

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES DA ECONOMIA SOCIAL

REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

MÓDULOS DE FORMAÇÃO	PÁG.
Economia Social	3
Gestão Estratégica	6
Gestão de Recursos Humanos	8
Contabilidade e Fiscalidade	11
Gestão Financeira	14
Marketing e Comunicação	16
Gestão de Projetos	18
Ética e Responsabilidade Social	20

OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS:

Objetivos gerais:

- Sensibilizar os/as dirigentes e quadros técnicos para as temáticas da economia social;
- Melhorar os procedimentos de gestão e administração das organizações de economia social;
- Desenvolver e promover competências de gestão dos/as seus/suas técnicos/as e dirigentes para a otimização dos recursos humanos, técnicos e financeiros;
- Dotar as organizações de conhecimentos específicos e de ferramentas de trabalho que lhes permitam aumentar a qualidade dos serviços prestados.

Objetivos específicos:

No final do curso os/as formandos/as deverão estar aptos a:

- Identificar as diversas tipologias de organizações e caracterizar o sector da economia social português;
- Promover uma gestão apoiada no conceito de desenvolvimento sustentável e na otimização/partilha de recursos;
- Compreender a importância da inovação social e da avaliação do impacto social para o desenvolvimento das organizações e para a melhoria da qualidade na produção de bens e serviços;
- Organizar a contabilidade e respetiva documentação de acordo com o Sistema de Normalização Contabilística;
- Analisar o desempenho financeiro de uma organização através da aplicação de técnicas e métodos adequados;
- Desenvolver um plano de marketing e estratégias de comunicação para a criação de valor e reforço da imagem da organização junto da sociedade e do mercado;
- Compreender e implementar instrumentos de gestão de recursos humanos.

DESTINATÁRIOS/AS:

Dirigentes, técnicos/as e voluntários/as de entidades da economia social consagradas no artigo 4º da Lei nº 30/2013 de 8 de maio (Lei de Bases da Economia Social).

MÓDULO DE FORMAÇÃO: ECONOMIA SOCIAL

SUBMÓDULOS:

1. Economia Social – enquadramento
2. Caracterização do sector da Economia Social em Portugal
3. Enquadramento jurídico das organizações da Economia Social
4. Sustentabilidade, empreendedorismo e inovação social
5. Introdução à avaliação de impacto social

DURAÇÃO:
14 HORAS

SUBMÓDULO 1: ECONOMIA SOCIAL – ENQUADRAMENTO

1.1. Delimitação conceptual

1.2. Breve evolução histórica da ES

1.3. O reconhecimento da ES em Portugal:

1.3.1. A Cooperativa António Sérgio para a Economia Social (CASES)

1.3.2. O Conselho Nacional para a Economia Social (CNES)

1.3.3. A Lei de Bases da Economia Social

1.3.4. A Confederação Portuguesa de Economia Social (CPES)

1.4. Objetivos, características e potencialidades da ES

SUBMÓDULO 2: CARACTERIZAÇÃO DO SECTOR DA ECONOMIA SOCIAL EM PORTUGAL

2.1. Conta Satélite da Economia Social

2.2. Tipos de organizações da Economia Social

2.2.1. Cooperativas

2.2.2. Associações Mutualistas

2.2.3. Misericórdias

2.2.4. Fundações

2.2.5. Instituições Particulares de Solidariedade Social

2.2.6. Associações Culturais, Recreativas, Desportivas e do Desen. Local

2.2.7. Entidades abrangidas pelos subsectores comunitário e autogestionário

SUBMÓDULO 3: ENQUADRAMENTO JURÍDICO DAS ORGANIZAÇÕES DA ES

3.1. Enquadramento geral

3.1.1. Constituição da República Portuguesa

3.1.2. Lei de Bases da Economia Social

3.2. Enquadramento específico

3.2.1. Código Cooperativo

3.2.2. Estatuto das IPSS

3.2.3. Código das Associações Mutualistas

3.2.4. Lei das Fundações

3.2.5. Código Civil

3.3. Estatutos Qualificativos

3.3.1. IPSS

3.3.2. ONG

3.3.3. Pessoa Coletiva de Utilidade Pública

SUBMÓDULO 4: SUSTENTABILIDADE, EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO SOCIAL

4.1. Empreendedorismo e Inovação Social:

4.1.1. Definições de empreendedorismo social

4.1.2. Características do empreendedorismo social

4.1.3. Definição de inovação social

4.1.4. A inovação social como um processo e como um produto/resultado

4.1.5. Análise do conceito no contexto da União Europeia

4.1.6. O empreendedorismo e inovação social no contexto das OES

4.2. Práticas de gestão para a sustentabilidade:

4.2.1. Planeamento estratégico

4.2.2. Parcerias e trabalho em rede

4.2.3. Captação de recursos

4.2.4. Atração de novos membros

4.2.5. Reforço da presença nos mercados de bens e serviços

4.2.6. Avaliação de resultados e de impacto das atividades

SUBMÓDULO 5: INTRODUÇÃO À AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

5.1. Conceito de impacto social

5.2. Objetivos e vantagens da avaliação de impacto social

5.3. O processo de avaliação de impacto social

5.4. Metodologias de avaliação de impacto social

MÓDULO DE FORMAÇÃO: GESTÃO ESTRATÉGICA

SUBMÓDULOS:

1. Conceitos de gestão estratégica
2. Análise estratégica
3. Formulação da estratégia
4. Implementação da estratégia

DURAÇÃO:
14 HORAS

SUBMÓDULO 1: CONCEITOS DE GESTÃO ESTRATÉGICA

- 1.1. A organização como um sistema aberto
- 1.2. Estrutura organizacional e níveis de gestão
- 1.3. Conceito de estratégia
- 1.4. Escolas do pensamento estratégico
- 1.5. Vantagens da gestão estratégica

SUBMÓDULO 2: ANÁLISE ESTRATÉGICA

- 2.1. Missão, visão, princípios e valores da organização
- 2.2. Análise do ambiente interno
- 2.3. Análise do ambiente externo

SUBMÓDULO 3: FORMULAÇÃO DA ESTRATÉGIA

- 3.1. Definição de objetivos estratégicos
- 3.2. Níveis de formulação da estratégia organizacional
- 3.3. Métodos e ferramentas para a formulação da estratégia

SUBMÓDULO 4: IMPLEMENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA (BALANCED SCORECARD)

- 4.1. Conceitos e potencialidades do Balanced Scorecard
- 4.2. As 4 perspetivas do modelo BSC
- 4.3. Os princípios de uma organização orientada para a estratégia
- 4.4. Acompanhamento e avaliação da estratégia

MÓDULO DE FORMAÇÃO: GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

SUBMÓDULOS:

1. Planeamento dos recursos humanos
2. Recrutamento e seleção
3. Descrição e análise de cargos
4. Avaliação de desempenho
5. Sistema de recompensas e benefícios
6. Formação e desenvolvimento

DURAÇÃO:

21 HORAS

SUBMÓDULO 1: PLANEAMENTO DOS RECURSOS HUMANOS

- 1.1. Conceitos e objetivos do planeamento
- 1.2. Fatores determinantes do planeamento
- 1.3. O processo de planeamento

SUBMÓDULO 2: RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

- 2.1. Absentismo e rotatividade de pessoal
- 2.2. Fases do planeamento do recrutamento
- 2.3. O processo de recrutamento
- 2.4. Técnicas de seleção
- 2.5. Admissão e acolhimento na organização

SUBMÓDULO 3: DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE CARGOS

- 3.1. Descrição de cargos
- 3.2. Análise de cargos
- 3.3. Objetivos da descrição e análise de cargos
- 3.4. Métodos de descrição e análise de cargos
- 3.5. Fases da análise de cargos

SUBMÓDULO 4: AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

- 4.1. Conceito, objetivos e benefícios da avaliação de desempenho
- 4.2. Componentes da gestão e avaliação de desempenho
- 4.3. Principais instrumentos de avaliação de desempenho
- 4.4. O processo de avaliação de desempenho
- 4.5. Entrevista de avaliação do desempenho
- 4.6. A avaliação 360º
- 4.7. Erros frequentes de avaliação

SUBMÓDULO 5: SISTEMA DE RECOMPENSAS E BENEFÍCIOS

- 5.1. Noção e objetivos do sistema de recompensas
- 5.2. Componentes do sistema de recompensas
- 5.3. Princípios gerais de um sistema remuneratório
- 5.4. O sistema remuneratório baseado no desempenho
- 5.5. Benefícios sociais e específicos
- 5.6. Desenho de um sistema de recompensas e benefícios

SUBMÓDULO 6: FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

- 6.1. Diagnóstico de necessidades
- 6.2. Planeamento da formação
- 6.3. Organização e desenvolvimento da formação
- 6.4. Avaliação da formação
- 6.5. Acompanhamento pós-formação

MÓDULO DE FORMAÇÃO: CONTABILIDADE E FISCALIDADE

SUBMÓDULOS:

1. Noções gerais de contabilidade
2. SNC – Sistema de Normalização Contabilística
3. Regime fiscal das entidades da economia social
4. Benefícios e incentivos fiscais
5. Procedimentos e obrigações acessórias

DURAÇÃO:
21 HORAS

SUBMÓDULO 1: NOÇÕES GERAIS DE CONTABILIDADE

- 1.1. Ativo, capital próprio e passivo
- 1.2. Tipos de contabilidade
- 1.3. A contabilidade como ferramenta de gestão

SUBMÓDULO 2: SNC – SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA

- 2.1. Sistema de Normalização Contabilística
- 2.2. Regime da normalização contabilística para as entidades do sector não lucrativo
- 2.3. Instrumentos do SNC

SUBMÓDULO 3: REGIME FISCAL DAS ENTIDADES DA ECONOMIA SOCIAL

- 3.1. Imposto sobre o rendimento (IRC)
- 3.2. Imposto sobre o valor acrescentado (IVA)
- 3.3. Imposto do selo (IS)
- 3.4. Imposto municipal sobre as transmissões onerosas de imóveis (IMT)
- 3.5. Imposto municipal sobre imóveis (IMI)
- 3.6. Imposto sobre veículos (ISV)
- 3.7. Imposto único de circulação (IUC)
- 3.8. Segurança Social

SUBMÓDULO 4: BENEFÍCIOS E INCENTIVOS FISCAIS

- 4.1. Regime fiscal do mecenato
- 4.2. Regime fiscal das subvenções públicas
- 4.3. Benefícios às cooperativas
- 4.4. Consignação do IRS

SUBMÓDULO 5: PROCEDIMENTOS E OBRIGAÇÕES ACESSÓRIAS

- 5.1. Obrigações declarativas

5.2. Processo de documentação fiscal (dossier fiscal)

5.3. O ficheiro SAF-T(PT)

5.4. Faturação

MÓDULO DE FORMAÇÃO: GESTÃO FINANCEIRA

SUBMÓDULOS:

1. Princípios de Gestão Financeira
2. Métodos e técnicas de análise financeira
3. Gestão de tesouraria
4. Gestão orçamental
5. Investimento e financiamento
6. Análise dos principais riscos

DURAÇÃO:

21 HORAS

SUBMÓDULO 1: PRINCÍPIOS DE GESTÃO FINANCEIRA

1.1. Conceito e objetivos da gestão financeira

SUBMÓDULO 2: MÉTODOS E TÉCNICAS DE ANÁLISE FINANCEIRA

2.1. Balanço funcional

2.2. Demonstração de resultados funcional

2.3. Principais indicadores económico-financeiros

2.4. Papel da contabilidade analítica

SUBMÓDULO 3: GESTÃO DE TESOURARIA

3.1. Fundo de manei

3.2. Necessidades de fundo de manei

3.3. O equilíbrio financeiro

SUBMÓDULO 4: GESTÃO ORÇAMENTAL

4.1. Importância do orçamento e do plano de atividades

4.2. Mapas previsionais

SUBMÓDULO 5: INVESTIMENTO E FINANCIAMENTO

5.1. Análise de projetos de investimento

5.2. Importância de fontes de financiamento diversificadas

5.3. Crescimento sustentável

5.4. Análise do ponto crítico

SUBMÓDULO 6: ANÁLISE DOS PRINCIPAIS RISCOS

6.1. Conceito de risco

6.2. Tipos de risco

MÓDULO DE FORMAÇÃO: **MARKETING E COMUNICAÇÃO**

SUBMÓDULOS:

1. Fundamentos e conceitos de Marketing
2. Plano de Marketing
3. Comunicação organizacional
4. Gestão da marca

DURAÇÃO:
21 HORAS

SUBMÓDULO 1: FUNDAMENTOS E CONCEITOS DE MARKETING

- 1.1. Abordagem ao conceito e funções do Marketing
- 1.2. Marketing comercial
- 1.3. Marketing social
- 1.4. Marketing de causas
- 1.5. O Marketing digital
- 1.6. O Marketing em organizações da economia social

SUBMÓDULO 2: PLANO DE MARKETING

- 2.1. Análise do meio envolvente
- 2.2. Análise interna da organização
- 2.3. Análise SWOT
- 2.4. Segmentação, público-alvo e posicionamento
- 2.5. Estratégia de Marketing Mix
- 2.6. Plano de ação

SUBMÓDULO 3: COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

- 3.1. Conceitos e dimensões da comunicação organizacional
- 3.2. Comunicação interna e comunicação externa
- 3.3. Estratégia de comunicação
- 3.4. A importância da comunicação no sector da Economia Social

SUBMÓDULO 4: GESTÃO DA MARCA

- 4.1. Conceito e funções da marca
- 4.2. A importância da marca
- 4.3. Tipos de marca
- 4.4. Identidade de uma marca
- 4.5. Notoriedade e imagem da marca
- 4.6. Políticas de marca

MÓDULO DE FORMAÇÃO: GESTÃO DE PROJETOS

SUBMÓDULOS:

1. Fundamentos da Gestão de Projetos
2. Planeamento do projeto
3. Execução do projeto
4. Conclusão do projeto

DURAÇÃO:

21 HORAS

SUBMÓDULO 1: FUNDAMENTOS DA GESTÃO DE PROJETOS

- 1.1. Relevância da gestão de projetos
- 1.2. Principais conceitos da gestão de projetos
- 1.3. As fases de um projeto
- 1.4. Metodologias de gestão de projetos
- 1.5. Liderança e gestão de equipas

SUBMÓDULO 2: PLANEAMENTO DO PROJETO

- 2.1. Ferramentas de gestão de projetos
- 2.2. Definição do âmbito, objetivos e atividades a desenvolver
- 2.3. Gestão do tempo e do custo do projeto
- 2.4. Gestão do risco do projeto
- 2.5. Definição do plano de projeto

SUBMÓDULO 3: EXECUÇÃO DO PROJETO

- 3.1. Ferramentas de gestão de projetos
- 3.2. Monitorização e controlo da execução
- 3.3. Gestão das partes interessadas e da comunicação no projeto
- 3.4. Fundamentos da gestão da mudança

SUBMÓDULO 4: CONCLUSÃO DO PROJETO

- 4.1. Encerramento e avaliação do projeto
- 4.2. Conceção de produto e/ou relatório final de resultados e de impacto
- 4.3. Identificação de métodos e de boas práticas de gestão (replicação)

MÓDULO DE FORMAÇÃO: ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL

SUBMÓDULOS:

1. Conceitos de Ética, Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável
2. Abordagem às normas nacionais e internacionais
3. Igualdade de Género
4. Implementação de práticas de responsabilidade social

DURAÇÃO:
17 HORAS

SUBMÓDULO 1: CONCEITOS DE ÉTICA, RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- 1.1. Conceito de ética e ética organizacional
- 1.2. Problemas éticos comuns
- 1.3. O processo de decisão ética nas organizações
- 1.4. Ética e deontologias profissionais
- 1.5. Conceito de Responsabilidade Social
- 1.6. Dimensões da Responsabilidade Social
- 1.7. Conceito e dimensões do Desenvolvimento Sustentável

SUBMÓDULO 2: ABORDAGEM ÀS NORMAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

- 2.1. NP 4460 (ética nas organizações)
- 2.2. NP 4469 (sistema de gestão da responsabilidade social)
- 2.3. SA 8000 (sistemas de gestão da responsabilidade social)
- 2.4. NP ISO 26000 (linhas de orientação da responsabilidade social)
- 2.5. Outras referências
 - ISO 14001 (sistemas de gestão ambiental)
 - ISO 9001 (sistemas de gestão da qualidade)

SUBMÓDULO 3: IGUALDADE DE GÉNERO

- 3.1. Igualdade, diversidade e cidadania
- 3.2. Sexo e género
- 3.3. Papéis sociais de género, paradigmas e estereótipos
- 3.4. Conciliação entre a vida profissional, familiar e pessoal
- 3.5. Responsabilidade social para a concretização da igualdade de género

SUBMÓDULO 4: IMPLEMENTAÇÃO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

- 4.1. O plano de responsabilidade social

4.2. Práticas de responsabilidade social

- Colaboradores
- Ambiente
- Sociedade
- Mercado
- Fornecedores