



# Módulo 6

## Ferramentas para Criar uma ONG



# EUROPE

ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

2017-1-PT01-KA204-035759

*This project has been funded with support from the European Commission.*

*This publication [communication] and all its contents reflect the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

[www.ngeurope.net](http://www.ngeurope.net)



Partners



# Ferramenta 1: Testa a tua ideia




**Precisamos de ser criativos...**



**... e produzir ideias!**


**Criatividade** é produzir ideias

**Inovação** é implementar ideias



**Criatividade**

O ato de tornar ideias novas e imaginativas em realidade.



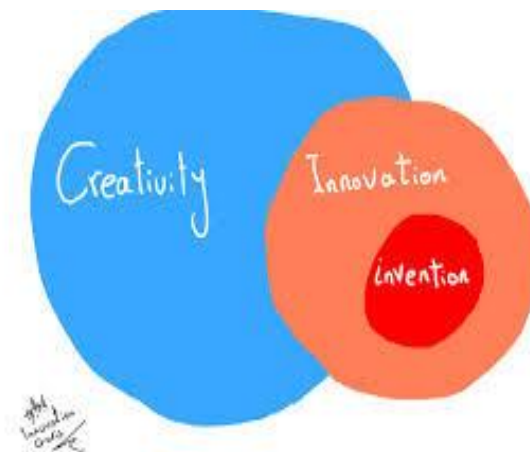
**Invenção**

Criação de novas ideias ou conceitos



**Inovação**

Transformar um novo conceito num sucesso comercial de uso alargado



# De onde vêm as ideias?



Steven Johnson (4,06')

# Exemplo: Banho Seco



Ludwick Marishane (5,07')

# Descreve a tua ideia

## O problema e a solução proposta

- Qual é o problema social que pretendo resolver?
- Qual é a minha solução?
- O que é que os beneficiários terão de fazer de forma diferente para que a minha solução proposta funcione?

## Explorar o panorama Sociopolítico

- Quem beneficia do meu negócio/projeto?
- Quem é prejudicado pelo meu negócio/projeto?
- Quem são as principais partes interessadas?
- Quem são os meus aliados?
- Quem são os meus oponentes?

**Source:** MacMillan, I. C. and Thompson, J. D. (2013). *The Social Entrepreneur's Playbook: Pressure Test, Plan, Launch and Scale Your Enterprise*. Wharton Digital Press, USA.

# Descreve a tua ideia

- Qual é o problema social que pretendo resolver?
  - Quem está a sofrer, de que é que estão a sofrer e quando, o que é que está a causar esse sofrimento?
- Qual é a minha solução?
  - Quem e quantos irão beneficiar? Quais são os maiores custos e como é que se gera receita?
- O que é que os beneficiários têm que fazer diferente para a minha solução proposta funcionar?
  - Quão difícil vai ser escolher os beneficiários para adotar a minha solução? Quais são as mudanças de comportamento necessárias?



## Descreve a tua ideia



- Quem beneficia deste negócio/projeto?
- Quem será prejudicado com este negócio/projeto?
- Quem são os aliados?
- Quem são os oponentes?

# Exercício



# Exemplo 1: usar roupas em segunda-mão a nível local (ideia)



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

# Solução



# O problema e a solução proposta



- Responder à necessidade básica de vestuário
- Troca de roupas
- Estar consciente da troca de roupas

## Quem beneficia deste negócio/projeto?

- Comunidade local (pais, crianças, idosos, grupos sociais sensíveis, etc.)
- Ecossistema
- Governo (instituições e seguradoras)
- Instituições de solidariedade social – intermediários

## Quem é prejudicado por este negócio/projeto?

- Empresas de vestuário (mercadoria defeituosa ou mercadoria não vendida)
- Pessoas e fundações (destinatários diretos)
- Participantes da cadeia de valor de vestuário (pessoas e organizações)

## Quem são os aliados?

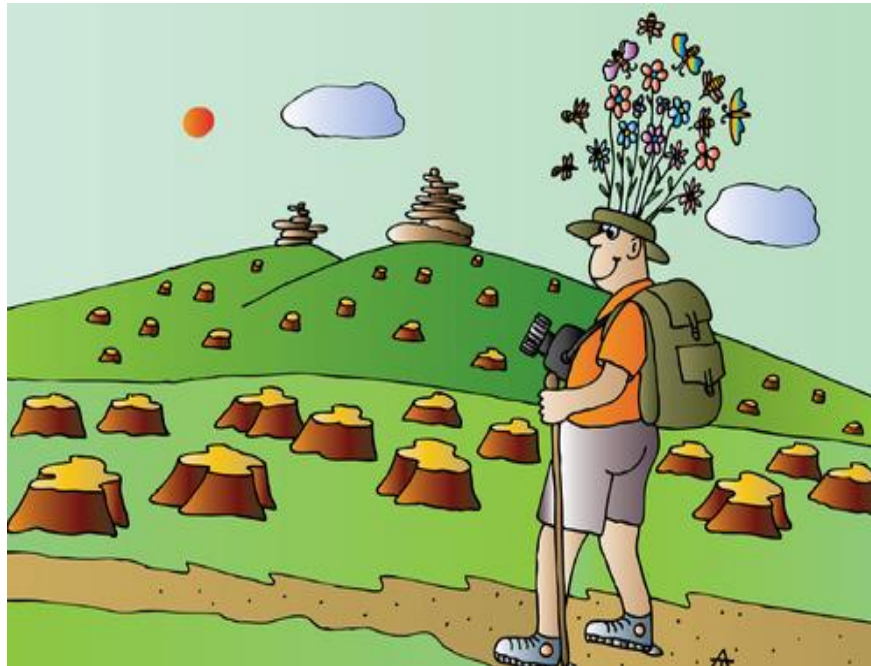
- Beneficiários (quem dá e leva)
- Comunidade local
- Doadores das roupas em segunda-mão



## Quem são os oponentes?

- Governo (gera oponentes e perdem benefícios)
- Mercados ilegais, locais e Chineses
- Negócios convencionais de roupa em segunda-mão
- Negócios convencionais com ações de reciclagem
- Empresas de reciclagem

## Exemplo 2: fornecer serviços de eco-turismo (ideia)





# Solução



# O problema e a solução proposta



- Proteger o planeta enquanto se viaja
- Serviços de viagens em regime de Eco-turismo
- Estar consciente dos serviços de Eco-turismo

## Quem beneficia deste negócio?

- Turistas e turistas que pertencem a grupos sensíveis da sociedade
- Ecossistema
- Profissionais (estariam desempregados)
- Comunidade local
- Governo
- Organizações que participem da cadeia de valor do ecoturismo (ex.: fornecedores, companhias aéreas, empresas de transporte)

## Quem é prejudicado por este negócio?

- Negócios com a mesma atividade ou semelhante (convencional ou alternativa)
- Serviços de substituição (ex.: entretenimento)
- Outros destinos geográficos

## Quem são os aliados?

- Comunidade de negócios (direta ou indireta) com proximidade geográfica
- Comunidade local
- Ministério do Turismo, região e do município
- Empresas convencionais e sociais com ações semelhantes ou complementares
- Redes europeias e internacionais
- Membros da família e organizações que apoiem pessoas com deficiência

## Quem são os oponentes?

- Governo (cria oponentes e perdem benefícios)
- Outros destinos
- Atividades empresariais locais no setor do turismo

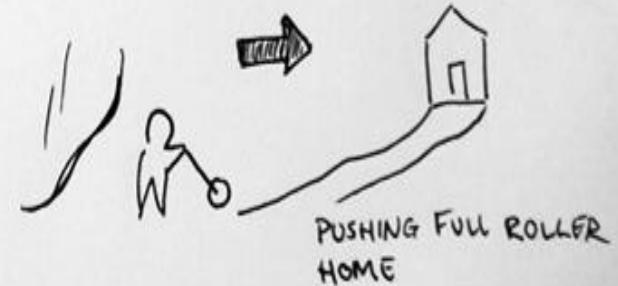
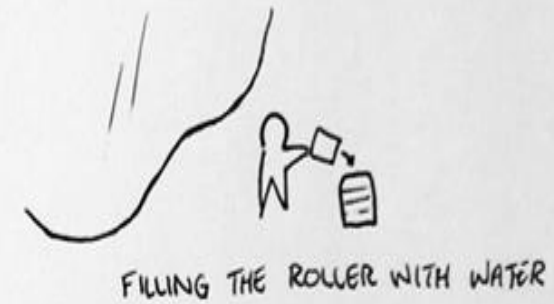
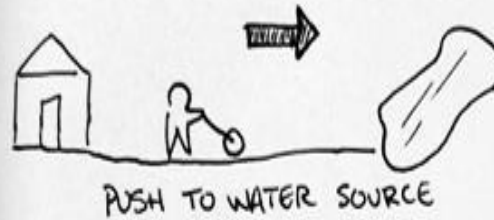
## Exemplo 3: Projeto *Hippo Water Roller* (ideia)

- Contentores de água em África
- Local: África
- Impacto: ambiental e social (saúde)
- Cobertura geográfica: nacional
- Vídeo (2,53 min)



# HIPPO WATER ROLLER PROJECT

hipporoller.org



**REPEAT**



# Solução



# O problema e a solução proposta



- Acesso diário a água em áreas rurais de África
- Contentores de água para serem empurrados ou puxados
- Fazer o que for preciso para adquirir um!



# Quem são os beneficiários deste negócio?

- Comunidade local
- Ecossistema
- Governo

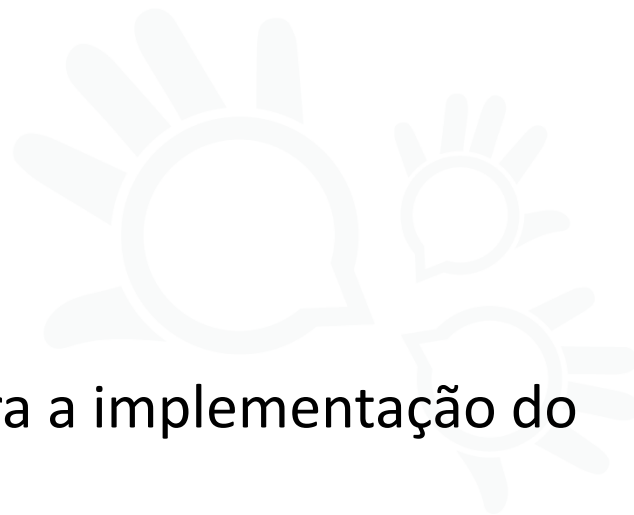


# Quem é prejudicado por este negócio?

- Empresas de água que não estão ligadas ao projeto
- Entidades que recusam contribuir para este projeto

## Quem são os aliados?

- Beneficiários
- Comunidade local
- Contribuintes (pessoas/ entidades) para a implementação do projeto



## Quem são os oponentes?

- Companhias de água
- Pessoas ou entidades que lutam contra a evolução e as mudanças sociais

## Exemplo 4: Tua ideia



# Solução



- O problema e a solução proposta
- O que é que os beneficiários têm de fazer diferente para a minha proposta funcionar ?
- Quem beneficia deste negócio?
- Quem será prejudicado com este negócio?
- Quem são os aliados?
- Quem são os oponentes?



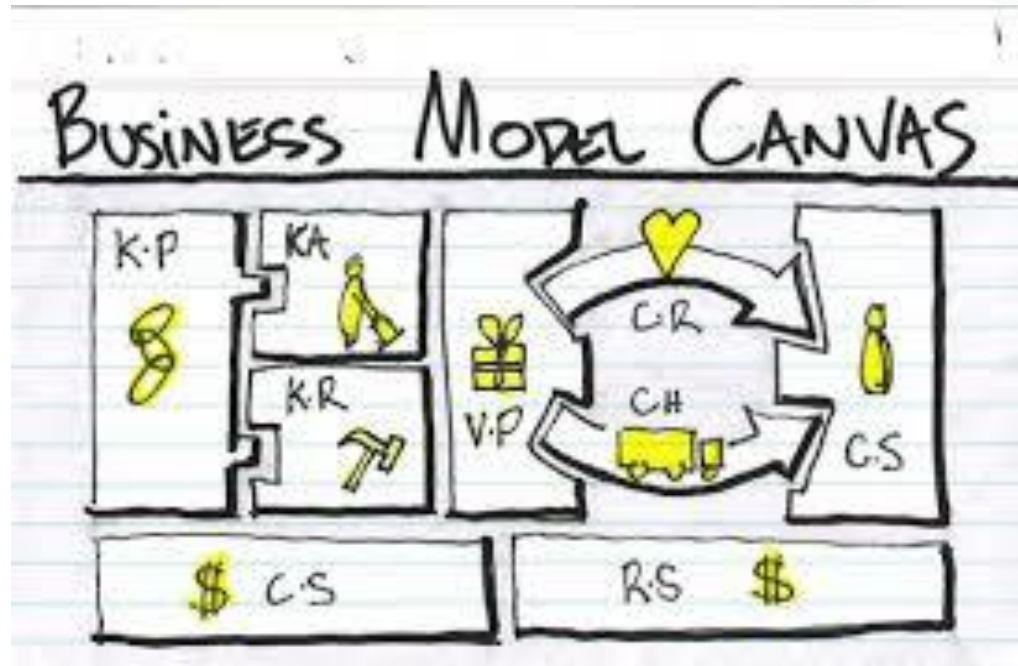
## 5 chaves para o sucesso de empreendedores sociais

1. Focar na execução da ideia (compreender o valor real e encontrar a equipa perfeita)
2. Encontrar alguém que queira resolver este problema social
3. Não ter medo que alguém imite a tua ideia
4. Focar na questão “O que é que não te deixa dormir de noite?”
5. Almeja criar impacto social e ter receita

[Fonte/Ver o vídeo](#)

Lluís Pareras (7.54')

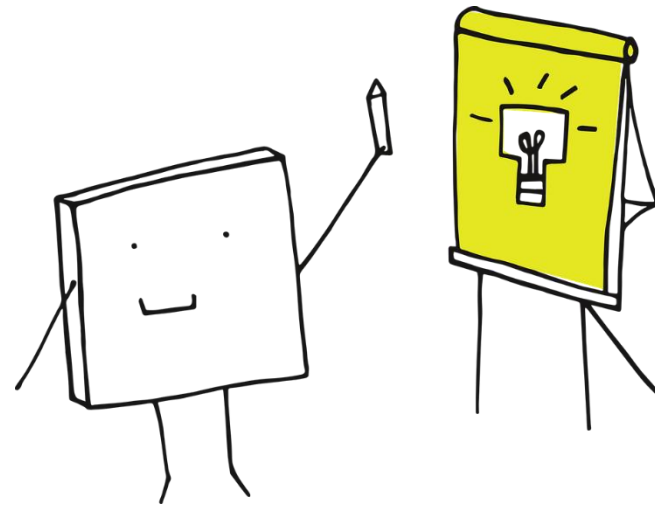
# Ferramenta 2: Business Model Canvas



# Da ideia ao modelo de negócio

## Boa ideia ≠ Sucesso

Para ser bem sucedida, uma boa ideia precisa de um excelente modelo de negócio



**Fonte/Ver o vídeo**

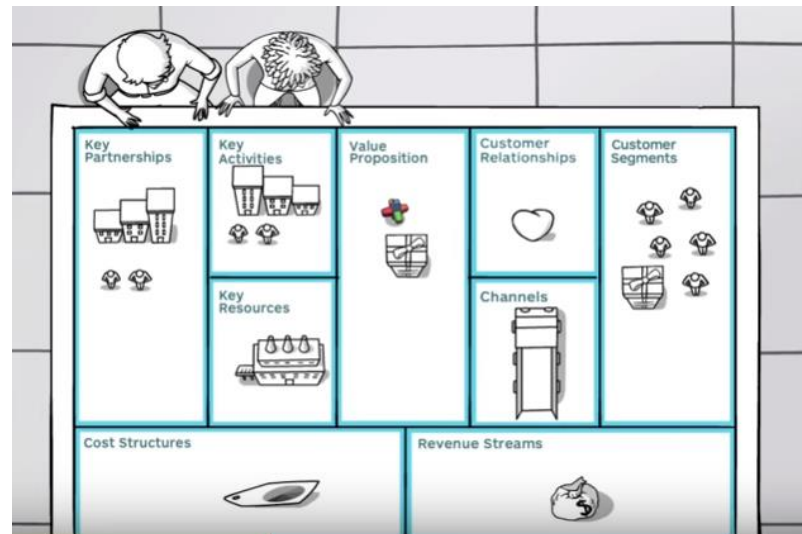
(2.12')



# Visualizar o modelo de negócio

O Modelo de Negócio é como uma história

Uma história de como uma empresa irá criar, fornecer e receber valor.



Fonte/Ver o vídeo

(3.40')

# Prototipagem

Não te apaixonas pelos teus primeiros modelos

Os melhores modelos são construídos depois de muitas, e por vezes menos óbvias, versões.

[Fonte/ Ver o video](#)

(2.39')



# Business Model Canvas

Uma ferramenta para visionários, inovadores e desafiadores

Consiste em 9 elementos constitutivos que ajuda a visualizar melhor a tua ideia

[Fonte/Ver o vídeo](#)

(2.19')



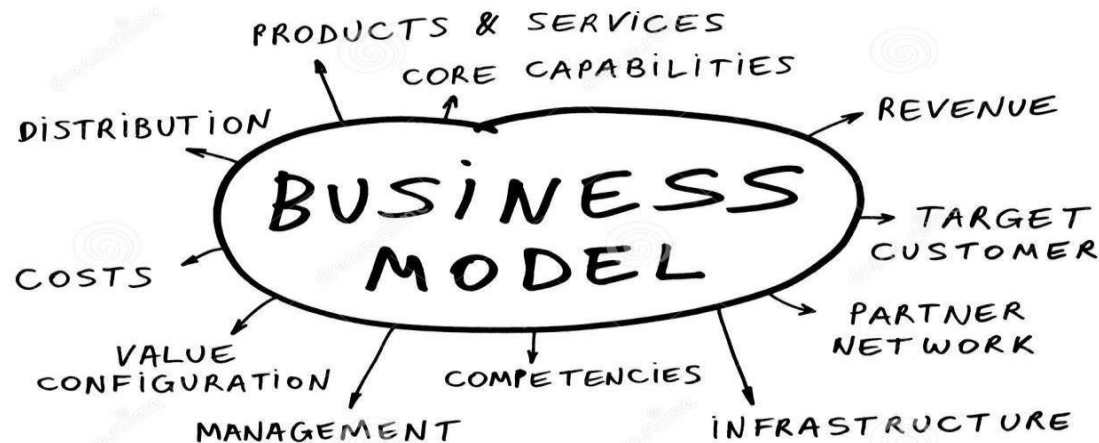
# Business Model Canvas



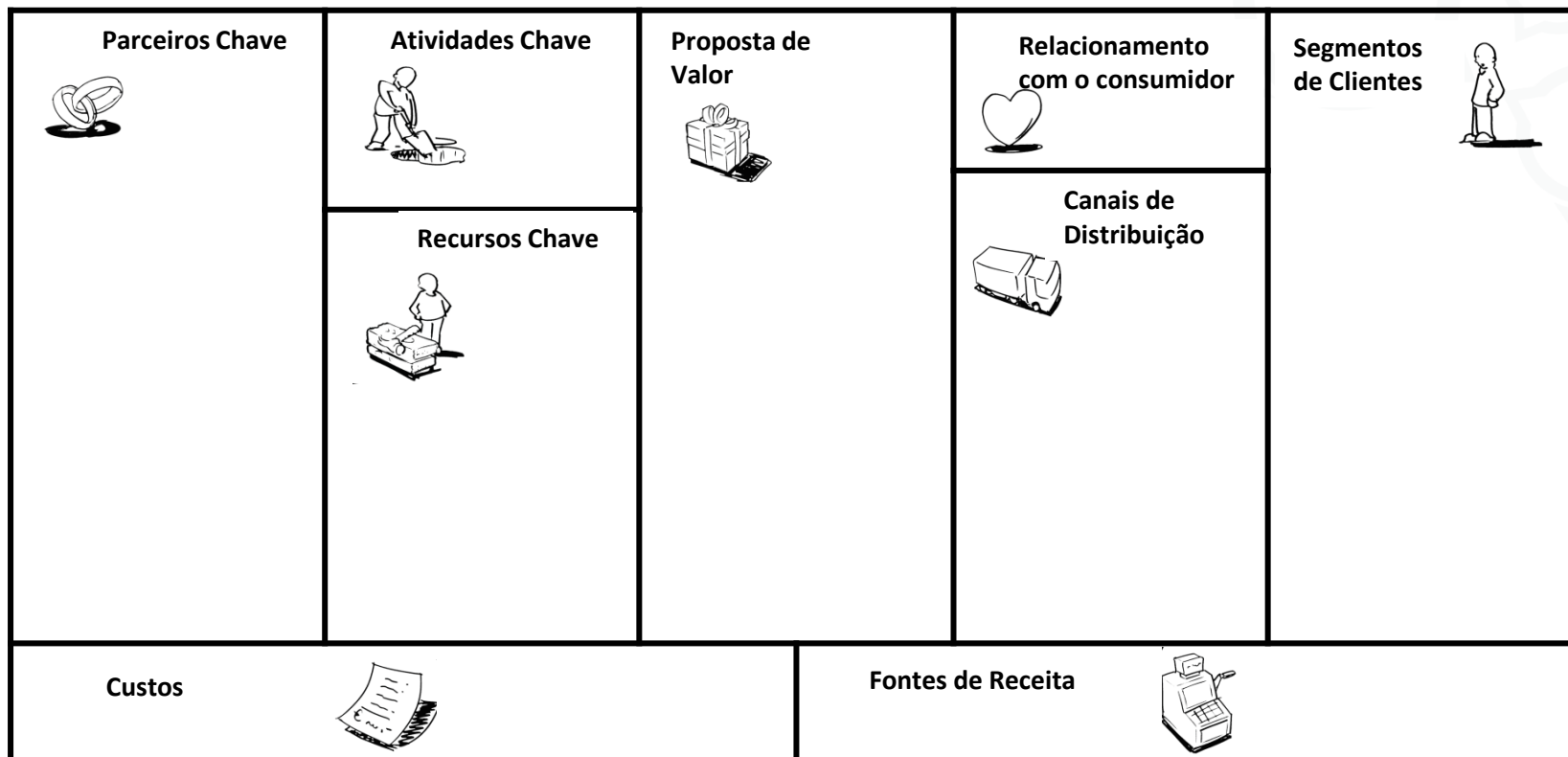
- O que é um business model canvas?
- Porque precisamos deste modelo?
- Diferenças nas empresas sociais
- Exemplos

# O que é um business model canvas?

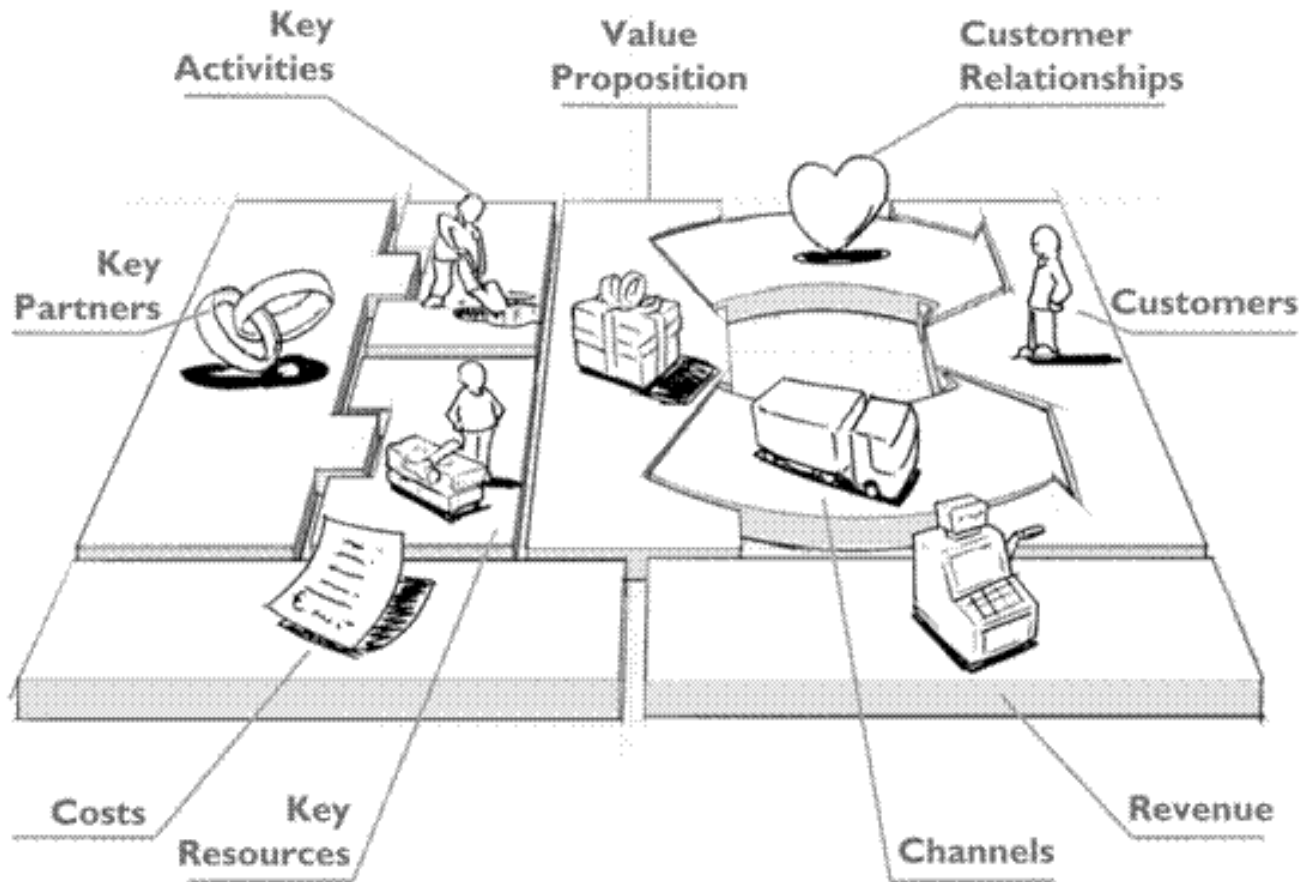
É uma ferramenta que mostra como é que novos empreendimentos usam os recursos disponíveis para gerar receitas fornecendo algo de valor superior aos seus clientes.



# O que é um business model canvas?



# Osterwalder Alexander



## 9 elementos construtivos- “O básico”

1. Quais os teus clientes?
2. Que proposta de valor estás a oferecer?
3. Quais os caminhos usados para alcançar os clientes?
4. Quais são as relações que crias?
5. Quais são os fluxos de receitas que geras?
6. Quais são os recursos chave que precisas?
7. Quais são as atividades chave que precisas de realizar?
8. Quem são os parceiros chave?
9. Quais são os custos mais importantes inerentes ao teu modelo de negócio?





2

Qual a **proposta de valor** que estás a oferecer?

4

Quais as **relações** que crias?

3

Que **canais** usas para chegar aos clientes?

1

Quais os teus **clientes**?



NG EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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



1. Quais os teus **clientes**?
  - Consumidores (usuários finais)
  - Empresas (intermediários)
2. Que **proposta de valor** estás a oferecer?
  - Proposta de venda única (comparando à concorrência)
3. Quais os **canais** usados para chegar aos clientes?
  - Da produção ao consumo
4. Quais as **relações** que crias?
  - Longa-duração
  - Curta-duração



9

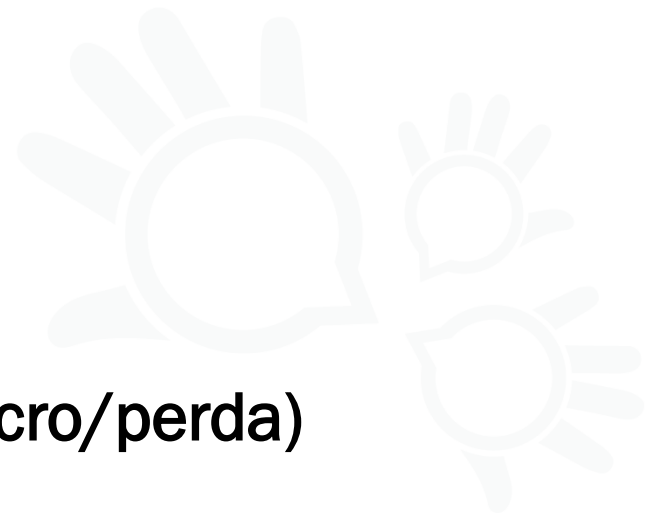
Quais são os **custos** mais importantes inerentes ao teu modelo de negócio?



5

Quais os fluxos de **receitas** que geras?

# Receitas VS Despesas



Receitas – Despesas= Rendimento (lucro/perda)



Receitas = Preço x Quantidade  
Despesas = Custos diários para a continuidade do negócio



8

Quem são os  
**parceiros  
chave?**

7

Quais são as  
**atividades  
chave** que tens  
de realizar?

6

Quais são os  
**recursos  
chave?**



## 6. Quais são os **recursos chave**?

- O que está disponível (pessoas, infraestruturas, dinheiro, tecnologia, informação, matéria-prima, experiência, etc.)

## 7. Quais são as **atividades chave** que precisam de realizar?

- Produzir, vender, fornecer serviços

## 8. Quem são os **parceiros chave**?

- Para um melhor desempenho

# Business Model Canvas



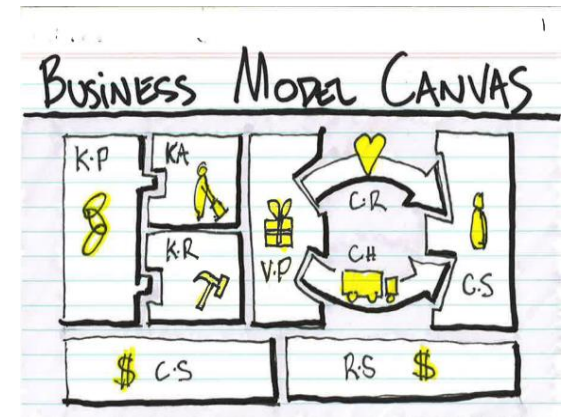
- O que é o business model canvas?
- Porque precisamos deste modelo?
- Diferenças nas empresas sociais
- Exemplos



# Porque precisamos de um Business Model Canvas?

## Empreendedores sociais

- É necessário ter uma mentalidade empreendedora e experimentar novos modelos de negócio (novas ações/novas formas de operar)
- É necessário lidar com 2 tipos de ameaças:
  - Má ideia (oferta)
  - Falta de recursos (procura)



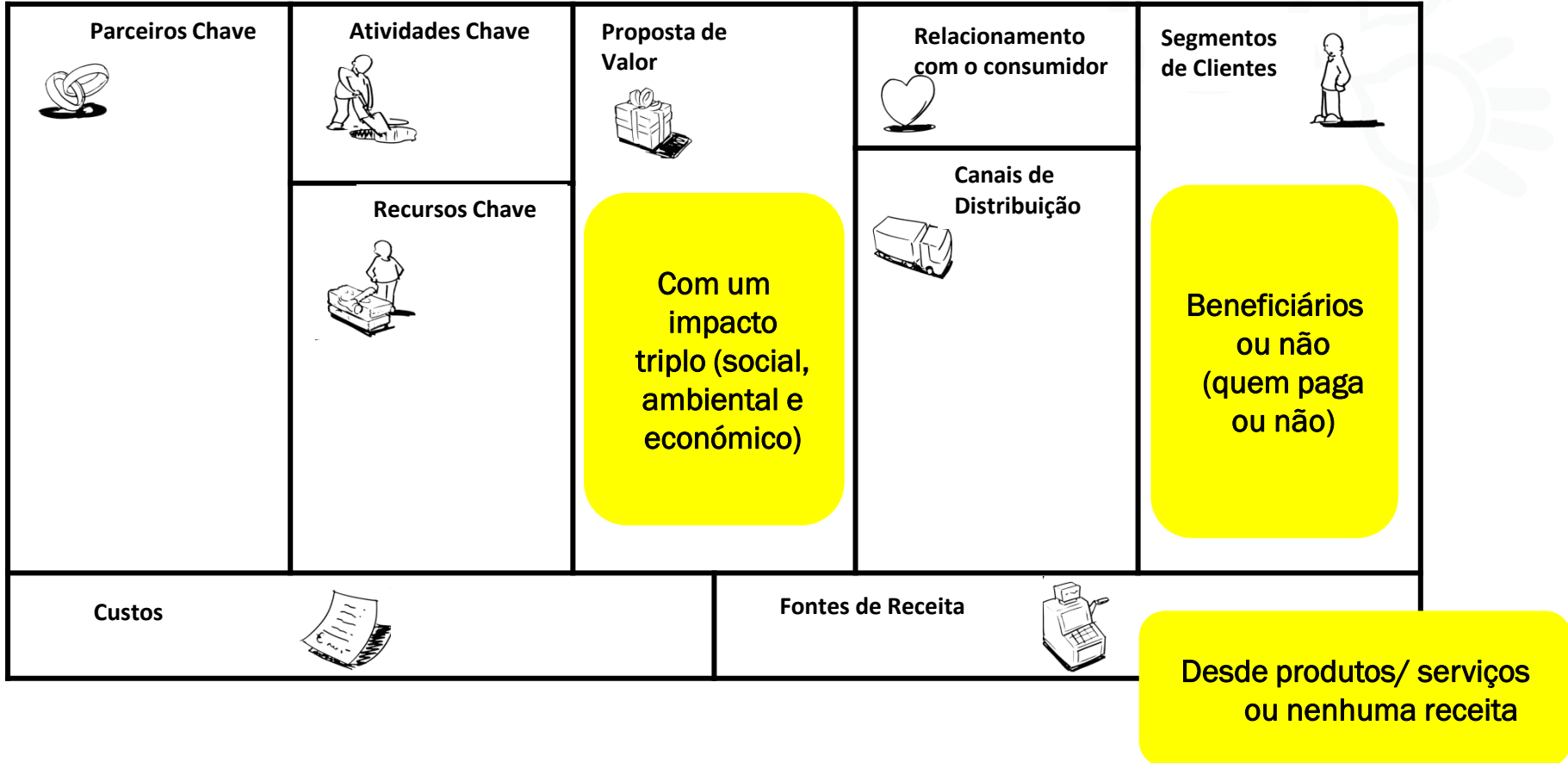


# Business Model Canvas

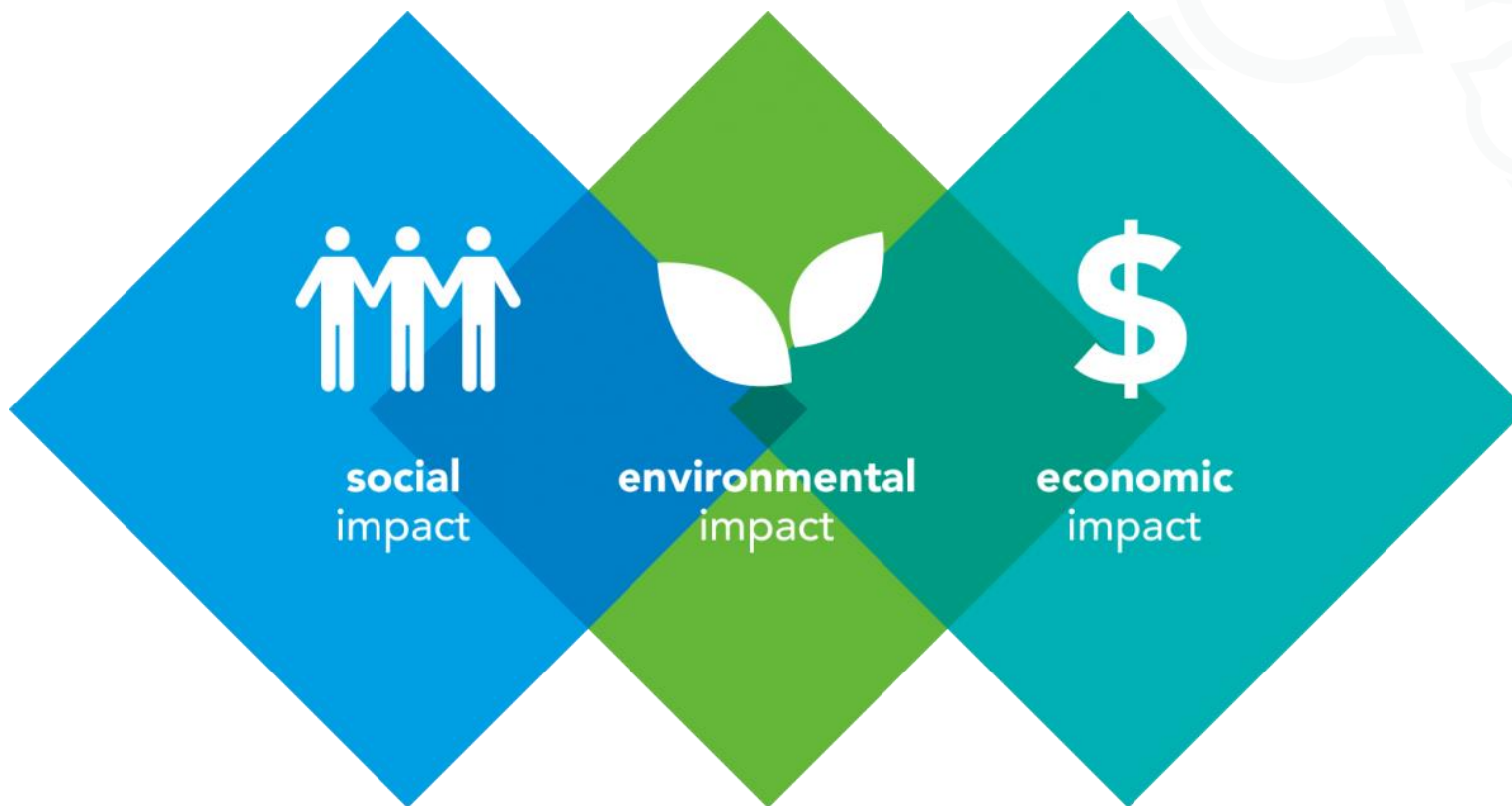


- O que é o business model canvas?
- Porque precisamos deste modelo?
- Diferenças nas empresas sociais
- Exemplos

# Diferenças nas empresas sociais



# Proposta de valor



# Segmentos de Clientes



- ✓ Aqueles que pagam em vez dos beneficiários
- ✓ Aqueles que não pagam são os beneficiários



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



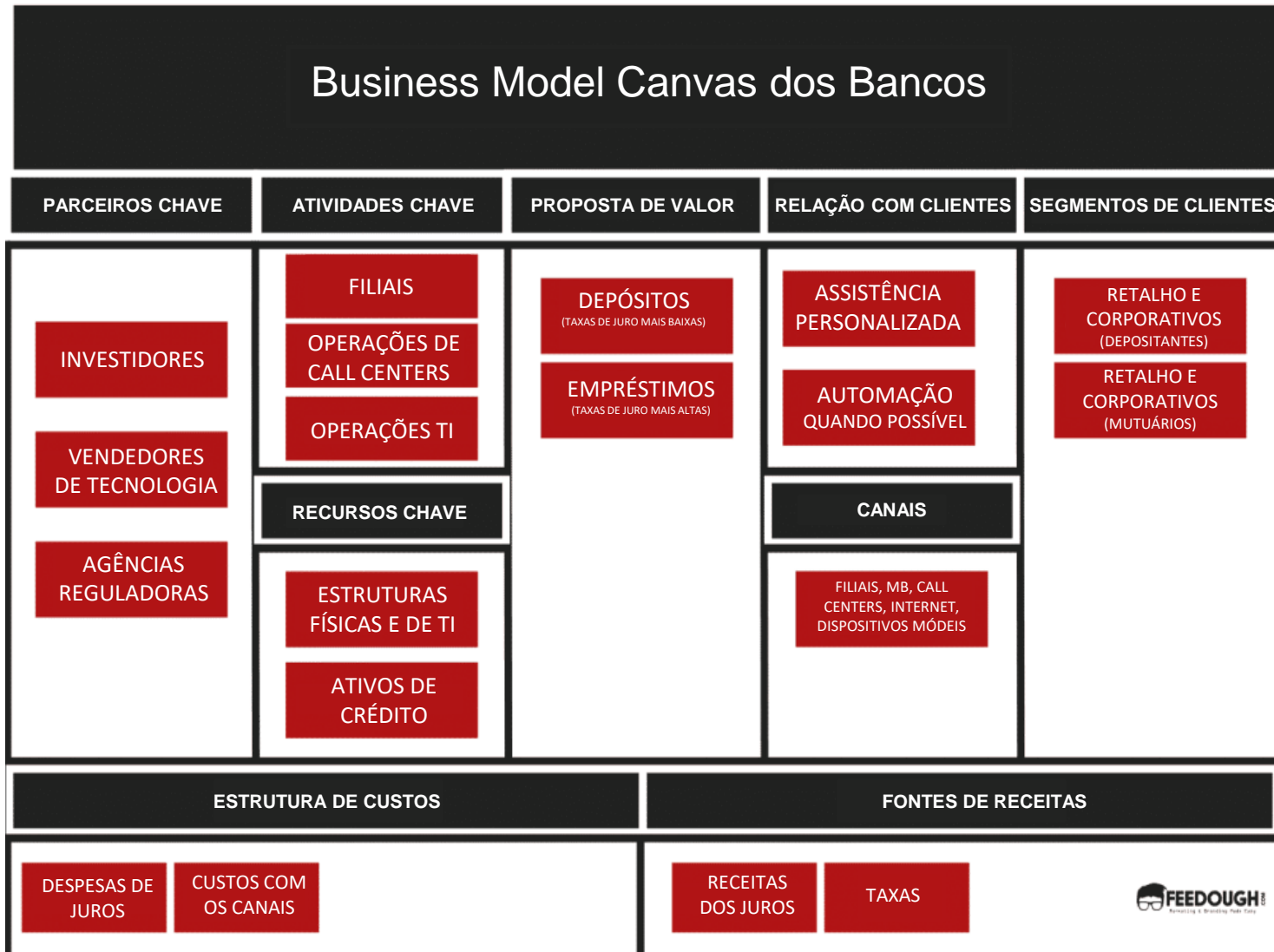
Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# Fontes de receitas



- ✓ Receitas a partir de produtos/ serviços
- ✓ Sem receitas  
(financiamento para cobrir despesas)

# Empresas Comerciais vs. Sociais no setor bancário



# Empresas Comerciais vs. Sociais no setor bancário

## **GRAMEEN** 's business model Banking for the poor



# Business Model Canvas



- O que é o business model canvas?
- Porque precisamos deste modelo?
- Diferenças nas empresas sociais
- Exemplos



# Exercício



## Exemplo 1: *Aravind*

- Hospital de oftalmologia
- Impacto: social (saúde)
- Local: Índia
- Cobertura geográfica: nacional
- Vídeo (3,44 min)

# Exemplo 1: *Aravind*



# Solução



8

GOVERNO,  
UNIVERSIDADES,  
EMPRESAS,  
INSTITUIÇÕES,  
HOSPITAIS

7

CIRURGIAS E  
TRATAMENTOS  
DE SAÚDE

2

MELHORAR A  
QUALIDADE DE VIDA  
DOS MAIS  
NECESSITADOS,  
RESOLVER  
PROBLEMAS COMO  
O DESEMPREGO,  
RACISMO SOCIAL,  
POBREZA, SAÚDE,  
EXCLUSÃO  
PROFISSIONAL

4

LONGA-  
DURAÇÃO

1

PESSOAS  
COM  
PROBLEMAS  
DE VISÃO

6

PESSOAS  
(EXPERIÊNCIA),  
INFRAESTRUTURAS

3

DIRETO  
ATRAVÉS DOS  
HOSPITAIS

9

INFRAESTRUTURAS E DESPESAS OPERACIONAIS

5

SUBSÍDIOS EM DINHEIRO E EM GÊNEROS



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

## Exemplo 2: INSP

- Venda de revistas de rua
- Impacto: social (empregabilidade, inclusão)
- Local: Reino Unido
- Cobertura geográfica: internacional
- Vídeo (5,39 min)

## Exemplo 2: INSP

41 países

122 jornais de rua

14,000 Vendedores sem abrigo

6,000,000 leitores



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

# Solução





8

ESCRITORES,  
PROVEDORES  
DE CONTEÚDO,  
SUBSÍDIOS,  
EMPRESAS DE  
PUBLICIDADE

7

CONTEÚDOS DA  
REVISTA E  
GESTÃO DA  
PÁGINA NA  
INTERNET

2

INFORMAÇÃO  
ATUALIZADA DE  
QUALIDADE,  
MELHORAMENTO DA  
QUALIDADE DE VIDA  
DE SEM-ABRIGOS E  
DESEMPREGADOS,  
INCREMENTAR A  
EMPREGABILIDADE,  
COMBATER O  
RACISMO SOCIAL,  
POBREZA E A  
EXCLUSÃO  
PROFISSIONAL

4

CURTA E  
LONGA-  
DURAÇÃO

1

CLIENTES QUE  
PAGAM PELA  
INFORMAÇÃO  
[SENSIBILIDADE  
SOCIAL]

6

VENDEDORES,  
PROVEDORES DE  
CONTEÚDO

3

PONTOS DE  
VENDA E  
INTERNET

9

CUSTOS DE EXECUÇÃO, REDE DE TRABALHO E  
INFRAESTRUTURA

5

RECEITAS A PARTIR DE VENDAS DE REVISTAS E  
SUBSCRIÇÕES, SUBSÍDIOS E PUBLICIDADES



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

## Exemplo 3: *Solerebels*

- Venda de sapatos feitos à mão
- Impacto: social (empregabilidade, inclusão)
- Local: Etiópia
- Cobertura geográfica: internacional
- Vídeo (3,03 min)

# Exemplo 3: Solerebels



**WINNER**  
2016 Business  
Woman of the Year

Bethlehem **Tilahun Alemu**



# Solução



8

REDE DE  
DISTRIBUIÇÃO,  
PROMOTORES,  
APOIO  
GOVERNAMENTAL  
OU  
COLABORAÇÕES  
ENTRE PASÍSES

7

PRODUÇÃO E  
DISTRIBUIÇÃO

2

MELHORAR A  
QUALIDADE DE VIDA  
DOS MAIS POBRES  
(ECONÓMICA, SOCIAL,  
AMBIENTAL),  
POTENCIAR A  
EMPREGABILIDADE  
NA COMUNIDADE  
LOCAL, REAVIVAR O  
PATRIMÓNIO  
CULTURAL

4

CURTA E  
LONGA-  
DURAÇÃO

1

PESSOAS  
QUE SÃO  
SENSÍVEIS A  
QUESTÕES  
ECOLÓGICAS

6

MATÉRIAS-  
PRIMAS E  
OPERÁRIOS

3

PONTOS DE  
VENDA E  
INTERNET

9

CUSTOS DE PRODUÇÃO

5

VENDA DE SAPATOS

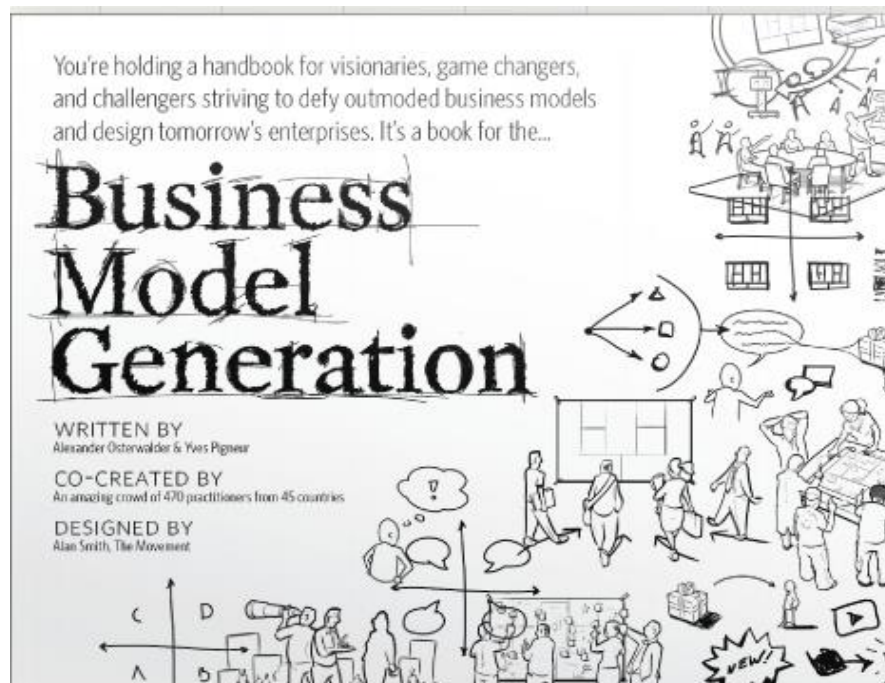


EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

## Mais informação



Osterwalder, A. & Pigneur, Y., (2010), Business Model Generation, John Wiley & Sons.



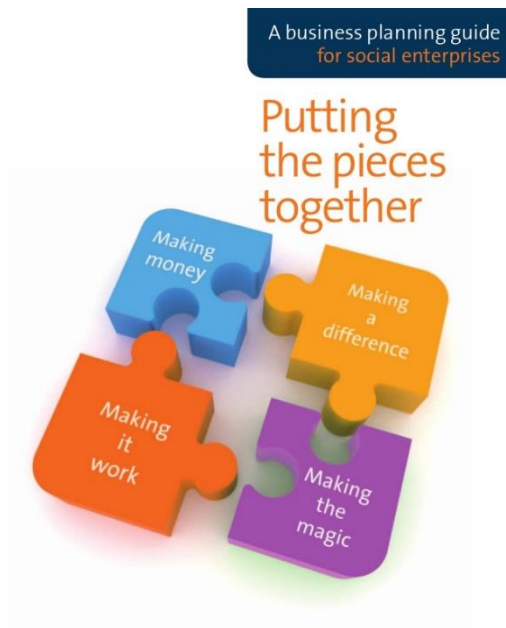
EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

# Mais informação

Um Guia de Planeamento para  
Empresas Sociais, Juntar as Peças



This guide is proudly brought  
to you by Social Ventures Australia  
and Parramatta City Council



1

Um Guia de Planeamento para  
Desenvolver uma Empresa Social

"Senscot has been promoting the need  
for clear and concise business advice  
to emerging social enterprises for a  
number of years. Forth Sector's Business  
Planning Guide manages to capture all  
the relevant information and lays it out  
in a simple yet comprehensive way.  
Forth Sector should be congratulated  
on providing an ideal guide for social  
enterprise start-ups as well as those  
looking to make the next step up."

Aidan Piu, Executive Director, SENScot

[www.forthsector.org.uk](http://www.forthsector.org.uk)



A business planning guide to  
developing a social enterprise



EUROPE  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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

# Mais informação



**Supporting entrepreneurs  
in the cultural and creative  
industry sector**

<https://creative-entrepreneurs.eu/>



**EUROPE**  
ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES



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



Any  
Questions



**EUROPE**

ACTIVE CITIZENS  
THRIVING COMMUNITIES

info@ngeurope.net

**www.ngeurope.net**

2017-1-PT01-KA204-035759

*This project has been funded with support from the European Commission.*

*This publication [communication] and all its contents reflect the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.*

www.ngeurope.net



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

Partners

