

Joana de Jesus Neves Vieira

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO COMO FORMA DE MUDANÇA E INCLUSÃO SOCIAL:

Criação de uma Incubadora Social no Município de Ílhavo

Relatório de Projecto do Mestrado em Intervenção Social, Inovação e Empreendedorismo, apresentada à Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação e à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra sob orientação da Professora Doutora Clara Cruz Santos.

30 de Setembro de 2011



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

AGRADECIMENTOS

As minhas primeiras palavras de agradecimento têm de ir, forçosamente, para a minha família, especialmente os meus pais e irmã. Sem o amor, carinho e todo o apoio que sempre me deram ao longo desta jornada teria sido mais difícil realizar um bom trabalho. Além de todo o seu apoio, sempre me inculcaram um grande sentido de responsabilidade que foi essencial para chegar até aqui.

Em seguida, as minhas palavras têm de ir para uma pessoa muito especial que foi a mais prejudicada com a realização deste projecto, o Miguel. Devido a este projecto não tenho passado com ele o tempo que gostaria e que ele merece. Tenho que lhe agradecer todo o apoio e paciência para comigo nos dias de maior *stress* e desânimo.

Mas não podia deixar passar em claro a minha orientadora, Professora Doutora Clara Santos, que me apoiou desde o dia em que me decidi pela realização deste projecto. Com a sua calma e carinho, sempre me motivou nos momentos mais frágeis, principalmente quando tudo parecia confuso e “a luz ao fundo do túnel” teimava em não aparecer. Tenho que lhe agradecer pela disponibilidade, orientação e incentivo.

A todos os colegas de mestrado, com quem partilhei bons momentos e experiências que já mais esquecerei, e a equipa docente que, de forma muito próxima, partilhou todo o seu conhecimento com os alunos.

As últimas palavras vão para todos aqueles que se disponibilizaram para a concretização desta investigação, nomeadamente aos responsáveis e/ou dirigentes das empresas que responderam de forma célere aos questionários.

“Temos de nos tornar na mudança que queremos ver.”

Mahatma Gandhi

RESUMO

O projecto apresenta o empreendedorismo social na sua essência inovadora de criar, ou recriar, soluções para resolver problemas sociais, procurando que todos os que participam na mudança sejam parte integrante da solução. O desafio da inovação social é aqui perspectivado como a forma de pensar ou fazer algo, como uma missão ousada e arriscada. A contribuição das empresas para a resolução de problemas sociais emergentes está em voga e a responsabilidade social das empresas assume-se como uma visão empreendedora num compromisso ético. Também a formação para o empreendedorismo é uma das novas formas de ensinar as pessoas a tornarem-se pró-activas, a agirem e pensarem por si próprias, com criatividade e visão de futuro.

Utilizou-se uma metodologia de pesquisa de natureza quantitativa, do tipo exploratório e descritivo, recorrendo ao questionário como instrumento de recolha de dados, analisando-se as dimensões internas e externas de responsabilidade social das empresas do Município de Ílhavo, através de diversos indicadores que fundamentou o projecto. Os resultados obtidos mostraram que algumas das decisões estratégicas dos gestores e/ou directores das empresas têm a sua essência nas preocupações sociais e ambientais e que estes estão abertos a novos desafios e projectos que aperfeiçoem ou reforcem a responsabilidade social das suas empresas.

Ambiciona-se que a incubadora social seja um espaço vocacionado para o apoio a novas iniciativas sociais, no sentido de estimular respostas para as necessidades sociais do Município de Ílhavo, incidindo a sua acção nos eixos supracitados.

Palavras-Chave: Empreendedorismo Social; Inovação Social; Responsabilidade Social; Formação Empreendedora.

ABSTRACT

This project presents the social entrepreneurship in its innovative nature to create, or recreate, solutions to social problems, seeking that all those involved in the change are integrative part of the solution. The aim of social innovation is viewed here as a way of thinking or doing something, like a bold and risky mission. The business contribution of companies to rising social problems is trendy and up-to-date and corporate social responsibility of companies is assumed as an entrepreneurial vision in ethical commitment. Besides, the training for entrepreneurship is a way to teach people to become proactive, to think and act for themselves, with creativity and vision for future.

In this work we used a quantitative research methodology, both exploratory and descriptive, by means of the questionnaire as a tool for collecting data, analyzing the internal and external dimensions of social responsibility of companies in the community of Ílhavo, through several indicators that founded this project. The obtained results showed that the strategic decisions of managers and directors of companies have their essence in social and environmental concerns and that they are open to new challenges and projects that improve or enhance the social responsibility of their companies.

The social incubator space is expected to be devoted to supporting the responses to social needs of the community of Ílhavo, including its action on the above mentioned points.

Key-Words: Social Entrepreneurship; Social Innovation; Social Responsibility; Entrepreneurial Training.

RESUMEN

El proyecto presenta el emprendimiento social en su esencia innovadora de crear, o recrear, soluciones para resolver problemas sociales, procurando que todos los que participan en el cambio sean parte integrante de solución. El desafío de la innovación social es aquí visionado como la forma de pensar o de hacer algo, como una misión osada y arriesgada. La contribución de las empresas para la resolución de problemas sociales emergentes está en boga y la responsabilidad social de las empresas se asume como una visión emprendedora en un compromiso ético. También la formación para el emprendimiento es una de las nuevas formas de enseñar a las personas a ser proactivas, a actuar y a pensar por ellas mismas, con creatividad y visión de futuro.

Se utilizó una metodología de investigación cuantitativa, de tipo exploratoria y descriptiva, recorriendo al cuestionario como instrumento de recolección de datos, analizándose las dimensiones internas y externas de responsabilidad social de las empresas del Municipio de Ílhavo, a través de diversos indicadores que fundamentó el proyecto. Los resultados obtenidos mostraron que algunas de las decisiones estratégicas de los gestores y/o directores de las empresas tienen su esencia en las preocupaciones sociales y ambientales y que éstos están abiertos a nuevos desafíos y proyectos que perfeccionen o refuercen la responsabilidad social de sus empresas.

Se ambiciona que la incubadora social sea un espacio orientado para el apoyo a nuevas iniciativas sociales del Municipio de Ílhavo, incidiendo su acción en los ejes supracitados.

Palabras-Clave: Emprendimiento Social; Innovación Social; Responsabilidad Social; Formación Emprendedora.

LISTA DE ABREVIATURAS

CASCI – Centro de Acção Social do Concelho de Ílhavo

CEB – Ciclo do Ensino Básico

EB – Ensino Básico

FOR-MAR – Centro de Formação Profissional das Pescas e do Mar

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPSS's – Instituições Particulares de Solidariedade Social

ONG's – Organizações Não Governamentais

RS – Responsabilidade Social

RSE – Responsabilidade Social das Empresas

RSI – Rendimento Social de Inserção

RVCC – Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação

WBCSD – World Business Council for Sustainable Development

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Análise Swot _____	39
Tabela 2 – Dimensões e Indicadores de Análise do Questionário _____	45
Tabela 3 – Localização da Sede da Empresa _____	49
Tabela 4 – Plano de Acção _____	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Sector de Actividade _____	48
Gráfico 2 – Localização da Empresa _____	49
Gráfico 3 – Número Total de Empregados _____	50
Gráfico 4 – O que é a Responsabilidade Social _____	50
Gráfico 5 – Políticas em Matéria de Local de Trabalho _____	51
Gráfico 6 – Políticas Ambientais _____	52
Gráfico 7 – Políticas de Mercado _____	52
Gráfico 8 – Políticas Relativas à Comunidade _____	53
Gráfico 9 – Valores da Empresa _____	54

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	11
PARTE I - ENQUADRAMENTO DO TEMA	14
Capítulo I – Empreendedorismo Social	15
Capítulo II – A Inovação	20
Capítulo III – Responsabilidade Social	23
Capítulo IV – Formação para o Empreendedorismo	26
PARTE II - ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO E EMPÍRICO	28
Capítulo V – Natureza e Definição do Projecto “Incubadora Social”	29
Capítulo VI – Etapas do Processo de Implementação da Incubadora Social	35
VI.I. O Processo de Pré-Incubagem	35
VI.I.I. Diagnóstico Social do Concelho de Ílhavo	35
VI.I.II. Diagnóstico Social da Responsabilidade Social das Empresas – Enquadramento Empírico da Investigação	42
VI.I.II.I. Objecto de Estudo, Objectivos Gerais e Objectivos Específicos da Investigação	43
VI.I.II.II. Métodos e Procedimentos da Investigação – Apresentação do Instrumento de Recolha de Dados	44
VI.I.II.III. Resultados Obtidos na Análise do Diagnóstico da Responsabilidade Social das Empresas	48
VI.I.II.III.I. Apresentação de Dados e Discussão de Resultados	48

VI.II. Processo de Incubagem	55
VI.II.I. Aspectos Processuais da Implementação do Projecto	58
VI.II.I.I. Objectivos da Implementação da Incubadora	58
VI.II.I.II. Plano de Acção	60
VI.II.I.III. Sistema e Indicadores de Avaliação	61
CONCLUSÃO	63
PROPOSTAS PARA PROJECTOS / INVESTIGAÇÕES FUTURAS	65
BIBLIOGRAFIA	66
ANEXOS	70
ANEXO I - QUESTIONÁRIO – NÍVEL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS	71
ANEXO II - EMPRESAS RESPONSÁVEIS – QUESTIONÁRIO DE SENSIBILIZAÇÃO	72

INTRODUÇÃO

A sociedade actual, caracterizada pela globalização e constante mudança a nível social, apela ao desenvolvimento do espírito empreendedor dos cidadãos, pois serão estes que, a nosso ver, poderão eliminar barreiras sociais e criar novas relações de trabalho e novos modelos de empregabilidade.

No entanto, é na área social que, actualmente, se colocam os maiores desafios ao nível de novas respostas ou do (re)equacionamento das já existentes, permitindo articular diferentes actores e interesses para que a mudança social seja possível. A necessidade de articular a esfera social com a esfera económica relaciona-se com a emergência de novas políticas e meios de intervenção, com o objectivo de impulsionar e melhorar a equidade e justiça social.

Acrescente-se, ainda, que o debate actual sobre a questão social está intimamente relacionado com a exclusão social e a pobreza. A insuficiência das políticas públicas e sociais são notórias no aumento dos excluídos, que procuram alternativas válidas para a sua integração social, principalmente através da sua inserção ou reinserção no mercado de trabalho.

Esta necessidade de (re)pensar em alternativas de inserção no mercado de trabalho tem contribuído para o aparecimento de novos conceitos e novas ideias, tais como o empreendedorismo empresarial e social, a responsabilidade social, a formação de empreendedores, entre outros.

O presente projecto dedicado à temática do empreendedorismo social e, neste contexto específico, à criação de uma incubadora social enquadra-se nas dimensões sociais e económicas descritas e pretende seguir as orientações do empreendedorismo e inovação social, tendo como eixos operativos transversais ao projecto a responsabilidade social das empresas e a formação para o empreendedorismo. Desta forma, existirão dois eixos distintos de intervenção. Por um lado, pretende-se desenvolver a responsabilidade social junto das empresas que já existem no município e de outras que surjam desta incubadora, identificando os grupos mais vulneráveis com os quais as empresas podem trabalhar e integrar novos projectos; e por outro, incrementar o espírito empreendedor nos jovens e apoiar os seus projectos, através da formação e de apoio técnico à concepção e implementação dos mesmos.

Perspectiva-se o sucesso da criação da incubadora social no município de Ílhavo, com o argumento base de que, neste município, estão criadas as condições sociais e económicas para a sua implementação. Parte-se do pressuposto que a incubadora social (da forma como a concebemos) está directamente relacionada com a sustentabilidade das empresas, ao nível da responsabilidade social e da inclusão social.

Será um projecto inovador no município, na área do empreendedorismo social, que tentará associar a intervenção municipal nas áreas da Acção Social, Educação e Juventude, destinando-se a apoiar, essencialmente, pessoas desempregadas, em situação de exclusão social, assim como a comunidade em geral, e fomentar o espírito criativo e empreendedor nos estudantes do município.

Apresenta-se, em seguida, para além da introdução que contextualiza e apresenta o projecto realizado, os pressupostos teóricos e metodológicos utilizados, divididos em duas partes distintas.

A Parte I, dirigida ao enquadramento teórico, e que se encontra dividida em quatro capítulos:

Capítulo I

Aborda o conceito de empreendedorismo social desde a sua génese até à actualidade através da definição de diversos autores.

Capítulo II

Apresenta o conceito de inovação, na sua vertente social, articulando-o com o conceito citado no capítulo I e promovendo-o como a “alavanca” para a mudança social.

Capítulo III

Reflecte sobre o conceito de responsabilidade social mostrando a sua relevância na área empresarial para a criação de valor económico e social

Capítulo IV

Apresenta a importância da educação no desenvolvimento de características empreendedoras, nomeadamente no que respeita à formação para o empreendedorismo.

A Parte II corresponde ao projecto e seu enquadramento metodológico e empírico, estando subdividida em dois capítulos:

Capítulo V

Refere-se à natureza e definição do presente projecto, incidindo a sua abordagem no surgimento e desenvolvimento das incubadoras sociais.

Capítulo VI

Capítulo extenso que tece uma reflexão profunda sobre a implementação do projecto, expondo a estratégia metodológica e os aspectos processuais.

Por fim, as conclusões, nas quais são apresentadas as justificações do projecto e os resultados da investigação realizada através de um questionário, e as limitações que podem conduzir a estudos ou investigações posteriores.

PARTE I
ENQUADRAMENTO DO TEMA

Os desafios económicos e sociais que, actualmente, o mundo enfrenta obrigam ao desenvolvimento de novas respostas. Parece-nos importante uma mudança de paradigma na forma como as organizações desenvolvem as suas actividades e projectos e respondem às mudanças sociais para que o crescimento e a competitividade sejam ampliados.

Os contextos sociais estão em constante mudança, sendo que a interacção existente entre a sociedade e o tecido empresarial tem dado, a nosso ver, respostas eficazes na resolução de diversos problemas, quer através do desenvolvimento e melhoramento da sua responsabilidade social, quer através da formação dos seus trabalhadores. Ora, isto trouxe melhorias na organização de trabalho e aumento de produção, levando os trabalhadores a investirem e participarem no progresso da sua empresa. É perante estes novos desafios que começa a ser desenvolvido e aceite, em Portugal, um novo conceito: o empreendedorismo. Ele surge como resposta inovadora no combate às questões relacionadas com a integração no mercado de trabalho e no mercado social de emprego, potenciando a autonomia dos cidadãos.

Nos últimos anos, o conceito de empreendedorismo tem-se ampliado e várias abordagens e sentidos lhe têm sido atribuídos. No entanto o mesmo não é novo, de acordo com Dess (2001:1) teve a sua origem entre o século XVII e o século XVIII, na economia francesa, onde era denominado de “*entrepreneur*” aquele “*que empreende um projecto ou uma actividade significativa*”. Jean Baptiste Say (idem), economista francês do século XIX, atribuiu um significado mais arrojado ao empreendedorismo, afirmando que “*o empreendedor movimenta recursos económicos de uma área de baixa produtividade e rendimento*”, ou seja, **os empreendedores criam valor económico e social**. Por volta de 1950, Joseph Schumpeter (ibidem: 1) descreve os **empreendedores como pessoas criativas e inovadoras**, afirmando que

“a função dos empreendedores é reformar ou revolucionar o padrão de produção (...) através da exploração de uma invenção ou de uma possibilidade tecnológica ainda não experimentada”.

Os empreendedores são agora considerados não só como produtores de valor económico e social, mas também como agentes passíveis de promover a mudança social.

Mais tarde, Peter Drucker (1970) associou ao conceito de empreendedorismo o **conceito de risco**. O risco está associado aos processos de mudança e transformação social e económica, pois enfrenta sempre os constrangimentos e ameaças naturais decorrentes dos processos de consolidação da inovação. Segundo este autor, **os empreendedores não têm** que provocar mudança mas sim **explorar as oportunidades que surgem** através dela, ou seja, eles vêm as oportunidades criadas pela mudança em vez de verem os problemas que dela advêm. Nas suas palavras: “*o empreendedor está sempre à procura da mudança, reage à mudança e explora-a como uma oportunidade.*” (cit. in Dees:2001:2). Foi a partir deste momento que o conceito de oportunidade começou a ganhar força e importância na definição de empreendedorismo.

Howard Stevenson (2000), defendeu, ainda, a mobilização de recursos para alcançar os objectivos finais, isto é, os **empreendedores não só aproveitam as oportunidades como também mobilizam recursos**, não deixando que estes limitem as suas escolhas, pelo contrário os potencializem.

O conceito de empreendedorismo apareceu deste modo, inicialmente relacionado com as características pessoais (e não contextuais) do indivíduo, com “*o fazer algo*”. Estas características identificam-se com competências inatas relacionadas com a dinâmica e criatividade de criar valor social e económico. Posteriormente, o conceito é alargado com a introdução da capacidade de inovação, capaz de provocar uma mudança societária ou de relação no mundo do mercado através da criação de novas necessidades e novas respostas a essas mesmas necessidades. Gradualmente, o empreendedorismo alia-se à ideia de risco, social e económico, no sentido em que a inovação, a criação de algo novo, pode ter repercussões inesperadas na comunidade provocando o sucesso ou o fracasso das iniciativas.

Por fim, outro atributo adicionado a este conceito relaciona-se com a capacidade do empreendedor em se centrar nas oportunidades sociais (passando de uma visão micro para uma visão meso) e conseguir mobilizar os recursos necessários para construir ou promover uma ideia, uma iniciativa que irá dar resposta a necessidades emergentes.

Podemos traduzir o conceito de empreendedorismo na seguinte equação:

Empreendedorismo = Características Individuais do Sujeito + Inovação Social + Risco Económico e Social + Oportunidades + Gestão de Recursos e de Necessidades Económicas e Sociais.

Fonte: Análise realizada pela discente

Significa que o empreendedorismo está relacionado com características pessoais dos sujeitos mas também com os aspectos contextuais da sociedade onde estes se encontram. Além disso, ele compreende a identificação de oportunidades, percebendo que respostas são necessárias para minimizar as necessidades emergentes e diferenciando-as das já existentes, gerindo da melhor forma todos os recursos económicos e sociais que essas mesmas respostas compreendem.

Actualmente, existe um maior consenso sobre o que é o empreendedorismo. Autores como Carton, Hofer e Meeks (1998) oferecem-nos uma definição operacional, baseada na ideia de Schumpeter (1950), em que empreendedorismo se define como

“a busca de uma oportunidade descontinuada envolvendo a criação de uma organização (ou sub-organização) com a expectativa de criação de valor para os participantes. O empreendedor é o indivíduo (ou a equipa) que identifica a oportunidade, reúne os recursos necessários, cria e é responsável pela performance da organização. Portanto, o empreendedorismo é o meio pelo qual as novas organizações são formadas com os empregos resultantes e a criação de bem-estar.” (cit. in Sarkar: 2009:30)

Aqui, a grande diferença em relação à equação supra referida, está relacionada com a inovação social. Apesar da exposição que foi realizada sobre o empreendedorismo estar centrada nas actividades lucrativas, o que se pretende é abordá-lo numa outra vertente: a vertente social, de criação de entidades com um cariz social e não somente lucrativo, assim como a associação de um objectivo social às actividades das empresas. Neste âmbito social *“a inovação é maior e melhor porque envolve a projecção de mudanças significativas na sociedade onde ela será implementada”* (Neto:2002, 49).

Embora o empreendedorismo social seja, muitas vezes, confundido com o empreendedorismo empresarial, estes podem revelar finalidades diferenciadas mas, ao mesmo tempo, ambos têm em vista a criação e desenvolvimento de novas ideias e iniciativas. Por um lado, o empreendedorismo empresarial tem como principal missão a criação de riqueza para criar valor, é condicionado pelas oscilações dos mercado e o principal objectivo é o lucro e a satisfação do mercado (Neto:2002). Por outro lado, o empreendedorismo social tem como principal missão a resolução de problemas sociais e o principal objectivo é a promoção e capacitação das pessoas para a criação de capital social, inclusão e emancipação. (Neto:2002) Pode-se dizer que a característica mais notória do empreendedorismo social está na capacidade de aproveitar oportunidades, de

criar valor social para a comunidade onde está inserido, de promover o emprego, de minimizar a exclusão social e aumentar os benefícios da comunidade. Entenda-se, aqui, por **valor social** todo o produto que, imbuído em conceitos éticos e sociais, promove a transformação e a inclusão social. É um conceito, amplamente, relacionado com a responsabilidade social das empresas (RSE) e com iniciativas da economia solidária.

Desta forma, podemos afirmar que os empreendedores empresariais identificam e aproveitam oportunidades, enquanto os empreendedores sociais procuram soluções inovadoras para os problemas sociais existentes. Segundo William Drayton, fundador e presidente da Ashoka, o empreendedor “*vê onde a sociedade está estagnada e encontra uma nova maneira de resolver o problema*” (cit. in Neto:2002, 9)

“O empreendedor social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ou por vê-lo através de uma perspectiva diferenciada. Através da sua actuação, ele (a) acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum.” (Ashoka:2005)

Dess (1998), ao combinar a criação de valor, defendida por Say (in Dess:2001:1), a inovação e a mudança, de Schumpeter (in Dess:2001:idem), e a procura de oportunidades, de Drucker (in Dess:2001:2), resume a definição de empreendedores sociais como aqueles que

“desempenham o papel de agentes da mudança no sector social ao adoptar uma missão para criar valor social, reconhecer e procurar obstinadamente novas oportunidades para servir essa missão, empenhar-se num processo contínuo de inovação, adaptação e aprendizagem, agir com ousadia sem estar limitado pelos recursos disponíveis no momento, e prestar contas com transparência às clientelas que servem e em relação aos resultados obtidos.”

Desta forma, o empreendedorismo social surge como o impacto mais alargado que o empreendedorismo pode ter. Ele tem dado resposta a várias realidades e novos desafios. E é na sua articulação com a esfera empresarial, mais direccionada para a responsabilidade social (RS), que este começa a ter um papel fundamental e a ser uma ferramenta indispensável. Aqui o empreendedorismo é abordado numa vertente de cariz social e não somente lucrativo, com um objectivo social definido e mostra ser uma das soluções possíveis para uma sociedade mais equilibrada e mais justa.

Em suma,

“o empreendedorismo social é uma abordagem inovadora com o objectivo de melhor resolver os problemas sociais, com clara missão social, sustentável, passível de ser

replicada em outros contextos e com capacidade de produzir impacto social em larga escala.” (IES:2010)

O empreendedorismo social partilha com o empreendedorismo empresarial a vontade de desenvolvimento de valor, social e económico, respectivamente, assim como as mesmas dificuldades de meios e recursos, mantendo sempre uma atitude criativa e inovadora perante estes desafios. Assim, parece-nos importante uma coligação entre a esfera social e a esfera económica/empresarial, de forma a criar, não só valores e bens económicos, mas igualmente valores e bens sociais passíveis de promover a mudança social.

Para que tal aconteça, é importante que as duas esferas consigam trabalhar em conjunto, em prol de um benefício comum, e com uma dimensão societária. A esfera empresarial pode dar resposta ao sector social, utilizando os mercados como criadores de valor social, e a esfera social pode funcionar como uma mais-valia para o sector empresarial, tornando-o socialmente responsável e justo e dando-lhe visibilidade social junto dos seus parceiros e concorrentes.

Na defesa desta assunção de coligação entre as duas esferas, económica e social, nasce o objecto do projecto que pretendemos desenvolver no município de Ílhavo: a criação de uma Incubadora Social, que fortaleça a comunidade local através de formação de empreendedores e da consciencialização para a RS, permitindo o aumento da qualidade de vida de todo o município e promovendo a inclusão social. Pretende-se, assim, capacitar recursos humanos, desenvolver a competitividade empresarial e promover a mudança social, cultural e empresarial. Acredita-se, com isto, que haja um grande impacto social na comunidade local e que seja possível fomentar e incentivar acções empreendedoras.

A incubadora social de Ílhavo assumirá assim um papel de promoção da capacidade empreendedora, contribuindo para o crescimento económico, promoção de emprego e mudança social, e proporcionando um ambiente flexível e encorajador para a criação de novos projectos e ideias de cariz, essencialmente, social.

De acordo com o Dicionário da Língua Portuguesa (2010), inovação significa mudança, renovação, criação de algo novo ou descoberta. Ou seja, inovar é implementar novas ideias ou reinventar as que já existem. Mas porque é importante inovar? Porque ao inovar estamos a propiciar o surgimento de novos produtos ou respostas que respondem aos problemas já existentes. Assim, a inovação mostra-se fundamental para o desenvolvimento e crescimento económico e para o melhoramento da qualidade de vida da sociedade.

Em Outubro de 2010, a Comissão Europeia aprovou a inovação como a prioridade para a Estratégia Europa 2020, nomeadamente como resposta aos desafios da sociedade. A Comissão Europeia reconheceu que a promoção da inovação abre novas oportunidades para recuperar as economias, implementar novas políticas públicas e promover a criação e o crescimento de empresas inovadoras.

Segundo Schumpeter (cit. in Instituto de Empreendedorismo Social:2010), “*a inovação é um factor determinante do acto de empreender*”, ou seja, inovar significa criar ou renovar algo, criar valor e desenvolvimento, explorar novas ideias. Este autor abordou a questão da inovação como a introdução de novos produtos. É uma visão capitalista sobre a inovação, de base lucrativa e empresarial.

“A inovação não é um termo técnico. É um termo económico e social, seu critério não é a ciência nem a tecnologia, mas uma mudança no cenário económico ou social, uma mudança no comportamento das pessoas (...)” (Drucker, 1981 cit. in Leite:2006).

Ao longo dos anos, as pessoas identificavam a inovação com os avanços tecnológicos que surgiam mas, actualmente, o conceito de inovação tem-se expandido para outros campos de actuação, como o social, e pode ser traduzida de forma muito simples: inovar para encontrar soluções para os problemas sociais existentes, como a exclusão social, as desigualdades e a pobreza.

De acordo com André e Abreu (2006:125), inicialmente, a inovação social surgiu ligada à aprendizagem e ao emprego e mais tarde surge também ligada às políticas sociais. Estes primeiros conceitos estão associados, principalmente, ao aumento da competitividade das empresas. Assim, torna-se pertinente distinguir inovação tecnológica e inovação social. A primeira, centra-se no objecto, nas mudanças produtivas, ou seja, está relacionada com todas as novidades produtivas implementadas

nas empresas. Por outro lado, a inovação social, foca-se e tem intenções distintas, ou seja, ela tem intenções que geram, e visam, transformações nas relações sociais. Na óptica destes autores, a inovação social

“implica uma nova forma de pensar ou fazer algo, uma mudança social qualitativa, uma alternativa – ou até mesmo uma ruptura – face aos processos tradicionais. (...) Surge como uma missão ousada e arriscada.” (2006:125:idem)

É com o aumento sucessivo dos problemas sociais que a inovação social começa a ganhar força nas agendas políticas e a crise económico-social que o mundo atravessa exige um grande esforço para resolver todos estes problemas. É aqui que a inovação social poderá afirmar-se ao encontrar novas soluções ou reinventando as actuais para resolver os problemas e necessidades sociais. É necessária habilidade para inovar rapidamente, pois esta será a componente vital da área social e a principal causa do bem-estar social.

É neste momento que este conceito se liga ao empreendedorismo, isto é, para promover o empreendedorismo temos que perceber o que é a inovação, aplicá-la e utilizá-la como ferramenta base do empreendedor. Peter Drucker (in Sarkar:2009:16) defende que existe uma forte relação entre inovação e empreendedorismo, ao afirmar que a

“inovação é a ferramenta específica dos empreendedores, o meio através do qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para o negócio ou serviço diferente. (...) Os empreendedores precisam de procurar decididamente as fontes de inovação, as mudanças e os seus sintomas que indicam oportunidades para inovações com sucesso.”

Apesar deste autor nos dar uma descrição voltada para a inovação tecnológica, podemos aplicá-la à inovação social, no sentido de novas respostas aos desafios sociais que nós encontramos. Assim, quando o autor afirma que a inovação é o meio pelo qual o empreendedor explora a mudança como uma oportunidade, isso pode ser aplicado ao campo social e não só ao económico. O grande desafio é mobilizar a capacidade criativa dos indivíduos para desenvolver novas soluções. A tecnologia é importante mas por si só não resolve problemas, têm que ser as pessoas a resolvê-los. Desta forma, torna-se fundamental uma nova abordagem para a inovação pois é possível dar novas respostas aos desafios sociais e ao mesmo tempo criar emprego e gerar riqueza.

Desta forma, a inovação associa-se ao empreendedorismo na medida em que ser empreendedor é ser dinâmico, activo e encontrar soluções inovadoras para os problemas

emergentes. É através das soluções inovadoras e arrojadas, para alcançar diferentes resultados, que a inovação se articula com o empreendedorismo. Segundo Leite (2006), *“a inovação cria uma nova riqueza e destrói a antiga. Quem cria a nova e destrói a antiga riqueza são os empreendedores. Simultaneamente destroem o antigo e constroem o novo.”* Isto pode aplicar-se à área social, na medida em que os empreendedores sociais tentam encontrar respostas novas para problemas antigos.

Podemos concluir que o empreendedorismo e a inovação social são realidades que se interligam e complementam numa lógica de que sem a perspectiva de uma não se pode pensar a outra. Isto é, embora com as suas especificidades, a sua concretização requer o parecer das duas.

Assim, torna-se urgente criar novas estratégias e respostas para os problemas sociais. Ora, é aqui que este projecto – criação de uma incubadora social – se revela inovador, tanto na sua actuação como criação.

A partir da atitude empreendedora de criar uma incubadora social dentro de uma incubadora de empresas é possível desenvolver económica e socialmente o município de Ílhavo, sendo inovadora, gerando emprego, alertando e formando para as questões sociais, encontrando respostas para os problemas, aplicando práticas empresariais na área social e tendo ousadia, vontade e coragem de ir mais além.

Este projecto é inovador porque desenvolverá actividades que irão de encontro às satisfações das necessidades sociais da comunidade local, assim como da esfera empresarial, articulando uma vasta rede de actores sociais, tanto a nível público como privado.

Com a incubadora social, aspira-se facultar a todos os indivíduos ferramentas e mecanismos para a expansão do empreendedorismo social, nomeadamente no encontro de soluções e ideias novas e diferentes, reconhecendo-as, perante a sociedade, como positivas, alternativas e inovadoras.

O conceito de RS é recente e opõe várias ideologias, o que por vezes origina grandes polémicas à sua volta.

Birou (1976:360) apresenta a RS como

“a responsabilidade daquele que é chamado e responder pelos seus actos face à sociedade ou opinião pública (...) na medida em que tais actos assumam dimensões ou consequências sociais.”

Se abrangermos também a esfera empresarial, como refere Thiy-Cherques (cit. in Almeida, 2010:40), tornamos o conceito de RS mais geral, assimilando-o com:

“o dever de pessoas, grupos e instituições em relação à sociedade como um todo, ou seja, em relação a todas as pessoas, todos os grupos e todas as instituições. A responsabilidade é o que nos faz sujeitos e objectos da ética, do direito, das ideologias e, se quisermos, da fé.”

Estas afirmações mostram-nos que a responsabilidade, em geral, pode ser aplicada tanto ao nível dos indivíduos como das organizações ou empresas.

Actualmente, as empresas são grandes agentes transformadores que exercem grandes pressões e influências junto da sociedade, ambiente e recursos humanos. Além destas influências, estas têm também um forte impacto financeiro, económico e tecnológico. Por estes motivos, as empresas procuram, cada vez mais, contribuir para o desenvolvimento e fortalecimento da justiça social, valores éticos e boas práticas. Desta forma, o que se encontra aqui são práticas de RSE, ou seja, a RSE é *“promotora de maior justiça social”* (Almeida, 2010:23).

Segundo Kreitlon (cit. in Almeida, 2010:58), de 1900 a 1960 o conceito de RSE era definido como considerando que *“a empresa socialmente responsável é aquela que realiza filantropia (...) e que tem um bom sistema de governança corporativa”*. Entre 1960 e 1980, o conceito altera-se, considerando-se que

“a empresa ascende à condição de «agente moral», evoluindo a responsabilização estritamente individual de quem toma decisões para uma responsabilização da empresa, no plano organizacional, como entidade moral sujeita a apreciação e condenação”;

de 1980 até à actualidade, o conceito amplia-se e passa a incorporar o conceito de desenvolvimento sustentável e *“a teoria dos stakeholders alarga o quadro de responsabilidades da empresa a todos os grupos que afectam ou são afectados pela*

acção empresarial.” Ou seja, desde 1900 que o conceito de RSE tem evoluído e assumido contornos importantes para a mudança e justiça social, tornando-se cada vez mais preciso e abrangente, na tentativa de melhorar a articulação entre a esfera empresarial e a esfera social.

A grande diversidade de interpretações e definições de RSE continua na actualidade, o que revela um interesse pelas questões sociais, cada vez maior, por parte quer da comunidade científica como dos dirigentes empresariais. Desta forma, apresentam-se agora duas interpretações, recentes, da RSE. Por um lado, o Livro Verde (2003), apresentado pela Comissão das Comunidades Europeias, define a RSE como sendo “*essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais justo*”. (cit. in Almeida, 2010:22) Por outro, a World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), uma das mais amplas e representativas redes internacionais de empresas comprometidas com práticas socialmente responsáveis, afirma que a RSE consiste no

“compromisso empresarial que contribua para um desenvolvimento económico sustentável, trabalhando com os seus colaboradores, as suas famílias, a comunidade local e a sociedade de forma a melhorar a sua qualidade de vida”. (cit. in Almeida, 2010:23)

Neste sentido, pode-se afirmar que a RS é a integração voluntária nas preocupações sociais e ambientais das actividades das empresas e nas suas relações com a sociedade. Esta é uma concepção abrangente que está ligada às boas práticas e responsabilidades éticas empresariais, que vão desde a gestão dos recursos humanos das empresas até à procura de parceiros empresariais socialmente responsáveis. Assim, RSE deve implicar

“um esforço permanente de articulação de políticas, estratégias e acções a fim de cumprir os deveres positivos (de acção) e negativos (de omissão) sugeridos pela finalidade económica, pelos princípios éticos e pela exigência de cumprimento da lei.” (Almeida, 2010:68)

Em suma, a participação social implica uma crescente partilha de responsabilidade entre actores e as empresas, que podem ser consideradas socialmente responsáveis se contribuírem para a construção de uma sociedade mais igualitária e justa.

Ou seja, a RS deve ser vista como um compromisso, por parte das organizações, para a criação de valor económico e social, orientando a sua gestão para a análise dos impactos que as suas decisões possam ter, sempre com base no diálogo e colaboração com os *stakeholders*, isto é, com todos aqueles que actuam ou têm influência, directa ou indirecta, sobre as organizações.

Mas existem muitas organizações que ainda não tomaram consciência da necessidade de serem socialmente responsáveis e de adoptar boas práticas ou não sabem como iniciar esse processo.

Neste sentido, com o desenvolvimento deste eixo, pretende-se actuar ao nível da sensibilização, do esclarecimento e da promoção de boas práticas de RS, uma vez que se pretende desenvolver e aumentar a competitividade das organizações, com base numa atitude correcta e responsável.

Um outro vector essencial para que esta realidade seja concretizável é a formação para o empreendedorismo, descrita no capítulo seguinte.

A educação é um dos pilares mais importantes de uma sociedade e a capacidade empreendedora não é puramente inata, logo deve caber aos estabelecimentos de ensino o papel de formar indivíduos capazes de responder e reagir às mudanças que a sociedade enfrenta. A incubadora social terá um papel decisivo no desenvolvimento de programas e projectos curriculares que permitam à escola estimular o empreendedorismo e a inovação social, particularmente tendo em conta o contexto actual em Portugal de crise económica e social.

De acordo com a Estratégia de Lisboa (2000), a formação para o empreendedorismo deve começar logo no ensino escolar. Exige-se então uma educação para o empreendedorismo, não somente nos jovens licenciados mas também nas crianças e jovens em idade escolar. Em conformidade com a Estratégia de Lisboa (2000), deve-se privilegiar o conhecimento e a inovação, a promoção de uma cultura empreendedora e adoptar atitudes e valores culturais que favoreçam a capacidade e iniciativa empreendedora.

Se empreender significa ser activo, a formação para o empreendedorismo deve abranger todos os níveis de ensino, ser prática e permitir aplicar todos os conhecimentos e competências adquiridas.

Neste seguimento, o projecto que aqui se apresenta pretende ter uma forte ligação e parceria com a rede escolar e as organizações do município, a fim de fomentar a atitude empreendedora em todos. Sendo este município marcado por uma forte actividade industrial, com várias zonas industriais, e com uma excelente rede de comunicação, com diversas ligações rodoviárias, a Formação para o Empreendedorismo tem por objectivo a sensibilização e formação dos alunos e professores para a temática do empreendedorismo, especialmente o empreendedorismo social, assim como incutir nos alunos o espírito de dinamismo e de iniciativa própria.

Procurar-se-á, também, através da formação para o empreendedorismo e incentivo à criação do próprio emprego, diminuir a pobreza e exclusão social, que afecta, cada vez mais, os jovens desempregados.

Além do que foi referido anteriormente, sobre a parceria com a rede escolar do município, o projecto também estará atento à nova realidade dos jovens qualificados desempregados, pelo que serão realizadas várias acções de formação para o

empreendedorismo, tanto empresarial como social. Será uma formação que dotará os formandos de um vasto conjunto de conhecimentos e capacidade de análise da sociedade, da economia e dos mercados de emprego, tendo como finalidade garantir que todos têm acesso a uma educação/formação empreendedora, baseada na responsabilidade social, inovação e empreendedorismo social.

Através da formação para o empreendedorismo, os alunos, professores, desempregados e a comunidade em geral, terão a oportunidade de adquirir ferramentas e conhecimentos específicos em empreendedorismo que lhes permitirão desenvolver capacidades técnicas e pessoais para inovarem nas suas iniciativas. Terão ainda oportunidade de (re)descobrir vocações e tornarem-se indivíduos activos na participação social.

Para garantir o sucesso da formação para o empreendedorismo, é fulcral que todos tenham oportunidades para aprender, pensar e agir de forma activa, inovadora e empreendedora. Consequente, e para que isto seja possível, terá que se alterar os currículos escolares, integrando o empreendedorismo e a inovação numa perspectiva interdisciplinar.

PARTE II
ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO E EMPÍRICO

Capítulo V – Natureza e Definição do Projecto “Incubadora Social”

O presente projecto vem no seguimento da realidade, que se avizinha próxima, da implementação de uma Incubadora de Empresas no Município de Ílhavo, direccionada, essencialmente, para a área da Cultura e do Mar.

Atenta à constituição da incubadora de empresas, a propositura do projecto é a de criar, em estreita e constante articulação com esta, uma incubadora social, resposta social inovadora promovida com e para a comunidade, no sentido de melhorar as suas condições sociais e económicas. Pretende-se incentivar, com este projecto, o desenvolvimento social do município, promovendo-o como um exemplo de boas práticas sociais.

Centrando o projecto na criação de uma incubadora social dentro da incubadora de empresas, pretende-se demonstrar como a esfera social e a esfera económica/empresarial se podem relacionar em prol de interesses comuns: o desenvolvimento social e económico de Ílhavo.

Através da criação da incubadora social, este projecto prevê uma forte aproximação ao tecido empresarial, com o intuito de melhorar e promover a responsabilidade social das empresas. Pensamos que esta conjugação entre o económico e o social poderá desenvolver as capacidades pessoais, sociais e de negócio nos públicos mais vulneráveis, utilizando o seu potencial de criatividade e inovação social com vista à sua integração no mercado de trabalho.

Para perceber melhor o que se pretende com este projecto, é indispensável diferenciar os dois tipos de incubadoras – de empresas e sociais. Quando se pensa em incubadora, a primeira ideia que surge é a de um espaço institucional para apoiar futuros empresários, apontando como verdadeiro sentido das incubadoras a promoção de oportunidades para o desenvolvimento tecnológico do processo produtivo. Esta visão está centrada nas incubadoras de empresas que têm como objectivo a criação ou desenvolvimento de micro ou pequenas empresas inovadoras, apoiando-as nas primeiras etapas da sua expansão e crescimento. Mas o que se pretende é focar o projecto nas incubadoras sociais, que se distinguem das outras pelo seu cariz social, voltado para a comunidade que a rodeia, essencialmente para as pessoas que se encontram em situação de vulnerabilidade social.

As incubadoras sociais são cada vez mais reconhecidas como um instrumento importante na promoção do empreendedorismo e da inovação social.

Segundo Cordeiro (2003), as primeiras incubadoras foram as incubadoras de empresas, com origem em 1950, nos Estados Unidos, definidas como organizações que ofereciam espaço, equipamentos, acesso a redes de informação e serviços a um reduzido número de pequenas empresas que pretendiam afirmar-se e que sem o apoio destas incubadoras não o conseguiriam. Mas só a partir de 1980 é que estas incubadoras tiveram visibilidade pública. Cordeiro (2003) refere que em 1995, no Brasil, surgiu a primeira incubadora de cooperativas, originando uma transformação das incubadoras de empresas. Apesar de o processo de incubação parecer igual ao das incubadoras de empresas, na realidade não o era. A grande diferença residia no tipo de projectos incubados, ou seja, as incubadoras de cooperativas só aceitavam projectos construídos ou desenvolvidos através de um modelo de cooperação e associativismo, enquanto as incubadoras de empresas aceitavam, sobretudo, projectos de dinamização ou criação de empresas.

Ora, este novo tipo de incubadoras surgiram num contexto de grande exclusão social, aumento da taxa de desemprego e de desorganização das formas de protecção no trabalho, que se faziam sentir no Brasil nesse período (Coordeiro:2003). Foi através de uma economia solidária que as incubadoras de cooperativas ganharam força, mostrando-se como uma alternativa real, proporcionando um emprego formal e um trabalho colectivo específico, assim como aplicando uma ideologia de auto-gestão. (Cordeiro:2003)

Poder-se-á concluir que os dois tipos de incubadoras se debruçam sobre lógicas diferentes. As incubadoras de empresas regem-se pela lógica capitalista, de criação de lucro; mas as incubadoras de cooperativas regem-se pela lógica social, de criação de valores, mudança e integração sócio-institucional.

É no seguimento das incubadoras de cooperativas que surgem as incubadoras sociais, que também fogem ao modelo capitalista, direccionado apenas para o lucro/economia. O conceito de incubadora social é mais do que isso, é um modelo de desenvolvimento social, da sociedade civil e das relações sociais. (Cordeiro:2003)

O que diferenciava as incubadoras sociais, daquela época, das outras incubadoras era o tipo de organizações que incubavam, ou seja, não eram incubados projectos provenientes de organizações lucrativas ou cooperativas mas sim projectos de

organizações sem fins lucrativos, provenientes da sociedade civil e dos movimentos sociais, como as Organizações Não Governamentais (ONG's), as associações comunitárias e as entidades de classes sociais, culturais ou ambientais. (Cordeiro:2003)

As incubadoras sociais tiveram, assim, a sua génese no Brasil, no século XX, no seio da sociedade civil, como forma de combater e/ou minimizar os efeitos da pobreza e exclusão social.

Em Portugal, este tipo de incubadoras começa a ganhar força mas ainda é muito recente e está em desenvolvimento, pelo que o debate sobre a questão social, no âmbito das incubadoras, ainda é algo muito novo e suscita muitas dúvidas, críticas e vários significados e visões.

Nesta óptica, optou-se por criar uma incubadora social, dentro da incubadora de empresas, destinada, principalmente, a públicos socialmente vulneráveis, como são os utentes/beneficiários da Acção Social desse município, os jovens e adultos desempregados e as famílias com baixos recursos económicos. Mas além deste público, pretende-se ainda implementar o espírito empreendedor, ao nível do empreendedorismo social, nos estudantes, desde o 1º Ciclo do Ensino Básico (CEB) até ao ensino secundário, nos jovens licenciados ou com cursos profissionais, nos dirigentes das empresas, nos empreendedores da incubadora de empresas e na comunidade em geral.

Desta forma, **a incubadora social será um espaço essencialmente vocacionado para o apoio a novas organizações ou iniciativas sociais, no sentido de estimular e identificar novas respostas para as necessidades sociais do município de Ílhavo**, incidindo a sua acção nos eixos da responsabilidade social e da formação para o empreendedorismo.

O eixo da responsabilidade social será direccionado para o melhoramento da responsabilidade social das empresas e para o alerta de consciência das novas empresas que poderão surgir.

Aqui, o objectivo principal é analisar acções de RSE já existentes e preparar as novas empresas, através da incubadora de empresas. Pretende-se, ainda, compreender a dinâmica de 30 empresas, com sede no município, de diferentes sectores de actividade, e compreender se estas possuem consciência activa e preocupações a nível da

responsabilidade social. Para isso, foi elaborado um questionário¹, que foi preenchido pelas direcções, averiguando se a RS está efectivamente implementada nas suas empresas, comparando as suas diferentes percepções.

No que respeita ao eixo da formação para o empreendedorismo, este passará por acções de formação destinadas aos públicos mais vulneráveis, em situações de fragilidade social, licenciados, estudantes e jovens, apoiando-os no desenvolvimento de competências e capacidades empreendedoras e pela educação para o empreendedorismo, no sentido em que consigam desenvolver actividades em colaboração com a rede escolar do município. Estas acções de formação serão realizadas através de parcerias com entidades formadoras, como escolas profissionais, centros de formação, Universidade de Aveiro, entre outros parceiros que se mostrem pertinentes no decorrer destas acções.

As acções destinadas aos públicos mais vulneráveis consistem essencialmente na qualificação/formação. Pretende-se, assim, melhorar os níveis de literacia e de qualificação básica, com cursos de dupla certificação e de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências (RVCC), bem como a adultos e jovens que promovam a transição para a vida activa; proporcionar formação profissional, com cursos de aprendizagem e cursos de educação para adultos e jovens; preparar planos de transição para a vida activa após a formação, com planos de estágios; apoiar a (re)inserção das mulheres no mercado de trabalho, através de acções de sensibilização/informação junto das mesmas e das empresas; desenvolver as competências em TIC, com cursos básicos de TIC; desenvolvimento de projectos de inclusão social, baseados na formação para a aquisição de competências básicas de empregabilidade; apoiar, fomentar e disseminar o empreendedorismo, através de acções de sensibilização, cursos de formação na área do empreendedorismo social e feminino e de apoio técnico para a criação do próprio emprego.

Para que estas acções sejam concretizáveis, a importância dos parceiros formativos é essencial, pois serão eles que permitirão o sucesso deste eixo de intervenção.

¹ Questionário adaptado do *Questionário de Sensibilização – Empresas Responsáveis*, no âmbito da *Iniciativa Comunitária EQUAL*, que pretendeu identificar a adopção, ou não, de práticas de RS num conjunto de 30 empresas do município de Ílhavo, de diversos sectores económicos.

No âmbito das acções destinadas aos licenciados, estudantes e jovens, pretende-se sensibilizar para a inovação e empreendedorismo social, através de programas de estágios e intercâmbios europeus, de workshops/encontros de empreendedorismo e de desenvolvimento de projectos empreendedores, direccionados essencialmente para a área social.

Além destas formações, é necessária uma parceria sólida com a rede escolar do município, para desenvolver a criatividade e capacidade empreendedora dos jovens estudantes do município.

A rede escolar do Concelho, de acordo com a Carta Educativa do Município de Ílhavo, é composta por 24 jardins-de-infância (15 públicos e 9 pertencentes à rede social), 20 escolas do 1º Ciclo, 3 escolas EB 2/3 e 2 escolas secundárias com 3º Ciclo do Ensino Básico (CEB). Em relação ao ensino profissional, este assenta no FOR-MAR – Centro de Formação Profissional das Pescas e do Mar, no CASCI – Centro de Acção Social do Concelho de Ílhavo, e nos diversos cursos profissionalizantes que as escolas secundárias oferecem. No entanto, não existe nenhuma escola profissional. O Município compreende também o Ensino Recorrente, que se desenvolve em regime nocturno nas duas escolas secundárias. Referir, ainda, o Centro «Novas Oportunidades»² numa das escolas secundárias.

Como não existe escola profissional a rede escolar será a alavanca para que a incubadora social desenvolva as suas acções de formação e reforce as competências e capacidades formativas do seu público-alvo. Esta parceria permitirá, ainda, através da educação para o empreendedorismo, desenvolver o espírito empreendedor nos seus alunos, proporcionando a dinamização dos seus estabelecimentos de ensino com novos projectos e ideias que visam promover a relação escola/alunos e comunidade.

O argumento base de todo o projecto defende que a incubadora social é um sujeito e um produto dos conceitos de empreendedorismo, inovação e responsabilidade social. Tendo em conta os eixos conceptuais que constituem, a nosso ver, o processo de

² “Os Centros Novas Oportunidades são unidades orgânicas promovidos por entidades formadoras com um conjunto de valências diversificadas no âmbito da resposta às necessidades de qualificação da população adulta, competindo-lhes o encaminhamento para ofertas de educação-formação ou para o reconhecimento, validação e certificação de competências adquiridas ao longo da vida para efeitos escolares e/ou profissionais. Os Centros Novas Oportunidades constituem-se, assim, como a “porta de entrada” dos adultos para novas qualificações, respeitando e valorizando o seu perfil individual.” (<http://www.novasoportunidades.gov.pt/np4/faq.html>)

criação de uma incubadora social (empreendedorismo, inovação e responsabilidade social), esta é um sujeito capaz de os implementar e dinamizar dando-lhe uma conotação operativa de intervenção sócio-económica, como é, simultaneamente, um produto na perspectiva de se constituir como uma nova resposta social emergente das problemáticas sociais actuais bastante direccionadas para as questões do mercado de trabalho e do mercado social de emprego. Ou seja, é um sujeito no sentido em que vai implementar e dinamizar todas as estratégias que serão apresentadas mais à frente; mas é também um produto porque é uma nova resposta social, fruto das novas problemáticas de inserção do mercado social.

A criação desta incubadora social emergiu da análise do diagnóstico social do município de Ílhavo e do anuário estatístico da região centro, onde se verificava, em 2009³, uma população predominantemente em idade activa, entre os 25 aos 64 anos, num total de 23.777 residentes (57%), em que 11.818 eram do sexo masculino e 11.959 eram do sexo feminino. Em 2001 (últimos dados disponíveis), existia uma população com baixas qualificações literárias, em que a taxa de analfabetismo de situava nos 5%, 20.947 residentes tinham habilitações inferiores ao 3º CEB (64,3%), 5.355 tinham o 3º CEB (16,4%), 3.470 tinham o ensino secundário (10,7%), 197 tinham o ensino médio (0,6%) e 2.592 tinham o ensino superior (8%); uma população com 270 agregados familiares, dum total de 741 indivíduos, beneficiários do Rendimento Social de Inserção (RSI), até Março de 2009; e uma população com 1.700 desempregados, em Fevereiro de 2009.

Pensamos que a incubadora social poderá fortalecer a comunidade local, com especial enfoque na população em situação de vulnerabilidade social, através da formação para o empreendedorismo social estimulando a participação cívica, nomeadamente em novos projectos e disponibilizando recursos e serviços.

A sua aproximação à esfera empresarial terá por base o incentivo do empreendedorismo social na comunidade, trabalhando a responsabilidade social, visando responder às necessidades sociais e combater as desigualdades sociais.

³ Últimos dados disponíveis.

Capítulo VI – Etapas do Processo de Implementação da Incubadora Social

VI.I. O Processo de Pré-Incubagem

O Processo de Pré-Incubagem da incubadora social centra-se na responsabilidade social das empresas, principalmente na sua compreensão, no contacto e sensibilização com os actores sociais e na ligação com a incubadora de empresas.

O objectivo principal desta etapa foi a delimitação de estratégias que permitiram viabilizar o projecto que se apresenta. O primeiro passo foi o contacto directo com todos os possíveis parceiros, com a finalidade de os conhecer melhor e de lhes apresentar o projecto, tentando perceber a sua sensibilidade para a questão da RSE. Para isso, foi necessário fazer um diagnóstico social do Concelho de Ílhavo, onde se conheceram as vantagens e desvantagens da implementação da incubadora social neste município, nomeadamente no que respeita à demografia e canais de comunicação, assim como um diagnóstico social da RSE, onde se percebeu qual o conhecimento, abertura e sensibilização das empresas para esta área através da aplicação de uma questionário e respectiva análise.

Esta etapa culminou com o aperfeiçoamento do projecto passando, posteriormente, à etapa de incubagem. Passamos então à descrição dos momentos processuais descritos como fundamentais no processo de pré-incubagem.

VI.I.I. Diagnóstico Social do Concelho de Ílhavo

As incubadoras, sendo locais privilegiados para a cultura empreendedora, funcionam também como um vértice fundamental no âmbito da cidadania e responsabilidade, sendo relevante, neste projecto, o que concerne à inovação social.

Se, por um lado, devem procurar soluções e respostas inovadoras para os problemas sociais, por outro lado devem motivar os empreendedores a acreditarem nas suas capacidades e competências. É aqui que surgem as dificuldades, quando se procura formar para o empreendedorismo públicos mais vulneráveis, como é o caso dos desempregados e pessoas com baixas qualificações.

A questão que ressalta é: como pode a incubadora social incitar o espírito empreendedor, na sua vertente social, e combater o desemprego, as desigualdades e a

exclusão social? Esta questão remonta-nos para as estratégias de implementação da incubadora social que iremos desenvolver e explicitar mais à frente, no ponto *VI.II. Processo de Incubagem*⁴, uma vez que a finalidade deste projecto é o de incentivar o espírito empreendedor de cada indivíduo, de modo a que os problemas sociais sejam atenuados e a economia local seja beneficiada. Neste sentido, o conhecimento do local com as suas forças vivas e com os seus constrangimentos é fundamental, pelo que apresentamos uma breve caracterização diagnóstica do município de Ílhavo.

O município de Ílhavo localiza-se a Sul do Distrito de Aveiro e faz parte da Região Centro (NUT I) e Baixo Vouga (NUT II). Está limitado a Norte e a Nascente pelo município de Aveiro, a Sul pelo município de Vagos e a Poente pelo Oceano Atlântico. Os últimos dados disponíveis pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), através dos Censos 2001⁵, revelam que os residentes se distribuem numa área territorial de 75 Km² e por quatro freguesias: S. Salvador, Gafanha da Nazaré, Gafanha da Encarnação e Gafanha do Carmo, sendo registada uma densidade populacional de 496 hab/Km². Aqui, destacam-se as freguesias de S. Salvador (Sede de Concelho), como a mais populosa, com 16.760 habitantes, e a freguesia da Gafanha da Nazaré como a mais densa, com 899 hab/Km². (Plano Municipal de Emergência de 2006)

Este município possui características marcantes que o tornam potenciador de desenvolvimento, tais como: a localização, a qualidade, a diversidade e a dimensão das suas condições naturais (mar, ria e floresta) e a sua diversidade de tecido empresarial. Além de todas estas potencialidades, outras existem que também podem ser extremamente importantes para o desenvolvimento do projecto que se apresenta, como a associação ao mar, com especial incidência para a pesca e a indústria do bacalhau, o Porto de Aveiro (actualmente com acesso ferroviário) e a excelente proximidade com equipamentos públicos importantes como a Universidade de Aveiro.

Nos últimos anos, este município tem apostado no melhoramento das suas vias de comunicação que o aproximam do restante território nacional, principalmente o fácil acesso às cidades de Aveiro, Coimbra e Figueira da Foz.

⁴ Vide página 55

⁵ Os dados relativos a 2011 ainda não estão disponíveis pelo que nos sustentámos na informação recolhida através dos Censos de 2011.

Acrescente a isto que, a maior parte da população do município, de acordo com os dados do INE, é uma população predominantemente em idade activa, enquadrada em actividades do sector secundário e terciário, com especial enfoque no sector das pescas que tem sido dos mais afectados pela crise dos últimos anos, pelo que a mão-de-obra que daí é dispensada tem sido aproveitada por outros sectores da indústria, nomeadamente nas zonas industriais da Mota e das Ervosas, que têm tido um ritmo de crescimento industrial bastante elevado⁶. Também a indústria cerâmica tem uma forte expressão neste município, tendo como referência a Fábrica da Vista-Alegre. Neste município, o sector terciário foi sempre aquele que teve maior impacto no crescimento económico e uma clara predominância. (Plano Municipal de Emergência de 2006)

Ainda de acordo com os dados do INE, a taxa de actividade do município teve um aumento significativo, de 1991 a 2001 (últimos dados disponíveis) e a taxa de desemprego também é das mais baixas do Distrito de Aveiro.

O INE revelou, na publicação do Anuário Estatístico da Região Centro de 2009, que no final desse mesmo ano, o município de Ílhavo tinha um total de 41.711 residentes, com 57% da população em idade activa (entre os 25 e os 64 anos), com 4,83% dos indivíduos a beneficiarem do subsídio de desemprego, dos quais 29,9% tinham idade compreendida entre os 30 e os 39 anos, 21% tinham entre os 40 e os 49 anos e 14,9% tinham entre os 25 e os 29 anos e 2,46% de indivíduos beneficiários do Rendimento Social de Inserção (RSI), em que 1,3% tinham idade inferior aos 25 anos, 0,5% tinham idade compreendida entre os 25 e os 39 anos, 0,4% tinham idade compreendida entre os 40 e os 54 anos e 0,2% tinham idade igual ou superior os 55 anos. Ou seja, 7,3% da população total necessita de algum tipo de apoio/subsídio social para conseguir manter os mínimos necessários de subsistência.

Além destes dados, pode-se destacar também o número de trabalhadores por sector de actividade. Desta forma, e de acordo com os dados do INE, em 2008, 6.323 indivíduos trabalhavam por conta de outrem nos estabelecimentos do município de Ílhavo. Deste total, 5,7% trabalhavam no sector primário, como a agricultura, a pesca e a produção animal, 51,4% trabalhavam no sector secundário, como a indústria e a

⁶ Aqui são destacadas as áreas das energias renováveis, da tecnologia e da metalomecânica. Além destas áreas, a indústria da transformação do bacalhau tem apostado bastante na sua modernização, tanto a nível de equipamentos como de tecnologias.

construção e 42,9% trabalhavam no sector terciário, como o comércio, os transportes, as actividades financeiras, a educação e as actividades de apoio social.

Ainda de acordo com os dados supra referidos, o nível de habilitações destes trabalhadores não era elevado, onde 26% possuíam o 3º CEB, 23% o 2º CEB, 21,4% o 1º CEB, 17% o Ensino Secundário e 9% eram licenciados.

O município de Ílhavo tem duas zonas industriais importantes – Zona Industrial da Mota (freguesia da Gafanha da Encarnação), com 94,8ha, e Zona Industrial das Ervasas (freguesia de S. Salvador), com 85,12ha – assim como um cais bacalhoeiro (freguesia da Gafanha da Nazaré), junto à Ria de Aveiro, destinado, essencialmente, a empresas de pesca e de transformação de pescado. No final de 2009, o município acolhia 3.922 empresas, com especial incidência no sector do comércio por grosso e a retalho e reparação de automóveis e motociclos (21,9%), das actividades de serviços (14,8%), da construção (12,1%) e das indústrias transformadoras (8,9%). Destas 3.922 empresas, 3.772 tinham menos de 10 trabalhadores ao seu serviço (96,2%), 122 tinham entre 10 a 49 trabalhadores (3,1%), 24 tinham entre 50 a 249 trabalhadores (0,6%) e apenas 4 tinham 250 ou mais trabalhadores (0,1%).

Os dados supra referidos, mostram-nos um município com grandes potencialidades para o desenvolvimento de actividades e/ou para a implementação de entidades empresariais e sociais. Sendo um município com uma vasta área industrial e empresarial, com um elevado número de residentes em idade activa e com um forte terceiro sector, o projecto de criação da incubadora social revela uma estratégia importante e emergente, contribuindo para a qualidade de vida da comunidade e promovendo o seu desenvolvimento a nível económico e social. Apesar de ser um município pequeno, em comparação com os municípios vizinhos, as mudanças e as fragilidades sociais têm-se mostrado uma forte preocupação de toda a comunidade, essencialmente através das Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS's), sendo urgente uma maior intervenção a esse nível. É aqui que a incubadora social pretende operar, dando especial atenção aos beneficiários do subsídio de desemprego, do RSI e aos jovens.

Perante este cenário, parece-nos que a criação de uma incubadora social no município de Ílhavo tem grande relevância e pertinência, principalmente no eixo da formação para o empreendedorismo para públicos socialmente mais vulneráveis mas também no eixo da responsabilidade social pelo alerta e abertura de consciência social

dos empresários para a contratação destes públicos, minimizando desta forma a pobreza, exclusão e desigualdades sociais.

Através da análise Swot, descrita no quadro abaixo, pretende-se efectuar um resumo dos condicionantes internos (forças e fraquezas) e dos externos (oportunidades e ameaças), associados à criação de uma incubadora social no município de Ílhavo, com base no diagnóstico apresentado.

Tabela 1:

Análise Swot

Ambiente Interno	
<u>Pontos Fortes:</u>	<u>Pontos Fracos:</u>
1.1. A inovação social e económica	1. Fraca visibilidade económica
1.2. Promoção da participação social dos agentes sociais e dos destinatários	2. Falta de experiência da equipa
2.1. Partilha de experiências e competências com a equipa da incubadora de empresas	3. Dificuldades com a qualificação da população-alvo
3.1. Potencia a formação qualificante ao nível do empreendedorismo	4. Financiamento reduzido
4.1. Integração na incubadora de empresas	
4.2. Bons equipamentos e instalações, cedidos pela incubadora de empresas	
Ambiente Externo	
<u>Oportunidades:</u>	<u>Ameaças:</u>
1.1. Conjuntura económica e social actual, com a diminuição de apoios sociais e o aumento da taxa de desemprego	1. Falta de participação e aceitação pelos destinatários
1.2. Município com terceiro sector forte e boas zonas industriais	2. Número reduzido de parcerias
2.1. Parcerias empresariais, formativas e sociais estratégicas	3. Vulnerabilidade social, económica e educativa do público-alvo
2.1. Proximidade à Universidade de Aveiro	4. Falta de informação dos diferentes actores sociais
3.1. População maioritariamente activa e adulta	
3.2. Localização geográfica	
4.1. Grande visibilidade da incubadora social	

4.2. Utilização de incentivos europeus e nacionais para o empreendedorismo social

Fonte: Questionário realizado pela discente.

A sistematização e identificação das oportunidades e dos recursos, actuais e futuros, são uma das etapas fundamentais no desenvolvimento do planeamento estratégico da incubadora social.

O ambiente interno da análise Swot está relacionado com o projecto da incubadora social e é definido pelos seus pontos fortes e fracos, diferenciando-a de outras incubadoras semelhantes. Desta forma, considera-se a inovação social e económica um ponto forte porque o município onde a incubadora social terá a sua origem não dispõe de qualquer tipo de equipamento direccionado ou relacionado com o empreendedorismo social e porque as estratégias definidas procuram inovar soluções para os problemas sociais e económicos da população. Através deste projecto, será, ainda, promovida a participação social dos agentes sociais e dos seus destinatários, o que potenciará a dinamização e desenvolvimento social e económico do município, dando visibilidade e confiança à incubadora social. A partilha de experiências e competências com a equipa da incubadora de empresas será um factor determinante para o sucesso da incubadora social pois terá ao seu dispor um vasto leque de respostas e de condições estruturais. Como foi referido no *Capítulo IV – Formação para o Empreendedorismo*⁷, a incubadora, através das suas parcerias, desenvolverá e potenciará a formação qualificante ao nível do empreendedorismo, permitindo formar agentes de mudança e criar soluções para os problemas sociais emergentes. Também as instalações e os equipamentos ao dispor, assim como a sua integração na incubadora de empresas, são, a nosso ver, um ponto estratégico pois o edifício onde terá a sua sede encontra-se em construção, terá tecnologias avançadas, dando uma maior credibilidade ao trabalho que será desenvolvido. Além disso, os incentivos europeus e nacionais⁸ para

⁷ Vide página 26

⁸ Por exemplo, o ProDeR – Programa ao Desenvolvimento Rural, cujo objectivo é “*facilitar a implementação de novas iniciativas de jovens agricultores e a sua adequada formação profissional (...)*” (<http://juventude.gov.pt/Emprego/Empreendedorismo>), o PEI – Programa de Empreendedorismo e Inovação, que visa “*incentivar a plena exploração do potencial das tecnologias ambientais para a*

o empreendedorismo social serão um apoio fundamental para que a dinamização e concretização das actividades da incubadora sejam possíveis, principalmente no que respeita ao eixo da formação.

Ainda dentro da análise do ambiente interno encontram-se os pontos fracos que poderão afectar a incubadora social, tais como a fraca visibilidade económica, que pode interferir no seu sucesso porque as empresas, com quem se pretende desenvolver parcerias, estão voltadas para o lucro e podem não compreender ou aceitar o trabalho social que a incubadora ambiciona realizar; a falta de experiência da equipa que a vai criar e/ou gerir no sentido em que sendo uma nova resposta social o processo de aprendizagem e implementação não possui documentação normativa ou orientadora da acção.

Mas o ambiente externo, que antecipa o futuro da incubadora, também é de extrema importância para o sucesso ou fracasso deste projecto, pois não é controlável mas é decisivo para a promoção ou destruição do seu valor, devendo a incubadora social tentar adaptar-se aos contextos sociais e económicos sempre em mutação. Lemos como uma oportunidade para o sucesso deste projecto a conjuntura económica e social actual, porque entendemos que apesar das dificuldades os indivíduos estarão mais disponíveis e abertos a novos desafios como forma de alterarem o seu rumo de vida. O forte terceiro, também é identificado como oportunidade, uma vez que defendemos que através dele se chegará e desenvolverá um trabalho mais próximo da população em situação de vulnerabilidade social e económica. Mas sendo as empresas um parceiro estratégico de máxima importância e a proximidade à Universidade de Aveiro um factor fundamental para a concretização deste projecto, não poderíamos deixar de as revelar como oportunidades basilares. Também a localização geográfica e caracterização populacional do município, permitirão à incubadora realizar um trabalho social que transformará a sua esfera social e económica.

Todos os novos projectos e ideias correm riscos e têm ameaças no seu desenvolvimento, logo, o projecto de criação da incubadora social não é diferente. Desta forma, teme-se que inicialmente a aceitação e participação da população e das entidades

protecção do ambiente (...) (*idem*) ou a Ashoka, “*organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social, trabalho e apoio aos empreendedores sociais*” (www.ashoka.org.br), através das suas soluções inovadoras.

parceiras seja reduzida e que conjugada com a vulnerabilidade social constanja o trabalho que se prevê realizar.

Em suma, a análise Swot, devido à sua visão estratégica e simples, foi apresentada neste projecto com o objectivo de efectuar uma síntese dos ambientes internos e externos da criação da incubadora social, de identificar os elementos essenciais para o estabelecimento de prioridades e de actividades, bem como permitir a preparação prospectiva de estratégias de combate aos riscos ou problemas que possam surgir na implementação do projecto.

VI.I.II. Diagnóstico Social da Responsabilidade Social das Empresas – Enquadramento Empírico da Investigação

Depois da definição de responsabilidade social, na primeira parte do projecto⁹, é importante demonstrar como esta se operacionalizou através da incubadora social.

Para comprovar o nosso argumento base de que a incubadora social é, ao mesmo tempo, um sujeito e um produto dos conceitos de empreendedorismo, inovação e responsabilidade social, transformada em resposta social para a inclusão social no município de Ílhavo, em termos de metodologia, decidiu-se realizar um mapeamento concelhio da sensibilidade empresarial do município para a RS. Entenda-se por responsabilidade social, como “*a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas*” (Comissão das Comunidades Europeias, 2011:7).

Desta forma, a participação das empresas do município, seleccionadas aleatoriamente consoante o seu sector ou área de actividade, foi crucial para o sucesso da investigação e para a implementação e trabalho futuro da incubadora social. Embora o seu objectivo principal seja o lucro, o que assistimos hoje é que as empresas, confrontadas com os desafios e mudanças sociais, começam já a contribuir para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo, integrando nas suas práticas diárias a RS. Além disso, elas começam, também, a encarar a responsabilidade social como um

⁹ Vide página 23

investimento estratégico e com retornos económicos, sociais e ambientais importantes e consideráveis.

De acordo com o Livro Verde da Comissão das Comunidades Europeias (2001:7,8),

“o impacto económico da responsabilidade social das empresas traduz-se em efeitos directos e indirectos. Os resultados positivos directos podem derivar (...) de um melhor ambiente de trabalho (...), ou de uma utilização mais eficaz dos recursos naturais. Os efeitos indirectos são consequência da crescente atenção dos consumidores e dos investidores (...).”

Ou seja, a RS assume um papel relevante na gestão económica e humana das empresas e constituiu uma ferramenta essencial para a sua “sobrevivência” perante a concorrência do mercado.

VI.I.I.I. Objecto de Estudo, Objectivos Gerais e Objectivos Específicos da Investigação

A incubadora social será uma estrutura de apoio às organizações do município de Ílhavo ao nível dos projectos de empreendedorismo. Prevê, também, desenvolver a temática da RS, nomeadamente, no apoio às organizações na busca da qualidade dos processos internos e na construção de redes de partilha e de transferência de conhecimentos e práticas.

Esta incubadora terá aí como um dos pilares da sua sustentabilidade. Nesta crença, o trabalho de informação, desenvolvimento e implementação de políticas de RS junto das empresas e entidades da sociedade civil poderá, a nosso ver, contribuir para o pleno desenvolvimento do projecto que pretendemos implementar. Neste sentido, utilizou-se um estudo de carácter descritivo e exploratório no sentido de averiguar o reconhecimento e aplicação de processos de RSE do município.

O estudo compreendeu a RS na sua dimensão interna (institucional e ambiental) e externa (sociedade/comunidade, mercado/economia e ambiente), com base no Projecto “*Ser PME Responsável*”, enquadrado no âmbito da Iniciativa Comunitária *EQUAL*. Ou seja, não se pretende avaliar a RS mas sim perceber como esta está implementada, ou não, nas empresas e como pode ser transformada numa mais-valia para a incubadora social.

O facto de se pretender medir e analisar o nível da RSE através de uma amostra representativa do universo foi decisivo para a escolha da metodologia, do método e da técnica. Mas como existem muitas empresas no município de Ílhavo, foi necessária uma selecção prévia, totalmente aleatória, definindo a amostra em 30 empresas, de diversos sectores e áreas de actividade. O método de pesquisa baseou-se nas premissas de Greenwood (1965:314), que o designa como “*um dispositivo ordenado, um procedimento sistemático, um plano geral (...)*” e a técnica como “*a aplicação específica do plano metodológico e a forma especial de o executar.*” Ou seja, a técnica é subordinada ao método e colabora com ele. Ainda de acordo com o mesmo autor,

“por método de investigação entende-se o plano, o esquema ordenador, a estratégia com que o investigador aborda os problemas que estuda. (...) As técnicas de investigação referem-se às manipulações físicas e mentais utilizadas para a recolha e a análise dos dados requeridos pelo estudo.” (idem 1965:314)

A pesquisa pretendeu analisar a realidade das empresas, através de uma pesquisa, de natureza quantitativa¹⁰ e do tipo exploratório¹¹ e descritivo¹² e recorreu ao questionário como instrumento de recolha de dados. A informação recolhida, junto das empresas foi tratada com recurso ao SPSS.

Ghiglione (cit. in Ketele & Roegiers, 1993:36) diz-nos que

“para construir um questionário, é necessário, evidentemente, saber de maneira precisa o que se procura, assegurar-se que as perguntas têm um sentido, que todos os aspectos da questão foram abordados (...)”

¹⁰ Segundo Biasoli-Alves (cit. in Silva, 2010), a pesquisa quantitativa é “*o observável, objectivo e mensurável.*” Silva (2010) defende que “*as pesquisas quantitativas actuam em níveis de realidade, onde os dados se apresentam aos sentidos observáveis.*” Ou seja, esta pesquisa utiliza uma linguagem matemática para analisar e explicar os dados recolhidos.

¹¹ Para Gill (cit. in Raupp & Beuren, 2006), a pesquisa exploratória “*é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato.*” Ou seja, este tipo de pesquisa é utilizado quando existe pouco conhecimento do objecto de estudo.

¹² A pesquisa descritiva, como o próprio nome refere, é utilizada para descrever características ou informações do objecto de estudo. Vergara (cit. in Fernandes & Gomes, 2003), defende que esta pesquisa “*expõe as características de determinada população ou fenómeno, estabelece correlações entre variáveis e define a sua natureza.*”

A utilização eficaz do questionário permite atingir os objectivos da pesquisa bem como obter a informação concreta que se pretende alcançar. O instrumento de recolha de dados foi uma adaptação do *Questionário de Sensibilização “Empresas Responsáveis”*, desenvolvido pela *Campanha Pan Europeia*¹³ de sensibilização para a RSE, iniciativa da Direcção Geral da Empresa da Comissão Europeia e direccionado aos dirigentes das empresas que permite a identificação de práticas de RS nas empresas do município de Ílhavo e de consciencialização dos esforços que poderão ser desenvolvidos nessa área. O objectivo principal é perceber se as empresas deste município estão sensíveis para a RS e se já têm implementadas políticas ou medidas que permitam considerá-las socialmente responsáveis.

Desta forma, e como já foi referido anteriormente no ponto *VI.III.I. – Objecto de Estudo, Objectivos Gerais e Objectivos Específicos da Investigação*¹⁴, o questionário elaborado, numa primeira parte, pretendeu saber qual a percepção das empresas sobre a RS e numa segunda parte, avaliou a forma como alguns dos indicadores de RS estão presentes nas empresas. Esses indicadores, também adaptados do *Questionário de Sensibilização “Empresas Responsáveis”*, foram divididos em cinco dimensões essenciais: políticas em matéria de local de trabalho, políticas ambientais, políticas de mercado, políticas relativas à comunidade e valores da empresa, apresentados na tabela que se segue.

Tabela 2:

Dimensões e Indicadores de Análise do Questionário

Dimensões	Indicadores de Análise	Explicação
1. Políticas em Matéria de Local de Trabalho	1.1. Profissional	1. Relação e confiança entre chefias e trabalhadores,
	1.2. Discriminação	desenvolvimento da
	1.3. Participação	carreira e formação dos
	1.4. Sociais	trabalhadores e apoio
	1.5. Pessoais	social prestado pela

¹³ Ver Anexo II, página 72

¹⁴ Vide página 43

		empresa.
	2.1. Impacto Ambiental	
	2.2. Custos	
2. Políticas Ambientais	2.3. Produtos e Serviços	2. Relação da empresa com o exterior.
	2.4. Informação Ambiental	
	2.5. Sustentabilidade Ambiental	
	3.1. Honestidade e Qualidade	
	3.2. Informação dos Produtos ou Serviços	
3. Políticas de Mercado	3.3. Pagamento a Fornecedores	3. Relações internas e externas da empresa
	3.4. Contacto com o Mercado	
	3.5. Reclamações	
	3.6. Responsabilidade Empresarial	
	4.1. Formação para a Comunidade	
	4.2. Diálogo com a Comunidade	4. Reconhecimento e reputação da empresa por parte dos clientes, fornecedores e empresas, e fidelização dos trabalhadores.
4. Políticas Relativas à Comunidade	4.3. Aquisição de Produtos ou Serviços	
	4.4. Actividades dos Trabalhadores	
	4.5. Apoio Financeiro para a Comunidade Local	
	5.1. Valores e Regras de Conduta	
5. Valores da Empresa	5.2. Comunicação Externa e Interna	5. Códigos de conduta e sua comunicação
	5.3. Formação Cívica	

Fonte: Questionário realizado pela discente.

A tabela supra enunciada, evidencia as dimensões e os indicadores de análise que foram utilizados no questionário pelo qual a investigação se regeu. Por um lado, temos a dimensão interna da empresa, aqui analisada pelas políticas em matéria de local

de trabalho, políticas ambientais (que também foram analisadas na sua dimensão externa) e pelos valores da empresa. Esta dimensão comporta preocupações ao nível da gestão de pessoal, da saúde e segurança, da gestão do impacto ambiental, dos compromissos éticos, da cultura organizacional, da relação com *stakeholders*, do diálogo e participação interna, do respeito pelos trabalhadores e das condições de trabalho. Por outro lado, a dimensão externa relaciona-se com as políticas ambientais, as políticas de mercado e as políticas relativas à comunidade, comportando, por sua vez, a participação e o apoio financeiro e material às actividades e ao voluntariado, a satisfação dos clientes e fornecedores, o estabelecimento de parcerias, a reciclagem, a exploração de recursos, as políticas de comunicação comercial e a relação com consumidores, clientes e comunidade local.

A análise destas dimensões e indicadores permite-nos verificar a presença positiva dos indicadores que se relacionam com o bem-estar dos seus trabalhadores. Também o ambiente é uma preocupação que tem vindo a crescer em todos os países. Se a empresa tiver preocupações a este nível, ganhará em várias frentes, isto é, a sociedade, e os clientes, ficam atentos e satisfeitos com as suas acções de redução do impacto ambiental da sua produção, é possível uma redução de custos através da eficiência energética, existe um respeito pela legislação ambiental e exerce igualmente uma função pedagógica junto dos trabalhadores para as questões do ambiente. Além disso, a partilha de experiências de boas práticas com fornecedores e/ou clientes e o empenho em práticas comerciais éticas torna-se vital para o sucesso da empresa e para o aumento da sua rede de contactos. Acresce-se, ainda, que as empresas devem participar, activamente, nas iniciativas da comunidade local, onde esta se encontra localizada, e deve promover o empenho e participação dos seus trabalhadores nessas mesmas iniciativas. No que respeita à comunicação dos seus valores, tanto aos trabalhadores como os clientes e fornecedores, essa é uma ferramenta essencial de orientação em situações de conflitos ou problemas. Esta última dimensão – valores da empresa – está inextricavelmente ligada à reputação da própria empresa.

Após a elaboração do questionário e o contacto telefónico e/ou electrónico com as empresas, iniciou-se o trabalho de terreno, visitando-se trinta empresas, onde se entregaram os respectivos questionários e, após alguns dias, estes foram recolhidos.

VI.II.III. Resultados Obtidos na Análise do Diagnóstico da Responsabilidade Social das Empresas

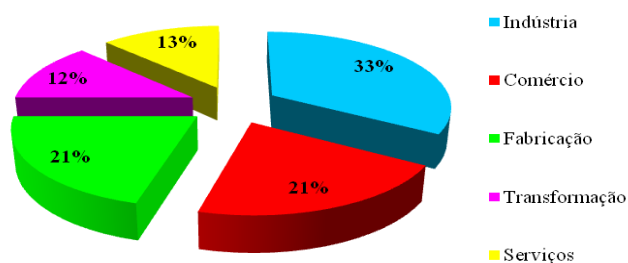
VI.II.III.I. Apresentação de Dados e Discussão de Resultados

Os resultados obtidos revelam que a forma como a RS é aplicada, desenvolvida e percebida pelas empresas resulta de um processo bastante exigente, principalmente ao nível das políticas de apoio à comunidade. Ainda assim, os resultados mostram que, de maneira geral, todas as empresas têm consciência do que é e da sua importância, tendo já implementadas diversas medidas nesse âmbito.

Os gráficos e a tabela que se seguem demonstram, de forma mais perceptível, a forma como a RS está incrementada nas empresas do município de Ílhavo.

Gráfico 1:

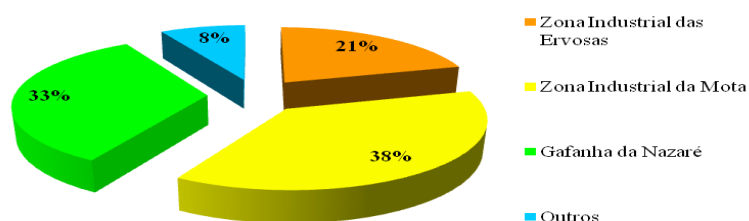
Sector de Actividade



Evidencia-se uma grande representatividade dos sectores de actividade como a indústria (33%), o comércio (21%) e a fabricação (21%) e uma distribuição homogénea pelos pela transformação e os serviços. O que se coaduna com a caracterização económico do município, uma vez que o processo de amostragem foi aleatório e não estratificado.

Gráfico 2:

Localização da Empresa



Sendo a Zona Industrial da Mota a maior do município de Ílhavo, os dados obtidos não surpreendem, sendo visível que a maioria das empresas que participou nesta investigação está situada nessa Zona Industrial (38%). Ainda assim, não podemos deixar de referir que a freguesia da Gafanha da Nazaré, onde estão localizadas as empresas pesqueiras, também teve grande expressão nos resultados (33%).

Tabela 3:

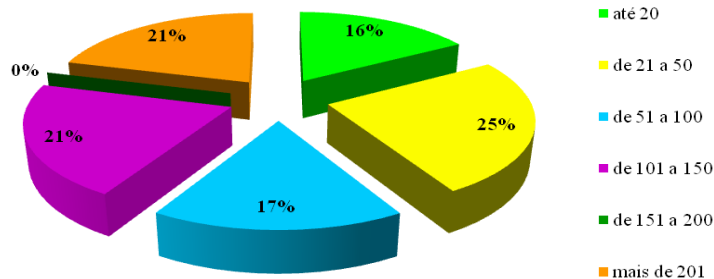
Localização da Sede da Empresa

LOCALIZAÇÃO DA SEDE DA EMPRESA		
Município de Ílhavo	Outro	Total
70,8%	29,2%	100%

No que respeita à sede das empresas, verificou-se que o município de Ílhavo tem um forte investimento industrial pois a grande percentagem das empresas encontrou nele o local ideal para criar raízes e expandir o seu negócio (70,8%).

Gráfico 3:

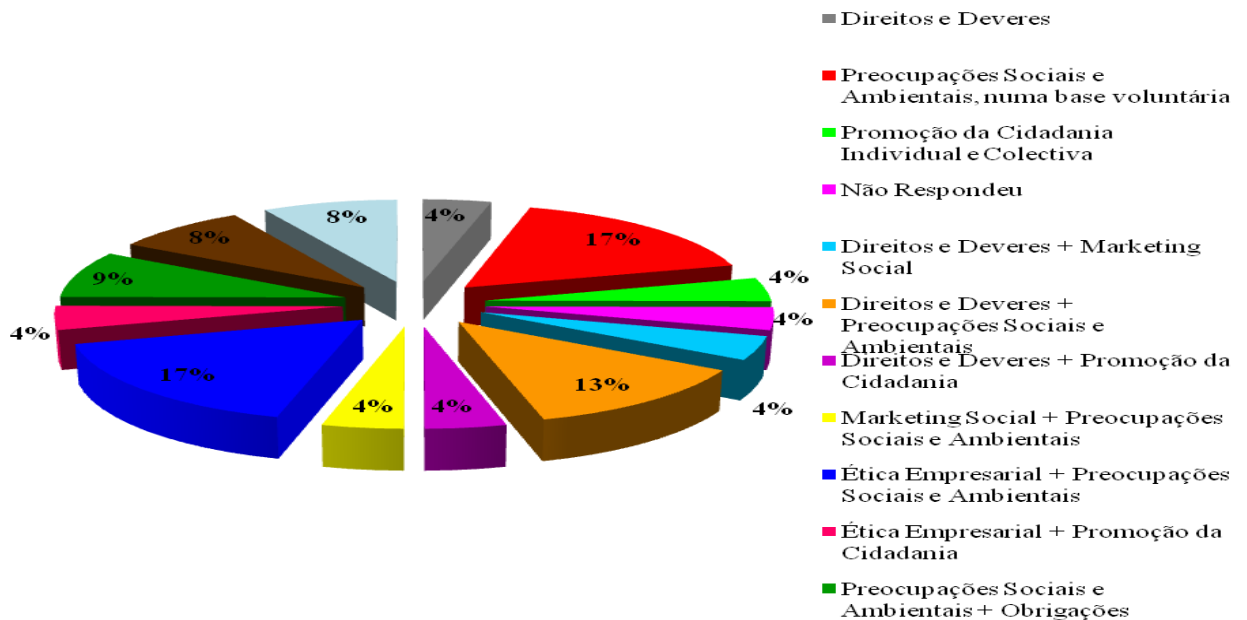
Número Total de Empregados



No que respeita à dimensão das empresas, apurou-se que quase metade destas é considerada pequena empresa (41%) com menos de 50 trabalhadores.

Gráfico 4:

O que é a Responsabilidade Social



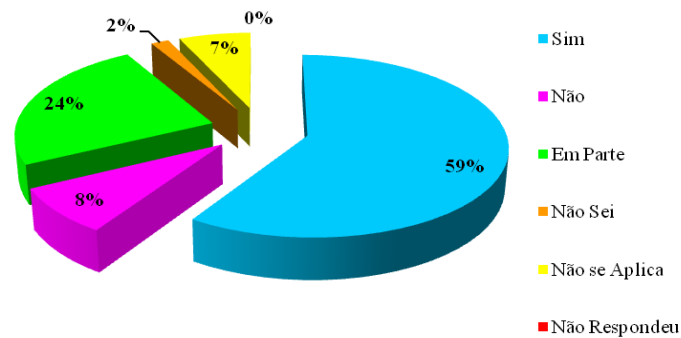
O conceito de RS, definido no *Capítulo III – Responsabilidade Social*¹⁵, é aqui apresentado e reconhecido, no que respeita às suas práticas e actividades,

¹⁵ Vide página 23

essencialmente, como uma preocupação social e ambiental das empresas, numa base voluntária (17%), em junção com a questão ética empresarial (17%).

Gráfico 5:

Políticas em Matéria de Local de Trabalho



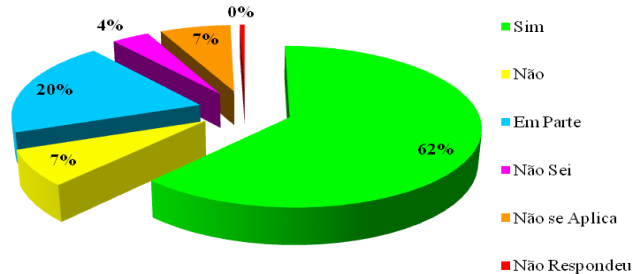
Em relação às políticas em matéria de local de trabalho fundamentais para o sucesso, eficácia e produtividade de qualquer empresa, mais de metade das empresas (59%) afirma ser socialmente responsável. É notável, também, que uma parte (24%) considerou que ainda não implementou todos os conteúdos e preocupações, no que se refere a estas políticas. Destaca-se, ainda, que um número reduzido de empresas (8%) encara estas políticas como não sendo prioritárias para o melhor desempenho da empresa.

Embora a legislação exija obrigações específicas, em matéria de emprego, saúde e segurança dos trabalhadores, as empresas demonstram um forte contributo na valorização pessoal e profissional destes, obtendo, desta forma, mais empenho e lealdade, melhorando o ambiente interno.

Os trabalhadores são um pilar essencial nas empresas e, quase sempre, são eles que transmitem para o exterior a sua imagem. Ou seja, manter os trabalhadores motivados e confiar-lhes ou delegar-lhes tarefas é uma capacidade e competência exigente dos empresários mas que se revela bastante benéfica para ambas as partes.

Gráfico 6:

Políticas Ambientais

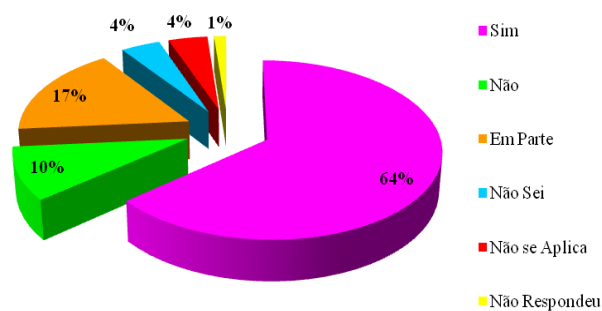


Em termos de políticas ambientais, os resultados da investigação, comparativamente com as questões de local de trabalho, alteram-se bastante, isto é, mais de metade das empresas (62%) afirma que tem preocupações a esse nível. Mesmo assim, algumas empresas (20%) dizem que ainda não estão totalmente abrangidas por estas políticas e um número reduzido (7%) não demonstraram interesse nesta questão.

As questões ambientais são preocupações globais, que têm aumentado gradualmente, tanto na sociedade como na esfera empresarial. Nesta última, essas preocupações, muitas vezes, relacionam-se com factores económicos, ou seja, a reciclagem, a eficiência energética e a diminuição da poluição podem ser traduzidas em reduções de custos mas também na promoção da fidelização dos seus clientes. Tudo isto contribui de forma significativa para a sustentabilidade das empresas.

Gráfico 7:

Políticas de Mercado

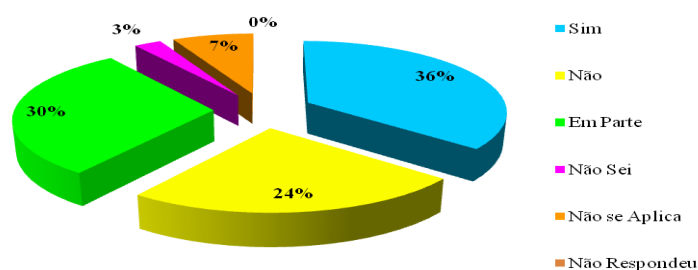


No âmbito das políticas de mercado, os resultados seguem a lógica da questão anterior, em que a maioria das empresas (64%) tem preocupações sociais ao nível da sua imagem exterior e na escolha dos seus fornecedores. É, ainda, visível que algumas empresas (17%) têm cuidado na construção das suas relações externas e de mercado mas, ao mesmo tempo, ainda não estão totalmente dotadas dos requisitos exigidos para afirmar que cumprem estas políticas na sua totalidade.

As relações internas e externas das empresas são vitais para a sua afirmação e crescimento no mercado. É imprescindível agir sempre de forma correcta e transparente com todos os trabalhadores, fornecedores e clientes.

Gráfico 8:

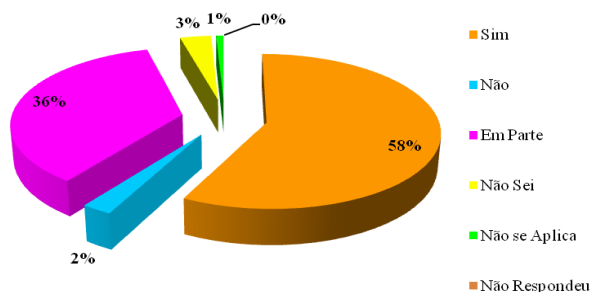
Políticas Relativas à Comunidade



O facto de a maioria das empresas envolvidas nesta investigação ser de dimensão reduzida e constituírem uma parte integrante da comunidade local, participando em diversas actividades locais, não influencia, em grande escala as preocupações das empresas em relação à sua comunidade envolvente. Isto é, se, por um lado, 36% das empresas afirma que tem implementadas políticas que ajudam a comunidade local, por outro lado, 30% revela que pensa nelas mas que, por diversas razões, estas não são colocadas em prática. Ainda assim, 24% confessam que a preocupação com a comunidade local não faz parte das suas políticas. Importa ainda ressaltar que as políticas relativas à comunidade são de extrema importância porque a aceitação da comunidade é fundamental para o sucesso e crescimento das empresas, possibilitando a identificação de novos mercados, clientes e/ou oportunidades de negócio ou de parcerias.

Gráfico 9:

Valores da Empresa¹⁶



Por norma, as pequenas e médias empresas, que constituem a maioria da amostra, são o espelho dos valores e dos princípios defendidos pelo seu director ou gestor. Por esse motivo, muitas vezes, os valores das empresas não estão consagrados num código de conduta ou numa declaração de boas práticas. Este código ou declaração são uma ferramenta muito útil para conquistar os trabalhadores, fornecedores e/ou clientes, sendo que, desta forma, todos têm acesso e conhecem os princípios e valores pelos quais as empresas se regem ou orientam. Ora, é a própria reputação da empresa que está em causa.

Por fim, esta investigação demonstrou que a maioria das empresas (58%) tem consciência da importância na definição dos seus valores e regras de conduta, assim como da comunicação dos mesmos aos seus trabalhadores, clientes e fornecedores. Apesar disso, algumas empresas (36%) indicaram que os valores da empresa são uma preocupação mas que ainda não estão totalmente definidos ou transmitidos.

A apreciação global que se faz dos resultados da investigação é que as empresas demonstraram estar alertadas e consciencializadas para as questões da RS, apesar de ainda falharem em algumas questões essenciais, principalmente no que respeita à comunidade local.

¹⁶ Os dados obtidos referem-se à análise das questões relacionadas com a existência dos valores e regras de condutas das empresas, assim como à sua comunicação interna e externa. *Ver Anexo I, página 71.*

O processo de incubagem será dividido pelas etapas de implementação, desenvolvimento e capacitação. Na implementação englobam-se as acções iniciais, direccionadas para os públicos-alvo, que permitem o funcionamento, organização e fornecimento dos serviços da incubadora. Após a implementação das acções, e sua respectiva divulgação, passar-se-á para a etapa do desenvolvimento, que será um período de ajuste da incubadora social ao público-alvo, da sua inserção na conquista de espaço na comunidade local e empresarial e do desencadeamento de acções de marketing e publicidade dos serviços e apoios prestados. Esta é uma etapa fulcral, pois corresponde ao processo de consolidação social da incubadora. A última etapa, a capacitação, transmitirá, a todos os que participaram nas actividades e acções desenvolvidas, aptidões sociais que permitem a aplicação dos seus conhecimentos e experiências em projectos de âmbito social, direccionados para a comunidade, e da criação do auto-emprego.

O processo de incubagem passará, assim, por três momentos distintos: a formação, com a formação nas escolas e a formação pré-profissionalizante para outros públicos; os estágios nas empresas e a criação do auto-emprego.

A fase da formação passará, essencialmente, pela formação para o empreendedorismo, com especial ênfase no empreendedorismo social, que visa criar um verdadeiro espírito empreendedor nos estudantes das escolas do município, possibilitando a todos um nível de educação diferenciador e de excelência. Mas para que esta iniciativa tenha sucesso, é fundamental a participação de todos os Agrupamentos de Escolas, com forte adesão de todos os professores e alunos. Aqui, o principal objectivo é promover projectos de investigação e de intervenção que originem mudanças e/ou resultados sociais concretos, capazes de responder aos problemas identificados pelos alunos e que tenham impacto na comunidade escolar, local ou regional, tentando orientá-los para fins sociais, de investigação ou tecnológicos.

Numa fase inicial, os professores receberão formação em empreendedorismo e posteriormente transmitirão aos seus alunos os conteúdos dessa formação. O que se pretende aqui é fomentar nos alunos uma cultura e atitude empreendedora, logo desde o 1º CEB. Assim, dinamizar-se-á toda a comunidade em volta de valores estratégicos que permitirão uma melhor e maior competitividade a médio e longo prazo.

A vantagem da formação para o empreendedorismo é o facto de mostrar que é possível mudar a atitude dos professores e alunos face ao ensino tradicional, ou seja, pretende-se que tudo o que é aprendido seja transformado em acção. É este o objectivo: **educar para produzir atitudes empreendedoras.**

A inovação deste eixo é o de proporcionar aos professores e alunos novas formas de aprendizagem que assentem, essencialmente, em acções e experiências da teoria que é leccionada. Assim, todos poderão participar numa aprendizagem baseada na descoberta e desenvolvimento de qualidades, características e atitudes empreendedoras. Desta forma, é possível aceder a uma experiência e descoberta de aprendizagem única e eficaz.

Com as parcerias que se desenvolverão, será possível basear o ensino empreendedor nas experiências, no saber fazer e na prática real em contexto empresarial.

Após a formação empreendedora inicial, será proposto às escolas a elaboração e criação de projectos empreendedores e inovadores, que dinamizem a economia local, sempre numa base social, e que serão desenvolvidos ao longo do ano lectivo, sendo que no final serão apresentados e participarão num concurso inter-escolas. Os melhores projectos serão adaptados à realidade local pela Câmara Municipal de Ílhavo, Universidade de Aveiro ou empresas, que, de acordo com as suas finalidades, os desenvolverão.

Ambiciona-se que no final todos os intervenientes neste eixo sejam capazes de identificar e aplicar os valores de RS, inovação e acção empreendedora, assim como participar activamente na sociedade, numa atitude cívica, interiorizando competências essenciais que permitam a aplicação da sua capacidade empreendedora ao longo da vida.

Desta forma, será possível que todos os alunos sejam empreendedores, pois é-lhes proporcionado um ambiente impulsionador da sua criatividade.

É verdade que a realidade do país traduz-se no engrossar dos números do desemprego. Por esse motivo, é necessário apoiar e incentivar a criação de novos projectos e respostas sociais que potenciem as condições necessárias para o desenvolvimento de capacidades empreendedoras, na tentativa de melhorar e aumentar o desenvolvimento social do município. Assim, tal preocupação vai de encontro com a importância de desenvolvimento do projecto apresentado.

Além do desenvolvimento de um espírito empreendedor nos alunos das escolas do município, também se ambiciona apoiar os públicos mais vulneráveis, licenciados, estudantes e jovens, através do desenvolvimento de competências empreendedoras. Esta formação será centrada na aquisição de novos conhecimentos, em diferentes áreas, que permitirão aos formandos “olhar o mundo” e a comunidade que os rodeia de forma diferente, mais aberta, desenvolvendo respostas inovadoras.

Desta forma, será explicado o que é o empreendedorismo, distinguindo as vertentes do negócio e do social, definir-se-á quais os factores que facilitam e dificultam a implementação e desenvolvimento de uma ideia inovadora, compreender-se-á as vantagens e desvantagens de ser empreendedor, e por fim começar-se-á a desenvolver as ideias empreendedoras e a reflectir sobre as oportunidades e os mercados de emprego.

Esta formação compreenderá uma componente lectiva e prática, envolvendo várias áreas, como inovação, empreendedorismo, responsabilidade social, economia/finanças, marketing/publicidade, sociologia, ambiente, entre outras.

Para que esta acção de formação seja concretizável, terão de ser seguidas várias etapas. A primeira será a realização de várias acções de sensibilização para o empreendedorismo, junto das escolas, universidades, empresas e comunidade em geral. A segunda etapa compreenderá o planeamento da acção de formação, onde serão estabelecidas metas, objectivos, cronogramas de trabalho, modalidades de ensino, padrões de avaliação, critérios de selecção dos candidatos e estabelecimento de parcerias. Posteriormente, serão seleccionados os formandos, com base na sua ideia empreendedora e formação académica, e realizar-se-á uma reunião preparatória para a formação, onde se desenvolverá uma dinâmica de grupo para que cada um se possa dar a conhecer e apresente a sua ideia empreendedora e as suas motivações e expectativas.

No final da formação, todos os formandos serão acompanhados na implementação das suas ideias, orientados, caso seja necessário, para entidades e programas de financiamento, quer seja através de estágios ou da criação do auto-emprego.

*VI.II.I. Aspectos Processuais da Implementação do
Projecto*

*VI.II.I.I. Objectivos da Implementação da
Incubadora*

Este projecto está focado na criação de um espaço direccionado para o apoio às novas organizações ou iniciativas sociais emergentes ou em estado latente como uma resposta social inovadora no município de Ílhavo: a incubadora social. Também está relacionado com a economia solidária ou com outras formas de melhoramento das condições de vida. O trabalho procura formar empreendedores sociais inovadores na Região de Aveiro, com especial enfoque neste município, apoiar a formação e consolidação das novas organizações, com base na ética e responsabilidade social, para que estas possam mudar o meio em que estão inseridas, sem agredi-lo e fortalecer a comunidade local e escolar, através da formação para o empreendedorismo, e incentivá-la para a preocupação com o meio ambiente.

Considerando as tendências actuais para a inovação e o empreendedorismo social, procura-se com este projecto promover acções de formação e actividade de animação nessas áreas, dirigidas à comunidade em geral, com especial destaque na comunidade escolar e junto dos desempregados. Adicionalmente, pretende-se apoiar ideias e motivações para a sua implementação, em colaboração com as empresas locais e formalizar parcerias público-privadas com o meio empresarial, Universidade de Aveiro, IPSS's, Autarquias, entre outros, facilitando o desenvolvimento e crescimento das ideias empreendedoras e inovadoras.

Anseia-se com este projecto promover uma estratégia de marketing que impulsione economicamente o município de Ílhavo, e a Região de Aveiro, atraindo desta forma novos investimentos.

Este trabalho pretende, ainda, identificar empreendedores dentro da comunidade escolar, beneficiários da Acção Social e público em geral e estimular a criação de organizações ou iniciativas com actividades sócio-comunitárias e culturais.

Possibilitando às organizações e/ou iniciativas inovadoras a utilização das infra-estruturas, espaços e serviços da incubadora e promovendo e estimulando o empreendedorismo através de workshops, seminários e cursos de formação será

possível assegurar maior sustentabilidade às organizações e/ou iniciativas e contribuir para um maior conhecimento sobre as áreas da inovação, empreendedorismo e RS.

Os princípios orientadores desta incubadora estarão relacionados com o desenvolvimento de uma atitude empreendedora e inovadora em todas as suas actividades e em todos os que serão apoiados por ela; o desenvolvimento de competências colaborativas e de responsabilidade social e ambiental; a parceria activa que será mantida no apoio aos negócios/empresas que serão incubadas e que trabalhem em conjunto com a incubadora; e a valorização dos recursos locais e humanos. A criação de emprego e de negócios/empresas com base social permitiram fortalecer social, económica, cultural e ambientalmente a região, especialmente onde existe um fraco desenvolvimento local.

A sua missão consiste em contribuir para a dinamização económica e social do município de Ílhavo através de diversas actividades empreendedoras. A incubadora social pretende ser uma referência a nível regional na promoção da cultura empreendedora e da RS, assim como uma entidade/organização importante na promoção e incubação de ideias inovadoras, preferencialmente com base social, na Região de Aveiro.

Sendo a incubadora social parte integrante da incubadora de empresas do município de Ílhavo, poderá prestar serviços de apoio técnico, jurídico, financeiro e formativo, promover actividades socialmente responsáveis dentro das empresas/organizações, apoiar no desenvolvimento e fortalecimento das ideias empreendedoras, e apoiar no acesso a fontes de financiamento.

Com o presente projecto, pretende-se dinamizar, modernizar e inovar a esfera social e económica do município ilhavense, promovendo-o na área do empreendedorismo social. Assim, ambiciona-se estimular o empreendedorismo social através do apoio a empreendedores e entidades sociais, disponibilizando-lhes todos os recursos e serviços necessários.

Trabalhar e desenvolver a RSE poderá ser uma das mais importantes respostas para as necessidades sociais identificadas no Diagnóstico Social de Ílhavo e uma forma de estabelecer parcerias que beneficiem a inovação e o empreendedorismo social.

Com o desenvolvimento da RS no seio das empresas já existentes e das que serão incubadas, o crescimento económico será uma realidade, acompanhado pela

produtividade, competitividade e concorrência, o que permitirá assegurar a sustentabilidade social e ambiental assim como a coesão e justiça social.

Sendo que este projecto se irá desenvolver dentro de uma incubadora de empresas, é fundamental que se trabalhe no sentido de apoiar a criação de novas empresas, melhorando o tecido empresarial.

VI.II.I.II. Plano de Acção

Tabela 4:
Plano de Acção

Etapas	Duração	Actividades	Recursos
1. Implementação e aspectos intra e estruturais da incubadora	4 Meses	1.1. Adaptação do edifício	Edifício
		1.2. Consolidação de parcerias	Rede social
		1.3. Sinalização de grupos alvo	Rede escolar
		1.4. Trabalho articulado com as escolas	Rede industrial
2. Divulgação da Incubadora	24 Meses	2.1. Organização de um encontro com os possíveis parceiros	Rede de comunicação
		2.2. Sessões de esclarecimento para as empresas e nas escolas	Recursos materiais
		2.3. Comunicação	Recursos humanos
		2.4. Reuniões estratégicas	Mobilização dos actores sociais significantes
3. Consolidação de parcerias	24 Meses	3.1. Reuniões periódicas	Recursos materiais
		3.2. Comunicação	Recursos humanos
		3.3. Workshops nas escolas	Transporte de alunos
4. Formação para o empreendedorismo	12 Meses	4.1. Abertura de duas turmas por semestre, na incubadora social	Parcerias
		4.2. Visitas às escolas, com acções de formação	Recursos materiais
			Salas
			Recursos humanos
			Transporte de alunos

5. Sensibilização para a responsabilidade social das empresas	24 Meses	5.1. Realização de seminários / encontros 5.2. Divulgação de boas práticas 5.3. Workshop de esclarecimento	Espaços culturais Recursos materiais Recursos humanos
6. Outras acções	24 Meses	6.1. Todas as acções relacionadas com o processo de incubagem	Todos os recursos que se mostrem necessários

VI.II.I.III. Sistema e Indicadores de Avaliação

A avaliação é um processo de reflexão que permite reconhecer os erros e os sucessos do nosso projecto, possibilitando melhorar a acção do futuro. Desta forma, a avaliação não deve ser um processo que termina em si próprio mas sim um melhoramento de tudo o que se perspectiva realizar.

Para Espinoza (cit. in Serrano, 2008:83) “*avaliar é comparar num determinado instante o que foi alcançado mediante uma acção e o que se deveria ter alcançado de acordo com uma prévia programação*”. Ou seja, para se avaliar um projecto é necessário ter conhecimento do que se perspectivava anteriormente e do que foi realizado efectivamente, permitindo assim a comparação entre o antes e o depois.

Segundo Serrano (2008:97) a avaliação deve ser objectiva, válida, confiável, oportuna e prática e toda a avaliação de projectos tem como objectivo principal a medição da sua pertinência, efectividade e eficácia. Além disso, também facilita o

melhoramento e/ou modificação do próprio e fomenta uma análise mais profunda e prospectiva das intervenções e/ou actividades futuras.

Neste projecto, utilizar-se-á uma avaliação ex-ante, ou seja, uma avaliação que é realizada antes da implementação do projecto, para avaliar e analisar a necessidade de acção.

A avaliação ex-ante deste projecto tem essencialmente dois propósitos. Por um lado, contribuir para a elaboração de um bom projecto de criação de uma incubadora social no município de Ílhavo, capaz de responder às principais necessidades das empresas e da comunidade local, em articulação com os diferentes parceiros. Por outro lado, dar resposta a todos os requisitos da avaliação ex-ante e, ao mesmo tempo, contribuir para que o projecto seja compatível com as exigências sociais e económicas actuais.

Numa primeira fase, realizou-se a análise Swot – pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, analisando a sua ligação à realidade social do município. Posteriormente, foram definidos os objectivos gerais e específicos para garantir a coerência entre a análise Swot e as estratégias definidas, de forma a aferir a relevância e pertinência do projecto. Tudo isto foi realizado através de pesquisa bibliográfica, análise estatística e informação primária, através de um primeiro contacto com a esfera empresarial.

Os indicadores de avaliação são parâmetros distintos que servem para pormenorizar em que medida os objectivos do projecto foram alcançados. Neste projecto, em particular, que se baseia na intenção de actuar numa realidade complexa, que molda e intervém de forma activa no seu desenvolvimento, e que ambiciona objectivos de mudança numa situação considerada como uma necessidade, os indicadores de avaliação são um auxílio importante para perceber o rumo das mudanças que se prevêem alcançar. Aqui, os indicadores baseiam-se em aspectos intangíveis, ou seja, em aspectos que só podem ser captados parcial e indirectamente, mediante diferentes manifestações. Neste caso, os indicadores de avaliação utilizados estão relacionados com a aceitação do projecto por parte da comunidade local, escolar, social e empresarial, assim como com a participação dos mesmos e com a capacidade empreendedora da sociedade.

CONCLUSÃO

A proposta de criação de uma incubadora social no município de Ílhavo surge numa dicotomia entre o sujeito e o produto dos conceitos de empreendedorismo, inovação e responsabilidade social.

Um dos elementos centrais é a implementação de estratégias que, ao mesmo tempo, promovem e desenvolvem respostas sociais potenciando-se a emergência de novos actores sociais com perfil adequado ao do empreendedor social. Constatou-se que através desta articulação emergem novos empreendedores sociais.

Partiu-se da hipótese que o empreendedorismo social é o impulsionador e motivador do surgimento de novas respostas sociais ou do melhoramento das já existentes e que a formação para o empreendedorismo e a sensibilização das empresas para a responsabilidade social são os trilhos pelos quais o empreendedorismo social se movimenta e que a incubadora social será a “alavanca” para que tudo isto seja concretizável.

Após a apresentação dos dados e informações recolhidas na investigação, através de um questionário às empresas, foi possível constatar que as preocupações sociais estão na base de algumas das decisões estratégicas dos gestores e/ou directores dessas mesmas empresas. Assim, confirma-se a nossa tese de que a criação de uma incubadora social que promova o empreendedorismo social e a responsabilidade social das empresas é pertinente, pois estas demonstraram estar abertas para novos desafios neste âmbito.

As incubadoras sociais não devem ser vistas apenas como um espaço de criação e desenvolvimento de ideias e soluções, é necessário ter uma visão mais profunda e mais ampla e perceber que a sua proximidade à comunidade é fundamental. Desta forma, apesar de estarem ainda em fase de crescimento em Portugal, elas devem prestar, de forma constante e permanente, importantes serviços aos empreendedores sociais interessados em resolver, de forma inovadora, os problemas sociais.

Destaca-se, portanto, o papel destas incubadoras sociais no apoio às empresas que não visam o lucro, nomeadamente ao terceiro sector, no sentido de transformar o actual cenário económico e social do país.

No final, deixa-se ficar a referência a algumas limitações e contratempos que foram surgindo ao longo da investigação, nomeadamente no contacto com as empresas, a sua aceitação de participação na investigação e no seu tempo de resposta.

No entanto, fica a marca de que apesar das diferenças e indiferenças da sociedade, é possível encontrar pessoas com ideias e com um desejo profundo de fazer algo diferente, e que encontrarão nesta incubadora social o apoio necessário para que esse sonho se torne realidade.

PROPOSTAS PARA PROJECTOS / INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Finalizada a apresentação do projecto e tendo em conta algumas das limitações que surgiram durante o processo de investigação deixamos algumas pistas para futuros projectos e/ou investigações.

Uma das propostas centra-se na análise comparativa entre a representação social que os empresários possuem da RS e as práticas concretas realizadas uma vez que se considerou que a imagem social das empresas, não podendo ser descurada, assumiu uma importância valiosa nas respostas dos questionários.

Outra proposta que aqui deixamos relaciona-se com a materialização da RS dentro das próprias empresas, nomeadamente no apoio aos seus colaboradores no que respeita à protecção para a saúde, na maternidade e/ou paternidade, na segurança e higiene no trabalho, na não-discriminação, ou na igualdade de oportunidades.

BIBLIOGRAFIA

Almeida, Filipe (2010). *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. 1ª Edição, Principia Editora Lda. Cascais.

André, Isabel & Abreu, Alexandre (2006). “*Dimensões e Espaços da Inovação Social*”. Volume XLI, número 81 (pp.121-141), Finisterra – Revista Portuguesa de Geografia. Lisboa.

Ashoka in www.ashoka.org.br. Visualizado em 23 de Outubro de 2010.

Azevedo, Carlos; Franco, Raquel C.; Meneses, João W. (2010). *Gestão das Organizações Sem Fins Lucrativos – o desafio da inovação social*. Imoedições – Edições Periódicas e Multimédia, Lda. (Grupo Editorial Vida Económica). Porto.

Câmara Municipal de Ílhavo; Protecção Civil de Ílhavo e Aveiro Digital (2006). “*Plano Municipal de Emergência*”.

Comissão das Comunidades Europeias (2003). *Livro Verde – Espírito Empresarial na Europa*. Bruxelas.

Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas.

Cordeiro, Rui Mesquita. “*The Meaning of Social Incubation*”. Recife, Brasil, 2003 in <http://developmentissues.wordpress.com/2003/06/04/social-incubation/>. Visualizado em 15 de Outubro de 2010.

Deshaies, Bruno (1992). *Metodologia da Investigação em Ciências Humanas*. Coleção Epistemologia e Sociedade. Instituto Piaget. Lisboa.

Dess, J. Gregory (1998). “*O Significado do Empreendedorismo Social*”, tradução de *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship. Duke University.

Fernandes, Luciane Alves & Gomes, José Mário Matsumura (2003). *Relatórios de Pesquisa nas Ciências Sociais: Características e Modalidades de Investigação*. In Revista do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Contabilidade. Volume 3, Número 4. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Brasil

Guimarães, G. T. D. et all (2007). “*Transformações no Mundo do Trabalho, Economia Solidária e Sua Relação com Incubadoras Sociais*”. Volume 6, n.º 1 (pp. 19-33), Revista Textos & Contextos. Porto Alegre.

Greenwood, Ernest (1965). *Métodos de investigação empírica em Sociologia*. In *Análise Social*, n.º 11, vol. III, Lisboa.

Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) in http://www.eicpme.iapmei.pt/resources/download/RSE/questionario_pt.pdf.
Visualizado a 23 de Março e 22 de Abril de 2011.

Instituto de Empreendedorismo Social in www.ies.org.pt. Visualizado em 2 de Dezembro de 2010.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social in www.ethos.org.br. Visualizado em 3 de Março de 2011.

Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2010). *Anuário Estatístico da Região Centro 2009*. Instituto Nacional de Estatística, I.P. Lisboa.

Instituto Politécnico de Setúbal in www.ips.pt/ips_si/web_base.gera_pagina?p_pagina=29007. Visualizado em 10 de Novembro de 2010.

Ketele, Jean-Marie & Roegiers, Xavier (1993). *Metodologia da Recolha de Dados: Fundamentos dos Métodos de Observações, de Questionários, de Entrevistas e de Estudos de Documentos*. Colecção Epistemologia e Sociedade. Instituto Piaget. Lisboa.

Leite, Emanuel. “*Empreendedorismo, Inovação e Incubação de Empresas – Lei da Inovação*”. 2006. Edições Bagaço. Recife. Brasil.

Lima, Marinús Pires (2000). *Inquérito Sociológico: Problemas de Metodologia*. 5ª Edição. Editorial Presença, Lda. Lisboa.

Neto, F. & Froes, C. (2002). *Empreendedorismo Social – A Transição para a Sociedade Sustentável*. Quakitymark. Rio de Janeiro.

Página da Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro. 2010. “*O que é o Empreendedorismo Social?*” in www.ua.pt/incubadora/PageText.aspx?id=5794 visualizado em 23 de Outubro de 2010.

Pereira, Miguel M.; Ferreira, José S.; Figueiredo, Ilda O. (2007). *Guião «Promoção do Empreendedorismo na Escola»*. Ministério da Educação/Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular. Lisboa.

Pinto, Jefferson de Souza; Rios, José António D. “*A Necessidade de Novos Paradigmas em Indicadores de Desempenho de Inovação para as Empresas*”. Brasil.

Portal da União Europeia. 2010. “*Estratégia de Lisboa 2000*” in http://europa.eu/scadplus/glossary/lisbon_strategy_pt.htm. Visualizado em 6 de Dezembro 2010.

Raupp, Fabiano Maury & Beuren, Ilse Maria (2006). *Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais*. In Beuren, Ilse Maria (Org.). *Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade – Capítulo 3*. 3ª Edição. Atlas. São Paulo.

Rede Social de Ílhavo (2009). “*Diagnóstico Social do Município de Ílhavo*”.

Sarkar, S. (2009). *Empreendedorismo e Inovação*. Escolar Editora. Lisboa. 2ª Edição.

Serrano, Gloria Pérez (2008). *Elaboração de Projectos Sociais – Casos Práticos*. Coleção Educação e Trabalho Social, nº 7. Porto Editora. Porto

Silva, Gisele (2010). *O Método Científico na Psicologia: Abordagem Qualitativa e Quantitativa*. In www.psicologia.com.pt. Visualizado a 4 de Junho de 2011.

Vale, Gláucia V.; Wilkinson, John; Amâncio, Robson. Artigos - “*Empreendedorismo, Inovação e Redes: Uma Nova Abordagem*”. RAE-electrônica, v.7, n.º 1, Art. /; Jan/Jun 2008. Fundação Getulino Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo.

Vários (2010). *Dicionário Editora da Língua Portuguesa 2011*. Porto Editora. Porto.

ANEXOS

ANEXO I
QUESTIONÁRIO – NÍVEL DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS
EMPRESAS

ANEXO II
EMPRESAS RESPONSÁVEIS – QUESTIONÁRIO DE SENSIBILIZAÇÃO
