenvolvê-la, a tua ideia deveria representar uma solução para um problema, questão ou necessidade na comunidade e deveria, portanto, estar perto das pessoas. Isto é especialmente assim visto que vais andar a testar o teu produto ou serviço no meio de pessoas do teu mercado, a pedir opiniões e a basear as tuas melhorias nisso. Ao aprofundares o desenvolvimento do teu modelo de negócio, também irás determinar, investigar e estar em contacto próximo com os teus clientes, fornecedores e parceiros.
- 3) **Lançamento e escala:** Ao implementares a tua ideia e ao lançares o teu negócio (social), irás continuar a trabalhar em colaboração próxima com fornecedores, parceiros e clientes. Ao escalares o teu negócio, entrando em novos mercados ou expandindo o teu impacto, ajudando os outros a copiar o teu modelo e a aplicá-lo na comunidade deles, irás continuar a desenvolver e fortalecer naturalmente a tua rede.

Ao fazer alguma pesquisa sobre um determinado domínio, deveria ser prestada especial atenção aos recursos que já lá estão e que poderiam, se usados apropriadamente, fazer a diferença na comunidade sem nenhum custo extra. Podia significar que as organizações que já estão a trabalhar neste campo também estivessem à procura de parceiros.

Proposta de valor e modelo de negócio (social)

- Exemplos de proposta de valor and how to create a good one
- Proposta de valor em empreendedorismo social
- Geração de modelo de negócio
- Vídeo sobre quadro de modelo de negócio
- Quadro de modelo de negócios
- Quadro social de modelo de negócios

Startup leve e MVP

- Como gerir uma startup leve top dez dicas

Marketing e Comunicações

- Top dez fracassos de marketing
- Aprender com o fracasso e o que os empreendedores fazem errado
- Dez falhanços de marketing de 2012
- Os cinco fracassos mais desastrosos de marketing de todos os tempos

Promoção e vendas

- Ajudar sem fins lucrativos: técnicas promocionais
- Onze técnicas importantes de promoção de vendas
- Sete técnicas populares de marketing para pequenas empresas
- Introdução às redes sociais
- Cinco dicas sobre redes sociais para empreendedores sociais
- Dicas sobre redes sociais para ONGs

Finanças

- Oito dicas financeiras para empreendedores a lançar uma startup
- Top dez dicas financeiras para startups em fase inicial

Encontrar recursos

- Mapeamento de recursos na comunidade
- Cinco formas de financiar um negócio: como conseguir uma fatia do bolo
- Kiva empréstimos que mudam vidas [o link vai dar ao mesmo que o anterior]
- Microcréditos para pequenas startups
- Quatro erros de financiamento coletivo para empreendedores sociais evitarem
- Cinquenta e cinco ótimas ferramentas de produtividade e recursos para startups e empreendedores
- Sessenta ótimas ferramentas e recursos para empreendedores e startups

Redes e parcerias

- Treze dicas para criar a parceria perfeita
- Sete dicas para uma parceria de negócio bem-sucedida

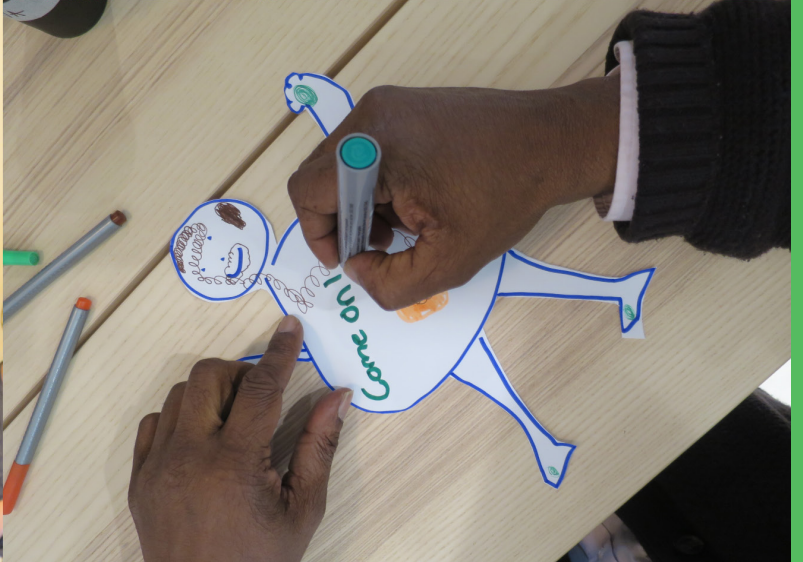
Modulo

“Ricorda di celebrare i traguardi mentre ti preparai ad affrontare il cammino.”

- Nelson Mandela,
leader sudafricano

5.

Lançamento & Escala



“Lembra-te de celebrar marcos à medida que te preparas para o caminho que aí vem.”
Nelson Mandela, South African Leader

“O que precisas para começar um negócio? Três coisas simples: conhecer o teu produto melhor que ninguém, conhecer o teu cliente, e ter um desejo ardente de ter sucesso.”

Dave Thomas, Founder, Wendy's

“Age de forma entusiástica e serás entusiasta.”
Dale Carnegie, Author and Motivational Speaker

Curta Descrição

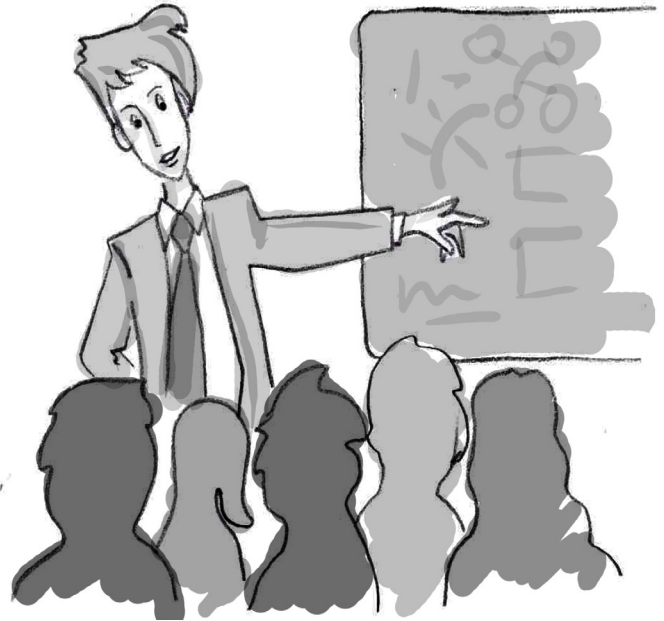
Neste módulo irás aprender como apresentar a tua ideia de forma eficaz a potenciais clientes, investidores e parceiros. Também iremos observar como avaliar os riscos e a importância da gestão ao lançar e gerir um negócio (social), assim como a importância de ter um plano de negócio e como o escrever. Irás aprender sobre quais as estruturas legais que estão disponíveis para a tua ideia empreendedora baseada na comunidade para que possas escolher a que melhor encaixa. Como planejar como manter e escalar o teu negócio, também irás aprender como refletir sobre aumentar o desempenho organizacional global e como adquirir recursos para o crescimento a partir de fontes externas.

Objetivos de Aprendizagem

- Aprender a apresentar a tua ideia
- Avaliar riscos para a tua startup
- Compreender a importância de gestão e trabalho de equipa
- Escrever um plano de negócio que cria e inicia um empreendimento novo
- Analisar qual estrutura legal melhor se adequa à tua ideia
- Saber como manter e escalar o teu negócio e adquirir recursos para o crescimento a partir de fontes externas

1.. Competências de apresentação e de exposição

Enquanto que inventar ideias possa ser fácil, vendê-las a estranhos é muito mais difícil. A tarefa de levar uma ideia a alguém com o poder de fazer algo com ela ou a alguém que tem os recursos que precisas, chama-se uma exposição. É importante ganhar competências para argumentar a tua ideia aos outros e de ser capaz de convencer possíveis investidores ou parceiros sobre o valor das tuas ideias e sobre ti como pessoa, num espaço muito curto de tempo. As pessoas que estão a receber a mensagem muitas vezes julgam a ideia e o seu valor com base na capacidade e criatividade do apresentador. As pessoas geralmente estereotipam-te e vão tentar meter-te num saco, isto acontece muito rapidamente e os estudos mostram que o impacto que crias nas pessoas nos primeiros segundos do vosso encontro influenciam de forma muito forte o julgamento que fazem de ti, do teu carácter e das tuas capacidades. Numa exposição é importante falar com clareza e dizer exatamente o que queres da outra pessoa. O objetivo é tornar tão fácil quanto possível alguém dizer “sim”; por isso se queres obter o que estás a pedir, tens de estar preparado/a.



Aqui estão algumas dicas úteis para uma exposição bem-sucedida :

Prepara-te para a apresentação

Os investidores muitas vezes investem primeiro no empreendedor e não no plano de negócio. Tens de dar a impressão de uma pessoa rápida, inteligente e eficiente, que é capaz de lançar a ideia, mantê-la e fazê-la crescer.

Pesquisa os investidores ou parceiros

É importante descobrir de antemão se já estão ativos no teu setor, se já investiram nele anteriormente e com que sucesso.

Concentra-te nos elementos essenciais

Para os investidores e potenciais parceiros, a apresentação é muitas vezes mais importante do que o plano de negócios. Tens de ser capaz de explicar em menos de cinco minutos o conceito da ideia, o retorno do investimento e a estratégia de manter e fazer o negócio crescer. Portanto, sê breve, conciso/a e direto/a à questão quando apresentares a tua ideia de negócio. Os investidores e parceiros têm de ter a certeza que és capaz de atrair potenciais clientes. Se não compreenderem e não ficarem entusiasmados pelo teu conceito rapidamente, pensarão que os clientes também não.

Convence com factos sólidos e números – não inventes coisas!

Os investidores ou parceiros procuram garantias e baixo risco. Se já tens um histórico, já estás a gerar rendimentos regulares ou já tens clientes, é mais fácil atraíres investidores ou parceiros, do que basear resultados somente em previsões e num plano de negócio. Antes de procurares investimento, é sempre melhor ter testado ou ensaiado a tua ideia de negócio para seres capaz de apresentar factos e números.

Entusiasma investidores e parceiros com uma visão a longo prazo, mas sê realista

Não te levarão a sério se projetares números irrealistas. Uma boa ideia pode ser apresentar números para três versões do futuro: o melhor cenário, o cenário moderado e o pior cenário. Isto tem de se basear em dados, análises e hipóteses realistas sobre o teu negócio presente e futuro, a concorrência, o mercado, etc.

Mostra que és eficaz em termos de custos e tira o máximo proveito das coisas

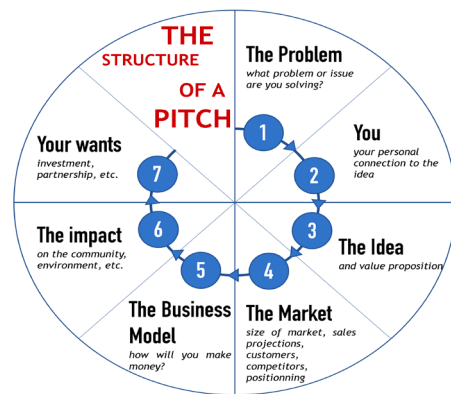
Os investidores ou parceiros querem ver que não estás a apontar para salários excessivos ou despesas que não são otimizadas.

Sê ambicioso/a mas não te excedas

Um negócio não cresce passo a passo. Não há pressa, por isso não peças milhões de Euros para uma expansão mundial do teu negócio e uma vasta gama de produtos logo de início. Vai com calma e torna-te bom/boa num segmento do mercado ou a vender um produto ou serviço, e aprende a partir dos teus sucessos e fracassos antes de alcançar as estrelas.

A estrutura de uma exposição

Aqui estão os passos principais que devias analisar ao apresentar a tua ideia empreendedora baseada na comunidade:



- O problema - que problema ou questão estás a solucionar?
- Tu – qual é a tua ligação pessoal à ideia empreendedora (social)?
- A ideia – qual é a tua ideia e proposta de valor?
- O mercado – qual é o tamanho do teu mercado? Quais são as tuas projeções (de vendas)? Quem são os teus clientes? Quem é a tua concorrência? Como te posicionas no mercado?
- O modelo de negócio – qual é o teu modelo de negócio? Como irás fazer dinheiro?
- O impacto – que impacto estás a ter na comunidade?
- Os teus quereres – o que queres da pessoa a quem estás a apresentar, p.ex., investimento, parceria, etc.

Vê os vídeos que protagonizam empreendedores a apresentarem o seu negócio durante o programa Britânico “Dragon’s Den”. Tenta refletir sobre que ferramentas e métodos os empreendedores estão a usar para convencer os investidores a investir na ideia de negócio deles.

Apresentação 1: Mainstage Travel

Apresentação 2: Negócio de Snack

Descobre mais sobre como argumentar com eficiência e eficácia:

Como argumentar uma Ideia brilhante
Seis passos para a apresentação perfeita

2. Avaliando riscos

Como avaliar e ultrapassar riscos

A ideia de montar o teu próprio negócio através de uma estrutura legal pode ser um pensamento assustador e intimidativo. Portanto, é importante compreender e avaliar os riscos tão cedo quanto possível para que possas abordá-los apropriadamente e aumentar as tuas oportunidades de êxito. Existem vários tipos de risco:

Risco de produto

É importante conheceres bem o teu produto ou serviço e o problema que resolve ou necessidade que serve para os clientes. Certifica-te que o mercado é suficientemente grande e que é o momento certo para o lançar. A tua pesquisa de mercado é crucial antes do lançamento.

Risco de mercado

Conhece os teus clientes e porque é que, onde e como compram produtos ou serviços relacionados. Entrar no mercado suficientemente cedo com um conhecimento muito bom do mercado através da pesquisa pode dar-te uma vantagem competitiva e baixar os riscos de fracasso.

Risco financeiro

Existem ferramentas eficazes para novos empreendedores para angariar dinheiro através de plataformas de financiamento coletivo. Amigos e família ou até mesmo investidores providenciais podem também ser bons recursos de financiamento da startup. À medida que o teu negócio vai correndo, certifica-te que atinges os marcos do teu plano de negócio e os objetivos de crescimento, para construíres confiança em potenciais novos investidores. Fazer orçamentos cuidadosos, gerir as finanças e fluxo monetário também são cruciais para a sobrevivência do teu negócio (social).

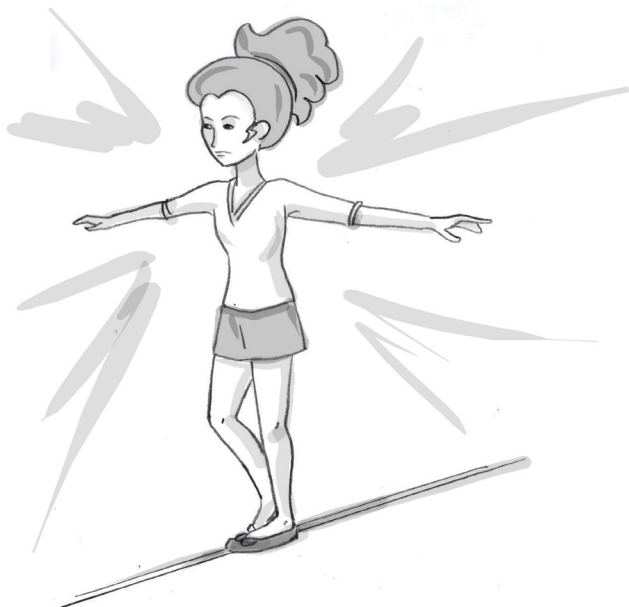
Risco da equipa

Ter uma boa equipa é crucial; não podes fazer tudo sozinho/a. Certifica-te que tens gente à tua volta que podes consultar, tais como membros da equipa, amigos e família, um mentor, ou até mesmo um incubador de startup, para que não estejas sozinho a enfrentar os diferentes desafios que irão surgir. Trabalhar numa equipa que realmente acredita no teu negócio (social) e nos seus produtos ou serviços aumenta as tuas oportunidades de sucesso ao lançares o teu negócio e desenvolvendo-o ainda mais. Ter uma equipa forte também é crucial quando se enfrentam dificuldades.

Risco de execução

Encontra o equilíbrio entre microgerir de perto os detalhes operacionais do teu negócio (social) e o estratégico papel visionário de um empreendedor. No início é importante prestar muita atenção ao detalhe e ter ao mesmo tempo uma visão global da execução do negócio. Com o intuito de mitigar riscos, precisas de conselhos de peritos e pessoas com experiência para evitares armadilhas, mas também é importante às vezes correr riscos (limitados e mensuráveis) e ser corajoso/a.

Experimenta o quiz de avaliação do risco de empreendedor. Este teste irá ajudar-te a começar a dar os primeiros passos para iniciares o teu próprio negócio. Todavia, não cometas estes dez erros de iniciação da empresa e evita estas quatro armadilhas que as pequenas empresas \ enfrentam.



3. Gestão e trabalho de equipa

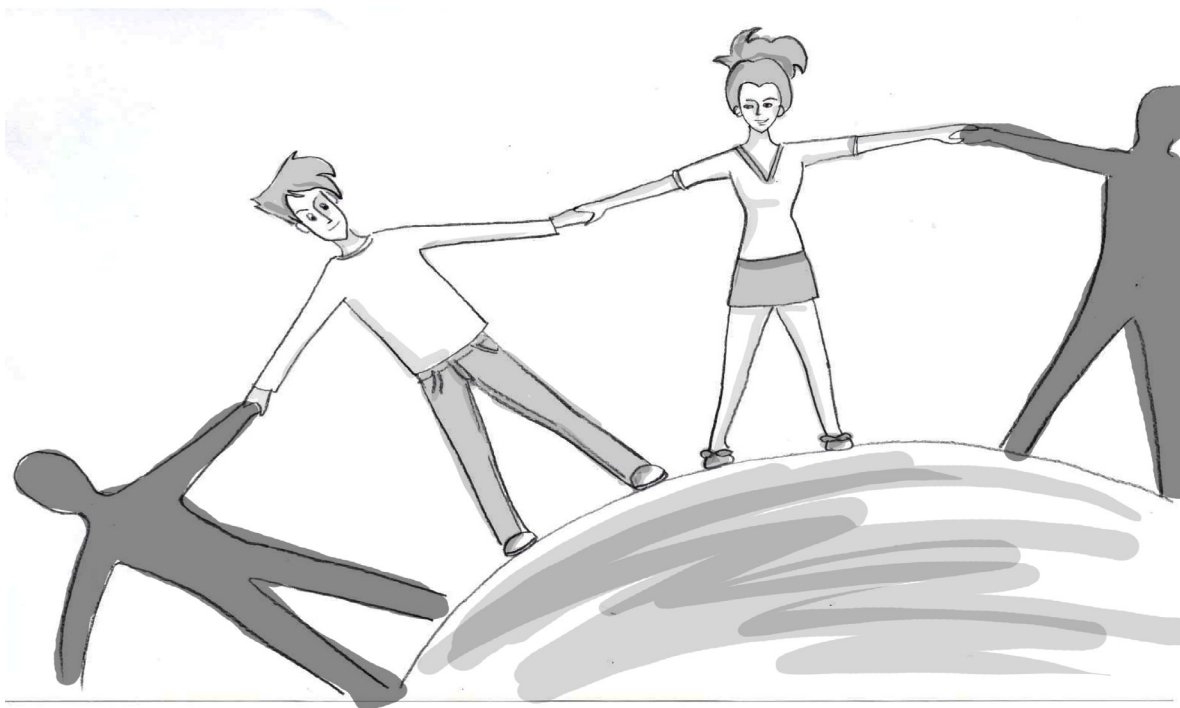
Enquanto empreendedor/a, a gestão de tempo, finanças e pessoas é vital, e quanto mais eficaz fores, melhor.

Gestão de tempo

No que diz respeito à gestão de tempo, é importante ter claros objetivos estabelecidos para o teu negócio (social) e que todas as atividades em que te envolves estão a servir estes objetivos. Tudo o resto é uma possível perda de tempo, portanto certifica-te de que as tuas tarefas e atividades estão diretamente relacionadas com gerar rendimentos e fazer crescer o teu negócio (social). Também é importante priorizar e diferenciar entre o que é urgente e o que não é, e planear bem com antecedência, usando listas de coisas a fazer e ferramentas, tais como calendários, avisos, etc. Outro aspeto importante sobre a gestão de tempo é eliminar distrações, p. ex., telemóvel, redes sociais, etc. e delegar tarefas a outros membros da equipa. Existem muitas mais dicas sobre gestão de tempo que podes encontrar na Internet. Lembra-te que cada dia nunca tem mais de vinte e quatro horas por isso é melhor que tires o melhor partido disso.

Para descobrires mais, vê estas vinte dicas rápidas para uma melhor gestão de tempo:

<https://www.youtube.com/watch?v=bzNZh-HolUU>



Gestão de pessoal

A tua equipa irá olhar para ti à procura de orientação e inspiração, por isso tens de dar um bom exemplo. No que diz respeito à gestão e motivação da tua equipa, a boa comunicação é fundamental. Quer seja devido às metas e objetivos, às expectativas que tu e eles têm, ou às coisas do dia-a-dia que estão a acontecer. Construir relações de trabalho positivas também inclui conhecer e estar interessado/a na vida pessoal dos membros da equipa. Reconhecer o bom trabalho dos membros da equipa é uma ferramenta crucial para os manter motivados e para seres capaz de lhes pedir ajuda ou conselhos. Como patrão/patroa, podes definitivamente contribuir para uma atmosfera positiva, uma vez que a confiança é essencial em gestão. Delegar às pessoas certas, gerir conflitos e ser assertivo/a também são competências importantes de gestão.

Gestione finanziaria

Gestão financeira

Uma das partes mais importantes e igualmente desafiantes partes, no que diz respeito à gestão do teu negócio (social), é a gestão das tuas finanças já que tudo depende disso. Uma das principais ferramentas de gestão financeira é o orçamento. É importante planear cuidadosamente o teu ano financeiro, os teus trimestres e também o teu fluxo monetário. Separar as tuas finanças pessoais das do teu negócio (social), assim como ter instalado um sistema de contabilidade bem organizado, também é crucial na gestão financeira. Mesmo que tenhas estabelecido um bom sistema de planificação e de contabilidade, está ciente de clientes que atrasam o pagamento uma vez que te podem trazer graves problemas de fluxo monetário. Ter reservas suficientes de dinheiro é igualmente importante e evitar gastos desnecessários é vital. Enquanto novo negócio (social), não precisas de mobiliário de luxo no teu escritório .

Gestão de parceiros

Nos módulos anteriores, examinámos o mapeamento de potenciais parceiros e da importância de estabelecer parcerias na comunidade. No âmbito do empreendedorismo baseado na comunidade, estabelecer parcerias é crucial porque no centro de uma ideia empreendedora baseada na comunidade está a solução para um problema ou a necessidade da comunidade. O sucesso de um negócio baseado na comunidade é do interesse de toda a comunidade – um bom argumento quando estás a tentar alcançar parceiros para a tua ideia.

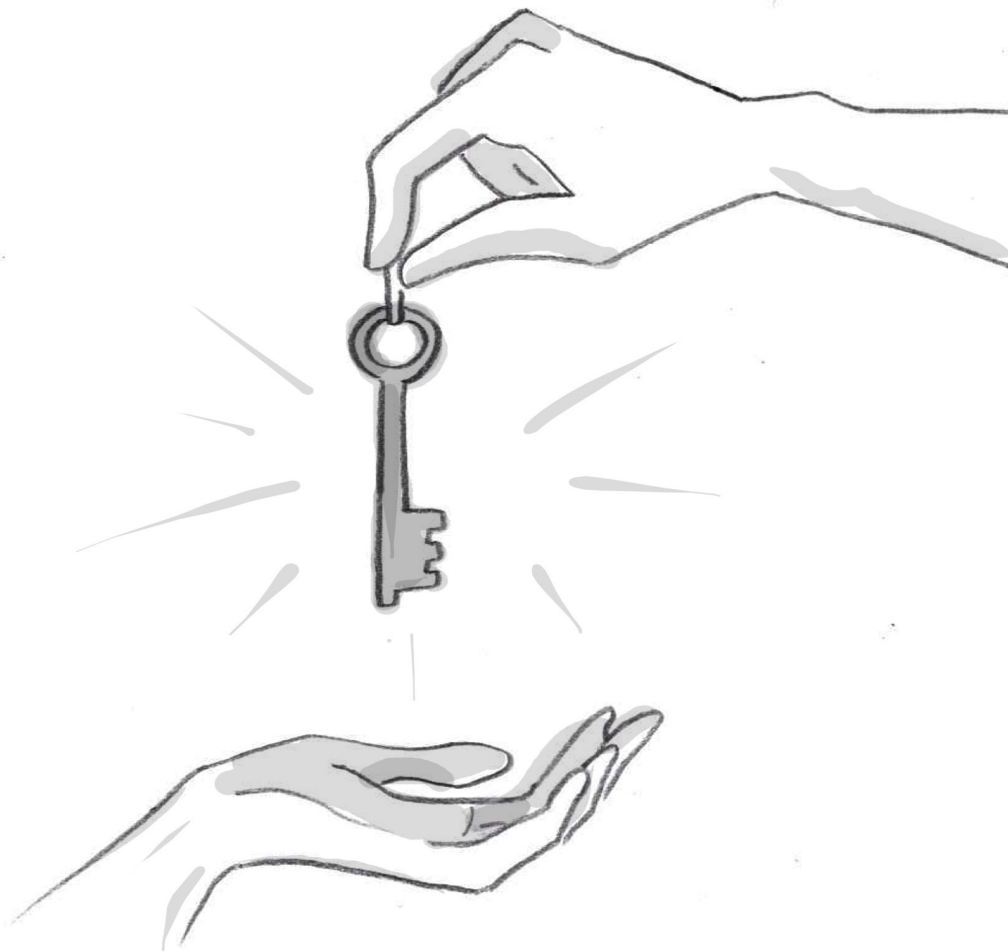
Se tens parceiros também é importante gerir estas relações, de maneira a evitar conflitos ou mesmo colocar o teu negócio (social) em perigo. Certifica-te que os teus parceiros têm os mesmos objetivos e visões que tu e que os papéis e responsabilidades inerentes à parceria estão claramente definidos, colocando-os por escrito através de um contrato ou acordo. Esse acordo também deveria estipular o que acontecerá e como as coisas serão tratadas numa situação em que as coisas corram mal, as expectativas não forem correspondidas ou exista um desejo de dissolver a parceria. Quando os papéis e responsabilidades estão estabelecidos, isso contribui para o sucesso de trazer ao de cima e otimizar as forças dos indivíduos dentro da parceria. Isto também pode contribuir muito para a motivação e a boa atmosfera dentro da parceria, p. ex., um dos teus parceiros, que está encarregue de fornecer matérias primas, pode ter um ótimo designer gráfico na sua equipa, que é um serviço que precisas. Assim, ao otimizares a tua parceria, partilhando recursos ou forças baseados na necessidade, estás a fortalecê-la ainda mais, já que pode ser um enorme benefício para se entreejardarem em áreas de fraqueza .

Delegação de tarefas

Enquanto empreendedor7a (social), não podes fazer tudo sozinho/a por isso terás de delegar algumas tarefas aos outros na equipa. Delegar, contudo, é mais do que pedir a alguém para fazer algo. Se queres delegar eficazmente, tens de ter um entendimento e acordo mútuo entre ti e a pessoa a quem vais delegar. É importante solicitar reações e ideias de membros da equipa e construir confiança, apoio e comunicação aberta neste processo. Aqui ficam oito dicas para uma delegação eficaz :

- 1) Explicar exatamente o que está a ser pedido que a pessoa faça e ter a certeza que compreendeu as suas responsabilidades e o prazo do princípio ao fim
 - 2) Explicar as metas específicas relacionadas com as tarefas, que resultados esperas ver e como conseguirás medir ou avaliar o cumprimento da tarefa
 - 3) Conceder a autoridade necessária para completar a tarefa. Quando delegas uma tarefa, também tens de delegar a responsabilidade necessária e permissão para tomar decisões
 - 4) Consegue o reconhecimento de que a pessoa compreende e concorda com a missão. Descobre se existem quaisquer dúvidas, perguntas, ou sugestões de antemão.
- ssoa tanto as consequências positivas como negativas que devem ser esperadas devido a um desempenho excelente ou pobre.

- 5) Dá liberdade às pessoas para completarem a tarefa da forma que entenderem ser mais eficaz, caso contrário, limita a criatividade e iniciativa, ao mesmo tempo que diminui a autoestima.
- 6) Estabelece um sistema para recompensar o desempenho excepcional. Diz com antecedência à pessoa tanto as consequências positivas como negativas que devem ser esperadas devido a um desempenho excelente ou pobre.
- 7) Verifica o trabalho. Isto permite-te identificar questões e problemas, e também motiva as pessoas, já que estás a prestar atenção ao trabalho que estão a fazer.
- 8) Resolve quaisquer problemas que surjam. Traça um plano com a pessoa para executar apropriadamente as tarefas delegadas. Tenta monitorizar o processo



Arranja um mentor

É importante arranjar um/uma mentor/a em quem confies, que admires e respeites quando estás a planear lançar o teu negócio. Um/uma mentor/a pode agir como um modelo positivo que mostra muito interesse em ti e no teu negócio (social). Motiva-te, fornece orientação e opinião construtiva, e está disposto/a partilhar conhecimento e experiência numa gama de questões. Certifica-se que não estás sozinho/a a tomar decisões importantes, ajuda a evitar armadilhas e ajuda-te a aprender com os erros, enquanto te guia na direção certa.

Inspira-te com a Kim Kaupe, co-fundadora da ZinePak que descreve os quatro tipos de mentor que todos os líderes deviam ter.

4. Como escrever um plano de negócio

Um plano de negócio não é só uma ferramenta para angariar fundos, ajuda-te a gerir-te a ti próprio/a e ao teu negócio (social). É uma ferramenta que te permite analisar e monitorizar o teu progresso e compreender como é montado o teu negócio. Também o podes usar como ferramenta de vendas para ganhares investidores ou pessoal para o teu empreendimento de risco. É um plano que te ajuda a traçar objetivos de desempenho, fazer previsões e estabelecer metas em relação ao teu volume de negócios, aos teus clientes, recrutamento, etc. Pode ser a chave para o sucesso quando estiveres a considerar expandir o teu negócio ou ser mais competitivo/a. Não tens de te enclausurar durante um mês e escrever um documento. Podes trabalhar nisso em tempo parcial e usar um formato de apresentação como o Powerpoint para poupar tempo e facilitar a partilha do teu plano e desenvolvê-lo ao longo do tempo.



Aqui está cinco vantagens específicas de fazer um plano de negócios :

- 1) Podes obter acesso a finanças, uma vez que os investidores e bancos querem ver o teu plano de negócio e serem convencidos de que o teu negócio será rentável antes de te emprestarem dinheiro. Ajuda-te a comunicar a tua visão e convencer as pessoas de que a tua ideia empreendedora é merecedora de que invistam nela.
- 2) Fazer um plano de negócio ajuda-te a priorizar e estabelecer os teus objetivos a longo prazo e as estratégias para os atingires. Isto ajudar-te-á a concentrar a tua energia e recursos no que realmente importa e prever obstáculos futuros e a estar preparado/a para enfrentá-los quando ocorrerem. Também te ajuda a colocares as questões certas a ti próprio/a sobre o que o cliente realmente quer, como podemos atrair clientes, etc.
- 3) Dá-te controlo porque trabalhar no teu plano de negócios permite-te dar um passo atrás e ver a imagem global, identificar o que funciona bem e o que tem de ser melhorado. Tirar tempo para trabalhar no teu plano de negócio também te dá uma sensação de controlo sobre o futuro.
- 4) Pode ajudar-te a evitar cometer erros quando planeias o teu future e como queres fazer a tua ideia empreendedora crescer. Ajuda a fazer projeções (financeiras) e a calcular se tudo faz sentido, p. ex., se estás a planear vender mil unidades do teu produto por mês no primeiro ano, contudo só projetas ter um único vendedor, alguma coisa não encaixa. Talvez a tua projeção não seja realista e/ou a tua equipa de vendas tem de ser reforçada.
- 5) Terás um ponto de referência, à medida que vais recebendo reações positivas ou negativas devido a eventos atuais no teu negócio. Um plano de negócio permite-te dar um passo atrás e olhar de forma objetiva para o que estás a fazer e porquê. também te permite ter toda a gente envolvida no teu negócio, p. ex., parceiros, família, amigos, etc. em sintonia. Traz coerência e assegura que toda a gente está a caminhar na mesma direção e estão na mesma missão.

Os principais elementos recomendados a estarem contemplados num plano de negócio incluem:






- Resumo executivo
- Visão global da empresa
- Análise da indústria

- Análise do cliente
- Análise competitiva
- Plano de Marketing
- Equipa de gestão
- Plano de operações
- Plano financeiro

Vê este vídeo que te dá algumas dicas boas para escreveres um plano de negócio. Experimenta esta ficha simples para exercitar sobre como escrever um plano de negócios, usando a ficha planear o negócio durante um dia. Se tens uma ideia empreendedora, tenta preenchê-la e ver o que ainda tem de ser definido de forma mais clara.

The One Day Business Plan™ Worksheet

Summarize your business vision, company goals, marketing strategies, financial objectives, and support plans:

| | | |
|---|---|---|
| <p>Business VISION</p> <p>What do you want your company to be?</p> <p>Why is "now" the "right time" to start your company?</p> |  <p>Vision</p> <p>Why now?</p> | <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>Company GOALS</p> <p>How will you achieve your vision?</p> <p>What is your central purpose or mission?</p> <p>What do you promise your customers?</p> |  <p>G1</p> <p>G2</p> <p>G3</p> <p>G4</p> <p>Mission Statement</p> <p>Brand Promise</p> | <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>Marketing STRATEGIES</p> <p>How will you grow your business? What works in the industry?</p> <p>How will you reach customers?</p> <p>What opportunities exist?</p> |  <p>S1</p> <p>S2</p> <p>S3</p> <p>S4</p> <p>Marketing Approach</p> <p>SWOT Analysis</p> | <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>Financial OBJECTIVES</p> <p>What must you accomplish after one year of operation?</p> <p>How will you know goals are being met?</p> <p>How will you measure your success?</p> |  <p>O1</p> <p>O2</p> <p>O3</p> <p>O4</p> <p>Sales Revenue</p> <p>Profitability</p> <p>Market Share</p> <p>Key PT's</p> | <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |
| <p>Support ACTION PLANS</p> <p>What specific actions are you taking to achieve your vision?</p> <p>When will key projects be completed?</p> <p>How much will each project cost?</p> |  <p>A1</p> <p>A2</p> <p>A3</p> <p>A4</p> <p>Primary Project</p> <p>Main Tasks</p> | <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> |

5. Estruturas legais

Estruturas que encaixam na minha ideia empreendedora

Assim que a tua ideia empreendedora estiver mais desenvolvida, testada e experimentada, e tens os recursos suficientes para lançá-la, é importante pensar sobre que estrutura legal melhor se encaixa nas tuas aspirações empreendedoras. Deverias ser um/uma comerciante independente ou numa parceira, sociedade, sociedade anónima (SA) ou ONG? Tudo depende dos teus objetivos e metas. A estrutura legal que escolheste terá uma importante influência nos teus impostos, obrigações legais, questões administrativas, e angariação de fundos. É uma decisão importante e deves ter em mente as necessidades futuras ao fazeres esta escolha .



As estruturas legais disponíveis em cada país e as suas implicações legais variam, portanto, é uma decisão para a qual deves procurar conselhos de um perito, como por exemplo outros donos de empresas, agências de desenvolvimento de empreendedorismo na tua região que por vezes aconselham empresas em fase de arranque de graça ou advogados. Analisa cuidadosamente todos os prós e contras e as necessidades do teu negócio (social) e o(s) seu(s) dono(s).

Para descobrires mais observa como escolher a melhor estrutura legal para a tua startup e para escolheres uma estrutura legal para a tua empresa social.

6. Fazer a escala

Como manter e escalar o meu negócio

Assim que o teu negócio estiver montado e a funcionar, fazê-lo crescer e como escalá-lo parecem ser os passos naturais seguintes. Contudo, isto tem de ser cuidadosamente ponderado. O crescimento é a chave para o êxito de qualquer negócio, mas um crescimento bem calculado e cuidadoso é normalmente mais inteligente do que enveredar por uma expansão rápida que podes não ser capaz de gerir.

Ao pensares sobre escalar o teu negócio, é importante colocares questões fulcrais a ti próprio/a sobre a perspetiva future do teu empreendimento. Antes de lançares um novo produto ou antes de entrares num mercado novo, talvez queiras concentrar-te em otimizar primeiro o teu modelo de negócio atual. Deverias analisar cuidadosamente a concorrência e tentar prever como é que vai desenvolver e imaginar possíveis soluções alternativas para o future. Pensa também nos teus clientes atuais – serás capaz de proporcionar a mesma qualidade depois de teres atingido o crescimento rápido, já que qualquer detioração poderá ter um impacto na tua reputação e imagem .

Fazer crescer o teu negócio (social) muitas vezes requer investimento e tens de ter capital suficiente e a infraestrutura para este próximo passo. Enquanto estás a planear, lembra-te de fazeres prazos e projeções realistas e certifica-te que a tua estratégia de crescimento encaixa na tua visão a longo prazo. Antes de perseguires uma estratégia de crescimento significativo, é importante analisar o estado atual do teu negócio, de modo a planear cuidadosamente para evitar possíveis armadilhas e para trabalhares numa estratégia bem ponderada para um crescimento sustentável.

Uma forma comum de escalar o teu negócio é repensar a tua abordagem global para vender e encontrar novas fontes de rendimento, aumentando o desempenho organizacional global para te tornares mais eficiente e seres capaz de aumentar as tuas margens de lucro.

Por exemplo, agora que te tornaste melhor a produzir o teu produto ou serviço, em vez de manteres os preços tão baixos quanto possível, é muitas vezes sensato concentrar-te no valor que proporcionas aos clientes e aumentar os preços em vez de os baixares. Ao fazeres isto, concentras-te melhor no valor que facultas através de proporcionares os teus produtos ou serviços aos teus clientes. Os advogados e canalizadores operam neste modelo na medida que te cobram pela oportunidade, pela sua disponibilidade e pela sua formação especializada.



Outro aspeto importante é rever os teus custos e encontrar formas de cortar nos custos operacionais ou de produção, de forma a otimizar as tuas margens. Melhores margens significam que podes contratar mais pessoal, treiná-los ou investir na expansão.

Outra abordagem que te permite escalar o teu negócio (social), é criar volumes de negócio recorrentes. Estando completamente dependente de vender tudo o que produzes dificulta o processo de fazer escalar o teu negócio. Os esquemas de fluxos previsíveis de receitas provenientes de subscrições ou “oferta à procura” pode ser um ótimo modelo, permitindo que escales, porque só produzes o que as pessoas querem e isso garante-te um fluxo previsível mensal de rendimentos.

Também podes escalar, fazendo parcerias com outras organizações que vendam o teu produto ou serviço por ti . Por exemplo, um parceiro que tem uma rede e infraestrutura existente a vender o teu produto em vários países poupar-te-ia tempo e dinheiro para investires na tua própria rede e infraestrutura.

Exemplo

EcoBriquettes e escalar através de parcerias

Considera a ideia empreendedora social de Ecobriquettes para escalar através de parcerias: <https://www.youtube.com/watch?v=LLErpCYgLsw>

Assim que as vendas de Ecobriquettes na aldeia Kecerovce (onde são produzidas) e nas aldeias vizinhas estabilizarem e a capacidade de produzir e vender maiores quantidades tiver sido estabelecida, o próximo passo poderia ser escalar e tentar vender a novos mercados na região. Existem várias comunidades Roma na região da Eslováquia Oriental que representam novos mercados possíveis para vender Ecobriquettes. Uma possibilidade poderia ser criar parcerias com igrejas e ONGs noutras aldeias na região. Poderiam comprar grandes quantidades de Ecobriquettes, transportá-las para a aldeia deles e vendê-las à população local. Já têm uma infraestrutura onde podem armazenar e vender as Ecobriquettes e podem agir como revendedor do produto.

Discussão: Que outras ideias tens para escalar as Ecobriquettes fora da Eslováquia?

Aqui estão cinco dicas para manteres o teu negócio de arranque em crescimento.

Recursos Adicionais & Aprendizagem

Competências de apresentação de exposição

- Como expor uma ideia brilhante
- Como expor uma ideia
- Seis passos para a exposição perfeita
- Seis dicas para expor a tua ideia empreendedora, seja a anjos ou a tubarões
- Videoteca do Shark tank de exposições bem-sucedidas e mal-sucedidas

Avaliar riscos

- Cinco riscos que devias considerar ao lançar a tua startup
- Dez erros de arranque a não cometer
- Quatro armadilhas que as pequenas empresas enfrentam
- Questionário de avaliação- risco empreendedor

Gestão e trabalho de equipa

- Sete dicas de gestão de tempo para empreendedores ocupados
- Seis dicas de gestão de tempo para empreendedores ocupados
- Seis dicas de gestão de dinheiro para empreendedores de primeira viagem

Como escrever um plano de negócio

- Porque é que precisas de um plano de negócio
- Plano de negócio para startups
- Ficha de planeamento de negócio durante um dia
- Porque é que tens de ter um plano de negócio
- Três razões porque precisas de um plano de negócio
- Cinco razões porque precisas de um plano de negócio
- Modelo de plano de negócio e guia
- Plano de negócio num dia

Estruturas legais

- Escolhendo a tua estrutura de negócio
- Como escolher a melhor estrutura legal para a tua startup
- Choosing a Escolhendo uma estrutura legal para a tua empresa social
- Empreendedores kits de iniciação por Ashoka

Escalar

- Cinco passos simples para fazer escalar o teu negócio
- Antes de decidires fazer escalar o teu negócio, responde a estas quatro perguntas
- Cinco dicas para manteres o teu negócio startup em crescimento

Recursos Adicionais & Aprendizagem

Competências de apresentação de exposição

- Como expor uma ideia brilhante
- Como expor uma ideia
- Seis passos para a exposição perfeita
- Seis dicas para expor a tua ideia empreendedora, seja a anjos ou a tubarões
- Videoteca do Shark tank de exposições bem-sucedidas e mal-sucedidas

Avaliar riscos

- Cinco riscos que devias considerar ao lançar a tua startup
- Dez erros de arranque a não cometer
- Quatro armadilhas que as pequenas empresas enfrentam
- Questionário de avaliação- risco empreendedor

Gestão e trabalho de equipa

- Sete dicas de gestão de tempo para empreendedores ocupados
- Seis dicas de gestão de tempo para empreendedores ocupados
- Seis dicas de gestão de dinheiro para empreendedores de primeira viagem

Como escrever um plano de negócio

- Porque é que precisas de um plano de negócio
- Plano de negócio para startups
- Ficha de planeamento de negócio durante um dia
- Porque é que tens de ter um plano de negócio
- Três razões porque precisas de um plano de negócio
- Cinco razões porque precisas de um plano de negócio
- Modelo de plano de negócio e guia
- Plano de negócio num dia

Estruturas legais

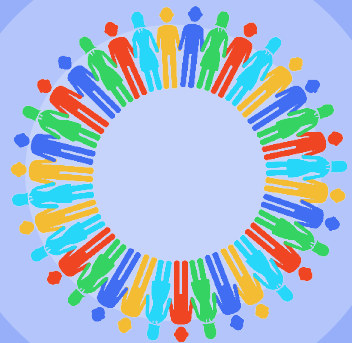
- Escolhendo a tua estrutura de negócio
- Como escolher a melhor estrutura legal para a tua startup
- Choosing a Escolhendo uma estrutura legal para a tua empresa social
- Empreendedores kits de iniciação por Ashoka

Escalar

- Cinco passos simples para fazer escalar o teu negócio
- Antes de decidires fazer escalar o teu negócio, responde a estas quatro perguntas
- Cinco dicas para manteres o teu negócio startup em crescimento



Erasmus+



Welcomeship

Building Inclusive Communities Through
Community-based Entrepreneurship