



# As Organizações de Solidariedade Social

## *A importância da economia social na dinamização do mercado de emprego, novas medidas e inovação social*

> Atravessamos hoje uma situação de crise económica e social que se agrava de dia para dia. É fundamental saber responder-lhe das mais variadas formas, tendo sempre como pano de fundo um conjunto de acções que, aplicadas com energia e visão para o futuro, nos levem a vencer as dificuldades.

Tendo em conta o que foi acima referido, penso que é necessário alertar e despertar as Organizações de Solidariedade Social, sensibilizar a comunidade, incentivar as entidades privadas ao investimento, divulgar na comunicação social o peso da empregabilidade destas organizações e criar projectos de inovação social. É esse o meu objectivo com este artigo, suscitar essa tomada de consciência. Ainda, considero que todas estas medidas contribuem para uma melhoria da conjuntura social e económica actual, sendo que só obteremos resultados se as considerarmos em conjunto e em relação umas com as outras.

Segundo dados relativos ao voluntariado em Portugal, apresentados pela Entrajuda, o sector da economia social apresenta-se como o principal agente empregador nacional, contando com cerca de 270 mil pessoas, num total de 4500 Organizações de Solidariedade Social (IPSS) estimadas em Portugal, contribuindo em 5% do PIB Nacional.

Num contexto Europeu a economia social representa hoje cerca de 8% das empresas e organizações e 10% do emprego, concluindo-se que aproximadamente 25% dos cidadãos europeus estarão vinculados a este tipo de organizações de solidariedade social nos diversos aspectos. Poder-se-á dizer que o Voluntariado em Portugal é inferior a outros Países da União Europeia, podendo resultar esta medida da polivalência e flexibilidade no trabalho, medidas tomadas por parte do empregador com intervenção do Estado incentivando assim ao voluntariado de modo a que qualquer profissional com competências possa contribuir com o seu saber junto das organizações sem fins lucrativos.

Estes resultados e dados estatísticos são importantes para compreensão e análise da questão da economia social, permitindo assim perceber com maior clareza o peso do voluntariado na economia nacional, os seus principais contributos e as medidas a criar. Assim, torna-se mais claro para as organizações de solidariedade social adoptarem modelos de gestão e políticas de sustentabilidade baseadas no cumprimento e estabelecimento de objectivos, podendo assim readaptar a sua estrutura criando medidas de formação profissional, gestão, inovação, mudança, com a missão de responder às necessidades e expectativas das partes interessadas.

Apesar de se poder dizer que, numa perspectiva comparada com os restantes países da União Europeia, o peso do voluntariado em Portugal é inferior, nem todos os resultados sobre esta realidade económico-social são desanimadores. Portugal apresenta-se como o país da União Europeia com maior aposta na qualidade das respostas sociais, tanto no que respeita à implementação dos modelos de certificação das mesmas por parte da Segurança Social, como na Certificação da Qualidade das Organizações de solidariedade social através da implementação do Sistema de Qualidade EQUASS (European Quality for Social Services).

A adopção de modelos de gestão da qualidade baseados nos princípios ISO 9001, EFQM, EQUASS simboliza a alteração dos processos de gestão e estratégia organizacional, representando a aposta no ciclo da melhoria contínua, planeamento e missão estratégica. Esta mudança revela o início de um novo ciclo económico, em que se poderá fazer a analogia entre as organizações com fins lucrativos e sem fins lucrativos. É importante para as organizações de solidariedade social sem fins lucrativos começarem a utilizar técnicas e postura de mercado assim como as suas análogas utilizam.

As Organizações de solidariedade social

são fundamentais, a sua existência simboliza um depósito de confiança por parte do Governo. Apresenta-se como contributo ao nível das infra-estruturas e de pessoal altamente qualificado para as respostas sociais. No entanto, as organizações de solidariedade social (IPSS) “no profit benefits”, ou seja, não têm fins lucrativos. As suas receitas (financiamentos de projectos, parcerias, pagamentos governamentais, pagamentos de serviços dos clientes) muitas das vezes não chegam para liquidar as despesas (custos fixos, custos variáveis, como por ex: Fornecedores, Recursos Humanos, Contractos de Manutenção, Logística, comunicações, energia, viaturas, formação etc...).

Perante esta realidade é fundamental que a comunidade, governo, partes interessadas, direcção das organizações (muita das vezes voluntária) contribuam para que a organização alcance os fins a que se propôs com base na sustentabilidade do modelo de gestão em vigor.

Hoje em dia é fundamental que estas Organizações de Solidariedade Social adoptem estratégias, implementando planos de fundraising, estabelecendo objectivos mensuráveis anualmente, incluindo as medidas, acções, parcerias que pretendem, com vista a que sejam uma mais-valia e fonte de investimento público-privado.

É nesta medida, de implementação de planos de fundraising, que a estratégia através da adopção do marketing social na organização representa uma profissionalização do processo de comunicação entre a organização e todas as partes interessadas, debruçando-se em questões como a imagem, web-site, rede social, mas também com o elo de ligação entre os objectivos pretendidos pela Instituição e a Sociedade Civil.

A Competitividade entre estas organizações do 3º Sector, nos dias de hoje é cada vez maior, cada vez existem mais organizações, e para as empresas que apostam nestas organizações através da responsabilidade

social e através de atribuição de projectos, é importante que estas organizações cada vez mais primem por iniciativas inovadoras e que tenham maior impacto, tanto no cliente final mas também nas partes interessadas em si (envolvente, parceiros, comunidade).

Nesta sequência de ideias, a inovação social é um vector importante, uma medida com impacto a ser adoptada. Para tal, é importante que as organizações estejam atentas à realidade social, económica, e que se questionem sobre as expectativas, tanto da parte do cliente final, como também das partes interessadas (parceiros, financiadores, comunidade). Estas podem então criar iniciativas, medidas, projectos inovadores, atrair novos investidores e superar as expectativas.

Acredito que com este lema revigorado de inovação social, as organizações do 3º Sector irão apostar cada vez mais, não só na qualidade dos modelos de gestão, planeamento e comunicação, mas também na reformulação do próprio modelo de gestão e criação de novos projectos solidários.

«Os resultados provêm do aproveitamento das oportunidades e não da solução dos problemas. A solução de problemas só restaura a normalidade. As oportunidades significam explorar novos caminhos.» Peter Drucker

\* Sociólogo do Trabalho e Gestor da Qualidade

### Bibliografia:

Chambel, Elza (2011) “AEV-2011 - A Força do Voluntariado” in Periódico do CIEDA e do CIEJD, em parceria com GPE, RCE e o CEIS20; nº4 Janeiro/Junho 2011 - Semestral Entrajuda, Janeiro 2011 “Dados relativo aos voluntários em Portugal”  
Netgrafia  
<http://www.epr.eu/>, “In European Platform for Rehabilitation, number of Portuguese Associations with EQUASS certification”