



PROJECTO DESENVOLVIDO COM O APOIO DE:



Linhas Estratégicas Orientadoras para o Desenvolvimento da Inovação e Empreendedorismo Social na Área Metropolitana do Porto

PROJECTO DESENVOLVIDO COM O APOIO DE:



O NOVO NORTE
PROGRAMA OPERACIONAL
REGIONAL DO NORTE



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



Índice

Sumário Executivo	4
1. Enquadramento	5
2. O Conceito e Ecossistema	8
3. Estratégia Europeia	15
4. Conclusão	19
5. Bibliografia	20
Anexos	21



Sumário Executivo

É necessário saber olhar para além do curto prazo através de um novo paradigma de desenvolvimento, transversal a todos os Estados Membros e alinhado com uma missão clara: relançar a Europa no Mundo. Com este objetivo foi criada a **estratégia Europa 2020** que define iniciativas emblemáticas e objetivos mensuráveis para se conseguir atingir um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. Toda esta estratégia Europeia **assenta em preocupações comuns por parte dos cidadãos europeus e daí, para ser bem-sucedida, tem de ser capaz de mobilizar os seus recursos e ativos a todos os níveis**. Em especial é muito importante ter aqui em consideração o recente movimento de **Inovação e Empreendedorismo Social**.

Estes empreendedores e inovadores sociais (como Muhamad Yunus, fundador do microcrédito ou Jimmy Wales, fundador da Wikipedia) pretendem, através das suas iniciativas **resolver problemas sociais** que não estão a ser resolvidos através de **abordagens e ferramentas que são diferentes das utilizadas normalmente** pretendendo **transformar mentalidades** e as dinâmicas na sociedade envolvendo e **capacitando os beneficiários**, a comunidade e as diferentes partes interessadas com a preocupação de atingir cada vez mais beneficiários e baseando-se em **modelos de funcionamento que têm a capacidade de prolongar a sua existência no tempo**.

As **iniciativas de inovação e empreendedorismo social têm um ciclo de vida próprio**, com diferentes fases de desenvolvimento, que, por sua vez, requerem diferentes instrumentos e ferramentas para que sejam completadas com sucesso. Chegamos à conclusão, através deste documento, que, dado o alinhamento da estratégia Europeia 2020 com a inovação e empreendedorismo social deverá ser privilegiado o apoio à **experimentação social**, à **disseminação das iniciativas bem-sucedidas**, o estímulo ao **envolvimento profissional na inovação social** e novos **mecanismos de avaliação e comunicação** das iniciativas ao longo do seu processo de desenvolvimento.



1. Enquadramento Geral

As prioridades da Europa, no curto prazo, são a saída rápida e bem-sucedida da crise que está neste momento a fazer-se sentir. No entanto, para se alcançar um futuro sustentável **precisamos de saber olhar para além do curto prazo através de um novo paradigma de desenvolvimento, transversal a todos os Estados Membros e alinhado com uma missão clara: relançar a Europa no Mundo**. O propósito da estratégia “Europa 2020” é exactamente fazer com que a Europa consiga tornar-se mais forte, desenvolvendo as capacidades necessárias para conseguir desenvolver-se da melhor forma.

Esta estratégia europeia assenta sobretudo num crescimento com **3 prioridades** bem definidas:

As 3 Prioridades da Europa 2020
Crescimento Inteligente: Desenvolver uma economia baseada no conhecimento e inovação
Crescimento Sustentável: Promover uma utilização de recursos mais eficiente, mais verde e mais competitiva
Crescimento Inclusivo: Criar uma economia com elevado emprego e coesão social e territorial

Tabela 1. As 3 Prioridades da Europa 2020

Associado a este conjunto de prioridades há um conjunto de **7 Iniciativas Emblemáticas**:

As 7 Iniciativas Emblemáticas da Europa 2020
União da Inovação (melhorar as condições e acesso a financiamento para investigação e desenvolvimento para fortalecer a cadeia de inovação e aumentar os níveis de investimento)
Juventude em Movimento (melhorar a performance dos sistemas de educação e reforçar a atratividade internacional do ensino superior europeu)
Agenda Digital para a Europa (acelerar a implantação de internet de alta velocidade e colher os benefícios de um mercado único digital para as famílias e empresas)
Uma Europa eficiente na utilização de recursos (promover a eficiência energética, aumentar o uso de fontes de energia renováveis e modernizar o sector dos transportes)
Uma política industrial para a era da globalização (melhorar o ambiente de negócio, especialmente para as PME e apoiar o desenvolvimento de uma base industrial forte e sustentável capaz de competir globalmente)
Agenda para novas competências e empregos (modernizar os mercados de trabalho, facilitando a mobilidade de trabalho e o desenvolvimento de competências ao longo do ciclo de vida, com vista a aumentar a participação de trabalho e uma melhor adequação da oferta e procura de trabalho)
Plataforma europeia contra a pobreza (assegurar a coesão social e territorial de tal forma que os benefícios do crescimento e emprego sejam amplamente partilhados e que as pessoas em situação de pobreza e exclusão social possam viver com dignidade e ter um papel ativo na sociedade)

Tabela 2. As 7 Iniciativas Emblemáticas da Europa 2020

***Temos ao nosso dispor os novos instrumentos ao serviço de uma nova ambição.
Chegou o momento de passarmos à ação.***

José Manuel Durão Barroso
Presidente da Comissão Europeia



Através da estratégia “Europa 2020” a Comissão Europeia propõe **objetivos temáticos** mensuráveis para 2020 que serão traduzidos em **metas nacionais** a cumprir por cada país. Para além de guiarem toda a estratégia, estes objetivos servirão também para medir o sucesso da estratégia no final. São os objetivos temáticos:

1. Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação;
2. Melhorar o acesso às tecnologias da informação e da comunicação, e fomentar a sua utilização e qualidade;
3. Reforçar a competitividade das PME's do sector agrícola, das pescas e da aquicultura;
4. Apoiar a transição para uma economia de baixo teor de carbono em todos os sectores;
5. Promover a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos;
6. Proteger o ambiente e promover a utilização sustentável dos recursos;
7. Promover os transportes sustentáveis e eliminar os estrangulamentos nas principais infraestruturas de rede;
8. Promover o emprego e apoiar a mobilidade laboral;
9. Promover a inclusão social e combater a pobreza;
10. Investir na educação, nas competências e na aprendizagem ao longo da vida;
11. Reforçar a capacidade institucional e garantir uma administração pública eficiente.

As **metas nacionais** estabelecidas são dadas pela seguinte tabela:

	Estado Atual do indicador para a Europa	Objetivo 2020 para a Europa	Estado Atual do indicador para Portugal	Estado Atual do indicador para a região Norte	Objetivo 2020 para Portugal
população empregada com idades compreendidas entre os 20e os 64 anos	68,5%	75,0%	66,5%	65,5%	75,5%
PIB investido em investigação e desenvolvimento	2,0%	3,0%	1,6%	1,5%	2,7-3,3%
Taxa de abandono escolar precoce	13,5	10,0	20,8	21,3	10,0
população entre os 30 e 34 anos com ensino superior completo	34,6%	40,0%	27,2%	28,7%	40,0%

Tabela 3. Os Objetivos Mensuráveis da Europa 2020

Para além destas metas mensuráveis há ainda um conjunto de objetivos relacionados com o ambiente e pobreza. A nível ambiental aponta-se o aumento das fontes renováveis no consumo de energia e a redução das emissões de carbono. Em ambos os indicadores Portugal já está bem posicionado cumprindo a meta europeia e, por isso, tem uma meta mais exigente. Em relação à pobreza, pretende-se reduzir, a nível europeu, a população em risco de pobreza e exclusão em 20 milhões, cabendo a Portugal uma redução de 200 mil.



Toda esta estratégia Europeia **assenta em preocupações comuns por parte dos cidadãos europeus e daí, para ser bem-sucedida, tem de ser capaz de mobilizar os seus recursos e ativos a todos os níveis.** Em especial é muito importante ter aqui em consideração o recente movimento relativo à inovação e empreendedorismo social, dado o ênfase que é dado à inclusão social e à sustentabilidade.

O contexto atual, marcadamente vincado por **problemas sociais persistentes e de natureza complexa**, como sejam, desemprego, pobreza, falta de coesão social, drogas, alterações climáticas, envelhecimento da população, entre outros, faz com que seja fundamental criar as condições para a emergência e adaptação de novas soluções, que conseguem responder de forma disruptiva e com maior efetividade aos grandes desafios do século XXI. Neste sentido, é também fundamental apostar no crescimento das soluções que já demonstraram o seu impacto.

Tem-se notado que, por todo o mundo, há **uma nova geração de pessoas, grupos e organizações de todos os setores que desenvolvem iniciativas diferenciadoras que visam a resolução de problemas da sociedade de forma escalável e sustentável.** O setor privado, público e social começam a olhar, a adotar e a desenvolver ações como forma de inverter a rigidez e a dispersão da sua atuação, através de uma atitude diferente da tradicional, mobilizadora para as ações que criam impacto efetivo.

Assistimos a uma **mudança de paradigma**, transversal a todos os setores da economia, na forma como se encaram os problemas da sociedade. O empreendedorismo e a inovação social são conceitos que surgem associados a essa mudança e, por isso, têm ganho uma crescente visibilidade e reconhecimento em todos os setores da economia, estando como temas de primeiro plano na agenda política europeia.

Nos anos 80 e 90, a agenda da inovação estava exclusivamente focada nas empresas. Já passou o tempo em que os assuntos económicos e sociais eram vistos separadamente. A economia produzia riqueza, a sociedade gastava. Na economia do século XXI, isto deixa de ser verdade. Setores como a saúde, serviços sociais e educação têm uma tendência para crescer e criar emprego, enquanto outras indústrias têm tendência a decrescer. No longo prazo, a inovação nos serviços sociais será tão importante como a inovação na indústria farmacêutica ou aeroespacial.

Diogo Vasconcelos (1968 – 2011)

Senior Director and Distinguished Fellow with Cisco's Internet Business Solutions Group

2. O Conceito e o Ecossistema

2.1 O Conceito de inovação e empreendedorismo social

Apesar dos esforços dos diferentes atores da sociedade, grande parte dos desafios e problemas a nível social e ambiental persistem sem resolução à escala global. Analisando bem a situação **somos, hoje em dia, capazes de desenvolver tecnologia e soluções muitíssimo complexas e inacessíveis até há poucos anos, mas não conseguimos resolver de forma estruturada, por exemplo, o desafio da inclusão social e económica de pessoas com deficiência ou a falta de dinâmica e atividade económica em zonas rurais.**

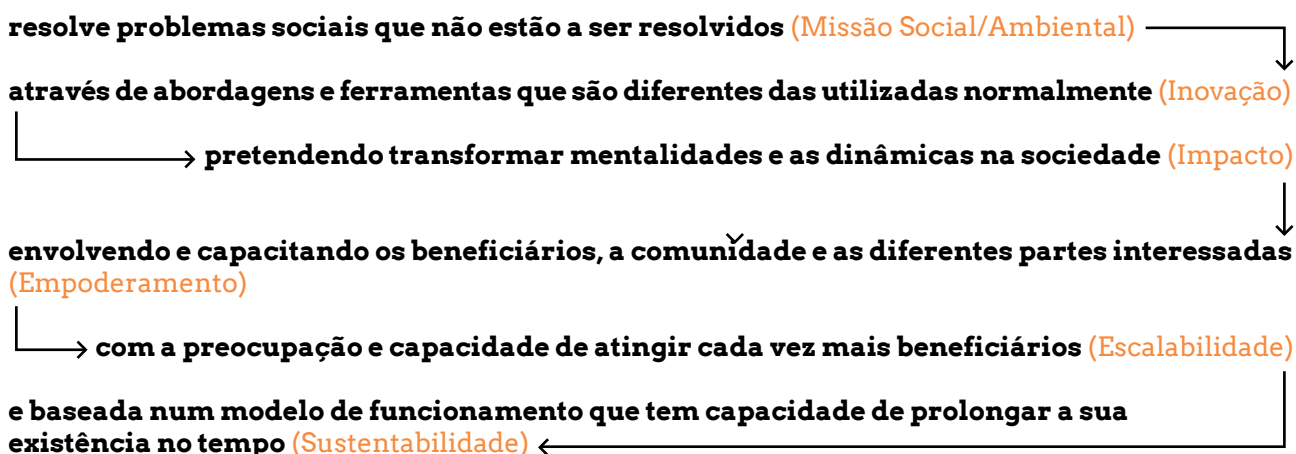
No entanto, tem-se notado que, por todo o mundo, há uma nova geração de pessoas, grupos de pessoas e organizações dos mais diversos sectores da sociedade que se empenha e esforça em **desenvolver iniciativas inovadoras que visam a resolução de problemas da sociedade de forma escalável e sustentável.** Estas encontram formas de responder com criatividade, energia e otimismo a problemas locais, nacionais e globais com ideias e instrumentos poderosos (Bornstein e Davis, 2010).

Como referido, o setor privado (através das empresas), o setor público (através de serviços ministeriais, autarquias, ou redes sociais) e o setor social (através das associações, fundações, entre outros) começam a adotar e desenvolver ações como forma de inverter a rigidez e dispersão da sua atuação, através de uma atitude diferente da tradicional, mobilizadora para as ações que criam impacto e valor efectivo para a sociedade. Estas iniciativas de carácter inovador que procuram resolver, de forma sustentada, problemas sociais são o que, habitualmente, se apelida de inovação e empreendedorismo social.

Apesar de não consolidado em termos teóricos, a inovação e o empreendedorismo social na prática já existem há bastante tempo. **Por serem áreas de conhecimento relativamente recentes, existem inúmeras formas de definir os conceitos de inovação e empreendedorismo social.**

Através do recém-publicado Guide to Social Innovation¹ podemos definir inovação social como **“o desenvolvimento e implementação de novas ideias (produtos, serviços ou modelos) para colmatar necessidades sociais e criar novas relações e colaborações”.** O Guia acrescenta que, no fundo, a inovação social pode ser entendido de forma curta como novas respostas para problemas sociais que não estão a ser resolvidos e que vão alterar o processo das interações sociais que no fundo estão na origem do problema.

Utilizando documentação e literatura académica e prática, pode-se referir o seguinte em relação às características de uma iniciativa de inovação e empreendedorismo social:



1. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf

Na prática, e com base em dados de 2012, estima-se um peso crescente da inovação e empreendedorismo social. Ao todo, a economia social acaba por representar cerca de 10% da economia europeia com mais de 11 milhões de trabalhadores (cerca de 6% do total do emprego). Estima-se também que 1 em cada 4 organizações criadas a nível europeu tenham uma missão social.

2.2 O Ecossistema de inovação e empreendedorismo social

Um ecossistema é composto por diversos intervenientes (indivíduos ou organizações) que dispõe de determinados recursos (capital financeiro, humano, intelectual e político/social) e que operam num determinado contexto (condições económicas e sociais, políticas, normas e leis, comunicação social e outros campos relacionados). **Ao referirmos o ecossistema de inovação e empreendedorismo social estamos a considerar os fatores que têm o poder de influenciar (positivamente ou negativamente) a capacidade do inovador ou empreendedor social em criar e sustentar a mudança pretendida.** Na figura seguinte estão ilustradas exemplos de organizações que fazem ou podem fazer parte do ecossistema de empreendedorismo social.



Figura 1. O Ecossistema de Empreendedorismo Social. Adaptado de CASE (2008)

A pergunta importante a fazer em relação ao Ecossistema é como o desenvolver de forma a otimizar todo o ciclo de vida das iniciativas de inovação e empreendedorismo social. As iniciativas de inovação e empreendedorismo social têm um ciclo de vida próprio, com diferentes fases de desenvolvimento, que, por sua vez, requerem diferentes instrumentos e ferramentas para que sejam completadas com sucesso. Assim, para potenciar o impacto

destas iniciativas é necessário compreender bem quais são as necessidades ao longo do seu ciclo de vida e, em resposta, criar um ecossistema que agilize e optimize as respetivas respostas em cada uma das suas fases².

As Fases	As Necessidades
1. Identificar o problema social e procurar soluções	Estabelecimento de redes de trocas de ideias e divulgação de resultados de casos bem-sucedidos.
2. Testar e validar a solução	Pequenos financiamentos, incubação e mecanismos de incentivo ao teste e validação das soluções.
3. Implementar o modelo de negócio	Formação especializada na modelização das várias componentes da iniciativa e partilha dos modelos de funcionamento bem-sucedidos.
4. Expandir	Acompanhamento especializado no processo de crescimento e conhecimento sistematizado em relação às suas várias componentes.
5. Institucionalizar	Estímulo ao estabelecimento de relações relevantes com os diferentes atores da sociedade e desenvolvimento de capacidade de influência pública.

Tabela 4. Fases e Necessidades da Inovação e Empreendedorismo Social. Adaptado de Murray et al. (2010)

2.2.1 Identificar o problema social e procurar soluções³

A primeira fase inicia-se com a **identificação de um problema social e a procura de soluções** – inovadoras ou já existentes. Esta é uma fase em que é necessário **motivar e apoiar o empreendedor social** para que a sua ideia ganhe profundidade e consistência. Alguns apoios necessários para esta fase podem ser concretizados através de **seed funding para ideias promissoras, formação para o desenvolvimento da ideia, estabelecimento de uma rede de potenciais indivíduos / organizações que apoiem a concretização da ideia**.

Existem ações que podem ser levadas a cabo para estimular a criatividade e a geração de ideias e que se concretizam através de **concursos de ideias** (online e presencial), onde se pede aos interessados que avancem com as suas soluções para resolver determinados desafios da sociedade. Outras ações passam por criar **bancos de ideias** com o intuito de ligar empreendedores sem capacidade própria para a implementação dos projetos com potenciais investidores interessados, ou criar plataformas online que dão voz e envolvem os cidadãos na busca de soluções. Existe também um conjunto de métodos que facilitam a aprendizagem, o desenvolvimento de **rede e a troca de ideias**, e que assumem a forma de eventos presenciais, como sejam as conferências, ou online, como os *webinars*.

A chave do sucesso para potenciar esta fase é **assegurar um ecossistema com uma forte massa criativa que ofereça um vasto leque de escolhas para solucionar determinados problemas**. Citando Linus Pauling, o prémio nobel da química, “a forma de ter boas ideias é ter muitas ideias e depois deitar fora as más”.

Exemplo 1: InnovateNoW (Reino Unido)⁴

Encorajar **qualidade, inovação, produtividade e prevenção** (QIPP) é um dos focos do Sistema Nacional de Saúde do Nordeste do Reino Unido. O programa **InnovateNoW** foi constituído para ajudar organizações e parceiros a trabalharem para estes objetivos. Este tem como objetivo **identificar e encorajar a disseminação de práticas e serviços inovadores para melhorar, de forma sustentável, os cuidados de saúde envolvendo e empoderando os pacientes**. Pretende envolver todos os atores da sociedade relacionados com o setor público, privado e social.

2. Ver Caso 1 referente ao Projeto Rios nos Anexos para uma visão integrada do ciclo de vida.

3. Ver Caso 2 referente a esta fase de vida da iniciativa Arrebita!Porto nos Anexos.

4. <http://www.innovatenow.org.uk>



Os projetos têm duração máxima de 12 meses e a candidatura deve ser feita por uma organização do Sistema Nacional de Saúde. Neste sentido foram criados alguns tipos de prémios:

1. Innovation Sharing Award (ISA): Montantes até £5,000 para encorajar melhor conhecimento em relação a determinada inovação, por exemplo para fazer um workshop, produzir materiais escritos ou possibilitar aos recursos humanos passar tempo a explicar os seus benefícios a outros. A taxa de sucesso foi de 33% em 2010.

2. Innovation Bursary Award (IBA): Montantes até £25,000, principalmente como contribuição para custos de recursos humanos e orientado para uma lógica de replicação e adoção de um serviço inovador dentro de uma equipa ou departamento. A taxa de sucesso foi de 20% em 2010.

3. Enabling Change Award (ECA): Montantes até £250,000 – ou até £50,000 caso os candidatos sejam uma única organização – e desenhado para situações em que a inovação a desenvolver vai ser implementada de forma transversal a vários atores da sociedade (por exemplo o sistema nacional de saúde e outras instituições sociais que sirvam uma mesma população). A taxa de sucesso foi de 2% em 2010.

Através do programa InnovateNoW foram desenvolvidas várias ideias tais como um instrumento de discussão de preferências e escolhas de indivíduos em fase terminal, um sistema para chegar com cuidados de saúde a idosos e indivíduos isolados, um processo de avaliação da condição mental da população ao nível dos cuidados de saúde primário, ou uma técnica de terapia da fala através de tecnologia computadorizada.

2.2.2 Testar e validar a solução⁵

Segue-se a fase do **teste da solução** (protótipo ou piloto) junto do público beneficiário. **É através da ação que as ideias evoluem e melhoram.** Os estudos e planos acerca da ideia são essenciais para garantir a viabilidade e adequabilidade da ideia, mas o progresso é mais rapidamente atingido quando se transforma uma ideia num protótipo ou piloto. Até porque algumas ideias requerem ajustes que só se tornam visíveis com a prática. **De forma a minimizar o risco nesta fase, o empreendedor social deve testar as suas atividades nucleares ao menor custo possível.**

Existem métodos desenhados para acelerar este período, como por exemplo infra-estruturas que oferecem a possibilidade de realizar prototipagens mais rapidamente ou **incubadoras** que apoiam na criação e instalação da iniciativa, cedendo o **espaço** e os **serviços necessários**. A **capacitação** dada por instituições especializadas e o financiamento que cubra os custos do piloto são também métodos utilizados.

Exemplo 2: Mindlab (Dinamarca)⁶

O MindLab é uma **unidade de inovação inter-ministerial** que envolve cidadãos e empresas na criação de novas soluções para os desafios sociais. Funciona também com um espaço físico - uma zona neutra para inspirar criatividade, inovação e colaboração.

Neste **“laboratório da mente”** trabalham funcionários públicos de três ministérios (Economia, Finanças e Trabalho), cobrindo desta forma as grandes áreas políticas que afetam a vida diária de praticamente todos os dinamarqueses. **Trabalha-se em conjunto com cidadãos e empresas na resolução de desafios sociais** relacionados com o estímulo ao empreendedorismo, a mudança climática, os direitos do cidadão, serviços de apoio ao emprego ou de segurança no trabalho.

5. Ver Caso 3 referente a esta fase de vida para a iniciativa ColorAdd nos Anexos.

6. <http://www.mind-lab.dk>



O MindLab é fundamental na ajuda aos principais decisores e funcionários a ver os seus esforços de fora para dentro, como do ponto de vista de um cidadão. Esta abordagem é utilizada como uma plataforma para a co-criação onde as melhores ideias são obtidas e trabalhadas no sentido de uma melhor resolução dos problemas sociais presentes.

Trabalhar com a **inovação centrada no utilizador** requer uma **abordagem sistemática**. As metodologias do MindLab estão ancorados em design thinking, investigação qualitativa e políticas de desenvolvimento, com o objetivo de incluir a realidade vivida pelo público e pelas empresas no desenvolvimento de novas soluções do setor público.

Esta é uma fase muito importante de **agregação** de conhecimento. A avaliação e demonstração do que funciona e do que não funciona e as aprendizagens que daí advêm, podem ajudar outras iniciativas a melhorarem o seu desempenho e a evitarem os erros já cometidos. Da mesma forma, na perspetiva de uma organização que financia ou apoia um conjunto de projetos, é muito relevante **implementar mecanismos de monitorização de desempenho que incentivem reter as lições aprendidas**, podendo-se abrir portas para capacitar as próprias iniciativas em relação ao que já está validado e que funciona no terreno, o que não funciona e o que ainda está para comprovar. Esta filtragem permite também que os recursos da organização financiadora ou apoiante sejam canalizados para as inovações que permitem criar o maior valor.

2.3. Implementar o modelo de negócio ⁷

Uma vez validada a inovação social ou a solução para o problema, inicia-se um processo de **implementação**, no qual o empreendedor social terá de gerar e demonstrar os primeiros resultados, existindo a necessidade de identificar os recursos e as fontes de receitas capazes de assegurar a sustentabilidade financeira da iniciativa no médio / longo prazo.

Por vezes, a procura de sustentabilidade requer que aconteçam mudanças no modelo de negócio da iniciativa. No entanto, **muitas vezes não existe clareza ou orientações concretas que levem ao desenvolvimento de modelos de negócios efetivos**. Se o modelo de negócio não é sustentável durante o tempo necessário para alcançar o impacto pretendido, não importa quão efetiva e inovadora é a solução. Outra das grandes dificuldades dos empreendedores sociais no desenho do seu modelo de negócio é a capacidade auto geração das suas próprias receitas e que estas estejam alinhadas com os seus objectivos sociais.

Para que as **iniciativas de empreendedores sociais sejam bem-sucedidas, as suas soluções devem ser apoiadas por modelos de negócios sustentáveis e escaláveis**. Desta forma para fortalecer o ecossistema de empreendedorismo social, é necessário fomentar práticas que estimulem a criação de modelos de negócio sustentáveis, robustos e efetivos. Algumas ações concretizam-se pela **aposta na investigação com vista a desenvolver o conhecimento acerca de modelos de negócios efetivos e os seus respetivos fatores de sucesso, a formação e capacitação** das iniciativas que apresentam soluções inovadoras, mas cujo modelo de negócio atual limita o seu potencial e o desenvolvimento de linhas de financiamento para que incentive as iniciativas a redesenharem os seus modelos de negócio, apoiando-as posteriormente nesta transição.

Exemplo 3: Rede Municipal de Inovação Social (Dinamarca)⁸

No sistema dinamarquês, as organizações de poder municipal, pela proximidade à população, são as responsáveis por **detetar problemas sociais, formular soluções apropriadas e implementá-las de forma efetiva**. No entanto, e tal como em outros países europeus, os orçamentos têm sido muito reduzidos criando a necessidade de encontrar formas inovadoras de resolver os problemas crescentes.

7. Ver Caso 4 referente a esta fase de vida para a iniciativa SPEAK nos Anexos.

8. <http://www.dti.dk/the-danish-municipality-network-on-social-innovation/32715>



Esta Rede Municipal para a Inovação Social é facilitada pelo Danish Technological Institute e é uma **plataforma para os representantes dos governos locais receberem e trocarem conhecimento e inspiração relacionada com a inovação social**. Atualmente estão presentes **30 municípios** representando cerca de metade da população dinamarquesa.

Com o objetivo de levar informação e boas-práticas para os seus municípios, esta Rede pretende abordar questões cruciais referidas em baixo em formato de workshop:

- Em que **áreas dos serviços públicos** podem as empresas, voluntários, organizações, grupos de cidadãos contribuir para resolver desafios sociais?
- Como podemos ter a certeza que as **novas parcerias e interações estabelecidas** entre estes atores são estruturadas da forma mais eficiente?
- Como podemos manter um **serviço de alta qualidade** com o envolvimento de parceiros não-profissionalizados na prestação de serviços sociais?
- Que tipo de incentivos devem ser criados para **encorajar as empresas e cidadãos comuns a serem responsáveis** pelas suas comunidades?
- Como podemos fazer com que estas **novas iniciativas sejam implementadas de forma sustentável** e com sucesso?

Adicionalmente, todos os membros da Rede têm acesso a uma **plataforma online** que contém vários **fóruns de discussão**, um **banco de casos inspiradores** de empreendedorismo e inovação social nacionais e internacionais, uma **biblioteca de recursos** com artigos, relatórios, livros, websites e ferramentas que são partilhados nos seus municípios.

2.4. Expandir⁹

Após a implementação bem sucedida surge a fase de **expansão** onde entram em consideração as várias estratégias de crescimento para fazer crescer a iniciativa – crescimento organizacional, licenciamento, franchising, disseminação, etc.

Nesta fase existem **desafios organizacionais significativos**. Frequentemente o perfil do empreendedor social é adequado para os primeiros anos da iniciativa, pois dispõe das competências indicadas para idealizar e arrancar com a iniciativa. No entanto, para a fase de crescimento, o empreendedor social pode não ter as competências de gestão requeridas ou nem apreciar este processo. Desenvolver uma equipa que reúna as diversas competências necessárias para esta fase a um custo aceitável, pode ser uma tarefa complicada.

É também importante reconhecer que **muitos modelos de negócio que são à partida inovadores, podem ser muito bem-sucedidos a nível local, mas pouco replicáveis para outros pontos geográficos**. Outras vezes, o modelo até se revela facilmente replicável, no entanto não é claro para os empreendedores sociais quais as opções que têm para escalar o impacto das suas iniciativas e, por consequência, não conseguem identificar o caminho mais adequado para o fazer. **A agregação de conhecimento e investigação sobre este tema, a formação e capacitação dos empreendedores sociais** (por exemplo, através do estabelecimento de ligação dos inovadores e empreendedores sociais a mentores com bons conhecimentos de gestão do setor empresarial), **bem como a aprendizagem entre pares assumem uma particular relevância para superar este desafio**.

9. Ver Caso 5 referente a esta fase de vida para a iniciativa Transformers nos Anexos.



Exemplo 4: Social Innovation Park - DenokInn (Espanha)¹⁰

A **DenokInn** é uma iniciativa promovida pelas entidades municipais que pretende aproximar organizações sociais, academia, autoridades públicas e o setor privado com o objetivo de fazer crescer e expandir o impacto de inovações bem sucedidas previamente testadas e implementadas. Lançaram o primeiro Parque de Inovação Social perto de Bilbao em Espanha.

A DenokInn identifica tendências sociais emergentes com o objetivo de gerar novas oportunidades ao nível de produtos e serviços. A DenokInn treina grupos populacionais vulneráveis para liderar estas novas iniciativas estando assim comprometida com a expansão de uma cultura de inovação social. A DenokInn está estruturada em **4 laboratórios de inovação**: InnovaLab, FabLab, FormaLab e AppLab.

O **InnovaLab** conceptualiza projectos de forma criativa e de acordo com processos colaborativos entre empresas, autoridades locais e organizações sociais de acordo com as tendências emergentes. O **FabLab** trata da produção dos produtos que fazem parte destes projectos funcionando como uma oficina adaptada para a produção. Uma importante função da DenokInn é treinar os indivíduos durante o processo da inovação, formando profissionais que têm competências, atitudes e ferramentas para criar novos produtos e serviços. É para isto que serve o **FormaLab**. O objetivo final da DenokInn é levar as ideias para o mercado através do desenho de modelos de negócio inovadores que possibilitam a escala das soluções criadas. Esta é a função do **AppLab**.

O **Social Innovation Park** é um projecto grande da DenokInn e pretende ser uma nova infra-estrutura europeia para identificar e lançar em grande escala soluções para os problemas sociais emergentes. Segue o modelo geral da DenokInn baseado na inovação com o acréscimo de algumas componentes-chave. Tem um laboratório criativo focado na aplicação de metodologias centradas no indivíduo, uma academia para a formação geral em inovação social, uma fábrica geradora de empresas sociais e, finalmente, um clube de business angels sociais que possibilitam o crescimento das empresas sociais criadas através de financiamento.

Por fim, existe uma linha de pensamento que defende que nem sempre é necessário ter novas ideias e que faz mais sentido replicar aquilo que já se sabe que funciona na prática. Tal como Bill Clinton observou “Quase todas os problemas já foram resolvidos por alguém, em algum lugar e o problema parece que somos incapazes de replicar essas soluções¹¹”. Como tal, **é necessário inovar no próprio processo de crescimento de inovações sociais e descobrir novas e melhores formas de conseguir escalar as iniciativas que já validaram o seu impacto na prática.**

2.5. Institucionalizar ¹²

A fase final ocorre com a **institucionalização** da iniciativa, ou seja, devido à mudança sistémica que esta é capaz de gerar, acaba por ser adoptada pela sociedade que facilita a sua operacionalização através de vários tipos de estratégias e diferentes atores no processo político. A solução passa assim a ser uma prática comum do dia-a-dia.

10. <http://www.denokinn.eu/>

11. http://www.ssireview.org/articles/entry/going_to_scale

12. Ver Caso 5 relativo à iniciativa No Poupar está o Ganho nos Anexos.



3. Estratégia Europeia

Nos últimos anos tem havido um crescimento acentuado do interesse e aposta na inovação e empreendedorismo social por parte de várias instâncias da União Europeia. Entre as várias iniciativas europeias destacam-se algumas em baixo:

- A **Social Innovation Europe** Initiative que pretende ser um veículo de construção deste campo de conhecimento a nível europeu publicando documentos, divulgando o que acontece a nível europeu e organizando eventos sobre o tema;
- A **Social Business Initiative** que pretende criar um ambiente favorável ao funcionamento das empresas sociais, das suas partes interessadas da economia social e da inovação;
- A implementação de um programa de investigação em inovação social pela Direção Geral de Investigação e Inovação desde 2011;
- A abertura de candidaturas ao programa **PROGRESS** da Direção Geral do Emprego, Assuntos Sociais e Inclusão;
- Os prémios **RegioStars** lançados pela Direção Geral de Política Regional com uma categoria específica de inovação social em 2013;
- O lançamento do programa de intercâmbio e aprendizagem **URBACT** que visa promover o desenvolvimento urbano sustentável.
- O **Programa da União Europeia para a Mudança e Inovação Social**, desenhado no sentido de reforçar os objectivos relacionados com a promoção do emprego e resolução de desafios sociais.

Ao nível da estratégia Europa 2020 também há uma **profunda aposta na inovação e empreendedorismo social**. Como referido anteriormente há um conjunto de **iniciativas emblemáticas** que são referidas em baixo e que apresentamos com as referências que há em relação à inovação e empreendedorismo social:

Iniciativa Emblemática	Relação com Inovação e Empreendedorismo Social
União da Inovação (melhorar as condições e acesso a financiamento para investigação e desenvolvimento para fortalecer a cadeia de inovação e aumentar os níveis de investimento) ¹³	Secção completa sobre a inovação social e sobre a importância de aumentar os ganhos sociais associados à inovação. Apesar de não haver falta de ideias, as inovações sociais não estão a produzir o impacto que deveriam. Tem de haver apoio à experimentação . Abordagens que tenham vantagens claras em relação ao que está a ser aplicado necessitam depois de ser escaladas e disseminadas . Para atingir isto, são necessários intermediários competentes, incentivos efetivos e redes que acelerem e facilitem a aprendizagem. ¹⁴
Juventude em Movimento (melhorar a performance dos sistemas de educação e reforçar a atractividade internacional do ensino superior europeu) ¹⁵	Sem referências específicas. É apenas apontada a questão prioritária do acesso à educação por parte de população com acesso mais dificultado. A Juventude em Movimento deve também possibilitar a expansão de oportunidades de carreira e de aprendizagem ao longo da vida para jovens com menos oportunidades e em risco de exclusão social. ¹⁶

13. http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm

14. http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication_en.pdf#view=fit&pagemode=none

15. <http://ec.europa.eu/youthonthemove/>

16. http://europa.eu/youthonthemove/docs/communication/youth-on-the-move_EN.pdf



<p>Agenda Digital para a Europa (acelerar a implementação de internet de alta velocidade e colher os benefícios de um mercado único digital para as famílias e empresas) ¹⁷</p>	<p>Sem referências específicas. É apenas apontada a questão da necessidade de dar acesso à componente digital a uma parte da população (por exemplo, pessoas com deficiência) que não tem acesso.</p> <p>Mais de 50% dos europeus usam diariamente a internet – mas 30% nunca a usaram de todo! Para além disso, as pessoas com deficiência enfrentam dificuldades acrescidas e não beneficiam totalmente dos crescentes conteúdos e serviços disponíveis online. (...) todos precisam de aumentar as competências digitais para participar da melhor forma na sociedade. ¹⁸</p>
<p>Uma Europa eficiente na utilização de recursos (promover a eficiência energética, aumentar o uso de fontes de energia renováveis e modernizar o sector dos transportes) ¹⁹</p>	<p>Sem referências específicas.</p>
<p>Uma política industrial para a era da globalização (melhorar o ambiente de negócio, especialmente para as PME's e apoiar o desenvolvimento de uma base industrial forte e sustentável capaz de competir globalmente) ²⁰</p>	<p>Sem referências específicas.</p>
<p>Agenda para novas competências e empregos (modernizar os mercados de trabalho, facilitando a mobilidade de trabalho e o desenvolvimento de competências ao longo do ciclo de vida, com vista a aumentar a participação de trabalho e uma melhor adequação da oferta e procura de trabalho) ²¹</p>	<p>Há uma parte da estratégia que tem a ver com o estímulo ao emprego e auto-emprego nas organizações da economia social.</p> <p>As organizações da economia social, cooperativas, mutualidades ou mesmo as microempresas, podem oferecer uma fonte inovadora de soluções para responder aos problemas sociais num processo participativo, providenciando oportunidades de emprego para aqueles mais afastados do mercado de trabalho. ²²</p> <p>Algumas outras questões são apontadas como prioridades que podem estar relacionadas com a inovação e empreendedorismo social, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • uma agenda concreta para melhorar as condições e desenvolvimento da população com maior risco de desemprego; • um renovado plano de acção para a aprendizagem por parte dos adultos; • uma prioridade renovada do lado da segurança e saúde no trabalho.
<p>Plataforma europeia contra a pobreza (assegurar a coesão social e territorial de tal forma que os benefícios do crescimento e emprego sejam amplamente partilhados e que as pessoas em situação de pobreza e exclusão social possam viver com dignidade e ter um papel ativo na sociedade) ²³</p>	<p>Secção completa sobre as prioridades ao nível da inovação social na luta contra a pobreza e onde é reforçada a importância da investigação na conceção e avaliação de inovações sociais, estabelecimento de métodos operacionais e ferramentas de medição de impacto, princípios comuns de implementação e instrumentos de comunicação eficazes sobre os projectos em curso. ²⁴</p>

No documento de trabalho da Comissão Europeia onde são apontados os **Elementos de um Quadro Estratégico Comum em 2014-2020** por objetivo temático ressaltam-se os seguintes elementos em relação à inovação e empreendedorismo social:

- **Investigação:** No objetivo temático 1, a importância da “criação de capacidades nos Estados Membros e nas regiões para a exploração progressiva de novas ideias decorrentes da investigação e da inovação (I&I)”. Aqui inclui-se, entre outros, o apoio a parcerias cooperativas entre os agentes de investigação e infra-estruturas empresariais para a promoção da inovação social;
- **Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC):** No objetivo temático 2 é referida a importância da aplicação das TIC na resolução dos desafios sociais e aproveitamento de oportunidades futuras de criação e valor como é o caso da “saúde em linha, o envelhecimento da população, a redução das emissões de carbono, a eficiência dos recursos, a educação, a ciberinclusão, a eficiência energética”. É também referida a importância da literacia digital, principalmente dos grupos sociais mais desfavorecidos.

17. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

18. <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/our-goals/pillar-vi-enhancing-digital-literacy-skills-and-inclusion>

19. http://ec.europa.eu/resource-efficient-europe/index_en.htm

20. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/index_en.htm

21. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=958>

22. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=pt&pubId=626&type=2&furtherPubs=yes>

23. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=961>

24. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0758:FIN:PT:PDF>



- **Ambiente:** Nos objetivos temáticos 4 e 5 são referidos todos os pontos relativos a este tema específico. Destaca-se aqui a importância da “facilitação do fornecimento e utilização de energias renováveis” e a orientação no sentido de “transformar os desafios ambientais em oportunidades de crescimento através da utilização eficiente dos recursos”.
- **Emprego:** No objetivo temático 8 é referida a importância da integração sustentável no mercado laboral por parte da população mais desfavorecida e discriminada socialmente (como é o caso dos mais jovens e dos mais velhos). É também referida a importância da aposta do estímulo ao empreendedorismo em “sectores emergentes da economia de baixo carbono e da saúde e dos cuidados de saúde”.
- **Inclusão Social e Combate à Pobreza:** No objetivo temático 9 estão incluídos vários pontos relacionados com a inclusão ativa, integração de comunidades marginalizadas, a melhoria do acesso a cuidados de saúde e serviços sociais²⁵ de interesse geral, a promoção da economia social e das empresas sociais e as estratégias de desenvolvimento local lideradas pelas comunidades locais. O “apoio à inovação social dará um importante contributo para a construção de soluções inovadoras em domínios tão diversos como o ensino à distância, as iniciativas de microfinanciamento para grupos-específicos, os cuidados de saúde, a agricultura urbana e a redução dos resíduos”.
- **Educação:** No objetivo temático 10 é referida a importância do combate ao abandono escolar, o acesso à educação por parte de crianças de famílias desfavorecidas, o apoio a crianças e jovens com deficiência e dificuldades de aprendizagem. É também referida a importância do desenvolvimento de estratégias de aprendizagem ao longo da vida destinadas aos trabalhadores e em cooperação com os parceiros sociais.

Como pode ser analisado, a inovação e empreendedorismo social, entendidos no seu sentido lato, acabam por estar muito ligada a vários dos objetivos temáticos e iniciativas emblemáticas da estratégia Europa 2020. Pelo que foi referido ao longo dos vários documentos referentes às várias componentes desta estratégia, a União Europeia privilegiará ações que:

1. **Apoiem a experimentação social:** Desenvolver e estimular o desenvolvimento de pequenos projetos a nível local, muito orientado para problemas importantes e prioritários e para os quais não haja ainda soluções eficazes para a sua resolução.
2. **Disseminem as iniciativas bem-sucedidas:** Desenvolver mecanismos para que soluções bem-sucedidas noutros locais possam ser implementadas em locais que tenham os mesmos problemas. É particularmente importante alinhar-se estas soluções com os problemas mais presentes em cada local de implementação;
3. **Estimulem o envolvimento profissional na inovação social:** Aproximar a população de soluções socialmente inovadoras é fundamental para, por um lado, manter a ligação entre as pessoas e os desafios sociais e, por outro, permitir que as pessoas se colaborem e se inspirem com os modelos de atuação bem-sucedidos;
4. **Avaliem e comuniquem as iniciativas que estão em processo de implementação:** É fundamental saber examinar as iniciativas sociais que estão a ser desenvolvidas no terreno. Identificar as práticas correntes, avaliar as suas forças e fraquezas, fortalecer uma base de conhecimento sobre indicadores e resultados, tirar conclusões para que outros possam aprender e comunicar de forma estruturada são possíveis ações concretas a serem desenvolvidas.

25. Neste ponto em específico as prioridades apontam no sentido da criação de capacidades e estruturas de apoio para a promoção das empresas sociais através das ações de educação e formação, ligações em rede, desenvolvimento de estratégias nacionais ou regionais, bem como a prestação de serviços de desenvolvimento de empresas e de um acesso mais fácil ao financiamento. Num segundo ponto aponta-se para a importância da mobilização de fundos para apoiar as iniciativas na economia social e o espírito empresarial local.



A nível temático, o **acesso ao emprego** sem qualquer discriminação será uma das maiores prioridades mas outras áreas serão necessárias desenvolver de forma a conseguirmos o crescimento inteligente, sustentado e inclusivo. A inclusão digital, o ambiente, a educação e a saúde, principalmente de grupos populacionais mais desfavorecidos, serão de extrema importância.

Para o desenvolvimento destas ações será muito relevante a presença de **organizações intermediárias fortes que consigam aceder aos mecanismos de apoio disponíveis e que tenham o conhecimento certo para a sua viabilização** podendo, assim, servir os diferentes atores públicos, privados ou sociais nas diferentes fases de desenvolvimento das ações supra-referidas. Seguindo o ponto relativo à promoção da economia social no objectivo temático 9, será importante dar competências e capacidade às organizações intermediárias que consigam desenvolver “a educação e formação, as ligações em rede, o desenvolvimento de estratégias regionais e o acesso mais fácil a financiamento” por parte das iniciativas de inovação e empreendedorismo social.



4. Conclusão

A inovação e o empreendedorismo social é um tema que está na ordem do dia a nível europeu pois é vista como um instrumento-chave para cada país conseguir atingir os objetivos da estratégia Europa 2020. A inovação social já mostrou ser capaz de:

- Proporcionar **respostas mais eficientes e novas** para colmatar as crescentes necessidades sociais;
- Proporcionar respostas locais e que **mobilizam os diferentes atores locais** para os desafios sociais complexos;
- Ser capaz de **integrar as várias partes interessadas** para resolver os desafios que se apresentam, de forma inovadora, em conjunto e envolvendo os utilizadores;
- Resolver problemas **utilizando menos recursos** que são cada vez mais escassos na atualidade.

Para além destes pontos, o estímulo à inovação e empreendedorismo social permite a nível regional a mais rápida e eficiente identificação de necessidades sociais, pois promove uma cidadania mais ativa e de uma sociedade mais forte e competente. Ao mesmo tempo, permite a promoção de novas alternativas para os problemas relacionados com a empregabilidade.

Neste documento destacam-se os vários pontos e linhas orientadoras de uma potencial estratégia de desenvolvimento da inovação e empreendedorismo social na Área Metropolitana do Porto e apontam-se ações que, estando alinhadas com as prioridades regionais e ao mesmo tempo, vão ser privilegiadas a nível europeu.



5. Bibliografia

Bloom, P. and Dees, G. (2008). Cultivate your Ecosystem, Stanford Social Innovation Review Winter 2008: pp. 46-53. Disponível em:
http://www.ssireview.org/articles/entry/cultivate_your_ecosystem

CASE - Center for the Advancement of Social Entrepreneurship (2008). Developing the Field of Social Entrepreneurship. Duke University. The Fuqua School of Business. Disponível em:
http://www.caseatduke.org/documents/CASE_Field-Building_Report_June08.pdf

European Commission (2012). Elementos de um Quadro Estratégico Comum em 2014-2020 para o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, o Fundo, Social Europeu, O Fundo de Coesão, o Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural e o Fundo europeu dos Assuntos Marítimos e das Pescas. Disponível em:
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/working/strategic_framework/csf_part1_pt.doc

European Commission (2012). Posição dos serviços da Comissão sobre a evolução do acordo de parceria e os programas em Portugal para o período de 2014-2020. Disponível em:
<http://www.ccdn.pt/fotos/editor2/ce-acordosparceriaportugal2020.pdf>

European Commission (2013). Guide to Social Innovation. Disponível em:
http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf

European Union (2012). Strengthening social innovation in Europe Journey to Effective Assessment and metrics. Disponível em:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/social-innovation/strengthening-social-innovation_en.pdf

Monteiro, R. (2013). O contexto socioeconómico do Norte: Ponto de Partida para a Definição de uma Estratégia de Desenvolvimento Regional. Disponível em:
<http://www.ccdn.pt/fotos/editor2/norte2020ruimonteiro-4abril2013.pdf>

Mulgan, G. (2007). The Process of Social Innovation, Innovations: Technology, Governance, Globalization, 1, 2, pp.145–162. Disponível em:
<http://www.scribd.com/doc/8177770/Geoff-Mulgan-The-Process-of-Social-Innovation-2007>

Murray, R., Caulier-Grice, J. and Mulgan, G. (2010). The Open Book of Social Innovation, London: The Young Foundation/NESTA. Disponível em:
http://www.nesta.org.uk/library/documents/Social_Innovator_020310.pdf

SIE – Social Innovation Europe (2012). Financing Social Impact: Funding Social Innovation in Europe – Mapping the Way Forward. Disponível em:
http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7048



Anexo: Casos

Caso 1: Projeto Rios²⁶

Ciclo de vida completo de uma iniciativa de inovação e empreendedorismo social

O **Projeto Rios** visa promover a sensibilização da sociedade civil para os problemas e a necessidade de proteção e valorização dos sistemas ribeirinhos. O Projeto Rios tem como principal objetivo implementar um plano de adoção de 500 metros de um rio ou ribeira, disponibilizando um kit didático para auxiliar nesta tarefa. Com a aplicação prática deste projeto é possível aprender a valorizar a importância das linhas de água, implementar uma rede nacional através da observação, monitorização ou vigilância, visando a conservação e reabilitação dos cursos de água.

Este projeto nasceu em 1999, na Catalunha, Espanha pela “Associació Habitats - Projecte RIUS Catalunya”. Em 2006, esta iniciativa foi **adaptada para o contexto português através de uma parceria entre várias organizações**: a Associação Portuguesa de Educação Ambiental (ASPEA), Associação de Professores de Geografia (APG), Liga para a Proteção da Natureza (LPN), Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP) com o envolvimento de **Pedro Teiga**, Doutor em Engenharia do Ambiente e atual Coordenador Nacional do Projeto, que manifestava uma grande preocupação com a falta de participação e interesse da população em geral pelo meio ambiente, especificamente no que respeita à conservação e limpeza dos rios.

A ideia era estimular a educação ambiental e oferecer uma solução sustentável para os desafios da poluição do ecossistema fluvial. Para isso, foi criada uma rede de adoção de parcelas de cursos de água por grupos locais. Foi sugerido a cada um dos grupos que adotasse 500 metros da margem dos rios, na qual teriam responsabilidades de vigilância e proteção. **O projeto Rios equipa cada grupo com um kit didático (devidamente adaptado do contexto catalão) que contém informação educacional e todos os materiais que necessitam para proceder com a monitorização da qualidade da parcela do rio que adotaram.** Este kit foi construído com base numa rigorosa metodologia científica observacional, a qual, ao mesmo tempo é simples, padronizada e fácil de aplicar. Adicionalmente, e de acordo com as características de cada grupo, cada um destes desenvolve um plano de ação para melhorar as condições ambientais do rio. No mínimo cada grupo tem de dinamizar uma atividade e fazer duas visitas por ano.

Em 2007 o Projeto Rios foi lançado com **20 grupos**, cada um deles com **20 pessoas**. Neste piloto foi fundamental a compatibilidade, complementaridade e o conhecimento do terreno da rede de parceiros envolvida. **Com base nos resultados deste piloto foram acumuladas um conjunto de aprendizagens que possibilitaram dar o passo seguinte para uma implementação numa escala maior.** Por exemplo, percebeu-se quais os diferentes fatores críticos de sucesso, que tipo de grupos aderiu melhor (famílias, grupos de amigos, associações relacionadas com o ambiente) e o que tinha de ser repensado a nível metodológico de implementação e monitorização.

Fatores como a metodologia já ter demonstrado sucesso e escala num contexto similar ao Português, a dedicação dos parceiros e da coordenação do projeto e a disseminação constante do projeto em palestras, congressos nacionais e internacionais e ações de formação fizeram com que o projeto crescesse de uma forma muito acentuada ao longo dos anos, tendo agora cerca de **300 grupos** de cidadãos ativos envolvidos em processos de reabilitação de rios e ribeiras. Tendo por base os dados referentes a 2012, o Projeto Rios está presente em **85 municípios**, tem mais de **7.500 participantes**, **24.000 pessoas** envolvidas em atividades, **256 monitores** do Projeto formados em **17 cursos especializados**. O Projeto consegue disseminar-se com facilidade e estes números continuam a crescer a um ritmo acelerado.

26. Para conhecer melhor o Projeto Rios: <http://www.projectorios.org/>



Caso 2: Arrebita! Porto ²⁷

Identificar o problema social e procurar soluções

O Arrebita!Porto surge com o objetivo de combater o abandono do centro da cidade do Porto e a solução consiste na reabilitação de prédios devolutos a custo zero e sem fins lucrativos. O projeto funciona através de um **sistema de contrapartidas** em que os proprietários sem recursos podem ver os seus imóveis recuperados com a colaboração de estudantes internacionais de arquitetura e engenharia que concebem e executam os projetos, com empresas que se responsabilizam pela questão logística, e com professores universitários que supervisionam a reabilitação.

José Paixão, o empreendedor social deste projeto, explica que os **estudantes** saem a ganhar pois desenvolvem experiência prática envolvendo-se num projeto de voluntariado na sua área de formação. As **empresas** podem ficar associadas a uma iniciativa inovadora de responsabilidade social e deduzir os gastos no seu IRC. Os **senhorios** ficam com o seu imóvel recuperado tendo apenas que contribuir com alojamento e alimentação aos estudantes voluntários.

Este projecto venceu a primeira edição do concurso **FAZ – Ideias de Origem Portuguesa**²⁸, uma iniciativa da Fundação Calouste Gulbenkian e da Fundação Talento que visa promover o empreendedorismo social através das ideias da população portuguesa a viver no estrangeiro. O Arrebita!Porto foi o projeto escolhido de entre mais de 203 ideias partilhadas online por emigrantes portugueses.

Caso 3: ColorAdd ²⁹

Testar e validar a solução

O ColorAdd tem como Missão **tornar a comunicação pela cor inclusiva para os daltónicos**. É um código de cores que permite aos daltónicos identificar qualquer tipo e variante de cor e tem vindo a ser aplicado, progressivamente, numa gama vasta de produtos tais como lápis de cor, indicações de linhas de metro, catálogos de tintas, roupas e até mesmo em hospitais, bibliotecas, entre outros. **Ao todo serão mais de 100 as aplicações do código**. Este projeto já teve inúmeros reconhecimentos e foi considerado pela revista Galileu como **uma das 40 inovações que vão mudar o mundo**.

A ideia demorou cerca de oito anos a desenvolver-se. Começou a ser trabalhada quando o empreendedor social, Miguel Neiva, decidiu fazer uma tese de mestrado diferente do habitual. O que lhe interessava era fazer algo que tivesse impacto social e, como estava a começar a aparecer o conceito do design inclusivo, pensou em aplicar o design à mudança do mundo, neste caso na resolução do problema do daltonismo.

Quando começou a fazer o projeto **estudou o problema do daltonismo com profundidade** e com a ajuda de técnicos especializados. Conduziu depois um **estudo com 146 daltónicos de vários países** permitindo aproximar-se desta população, aprofundar o seu conhecimento e começar a perceber uma solução eficiente para este problema. Validada a necessidade de se criar uma solução com base no estudo, Miguel Neiva começou a **definir a materialização da sua solução que deveria ser simples e de aprendizagem fácil de forma a garantir que seria um código universal**.

O **desenvolvimento da parte gráfica** demorou cerca de um ano e decorreu em paralelo com a escrita da tese de mestrado. Apresentada a tese, terminou uma fase chave da conceção da ideia. Era **um código único, inovador, universal, transversal e inclusivo que permitia ao daltónico aumentar a auto-estima, garantir**

30. <http://www.speakafa.org/>

31. http://www.ies.org.pt/formacao/programas_ies_powered_by_insead/bootcamp/

32. <http://www.fundacaoedp.pt/inovacao-social/social-lab/social-lab/363>



a **independência e dar-lhe mais confiança no dia-a-dia**. Foi feito o registo e a proteção do projeto através de patente, tendo sido um elemento fundamental para o empreendedor levar “isto a sério” e iniciou-se um processo de **reconhecimento e acreditação** do projeto por parte da comunidade científica. O projeto foi apresentado nesta fase inicial em cerca de 20 congressos internacionais relacionados com temas tão variados como a cor, semi-ótica, design inclusivo, responsabilidade social, alimentação, vestuário.

O empreendedor social não ficou à espera de financiamentos e decidiu dar um passo no sentido de fazer a **primeira aplicação do código**. As primeiras aplicações tiveram de ser **muito criteriosas**, pois teriam de ser referências para os seguintes e o Miguel Neiva acreditou que, pela proximidade **a melhor estratégia seria promover inicialmente o código através de Portugal**. A primeira empresa onde o código foi implementado foi as **Tintas CIN** através de um **modelo de licenciamento**. Uma empresa de tintas tem como produto final a cor e por isso este seria um primeiro teste muito completo e que, ao mesmo tempo, minimizava o risco de futuras aplicações.

Caso 4: SPEAK (AFA - Associação Fazer Avançar)³⁰

Implementar o modelo de negócio

Os fluxos migratórios fazem de Portugal um país onde cada vez mais comunidades de diferentes origens coabitam. Infelizmente movem-se muitas vezes em círculos distintos, isolando-se sobre si mesmas. A **barreira linguística** reforça esta dinâmica. Através deste projeto, procurou-se contribuir para a resolução deste problema promovendo o **encontro entre pessoas de diferentes origens, e possibilitando a troca de conhecimentos linguísticos e culturais e a valorização** da diferença enquanto fator de integração.

Inicialmente, a forma encontrada para cumprir esta missão foi a criação de um **“mercado” linguístico e cultural gratuito**, onde qualquer pessoa se podia voluntariar para ensinar um idioma que conhecesse bem, em troca da participação como aluno de uma nova língua. Porque a **partilha entre os participantes era prioridade face à aprendizagem funcional**, as aulas foram complementadas por eventos de convívio interturmas onde se promovia o diálogo intercultural.

No primeiro semestre de funcionamento este projeto conseguiu ter **144 alunos**, organizados em **16 turmas** referentes a **8 idiomas**. No total, foram dados um total de 210 horas de aulas. Parte da equipa do projeto participou no III **Bootcamp IES powered by INSEAD**³¹ onde tiveram oportunidade de refletir sobre o trabalho realizado e repensar o modelo de atuação. Um dos desafios é evolução prendia-se com a sustentabilidade e foi aí que se cruzaram com o **Social Lab da Fundação EDP**³² e cocriou em conjunto com a AFA uma nova versão do projeto.

Atualmente, o SPEAK está a ser implementado em Leiria e surge como um negócio social com duas vertentes: o SPEAK SOCIAL, que visa a **resolução do problema** social identificado, e o SPEAK PRO, uma oferta comercial que visa assegurar a **sustentabilidade financeira** do projeto.

O SPEAK SOCIAL é uma **versão evoluída do projeto inicial**, onde se reforçaram os aspetos de partilha e diálogo intercultural. O SPEAK PRO nasceu do reconhecimento de uma procura crescente de aprendizagem de idiomas por segmentos da população que não se identificam totalmente com as ofertas linguísticas existentes.

O SPEAK, como um todo, é um **negócio social**: a sua missão e prioridade são de cariz comunitário, e a oferta comercial existe apenas para assegurar a sustentabilidade – nada mais. Porque faz ponto assente de **não introduzir distorções concorrenciais**, o SPEAK é um negócio de pleno direito: cumpre as obrigações legais e fiscais, remunera os seus recursos a valores de mercado, e é financiado numa lógica de investimento e não donativo.

33. <http://www.projectotransformers.org/site/>

34. <http://www.facm.pt/facm/facm/pt/servico-educacao/educacao-financeira>



Caso 5: Transformers (Associação Juvenil Transformers) ³³

Expandir uma iniciativa de inovação e empreendedorismo social

A missão desta iniciativa é criar uma geração de transformers, que, em poucas palavras e referido pela própria iniciativa significa **“malta que faz a diferença fazendo aquilo que mais gosta de fazer”**. Aquilo em que este projeto acredita é que os jovens são inativos socialmente não por serem indiferentes, mas antes porque não encontraram a sua própria forma de fazer a diferença. Assim, a ideia dos Transformers foi criar um movimento de voluntariado capaz de dar a cada jovem a oportunidade de aprender aquilo que ele ou ela mais gosta, com amigos, sem pagar nada, para que através dessa paixão, talento ou super-poder, cada um encontre a sua própria forma de transformar.

Na prática o que fazem é **descobrir as atividades que jovens em várias instituições gostavam de aprender e possibilitar-lhes a aprendizagem dessa atividade com mentores** que voluntariamente os ensinam todas as semanas durante 9 meses. Passados esses 9 meses, cada grupo de jovens que foi ensinado por um mentor tem o desafio de usar aquilo que aprendeu para transformar a sua comunidade naquilo a que se chama o **“payback”** e torna-se assim um **transformer**.

Em 2011, os Transformers apenas desenvolveram as suas atividades em Lisboa. Após o modelo ter provado o seu sucesso e com um conjunto grande de parcerias, **cresceram e começaram a implementá-lo no Porto**. Em 2013, **está planeado o lançamento da operação em Coimbra** em parceria com a Associação Integrar. No relatório final da segunda geração (2G) referente ao ano letivo de 2011-2012, os Transformers mostram que conseguiram dar **739 horas de aulas** chegando a um total de **234 jovens** através de **29 mentores**.

Caso 6: No Poupar está o Ganho (Fundação Dr. António Cupertino Miranda) ³⁴

Institucionalizar uma iniciativa de inovação e empreendedorismo social

Segundo a National Foundation for Educational Research, **literacia financeira é a capacidade de fazer julgamentos informados e tomar decisões efetivas tendo a vista a gestão do dinheiro**. Estas são as linhas orientadoras deste projeto que tem por objetivo transmitir conhecimentos a estudantes do 1º, 2º e 3º ciclo do Ensino Básico e Secundário para o desenvolvimento de competências que permitem a tomada de decisões informadas e corretas.

Este museu decidiu em 2008 transformar-se num agente da transformação social, em especial das comunidades em seu redor. Começou por desenvolver um conjunto de atividades com instituições locais que lidavam com população socialmente excluída (prostitutas, pessoas com deficiência, idosos, entre outros) fazendo atividades conjuntas, integrando e quebrando laços entre os grupo marginalizados e a comunidade. **A educação financeira surge neste contexto, tendo começado com o trabalho da Fundação com a freguesia de Aldoar num processo de educação financeira de 30 famílias carenciadas**.

Atualmente, o projeto começa com a **inscrição das escolas no programa** e com a preparação dos professores aos alunos para a **visita ao Museu do Papel e da Moeda**. Para tal o projeto tem um **manual** que introduz a visita e permite ao professor fazer a sua preparação. Na visita ao museu as crianças têm uma **verdadeira experiência de gestão financeira**, recebendo um orçamento em Moeda do museu e consumindo produtos educativos do museu com esse orçamento. Todas as crianças na reta final da visita deparam-se com a necessidade de decidirem entre dois produtos finais por limites de orçamento. **O bom comportamento durante a visita confere-lhes o prémio de poderem depois visitarem todas as partes do museu**. Posteriormente à visita, as turmas efetuam trabalhos sobre o tema, que são expostos no Dia Mundial da Poupança, que é um evento de conclusão de projeto e de reforço da mensagem.



A prática da educação para a literacia financeira foi introduzida de forma pioneira pela Fundação Cupertino Miranda e hoje em dia já faz parte da agenda de outras instituições que se basearam no mesmo para lançarem os seus próprios programas. Esta prática começou a ser institucionalizada em 2010 quando o **Banco de Portugal** apresenta o “Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa” e quando, em 2011, são aprovados na **Assembleia da República** resoluções que recomendam ao Governo um conjunto de medidas de promoção da literacia financeira.



IES

Instituto de Empreendedorismo Social

www.ies.org.pt

www.facebook.com/IES.SocialEntrepreneurship

PARCEIROS INSTITUCIONAIS:



ASSOCIADOS HONORÁRIOS:



FUNDAÇÃO CALOUSTE GULBENKIAN

ASSOCIADOS PREMIUM:



ASSOCIADOS BASE:

