

CÓDIGO DE ÉTICA DO JOVEM EMPREENDEDOR

greenbiz


O **Código de Ética do Jovem Empreendedor** é uma declaração de princípios, um instrumento que traduz os valores presentes na cultura empresarial e oferece directrizes para esta actividade. Aqui se estabelecem objectivos tangíveis de carácter empresarial, que devem orientar a actividade do Jovem Empreendedor, dentro e fora da sua empresa, pautando o relacionamento com colaboradores, chefias, clientes, fornecedores, instituições financeiras, comunidade local, economia nacional. Este documento apresenta-se como uma declaração de objectivos éticos fundamentais e orientadores, que incidem em áreas específicas da actividade empresarial.

INDÍCE

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JOVENS EMPRESÁRIOS	9
APRESENTAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA DE JOVENS EMPREENDEDORES	11
FUNDAMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA EM TERMOS INSTITUCIONAIS	15
I. CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIOECONÓMICA	21
II. A ÉTICA NAS EMPRESAS E NAS ORGANIZAÇÕES	27
1. O QUE É A ÉTICA?	30
III. CÓDIGO DE ÉTICA	31
1. PERFIL ÉTICO DO JOVEM EMPREENDEDOR	
1.1 O JOVEM EMPREENDEDOR	32
1.2 COMPETÊNCIAS TRANSVERSAIS E ESPECÍFICAS DOS EMPREENDEDORES	36
1.3 O ACESSO À FUNÇÃO EMPRESARIAL	37
1.4 VALORES FUNDAMENTAIS À ACTIVIDADE EMPREENDEDORA	38
1.5 PRINCÍPIOS ÉTICOS DE ACTUAÇÃO	40
1.6 ÁREAS DE ACTUAÇÃO ÉTICA E RESPONSÁVEL DO JOVEM EMPREENDEDOR	41
NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS	42
NO DOMÍNIO DA GESTÃO DA MUDANÇA	43
NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO AMBIENTAL	44
NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO E PROTECÇÃO DOS INTERESSES DA COMUNIDADE	45
2. COMPORTAMENTO ÉTICO NAS EMPRESAS	47
2.1 NA VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO	48
2.2 NA COMUNICAÇÃO	49
2.3 NA QUALIDADE	49

2.4 NO RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES E CLIENTES	50
3. COMPORTAMENTO ÉTICO EMPRESARIAL DOS COLABORADORES DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES	51
3.1 NUMA ACTUAÇÃO CONDIZENTE	51
3.2 PERANTE O DESAFIO	51
3.3 NO CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS	52
3.4 NA PARTILHA DAS DIFICULDADES E ESFORÇOS	52
3.5 NO TRABALHO EM EQUIPA	52
4. RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS JOVENS EMPREENDEDORES	53
4.1 ABERTURA DAS EMPRESAS À COMUNIDADE	54
4.2 VOLUNTARIADO	55
4.3 APOIOS E MECENATO	57
4.4 FORMAÇÃO INDIVIDUAL E COLECTIVA: CULTURA DE EMPRESAS	59
5. ENTIDADES DE FOMENTO DA ÉTICA E DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EM PORTUGAL	63
IV - CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
V - BIBLIOGRAFIA	71

Associação Nacional de Jovens Empresários

A ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários é uma associação de direito privado e utilidade pública que tem por objecto a reunião dos jovens empresários portugueses, com vista à satisfação de interesses comuns e ao desenvolvimento das suas actividades profissionais, nomeadamente nos aspectos da formação e informação. Animada pela vontade de defender os interesses dos seus associados e de fomentar o empreendedorismo jovem, a ANJE tem logrado inculcar no empresariado português novos paradigmas de desenvolvimento e uma mentalidade mais propensa ao risco. Com cerca de quatro mil associados, mais de meia centena de colaboradores, uma dezena de áreas operacionais e vários núcleos regionais, a associação é considerada por lei como parceira social.

Há muito que a ANJE encabeça o movimento empreendedor português e, deste modo, congrega algumas das forças mais dinâmicas do nosso tecido empresarial. Tudo começou em 1979, quando um grupo de empreendedores ainda a despontar para a actividade empresarial decidiu reunir-se em torno da chamada Ala dos Jovens Empresários. Tratava-se, contudo, de uma estrutura meramente informal e, por isso, insuficiente para fazer face aos entraves que se colocavam à criação e desenvolvimento de empresas em Portugal. Por conseguinte, o grupo avançou para uma verdadeira associação, na esperança de assim poder defender cabalmente os anseios do empresariado jovem. Nascia então, em 29 de Julho de 1986, a ANJE.

À época, Portugal ultrapassara já a fase mais aguda da crise económica pós-Revolução de Abril, mas havia que pugnar pela liberalização do sistema económico e, em particular, por melhores condições tanto de acesso dos jovens à actividade empresarial como de proficiente exercício da mesma. Foi o que fez a ANJE, que paulatinamente assumiu a condição de porta-estandarte do movimento empreendedor português.

Neste combate aos obstáculos à livre iniciativa e pela emergência de uma cultura empresarial moderna, a praxis da associação desdobrou-se em

dois sentidos: a representação institucional junto dos decisores políticos, procurando sensibilizá-los para as contingências e necessidades específicas dos jovens empresários; e o apoio directo aos empreendedores, através de iniciativas de carácter estruturante.

Entre essas iniciativas de carácter estruturante destacam-se o incremento do empreendedorismo, dispondo para tanto de uma Academia dos Empreendedores; a concepção e divulgação de instrumentos facilitadores da criação de empresas; a prestação de serviços de consultoria empresarial, nomeadamente em centros de incubação de norte a sul do País; a promoção de estratégias de internacionalização e de novos paradigmas de desenvolvimento, designadamente no sector têxtil com o conhecido certame de moda Portugal Fashion; o combate ao défice tecnológico, o apoio à inovação e a promoção dos factores críticos de competitividade (qualidade, design, criatividade); e a realização de acções de qualificação profissional.

**APRESENTAÇÃO DO
CÓDIGO DE ÉTICA DE
JOVENS EMPREENDEDORES**

O Código de Ética do Jovem Empreendedor, promovido pela ANJE, no âmbito do projecto Green Biz¹, visa sistematizar as orientações mais relevantes que foram emergindo da experiência que, na ANJE, fomos recolhendo no quotidiano do nosso trabalho e da nossa participação empresarial, no relacionamento entre os Jovens Empreendedores e com todos quantos com eles colaboram e se relacionam.

O motivo principal deste Código de Ética está consagrado na frase que escolhemos para lema geral de orientação: “Um instrumento para os Jovens Empreendedores desenvolverem as suas empresas, e contribuírem para a vida dos seus colaboradores e da sociedade”.

A sociedade actual preocupa-se cada vez mais com as relações éticas existentes em qualquer domínio, quer ele seja económico, social, político, cultural, religioso ou outro. Uma das áreas onde a falta de aplicação da ética se manifesta mais é na actividade empresarial.

Considerando que os Jovens Empreendedores, estando num estado de evolução em que tudo ainda é potencial e que, enquanto responsáveis, exercem um papel principal quer no desenvolvimento das suas empresas, quer na vida dos seus colaboradores e da sociedade em geral, serão, sem dúvida, os destinatários ideais para a recepção desta mensagem ética.

O ser humano é um ser social e as empresas ganham o seu carácter ético através dos seus colaboradores e dos seus representantes. Nesta perspectiva, o desempenho do Jovem Empreendedor não se deve basear apenas no sucesso e no ganho material mas sim num planeamento que identifique a visão que tem ou quer que os outros tenham da sua Empresa, bem como o que espera dos seus funcionários. Constitui-se, portanto, como essencial, o estabelecimento de critérios e valores claros que ajudem a regulamentar/ conduzir a conduta dos jovens Empreendedores no seu exercício profissional perante os vários stakeholders.

Imbuídos de um espírito socialmente responsável, ao criar este Código de Ética, pretendemos que este seja considerado e respeitado pelos Jovens Empreendedores portugueses. O documento tem a finalidade de enquadrar os princípios e valores estruturantes dos empreendedores num conjunto de regras éticas, que se impõem à consciência colectiva como um modelo comportamental e que devem ser observadas na acção quotidiana como instrumento de melhoria de desempenho das organizações. Incentivamos, aliás, os jovens Empreendedores a produzir os seus próprios códigos de ética, de forma a aplicar à realidade da sua empresa os princípios definidos neste código.

(1) Projecto Green Biz- promovido pela ANJE tem como domínios de intervenção a Energia, o Ambiente e a Responsabilidade Social, pretendendo focar-se em duas questões fundamentais: a Eficiência Energética e a Competitividade.

Este código, que se pretende que seja uma ferramenta de trabalho útil ao jovem Empreendedor e à prolixidade do conceito de Empreendedor socialmente responsável, está organizado em três vertentes, que se cruzam com as áreas de actuação da responsabilidade empresarial:

Empreendedor. “Numa economia globalizada, a ética e a competitividade são cada vez mais inseparáveis, dado que a sociedade não poderá competir durante longo prazo ou ser bem sucedida se estiver assente em pessoas que se enganam e iludem umas às outras, que não actuam porque não confiam nos outros, que transformam discussões simples em litígios intermináveis”²;

Gestor. O funcionamento da empresa, com vista ao sucesso económico, deverá diariamente atender às necessidades dos seus clientes, gerindo simultaneamente as expectativas de outras pessoas, como os trabalhadores, os fornecedores e a comunidade local;

Cidadão. Para além das relações intra-empresas, há a necessidade de criar bons relacionamento extra-empresa, nomeadamente com vizinhos, grupos da comunidade local e poderes públicos. A empresa pode contribuir para a preservação do meio ambiente. A eficiência energética, a incorporação de medidas efectivas de combate à poluição e o aumento da reciclagem de resíduos podem proporcionar uma diminuição dos custos, contribuindo para a viabilidade da empresa. Tais medidas podem também contribuir para melhorar o relacionamento com a comunidade, entidades reguladoras e outros organismos.

(2) O Empreendedor e a Ética”, (<http://economia.pt.tripod.com/artigos/o%20empreendedor%20e%20etica.htm>).
parágrafo 7

**FUNDAMENTAÇÃO DO
CÓDIGO DE ÉTICA EM
TERMOS INSTITUCIONAIS**

A ANJE tem desenvolvido um conjunto de projectos e actividades que têm por objectivo a promoção de uma cidadania empresarial responsável junto dos jovens Empreendedores. Consciente de que a classe empresarial faz parte da solução dos problemas relacionados com a globalização, a ANJE tem vindo a desenvolver parcerias com diversas entidades, no sentido de fomentar a responsabilidade social. Seguem-se alguns exemplos dessas parcerias e programas delas resultantes:

I.O.D.O.: a existência de pessoas com dificuldades particulares de inserção no mercado de trabalho levou a ANJE a juntar-se a um conjunto de parceiros para elaborar um projecto com a finalidade de diversificar as opções que são colocadas a estas pessoas, bem como sensibilizar todos os que podem ter um papel relevante nesta tarefa. Assim nasceu o projecto I.O.D.O., que pretendeu, recorrendo ao marketing social, introduzir novos mecanismos facilitadores dos processos de inserção, quer ao nível dos agentes, quer dos sujeitos e das organizações.

Porto de Partida: pretende criar condições para a implementação de oportunidades consistentes de inserção no Centro Histórico do Porto, no sentido de promover a urgente revitalização e desenvolvimento local a nível económico e social. O projecto visa ainda estimular a criação e consolidação de empresas/emprego na zona histórica da invicta, experimentando áreas e oportunidades de negócio adaptadas às necessidades identificadas e às próprias competências dos potenciais promotores.

IRVA: contribui para um mercado de trabalho aberto a todos através da identificação e divulgação das vantagens de recrutamento de públicos mais desfavorecidos.

Saber e Arte: destinado a artistas e artesãos, com e sem necessidades especiais, e oriundos do Porto e de Celorico de Basto. O projecto pretende promover actividades de formação das técnicas empresariais actuais dos micro negócios, utilizando novas metodologias com recurso a tecnologias de informação e comunicação (e-learning) e recorrendo também à formação em atelier. São ainda objectivos deste programa: promover novas alternativas à busca e criação de emprego (nos domínios tradicionais, artesanais, artísticos, culturais e turísticos); e criar redes locais e regionais de promoção de artistas, seus produtos e negócios, nomeadamente empresas de carácter cultural, artístico e turístico.

Rumos de Futuro: visa sobretudo produzir novas formas de integração de ex-reclusos na sociedade, de modo a prevenir a reincidência. Propõe-se a envolver a sociedade no projecto de vida de cada recluso, através da colaboração dos vários parceiros em áreas

como: reintegração na família e na comunidade; formação em competências pessoais, familiares e sociais; formação profissional; motivação; integração nas empresas; e formação em empreendedorismo e auto-emprego.

PODER: tem como objectivo fornecer ferramentas e estratégias que permitam aos cidadãos portadores de deficiência delinear o seu próprio destino em matéria de emprego.

CRER: projecto que visa identificar novas oportunidades de negócio ligadas ao desenvolvimento das potencialidades do território, seleccionar pessoas com perfil adequado para o desenvolvimento das ideias de negócio e explorar e testar os projectos de criação de empresas. Este apoio traduz-se no aconselhamento e formação aos potenciais empreendedores, proporcionando recursos e instrumentos que contribuam para uma maior igualdade de oportunidades entre homens e mulheres e entre meio rural e meio urbano.

CEAA: projecto que desenvolve a sua acção em três áreas, nomeadamente Agro-Ambiental, Turismo e Empreendedorismo. O objectivo é identificar as ameaças, e por outro lado, as oportunidades associadas aos referidos sectores. Estes aspectos são aprofundados e discutidos com os actores do território de actuação, com o intuito de: desenvolver estratégias consistentes de desenvolvimento dos territórios; criar novas oportunidades à criação de micro empresas; realizar estudos que identifiquem as necessidades no que concerne à constituição de micro-empresas auto-sustentáveis de cariz agro-ambiental; potenciar a inovação agrícola fomentando o desenvolvimento de novas culturas e espécies – “Incubadora Agro-Ambiental”; promover, divulgar e escoar os produtos agrícolas produzidos, através da criação de postos de venda; orientar, aconselhar e apoiar ao nível técnico e formativo potenciais empreendedores e micro-empresas; promover a interacção entre os jovens e o meio-ambiente, abrindo novos horizontes para outros destinos profissionais.

CAIE: programa cuja missão principal passa por promover a criação de empresas de base tecnológica, desenvolvendo um conjunto de metodologias de apoio à sua criação e desenvolvimento. Tais metodologias devem ainda fomentar o espírito empreendedor no seio das instituições de ensino superior, potenciando a valorização dos projectos de investigação aí desenvolvidos, no sentido de elevar a sua incorporação no tecido empresarial.

No âmbito da responsabilidade social, a ANJE tem procurado actuar na área ambiental, quer através da promoção de projectos, quer através da sensibilização da classe empresarial. A associação tem, de resto, por ambição empreender iniciativas promotoras da responsabilidade ambiental e incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ecofriendly³. Neste contexto surgiu o projecto Green Biz, no qual se insere o Código de Ética do Jovem Empreendedor. Trata-se de um projecto que tem como domínios de intervenção a Energia, o Ambiente e a Responsabilidade Social, pretendendo focar-se em duas questões fundamentais: a Eficiência Energética e a Competitividade. O objectivo é claro: sensibilizar empresas e Empreendedores para a importância de adoptar comportamentos socialmente responsáveis e economicamente eficientes, no sentido de conduzir o País a um desenvolvimento sustentado.

(3) “ecofriendly”- termo usado para se referir a bens e serviços, leis, directrizes e políticas que alegam infligir um dano mínimo ou nenhum sobre o meio ambiente.



**CONTEXTUALIZAÇÃO
SOCIOECONÓMICA**

A União Europeia (UE) conta com cerca de 18 milhões de Pequenas e Médias Empresas (PME) - negócios com menos de 250 trabalhadores -, as quais representam mais de 99% das empresas e 2/3 dos postos de trabalho⁴.

“A prioridade da política empresarial europeia é contribuir para um clima propício ao investimento na competitividade e na inovação, no qual sectores estratégicos, como a indústria aeroespacial e a biotecnologia, mas também sectores tradicionais, como a indústria têxtil e automóvel, possam prosperar e manter-se na vanguarda do desenvolvimento tecnológico”⁵.

O peso das PME na economia europeia leva-nos a reflectir sobre a importância do valor e do potencial das actividades em que estas empresas assumem a sua responsabilidade social. Daí que o meio de promover o desenvolvimento sustentável passará obrigatoriamente pela adopção de comportamentos socialmente responsáveis ao nível das PME.

“Ter um espírito empresarial responsável significa saber gerir uma empresa de modo a reforçar o seu contributo positivo para a sociedade e ao mesmo tempo minimizar o impacto negativo sobre as populações e o ambiente.

Este espírito traduz-se na forma como os Empreendedores interagem quotidianamente com as várias partes interessadas: clientes e parceiros comerciais no mercado, trabalhadores no local de trabalho, comunidade local e ambiente.”⁶

“A responsabilidade social das empresas é a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua interacção com todas as partes interessadas”⁷.

Ao adoptarem este comportamento, as empresas contribuem para a satisfação das necessidades dos seus clientes, gerindo simultaneamente as expectativas dos trabalhadores, dos fornecedores e da comunidade local. “Trata-se de contribuir de forma positiva para a sociedade e de gerir os impactos ambientais da empresa, o que poderá proporcionar vantagens directas para o negócio e assegurar competitividade a longo prazo”.⁸

Segundo a Comissão Europeia, e de acordo com a publicação o Espírito Empresarial Responsável, as 18 milhões PME europeias dão já um contributo significativo a nível social, criando e mantendo empregos, fornecendo produtos e serviços à sociedade e

(4) In O portal da União Europeia, empresas “Dar prioridade às PME’s” (http://europa.eu/pol/enter/index_pt.htm)

(5) In O portal da União Europeia, empresas “ Criar um enquadramento favorável”(http://europa.eu/pol/enter/index_pt.htm)

(6) Comissão Europeia, “Espírito Empresarial Responsável”, Prefácio, by ERKKI LLIKANEN, Comissário Responsável em Matéria de Empresa e Sociedade de Informação, 2004

(7) Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável, COM (202) 347 final de 2.7.2002.

(8) Pág 2, “Introdução à responsabilidade Social das Pequenas e Médias Empresas”, Direcção-Geral Empresa, Comissão Europeia

cumprindo as suas obrigações fiscais. São também cada vez mais reconhecidas como uma força motriz da inovação, do espírito empresarial e da competitividade. As PME são, pois, essenciais para alcançar o objectivo estratégico definido em Lisboa para a União Europeia no horizonte de 2010, assente nos três pilares do desenvolvimento sustentável: crescimento económico, coesão social e defesa do ambiente.

“O espírito empresarial responsável pode também contribuir para criar uma imagem mais positiva dos Empreendedores na sociedade e incentivar um maior número de jovens a optar pelo auto-emprego como opção de carreira atractiva. Desta forma, contribui para o objectivo comunitário de promover a iniciativa empresarial na Europa”⁹.

Uma actuação mais responsável por parte dos Jovens Empreendedores não se restringe ao cumprimento legal, mas sim a uma actuação mais dinâmica, pautada pelo maior investimento:

- No capital humano e ambiental;
- No relacionamento com os outros;
- Na inovação e nas tecnologias amigas do ambiente.

Ora, tal investimento poderá conduzir ao incremento da competitividade empresarial. A incorporação voluntária dos critérios que balizam uma actuação responsável imprimirá um novo rumo na sustentabilidade e competitividade das economias.

A Responsabilidade Social das Empresas não pretende substituir a legislação existente, de âmbito social ou ambiental, mas sim definir um conjunto de critérios complementares, capazes de incrementar práticas socialmente responsáveis. É vital que os jovens Empreendedores se capacitem da importância deste tipo de práticas, pois são as micro, pequenas e médias empresas os maiores empregadores e contribuintes para as economias.

A incorporação da Responsabilidade Social como prática intrínseca às empresas terá repercussões evidentes e sequenciais:

- Na melhoria ambiente de trabalho;
- No maior empenho por parte dos funcionários;
- Na maior produtividade e na utilização mais racional dos recursos disponíveis.

Indirectamente, e uma vez que existe uma crescente consciencialização dos consumidores e investidores para a responsabilidade social, a referida incorporação poderá também representar o aparecimento de novas oportunidades empresariais. Estudos concluíram que existem vantagens claras nesse sentido. Contudo, é certo que ainda é necessário

(9) Comissão Europeia, “Espírito Empresarial Responsável”, Prefácio, by ERKKI LLIKANEN, Comissário Responsável em Matéria de Empresa e Sociedade de Informação, 2004

aprofundar mais sobre o impacto real da responsabilidade social nas empresas, o que poderá afigurar-se uma oportunidade para que empresas, entidades públicas e instituições académicas encetem em conjunto novos trabalhos de investigação.



**A ÉTICA NAS EMPRESAS
E NAS ORGANIZAÇÕES**

A gestão empresarial contemporânea aponta para a necessidade emergente de se criarem profissionais mais éticos que proporcionem vantagens competitivas. Nesta era de globalização, de flexibilidade e elasticidade, acreditamos que os bons resultados empresariais dependem do compromisso ético e na conversão de preocupações éticas em práticas efectivas, não basta transferi-las para os outros, é preciso participar nelas.

A visão do retorno empresarial, do seu impacto, dentro e fora das empresas, não pode ser canalizada apenas para o lucro financeiro. Cada vez mais se associa o sucesso competitivo à capacidade das empresas adoptarem e aperfeiçoarem comportamentos éticos, reconhecidos pela comunidade/ sociedade: honestidade, justiça, segurança, preservação da integridade e dos direitos das pessoas, preservação do meio ambiente.

Num mundo em constante mudança, aliado à componente empresarial, o desafio que se coloca ao Jovem Empreendedor é que oriente as suas decisões para as relações com os vários stakeholders tendo por base um comportamento ético. Se a empresa, enquanto espaço social, produzir e reproduzir essas orientações éticas, isso reflectir-se-à positivamente na comunidade onde estas estão inseridas, principalmente junto de todos aqueles que se relacionam com ela: colaboradores, clientes, fornecedores, sócios, governo e sociedade em geral.

1. O QUE É A ÉTICA?

Em termos gerais, é uma disciplina ou campo de conhecimento humano que investiga e se refere a fundamentos e princípios que orientam ou justificam determinados sistemas e conjunto de valores morais numa sociedade.

“A ética é uma ciência da acção total do homem, na sua vida individual, profissional e social. Por isso, a ética empresarial não é uma ética distinta da ética geral. Não há uma moral privada, uma moral pública e uma moral profissional; existe uma só moral a aplicar na vida privada, pública, profissional ou empresarial” (Jiménez, 1995)¹⁰.

A ética empresarial pode ser entendida como um valor da organização que assegura a sua sobrevivência, a sua reputação e, conseqüentemente, os seus bons resultados. A ética empresarial é “o comportamento da empresa quando ela age em conformidade com os princípios morais e as regras do bem proceder aceites pela coletividade (regras éticas)”¹¹.

(10) Jiménez, Enrique M. Gómez (1995), “Ética empresarial y códigos de conducta”, ESIC MARKET, nº 88, Abr-Jun

(11) MOREIRA, Joaquim Magalhães. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 28.

1. PERFIL ÉTICO DO JOVEM EMPREENDEDOR

1.1 O JOVEM EMPREENDEDOR

Empreendedor é todo aquele que tem a capacidade de conceber os seus próprios actos, procurando a auto-realização através do desenvolvimento empresarial e da inovação.

Compete ao empreendedor assumir o papel indutor de uma mudança significativa na concepção de um novo padrão empresarial, refutando arquétipos existentes, direccionando-se para uma economia que se quer inovadora, competitiva e dinâmica.

O que move o empreendedor é a capacidade de perceber e aproveitar oportunidades de negócios, aportando novas formas de utilização dos recursos, gerando valor e contribuindo significativamente para o desenvolvimento económico e tecnológico das sociedades.

“O espírito empresarial é, acima de tudo, uma atitude mental que engloba a motivação e capacidade de um indivíduo, isolado ou integrado num organismo, para identificar uma oportunidade e para a concretizar com o objectivo de produzir um novo valor ou um resultado económico.

A criatividade ou a inovação são necessárias para entrar e competir num mercado já existente, para mudar ou até criar um novo mercado. Para transformar uma ideia comercial numa experiência de sucesso é necessário possuir a capacidade de combinar a criatividade ou a inovação com uma gestão rigorosa.”

O jovem Empreendedor é um agente activo e dinâmico na sociedade, que através da sua actividade profissional tem a capacidade de exercer uma influência positiva ou negativa sobre recursos humanos, sociedade e meio ambiente.

O jovem Empreendedor é um dos elementos-chave no desenvolvimento sustentável e deverá atender, no exercício da sua actividade, aos princípios fundamentais deliberados na Cimeira Social de Copenhaga:

- **Desenvolvimento Económico;**
- **Protecção do Ambiente;**
- **Coesão Social.**

É necessário cada vez mais promover uma estratégia de responsabilidade social junto dos jovens Empreendedores, com repercussões efectivas a nível social, ambiental e económico.

A responsabilidade social é um elemento estratégico para:

Uma maior eficiência empresarial;

Uma melhoria ao nível do desempenho empresarial e do processo produtivo;

Um incremento da sustentabilidade da actividade económica.

A sustentabilidade deve ter uma leitura num quadro empresarial como factor agregador de valor à própria empresa e seus produtos. Trata-se igualmente de um factor de consolidação de imagem de marca, que se repercute através do aumento de vendas, maior fidelização aos produtos ou marcas, maior valorização da empresa por parte da sociedade e mercado e ainda maiores índices de produtividade, empenho e motivação dos funcionários. Todos estes elementos são indicadores de como a responsabilidade social tem repercussões nas empresas.

A sustentabilidade empresarial terá inequivocamente o seu futuro ameaçado se os Empreendedores não seguirem estratégias empresariais integradas, que englobem os três eixos que se seguem.

AMBIENTAL

Práticas empresariais que conduzam a uma maior protecção ambiental;
Práticas empresariais com maior recurso a energias renováveis;
Utilização e produção de produtos com menor impacto ambiental;
Melhoramento contínuo de desempenho ao nível da ecoeficiência;
Políticas integradas de gestão de resíduos;
Melhor gestão de riscos.

SOCIAL

Salvaguarda dos direitos humanos;
Salvaguarda dos direitos dos trabalhadores;
Maior envolvimento entre empresas e comunidades;
Maior transparência de actuação;
Incrementar estratégias empresariais que permitam obter uma melhor postura ética.

ECONÓMICO

Melhoria ao nível do incremento dos resultados económicos;
Maior salvaguarda dos direitos dos accionistas;
Maior competitividade;
Promover o estreitamento do relacionamento entre clientes e fornecedores.
Só através de um conjunto de políticas concertadas em torno dos princípios estabelecidos os Empreendedores estarão assegurar o seu futuro. Cumpre então ao jovem Empreendedor a difícil missão de representar a força motora:

- Da inovação;
- Do desenvolvimento económico;
- Do emprego;
- Da integração social.

Combater a exclusão, promover a igualdade de oportunidades e fomentar a inclusão social, o desenvolvimento sustentável e a criação de condições que permitam a evolução profissional dos trabalhadores são alguns dos desafios com que os Empreendedores se deparam no exercício da sua função empresarial.

É essencial que os jovens Empreendedores assumam espontaneamente os requisitos estabelecidos ao nível da responsabilidade social. É certo que alguns desses requisitos já estão consagrados na legislação, mas o que realmente se pretende é que através de postura mais responsável possamos ir mais além do cumprimento dos desígnios legais já consagrados.

Para tal, é necessário que os jovens Empreendedores alcancem novos padrões empresariais que:

- Fomentem um maior desenvolvimento social;
- Promovam a protecção ambiental e o respeito pelos direitos fundamentais;
- Sejam pautados por políticas conciliadoras entre os diversos agentes envolvidos e se traduzam em medidas promotoras da qualidade e do desenvolvimento sustentável.

Este tipo de práticas procura impulsionar:

- O aparecimento de novas parcerias;
- Estreitar o relacionamento entre colaboradores ao nível do diálogo social;
- Revitalizar as aptidões profissionais dos colaboradores;
- A igualdade e a coesão económica e social;
- A protecção da saúde e, a um nível mais lato, do ambiente e do respeito pelos direitos fundamentais.

Não podemos continuar a protelar os desígnios da responsabilidade social, nem escudarnos sob premissas de que só as grandes empresas têm a obrigação de promover este tipo de políticas e práticas. É impreterível que os Empreendedores se consciencializem que esta temática é cada vez mais transversal à sociedade, às entidades públicas e privadas e às micro, pequenas e médias empresas.

A União Europeia está cada vez mais focada na responsabilidade social das empresas e no contributo destas para o desenvolvimento de uma economia do conhecimento, do dinamismo e da competitividade, capaz de garantir um crescimento sustentável com mais e melhores empregos e maior coesão social.

Para que possamos redireccionar as economias, é estratégico mobilizar os Empreendedores para a responsabilidade social, sob o epíteto da sustentabilidade. Tal mobilização deve assegurar uma maior protecção dos recursos naturais, ambientais e do património colectivo, bem como uma maior simbiose entre crescimento económico e desenvolvimento social, de modo a dirimir desigualdades e promover maior coesão social. O jovem Empreendedor

deve, pois, encarar a responsabilidade social como uma oportunidade de investimento no futuro.

1.2 COMPETÊNCIAS TRANSVERSAIS E ESPECÍFICAS DOS EMPREENDEDORES

Não existem requisitos obrigatórios para se ser empreendedor mas há certas competências transversais e específicas que podem ser um elemento diferenciador para a posição que este assume no mercado empresarial, entre as quais, destacamos:

Auto-estima: Acredita em si mesmo, sem deixar que ninguém interfira ao ponto de o fazer abdicar dos seus propósitos. Com um nível de motivação elevado, propõe-se cumprir os objectivos traçados.

Entusiasmo: Está constantemente alerta para novos desafios, pois vê na oportunidade a fórmula para despoletar a sua criatividade, com a finalidade de criar novas soluções para o mercado. É o que se chama “open mind”.

Audácia: Sem temor do fracasso, o empreendedor recorre a todos os instrumentos que tem ao seu alcance para viabilizar a sua ideia. Em caso de erro, retira as ilações necessárias, com o discernimento próprio de quem faz uma auto-avaliação no seu cômputo geral. O fracasso faz parte do seu léxico e rapidamente se recompõe e inicia um novo processo.

Sentido de Oportunismo: Com um sentido de “timing” exemplar, o empreendedor age sempre no momento certo, com a certeza de que irá ter sucesso no projecto que se propôs realizar.

Meticulosidade: A sua grande capacidade de trabalho não descarta o mais ínfimo detalhe. Melhora processos em busca da qualidade.

Responsabilidade: Disposto a correr riscos, não o faz de ânimo leve, equaciona alternativas, analisa a rentabilidade do negócio com o intuito de avaliar a sua viabilidade. Imiscuído na sua actividade, o empreendedor cruza informações do que planeou, compara os objectivos que estipulou com o ponto de situação verificado no momento. Desta forma, poderá equacionar ou reformular o projecto e readaptá-lo.

Racionalidade: Tem conhecimento dos riscos inerentes à sua actividade, como tal, planeia e projecta objectivos a longo prazo - bem estruturados, perceptíveis e específicos - e estipula metas a curto prazo - mensuráveis e passíveis de serem alcançadas.

Sentido de Ponderação: Não toma decisões de ânimo leve, consulta os seus colaboradores e assimila as ideias ou sugestões obtidas. Consulta, se necessário, especialistas na área,

pois o empreendedor tem uma rede de contactos alargada. Cabe sempre ao empreendedor a última palavra, uma vez que é mediante a análise da informação recolhida que irá sustentar a sua decisão e partilhá-la com aqueles que com ele colaboram.

Ser Conhecedor: Tendo em conta o desafio a que se propôs, o empreendedor é conhecedor do ramo de actividade que visa desenvolver, através da sua experiência pessoal, profissional, habilitações literárias/científicas, outras experiências empreendedoras, etc.. Possuir algumas competências empresariais é essencial para conduzir o negócio ao sucesso.

Liderança: O empreendedor é um líder nato, impondo de forma natural as suas ideias ou intenções. Tem um grande poder de persuasão e de influência. Gere grupos de trabalho, estimulando a criatividade, o intra-empreendedorismo, incutindo altos níveis de motivação, cultivando o relacionamento interpessoal dentro da empresa, delegando tarefas, envolvendo todos os recursos humanos. Todos são parte integrante do processo de criação.

Espirito Crítico: Capacidade de questionar e de problematizar o contexto e a postura empresarial.

Capacidade de Negociação: Para fazer acordos cooperativos como meio de obter o ajustamento de interesses entre as partes envolvidas.

Capacidade de Preseverança: Capacidade de se manter firme e constante nos seus objectivos, percebendo os seus limites.

Capacidade de Persuasão: Apresentar as suas idéias e/ou argumentos de maneira convincente.

Capacidade de Planeamento: Capacidade para planear, executar e gerir através de processos organizados, sistemáticos e organizados. Deve ser capaz de analisar recursos e condições existentes, para atingir com sucesso os seus objetivos.

1.3 O ACESSO À FUNÇÃO EMPRESARIAL

Antes de iniciar a sua actividade, o jovem empreendedor deve delinear cuidadosamente a sua estratégia, ter noção das suas limitações e certificar-se do cumprimento dos requisitos necessários ao sucesso de um projecto empresarial. Será, assim, fundamental:

- Perceber que a visualização do futuro é o primeiro passo na definição da estratégia empresarial, pois só assim as escolhas do Empreendedor serão consistentes e adequadas aos seus objectivos de vida (pessoais e profissionais);
- Assumir as suas próprias limitações;

- Não desperdiçar a grande vantagem que é partir do zero;
- Reconhecer que o surgimento de uma boa ideia é apenas o início do processo criativo que poderá levar à elaboração de um projecto de negócio;
- No diagnóstico sério das forças e fraquezas do projecto, procurar formas de suprir as carências e de potenciar as vantagens;
- Entender a inovação não como um fim mas como um meio que permita criar valor, satisfazer necessidades reais do mercado e que contribua efectivamente para o sucesso do projecto;
- Na avaliação séria e imparcial do projecto, ponderar se o mesmo é coerente, vendável a terceiros e ainda económica e financeiramente viável;
- Apostar apenas em projectos que permitam gerar valor;
- Escolher sócios ou outros parceiros de negócio com base em critérios estritamente empresariais e clarificar desde o início a cadeia de comando, a autoridade e responsabilidade de todos os envolvidos;
- Manter uma estrutura adequada à realidade da empresa, promovendo um crescimento gradual e sustentado;
- Ter em conta o cliente, identificando os verdadeiros conceitos de qualidade percebida por ele e procurando controlar todas as variáveis que os influenciam;
- Prestar informação verdadeira e rigorosa sobre o projecto a todos aqueles que se propõem investir na futura empresa: financiadores (públicos ou privados); sócios; colaboradores; fornecedores e clientes.

1.4 VALORES FUNDAMENTAIS À ACTIVIDADE EMPREENDEDORA

Para que a actividade empreendedora conduza à prosperidade e sustentabilidade é necessário que o comportamento do Jovem Empreendedor assente em valores fundamentais:

COMPROMISSO EMPRESARIAL

No cumprimento da sua missão - criação de valor - é imperioso que o jovem Empreendedor aporte novas soluções para o mercado, criando novos paradigmas de produção, que contribuam para o rejuvenescimento dos sectores da actividade empresarial, para a inovação e para o redimensionamento da utilização dos recursos que este tem ao seu dispor.

INTEGRIDADE

É essencial que as actividades desenvolvidas pelo Empreendedor sejam lícitas e garantam

a integridade em relação aos colaboradores, clientes, fornecedores, restantes accionistas e comunidade em geral.

RESPEITO PELAS PESSOAS

Um empreendedor que aspire ao sucesso sabe que a sua estratégia deve-se basear na gestão de equipas eficientes e motivadas. A diversidade deve ser valorizada e respeitada, pois é dela que nasce a força, a criatividade, a inovação.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

O jovem Empreendedor deve conduzir a actividade empresarial de forma a tornar a sua empresa co-responsável pelo desenvolvimento social. Os interesses atendidos na estratégia da empresa não se devem resumir aos dos accionistas ou sócios. Pelo contrário, devem estender-se à satisfação das aspirações de colaboradores, clientes, fornecedores e comunidade, sem descurar das questões ambientais.

INDEPENDÊNCIA

Na avaliação e gestão de riscos, acautelando os interesses superiores da empresa, o jovem Empreendedor deve fundamentar sempre as suas decisões com base em apreciações sérias, credíveis e criteriosas. Inflectindo para uma gestão independente e conscienciosa, o jovem gestor deve assim procurar não sobrepor interesses pessoais a interesses profissionais, assim como não se subjugar a factores externos, que nada têm a ver com a actividade empresarial.

PROFISSIONALISMO

Consciente da sua capacidade de se adaptar aos diferentes desafios com que se depara no decurso da sua actividade, o jovem Empreendedor procura soluções assentes nos princípios basilares que regem a actividade empresarial e no escrupuloso cumprimento da lei.

ÉTICA

A ética está presente no relacionamento transparente da empresa com a diversidade de públicos que com ela contactam, na instituição de objectivos empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da actual sociedade, na preservação dos recursos ambientais e culturais, no respeito pela diversidade e na promoção da redução das desigualdades sociais. A gestão ética possibilita assim que as gerações vindouras possam usufruir da riqueza produzida pelas empresas.

1.5 PRINCÍPIOS ÉTICOS DE ACTUAÇÃO

Os princípios éticos que orientam a actuação do Jovem Empreendedor também fundamentam a visão que os outros vão ter da sua empresa. Nesse sentido compete-lhe:

- Definir uma estratégia de igualdade de oportunidades entre os seus colaboradores;
- Reconhecer a importância da comunicação como um factor de motivação e competitividade, equacionando-a simultaneamente a nível interno e externo;
- Preconizar o bom uso das tecnologias da informação e comunicação, alheando-se sempre das questões que em nada dignificam a actividade empresarial em que está inserido;
- Reger a sua actividade com base na reflexão ponderada e sensata, equacionando problemas e soluções, definindo estratégias e modos de actuação;
- Deliberar de maneira criteriosa e justa, de forma a defender os seus interesses e os daqueles que com ele colaboram;
- Não imiscuir valores religiosos, políticos ou étnicos na gestão da sua actividade empresarial, procurando sempre o discernimento necessário para deliberar e justificar determinada tomada de decisão ou posição;
- Ter em conta, durante o processo de elaboração da estratégia da empresa, os interesses da comunidade em que exerce actividade, não numa lógica de substituição aos deveres do Estado, mas numa clara procura do harmonioso desenvolvimento da sociedade;
- Ser solidário na prossecução de políticas sociais, disponibilizando, sempre que possível e na justa medida, recursos extraordinários para o apoio a iniciativas humanitárias, sociais, ambientais ou culturais. Procura, assim, com sentido de exigência, a promoção do bem de todos, preferencialmente dos mais pobres e dos excluídos da vida em sociedade;
- Actuar no escrupuloso cumprimento da lei, não criando meios ou instrumentos artificiais que permitam desviar-se dessas obrigações estritas, designadamente no que diz respeito a matérias de natureza fiscal e laboral e, no geral, ao relacionamento correcto e rigoroso que deve ter com o Estado, a Administração Pública, os trabalhadores, os fornecedores, os clientes e todos aqueles com quem venha a criar qualquer tipo de obrigação contratual ou extra-contratual;
- Privilegiar uma cultura de valorização e respeito pela natureza, nomeadamente renovando os recursos utilizados, evitando o desperdício e a poluição e, tendo em conta as consequências ambientais e sociais da sua actividade, salvaguardando o futuro.

1.6 ÁREAS DE ACTUAÇÃO ÉTICA E RESPONSÁVEL DO JOVEM EMPREENDEDOR

No exercício da responsabilidade social, o jovem Empreendedor empreenderá na sua empresa uma filosofia de actuação sistematizada e concomitante entre a empresa, os públicos e a sociedade em geral. A actividade empresarial deve ser reconhecida como o elemento estruturante no desenvolvimento e na integração social, na deferência pela diversidade cultural, no estímulo da ética e transparência nos negócios e na oferta da excelência nos serviços ou produtos prestados. Estes são alguns dos valores intrínsecos à actividade do jovem Empreendedor e indispensáveis à boa gestão dos negócios.

Cada vez mais recai no jovem Empreendedor a expectativa de que a sua atitude pró-activa e empreendedora o conduzirá a encontrar mecanismos que permitam rectificar os problemas que assolam a sociedade actual. A verdade é que os referidos mecanismos exigem uma estratégia integrada, que contemple todas as partes envolvidas, nomeadamente accionistas, funcionários, consumidores, fornecedores e comunidade em geral.

Neste contexto, evidenciamos que o papel do jovem Empreendedor na sociedade é multifacetado, versando sobre ele responsabilidades no que toca ao desenvolvimento económico, assim como, e cada vez mais, a tarefa de potenciar a melhoria das condições de vida da sociedade, por intermédio de uma transformação social e ambiental.

Eis alguns dos indicadores de como a responsabilidade social incide na necessidade de mudança das práticas empresariais dos jovens Empreendedores e de como a não-aceitação destes propósitos poderá condicionar a actividade empresarial no futuro:

Novas preocupações e expectativas de cidadãos, consumidores, autoridades, accionistas e investidores face às empresas;

Critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento;

Exigências crescentes ao nível da qualidade por parte de consumidores e investidores;

Crescente preocupação relativamente aos danos provocados no meio ambiente pelas empresas;

Transparência nas actividades empresariais.

A responsabilidade social não pretende ser um elemento coactivo na obtenção de lucro. Pelo contrário, pretende que, para além do lucro, as empresas possam contribuir para o cumprimento dos objectivos sociais e ambientais, nomeadamente através de:

- Mecanismos que potenciem a inclusão;
- Estratégias de gestão mais eficazes e eficientes;
- Um melhor posicionamento empresarial na cadeia de valor;

- Qualidade e inovação.

Uma actuação mais responsável por parte dos jovens Empreendedores deve ser encarada como um investimento que irá possibilitar uma abordagem inclusiva na vertente financeira, comercial e social, em harmonia com uma estratégia de médio/longo prazo, capaz de reduzir os riscos decorrentes de factores não previstos. A responsabilidade social deve, então, ser encarada como um instrumento que permite melhorar a gestão, o relacionamento com o mercado e o posicionamento na cadeia de valor.

Um comportamento ético e responsável não pode ser um acto inócuo, deve transferir e aplicar um conjunto de valores verdadeiros e a apetência das empresas, enquanto agentes sociais, para a aposta na melhoria contínua dos seus princípios de actuação, respeito e relacionamento com a sociedade. As empresas devem ser o espelho de todos os agentes que a constituem. Não basta transmitir para a sociedade uma imagem de integridade, profissionalismo e respeito, se os elementos que constituem a estrutura da empresa não tiverem uma postura condizente e reflectirem problemas sociais.

É neste contexto que se reveste de vital importância que as empresas possam idealizar planos de intervenção e desenvolvimento social, com o intuito de activar uma nova cultura e contribuir para a melhoria dos actuais padrões sociais.

Exemplo do contributo que as empresas podem dar para a mudança de atitudes é a incorporação de processos que permitam seleccionar criteriosamente os parceiros com os quais se relacionam. Sempre que o jovem Empreendedor identifique empresas cujo modelo de actuação não se adequa com os seus padrões empresariais éticos e responsáveis, deve adoptar uma actuação pedagógica e de exercício da sua própria influência, sensibilizando para a alteração de condutas e mentalidades, de maneira a que outras empresas sejam coagidas a reger-se por princípios mais justos. Poderá assim impelir-se um efeito catalisador, que possa abranger um número crescente de empresas.

Importa, então, ressaltar que as empresas enquanto instituições devem preconizar o desenvolvimento humano e profissional dos seus colaboradores. Se o jovem Empreendedor não estimula este tipo de práticas, está a falhar numa das suas principais atribuições enquanto Empreendedor, o auto-aperfeiçoamento, negligenciando também o orgulho do trabalho bem feito e o valor do serviço prestado à sociedade para que esta se torne mais sustentada e sólida.

NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS

A valorização do capital humano deve ser enquadrada numa política clara de valorização profissional, envolvendo preocupações com a saúde, a segurança e as questões relativas à gestão de processos de mudança. De resto, a contratação de recursos humanos com altos

índices de qualificação é sem dúvida uma mais-valia para os Empreendedores, que lhe permitirá obter um maior dinamismo e performance empresarial.

Apostar na formação, responsabilização, melhoria dos canais de comunicação internos da empresa, consonância entre o trabalho, a família e os tempos livres, maior diversidade de recursos humanos, igualdade de oportunidades e remuneração entre homens e mulheres e segurança nos postos de trabalho são alguns dos desafios que o jovem Empreendedor enfrenta. Neste contexto, é ainda fundamental que as empresas instituem políticas de contratação responsáveis, não discriminatórias, contemplando trabalhadores que se encontram no desemprego, minorias, mulheres, pessoas portadoras de deficiência, etc.. Estes são indicadores de como os Empreendedores podem contribuir para o combate ao desemprego e à exclusão social.

Na vertente da qualificação e requalificação profissional, os Empreendedores podem e devem desempenhar um papel diferenciador, nomeadamente através:

- Do recurso a parcerias para a execução de programas formativos para os funcionários;
- Do contributo para a operacionalização de programas formativos direccionados para as reais necessidades do tecido empresarial;
- De programas de estágios.

Outro dos imperativos que se impõe para uma actuação ética e responsável é a procura de formas inovadoras de promoção da saúde e da segurança no trabalho. Neste campo, não poderão ser esquecidas novas políticas de contratação de serviços e de compra de produtos a outras empresas.

Estas atitudes devem ser encaradas como complementares à legislação vigente, numa tentativa da classe empresarial examinar, preservar e segmentar a qualidade dos serviços/ produtos oferecidos, assim como exercer pressão para que fornecedores tenham uma conduta semelhante.

NO DOMÍNIO DA GESTÃO DA MUDANÇA

Em momentos de agitação empresarial, os cenários de mudança são uma constante, conduzindo, por vezes, a períodos de forte tensão e conturbação social, aos quais o jovem Empreendedor deverá dar especial atenção e relevância.

Recorde-se que reestruturações, aquisições e fusões são inevitavelmente conotadas como processos de mudança. Processos esses que nem sempre conduzem à concretização dos objectivos traçados, que passam, na maior parte dos casos, pela redução de custos, pelo aumento de produtividade e pela melhoria dos produtos e/ou serviços prestados.

A não consecução dos objectivos inicialmente previstos tem como principal causa o clima que se instaura junto dos trabalhadores. Um ambiente repleto de incertezas e indecisões,

que em muito casos produz um efeito nefasto nas empresas, levando à diminuição da motivação, do espírito de pertença, da criatividade e da produtividade.

Numa economia global e em constante mutação, o jovem Empreendedor deve encarar a mudança como algo estratégico, que permitirá a curto prazo criar condições de melhoria e expansão empresarial. Para tal, deve preparar antecipadamente o processo de mudança, com espírito crítico e responsabilidade social, arbitrando um processo que se deverá pautar pelo equilíbrio de interesses entre todas as partes envolvidas. A maneira como se gere um processo é quase tão importante quanto os objectivos que fundamentaram e despoletaram a tomada de decisão.

Neste sentido, o jovem Empreendedor deverá criar as condições necessárias de preparação, envolvendo todas as partes interessadas, calculando riscos, prevendo custos e elaborando estratégias alternativas de preservação dos interesses da empresa e do emprego. A salvaguarda do emprego deverá ser sempre um dos objectivos implícitos e intangíveis num processo de mudança, uma vez que a protecção dos direitos dos funcionários é um propósito que deve estar sempre presente numa empresa socialmente responsável.

Quando a preservação do posto de trabalho não é possível, a empresa deverá envolver-se na reinserção dos trabalhadores na vida activa. Uma participação mais activa neste domínio é estruturante e um relacionamento próximo com parceiros locais de promoção de emprego ou inclusão social poderá diluir os efeitos nefastos do desemprego.

NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO AMBIENTAL

Para além da componente social e humana, um empreendedor empenhado numa actuação estrita no cumprimento das suas responsabilidades enquanto Empreendedor não pode descurar da questão ambiental.

Uma exploração menos intensiva dos recursos naturais não implica que as empresas tenham de abdicar ou diminuir os seus índices de produção ou de lucro. O que se impõe é o aparecimento de novos paradigmas de produção e de actuação empresarial, que incluam:

Diminuição do consumo de energia;

Redução das emissões de carbono e resíduos industriais;

Estipulação de metas para a redução da emissão de poluentes e resíduos industriais;

Elaboração de estratégias coerentes com a finalidade de minimizar riscos;

Detecção de oportunidades emergentes;

Cooperação com os governos, organizações governamentais e sociedade civil com o intuito de elaborar políticas e medidas integradas, que permitam às empresas criar objectivos plausíveis e contribuam verdadeiramente para a criação de uma economia com um baixo

nível de emissões de carbono;

Colaboração com outras empresas no estabelecimento de regras e na adopção de iniciativas conjuntas que permitam atenuar as mudanças climáticas e os riscos que daí possam advir.

Existem estudos que identificam a diminuição na exploração intensiva dos recursos naturais com implicações directas nas empresas, nomeadamente no aumento dos lucros, assim como no aumento significativo da competitividade. Trata-se de uma relação “win win”, com vantagens claras para as empresas e para o ambiente.

Uma atitude ambiciosa neste domínio por parte dos jovens Empreendedores é de vital importância. Não deve contudo esquecer-se o necessário envolvimento e apoio das autoridades responsáveis e dos governos para a identificação de oportunidades de investimentos que contribuam para a protecção do ambiente.

O desenvolvimento de um sistema padronizado de recompensas que valorize e certifique a eficiência ambiental das empresas poderá servir de estímulo para que mais empresas e Empreendedores se consciencializem e se comprometam numa actuação responsável e de melhoria contínua em termos ambientais. Uma gestão rigorosa e criteriosa dos recursos ambientais poderá perspectivar o surgimento de novas oportunidades e desafios empresariais para os quais o jovem Empreendedor tem de estar preparado.

“Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”

NO DOMÍNIO DA VALORIZAÇÃO E PROTECÇÃO DOS INTERESSES DA COMUNIDADE

O campo de actuação dos Empreendedores não se circunscreve à esfera da sua própria empresa, pois as empresas relacionam-se com o meio envolvente, parceiros comerciais, fornecedores, clientes, autoridades públicas e organizações não governamentais, que exercem as suas actividades junto da comunidade local.

Neste contexto, é preciso que o jovem Empreendedor tenha em consideração um aspecto importante: a boa integração da empresa na comunidade local. Tal integração deverá passar pelo desenvolvimento de boas práticas de cooperação empresarial, visando promover dinâmicas locais e regionais de desenvolvimento económico e social e de estímulo a novas iniciativas económicas.

As empresas representam a força motriz das comunidades e os Empreendedores são os

principais instigadores da criação de emprego e de riqueza a nível local, contribuindo assim para a coesão social. Mas este não é um processo unidireccional. Também as empresas dependem das comunidades, que lhes oferecem sustentabilidade, estabilidade e prosperidade. Além disso, é na comunidade local que em muitos casos os Empreendedores encontram os seus colaboradores, assim como um número significativo de clientes.

Uma boa integração no meio em que a empresa está sediada irá proporcionar ao jovem Empreendedor uma reputação sólida, não só enquanto empregador, mas também enquanto dinamizador local e fornecedor de produtos de qualidade. Estes factores poderão ainda influenciar positivamente a competitividade da actividade empresarial.

Importa realçar, que neste contexto de relacionamento profícuo, poderão ser imputadas ao jovem Empreendedor responsabilidades inerentes à sua actividade. Poluição, ruído, emissões aéreas, contaminação de solos e águas e problemas ambientais relativos ao transporte e eliminação de resíduos poderão ser assacados ao Empreendedor, criando uma relação conflituosa com a comunidade local e, por conseguinte, contribuindo para uma imagem negativa da empresa. Para minimizar o impacto das empresas nas comunidades locais, o jovem Empreendedor deve, no comprometimento da sua actividade profissional, criar um plano de integração nessas mesmas comunidades.

2. COMPORTAMENTO ÉTICO NAS EMPRESAS

Os códigos de conduta reflectem a crescente preocupação que a sociedade em geral tem vindo a manifestar em relação a questões ambientais e sociais e ao impacto que as empresas têm nesta matéria. Podemos considerar estes códigos indutores da mudança de atitude nas empresas, bem como instrumentos inovadores e estratégicos para a promoção dos direitos humanos, laborais e ambientais.

Assim sendo, os jovens Empreendedores devem assegurar o cumprimento, aplicação e fiscalização dos códigos de conduta, com o objectivo de manter a credibilidade e eficácia destes instrumentos de promoção da responsabilidade social das empresas.

A instrumentalização destes códigos pretende legitimar a adopção de práticas de boa conduta empresarial, dimensionando os direitos e deveres através da harmonização de critérios orientadores, que permitam uniformizar a actuação da empresa perante a sociedade, fornecedores e entidades com as quais mantém algum tipo de relacionamento. Pretende-se ainda definir regras impeditivas de comportamentos impróprios, absolutistas e oportunistas por parte de colaboradores ou chefias da empresa.

Assegurando uma actuação ética, estes códigos de conduta permitem também que as empresas consigam almejar uma reputação sólida e de confiança perante a sociedade em geral, impedindo comportamentos que denigram o bom-nome e imagem da empresa. É importante que os jovens Empreendedores promovam políticas de mudança no actual paradigma empresarial, que não se confinem somente a critérios de avaliação fechados e pouco participativos. Uma abordagem mais participativa e que considere todos os agentes da empresa (accionistas, colaboradores, fornecedores, comunidade e meio ambiente) permitirá implementar sistemas de avaliação e desempenho muito mais acutilantes e realistas.

É necessário, então, que os jovens Empreendedores partam para um novo paradigma empresarial, promotor do desenvolvimento pessoal de todos os agentes, e que proporcionem serviços correspondentes à comunidade através da responsabilidade social e ambiental das empresas. Esta mudança de mentalidade passa essencialmente por uma mudança de postura empresarial. Valores estritamente economicistas e materiais dão lugar uma postura que referencia a sua actuação através de métricas mais equilibradas, com maiores preocupações em gerar e preservar do que em consumir e onde os métodos produtivos e condições de trabalho têm maior relevância e peso enquanto indicadores de avaliação e desempenho empresarial.

A economia do consumo dará lugar a uma economia mais criteriosa e mais centrada na sua capacidade de produzir e preservar do que em consumir desregradamente os

recursos existentes, viabilizando o crescimento global a longo prazo. Será a ascensão de empresas cada vez mais centradas na abolição de procedimentos protetadores de práticas gananciosas que promovam o sucesso a qualquer custo, corrompendo normas e valores sociais, encarando os colaboradores como meros instrumentos de produção, impulsionando a precariedade do trabalho e o desrespeito pelas questões ambientais e sociais.

Revemos no compromisso empresarial ético a visão mais aberta a diferentes culturas e valores, demonstrada pelas novas gerações de líderes empresariais. Numa economia de futuro, espera-se que os jovens Empreendedores promovam:

- Maior número de actividades de desenvolvimento comunitário;
- A melhoria da qualidade de vida dos seus funcionários;
- Maior rigor na apresentação de resultados, focando-se nas questões de preservação dos valores ambientais e sociais;
- O desenvolvimento de um novo rumo para a actividade empresarial, concordante com os princípios éticos definidos.

2.1 NA VALORIZAÇÃO DO CAPITAL HUMANO

A actuação do Jovem Empreendedor deve reflectir um forte comprometimento com a Valorização do Capital Humano, pautando-se por:

- Estimular e incentivar os colaboradores da empresa, para que estes mantenham um elevado padrão de dedicação, afinco e qualidade no local trabalho;
- Promover uma política interna, que permita o surgimento de novas oportunidades de desenvolvimento profissional e de novas competências pessoais;
- Definir critérios justos, que potenciem a igualdade de oportunidades ao nível de promoções internas, política salarial e outras regalias sociais vigentes na empresa;
- Instituir uma política de proximidade entre colaboradores e chefias;
- Ajudar na criação de uma cultura dentro da organização que contribua para a integração de todos;
- Preocupar-se com a saúde, a segurança e o bem-estar geral de trabalhadores e consumidores;
- Motivar os seus trabalhadores, proporcionando-lhes formação e oportunidades de desenvolvimento, criando um ambiente de aprendizagem contínua;
- Elogiar o trabalho dos colaboradores;
- Estimular mecanismos que permitam que todas as partes envolvidas na empresa tenham a possibilidade de criticar ou sugerir concepções que fomentem o melhor funcionamento da mesma;

- Delegar, criando autonomia, confiança e responsabilidade;
- Promover a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres;
- Estabelecer uma política de remunerações equitativa;
- Participar activamente na resolução de problemas;
- Fomentar a abertura ao diálogo;
- Premiar a iniciativa, a criatividade e a inovação.

2.2 NA COMUNICAÇÃO

No que se refere à Comunicação, o Jovem Empreendedor que pretende estabelecer uma relação de confiança e transparência com todos que com ele colaboram, deve:

- Utilizar a comunicação como instrumento de partilha e fortalecimento das relações profissionais com os diferentes públicos;
- Utilizar os meios de comunicação e informação como utensílios que permitem criar ou manter uma imagem credível e sólida da empresa;
- Comprometer-se a comunicar com o exterior, mantendo-se fiel às normas de imagem e de representação institucional definidas pela empresa;
- Comunicar assertivamente e com rigor, respeitando a heterogeneidade dos públicos,
- Comunicar sempre a verdade;
- Saber escutar e comunicar as ideias;
- Utilizar mecanismos eficazes na veiculação da comunicação;
- Manter os colaboradores informados sobre as actividades, produtos, serviços e orientações estratégicas que a empresa esteja a realizar;
- Contribuir, em tempo útil, com informação para os meios de comunicação internos e externos à empresa;
- Comprometer-se a disponibilizar toda a informação útil à empresa e aos colaboradores.

2.3 NA QUALIDADE

No âmbito da Qualidade estabelece-se que o Jovem Empreendedor deve:

- Comprometer-se com a política de qualidade e respectivos objectivos;
- Empenhar-se na melhoria contínua do sistema de qualidade;
- Comprometer-se na definição, cumprimento e actualização dos procedimentos existentes na organização;
- Empenhar-se na melhoria do seu trabalho, do trabalho da equipa e do trabalho da empresa em geral.

2.4 NO RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES E CLIENTES

O comportamento Ético do Jovem Empreendedor deve basear-se em valores sólidos de respeito pelos interesses dos seus fornecedores:

- Cumprir as premissas definidas contratualmente;
- Sensibilizar todos aqueles que mantêm um relacionamento profissional com a empresa, no sentido de assegurar que todos pautem a sua actuação de acordo com os princípios éticos definidos pelo jovem Empreendedor, nomeadamente no que concerne ao princípio de confidencialidade, respeito mútuo e cumprimento do contratualizado;
- Honrar integralmente os seus compromissos com os fornecedores e outros prestadores de serviços;
- Realizar uma selecção criteriosa de seus fornecedores tendo por base a qualidade dos produtos ou serviços sugeridos, as condições comerciais estabelecidas, assim como os princípios éticos que regem o modo de actuação da empresa visada;
- Tratar sempre com profissionalismo, confiança e transparência clientes e fornecedores;
- Mostrar sempre disponibilidade para arranjar soluções integradas, que reforcem e legitimem os laços comerciais estabelecidos;
- Disponibilizar sempre serviços/produtos que agreguem valor;
- Tratar os clientes, os parceiros comerciais e os concorrentes com equidade e honestidade.

3. COMPORTAMENTO ÉTICO EMPRESARIAL DOS COLABORADORES DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

3.1 NUMA ACTUAÇÃO CONDIZENTE

Os colaboradores devem:

- Fazer uma utilização criteriosa dos bens que lhe são facultados e evitar o desperdício. Além disso, devem inibir-se de utilizar, directa ou indirectamente, quaisquer bens de empresas do grupo em proveito pessoal ou de terceiros;
- Actuar sempre com educação no trabalho e no relacionamento com os outros;
- Prestar aos restantes colaboradores a informação, o conhecimento e a formação que estes necessitarem;
- Trabalhar com lealdade e respeito, visando o apoio à preservação de uma organização livre;
- Ser responsável perante as chefias, os órgãos sociais e o exterior;
- Adoptar sempre atitudes, reacções e respostas ponderadas;
- Nunca colocar o bom-nome e a imagem da empresa ou de outros funcionários em causa;
- Transmitir sempre valores e regras de conduta aos novos colaboradores da empresa;
- Aceitar que, por vezes, a diplomacia é o melhor caminho para se atingirem os objectivos;
- Respeitar o espaço e a individualidade de cada um;
- Manter sempre uma imagem coerente com as funções desempenhadas, tanto no local de trabalho, como em representação da empresa;
- Não tomar decisões ou compromissos que coloquem o bom-nome da empresa em causa.

3.2 PERANTE O DESAFIO

- Agir com criatividade e atitude empreendedora;
- Ter visão, empreender projectos novos e persistir no alcance dos objectivos;
- Ser pró-activo, procurando antecipar o futuro;
- Ser humilde para aprender com os mais conhecedores, desenvolvendo o orgulho próprio e a auto-confiança;
- Não ter medo de errar e utilizar o erro como forma de aprendizagem;
- Partilhar ideias;
- Investir na competitividade e na rapidez de execução;

- Aproveitar as oportunidades que surgem;
- Assumir riscos com responsabilidade e ponderação;
- Aproveitar as necessidades emergentes dentro do contexto de mudança.

3.3 NO CUMPRIMENTO DOS COMPROMISSOS

- Assumir os compromissos com profissionalismo e de uma maneira objectiva e concisa;
- Empenhar-se na concretização dos objectivos das empresas, construindo planos de acção e sabendo mudar e adaptar os planos estabelecidos, de forma a enfrentar novas situações;
- Partilhar os sucessos e os insucessos com a equipa;
- Estabelecer objectivos individuais que sejam direccionados para os objectivos da empresa;
- Aceitar os objectivos ambiciosos e inovadores como um desafio que permite a melhoria do desempenho e o crescimento profissional;
- Valorizar os bons resultados e analisar as causas de desvios relativamente aos resultados estipulados.

3.4 NA PARTILHA DAS DIFICULDADES E ESFORÇOS NA PARTILHA DAS DIFICULDADES E ESFORÇOS

- Criar um ambiente aberto e dinâmico;
- Procurar sempre a harmonia na cooperação com as restantes colaboradores da empresa;
- Contribuir para um bom ambiente de trabalho, com humor e positivismo no encarar das situações;
- Não estimular o rumor e o boato, colaborando na diluição dos mesmos.

3.5 NO TRABALHO EM EQUIPA

- Potenciar a criação de novas oportunidades;
- Trabalhar em equipa nunca deve ser um problema, mas sim uma oportunidade;
- Gastar tempo a ensinar, ajudar e apoiar os outros;
- Contribuir para a coesão e alcance dos objectivos comuns da empresa;
- Favorecer a integração das pessoas e o envolvimento das mesmas na resolução dos problemas.

4. RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS JOVENS EMPREENDEDORES

O conceito de cidadania empresarial pode ser definido como o contributo que as empresas dão à sociedade através da sua actividade profissional ou através de investimentos sociais, programas de mecenato ou ainda do seu compromisso com as políticas públicas.

Neste ideário profuso de contextualização das empresas no universo da responsabilidade social, consideramos também como objecto de boas práticas e de cidadania empresarial a forma como as empresas gerem o relacionamento com outras empresas, como se relacionam socialmente ou ambientalmente e como se comprometem com os seus parceiros, accionistas, patrões, clientes, parceiros de negócio, governos e comunidades.

A cidadania empresarial preconiza o conceito de coesão social e preocupa-se com a qualidade de vida dos trabalhadores, a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres / grupos sociais, práticas que fomentem o crescimento económico e social sustentado, bem como com a preservação dos recursos naturais e ambientais e ainda do património existente.

Assim sendo, é importante que as empresas procurem também elas promover acções que permitam mobilizar a sociedade em geral para uma participação mais activa nestes domínios. Não faz sentido escudarmo-nos sob o pretexto da competitividade e do crescimento económico, ratificando práticas abusivas e lesivas, que impregnam a sociedade com um mau estar crescente, potenciam a exclusão social e permitem acentuar as discrepâncias, nomeadamente entre empregados e desempregados, ricos e pobres, zonas desenvolvidas e zonas subdesenvolvidas.

É necessário que as empresas redefinam o seu modelo de actuação, adoptando práticas empresariais mais inclusivas e condizentes com os reais anseios das sociedades e com a preservação urgente dos recursos naturais e ambientais. Neste processo de redefinição da conduta empresarial, é analogamente relevante que, como estratégia de afirmação social e económica, as empresas instaurem processos sustentáveis e de impulsionamento local, através da criação de emprego e do aproveitamento das sinergias locais (cidade ou região).

4.1 ABERTURA DAS EMPRESAS À COMUNIDADE

Um relacionamento estreito entre empresas e comunidades não se pode reger somente pelo exercício da responsabilidade social. É importante que as empresas tomem consciência da importância que as comunidades têm junto delas. Um maior envolvimento com a comunidade é estratégico para o sucesso da actividade empresarial. Trata-se, então, de um relacionamento recíproco, em que ambas as partes visam retirar sinergias que lhes permitam uma coabitação profícua.

Conflitos entre empresas e comunidades têm em alguns casos a sua génese na ausência de comunicação entre as partes. Com intuito de diminuir cenários de conflitos, é importante que os Empreendedores estabeleçam canais de comunicação, mecanismos ou estratégias que permitam aproximar as empresas da comunidade.

Estes mecanismos de cooperação podem passar por iniciativas estruturantes para a comunidade local, como:

- Integração de pessoas num contexto de trabalho;
- Integração de pessoas num contexto de trabalho em regime de tempo parcial;
- Formação de competências profissionais a pessoas externas à empresa;
- Formação e reintegração profissional de desempregados de longa duração;
- Implementação de uma política de estágios profissionais;
- Contratação de pessoas pertencentes a grupos de risco.

Não menos valorizadas e igualmente importantes ao nível da cooperação empresarial com as comunidades são actividades de índole variada como:

- Cedência de instalações para a realização de iniciativas da comunidade;
- Cedência de recursos humanos e técnicos para a realização de actividades;
- Organização e participação em iniciativas promovidas por entidades locais de desenvolvimento e dinamização social, através da cedência de instalações, material técnico e profissionais com o intuito de suprir as lacunas ou necessidades que essas entidades possam apresentar;
- Desenvolver planos de formação específicos de valorização local;
- Estimular programas de impulsionamento do empreendedorismo local, incentivando o aparecimento de novas iniciativas empresariais;
- Estabelecer parcerias com entidades de promoção e desenvolvimento local, orientando e integrando os instrumentos oriundos das políticas públicas na consolidação desses instrumentos a nível local;
- Patrocinar eventos culturais, sociais, desportivos ou de requalificação de espaços urbanos ou edifícios;
- Promover programas de bolsas de educação para jovens cujas famílias não possam

providenciar um percurso académico;

- Promover bolsas de estágios para jovens;
- Promover protocolos de cooperação com estabelecimentos de ensino da zona;
- Criar programas de apoio aos estabelecimentos de ensino locais, sendo que esse apoio se poderá efectivar através da cedência de equipamentos, bens e serviços.

Estas redes de cooperação entre empresas e entidades de desenvolvimento local devem ter uma cadência catalisadora, para que outras empresas se envolvam nestes programas de cooperação, em que a responsabilidade social vai ganhando força, identificando problemas e estudando soluções. Tudo isto num “mix” integrado de empresas e entidades de promoção e desenvolvimento social, empenhadas na valorização social e económica das comunidades. Para as empresas, estes são sinais inequívocos de perenidade e maturidade, constituindo capital essencial à sua notoriedade.

4.2 VOLUNTARIADO

O voluntariado empresarial consiste na disponibilização gratuita, por iniciativa do empregador ou com o apoio deste, do tempo e do saber dos seus colaboradores.

O voluntariado deve ser encarado como mais um aspecto importante do exercício da responsabilidade social das empresas.

Neste exercício de cidadania, é solicitado ao jovem Empreendedor que promova um ambiente propício ao envolvimento directo dos seus colaboradores em actividades de voluntariado, concedendo-lhes a possibilidade de escolha das áreas de actuação e da própria metodologia a adoptar. Caso esta premissa não seja respeitada, tais actividades poderão conotar-se como mais uma obrigação profissional da empresa, podendo diluir-se o significado do voluntariado e perder-se a sua essência.

É importante ressaltar que o voluntariado é uma via para que os colaboradores possam desenvolver e aplicar as suas capacidades profissionais em prol de terceiros. Do ponto de vista empresarial, o voluntariado não só ajuda as empresas a modelar a sua imagem como empresa cidadã junto dos consumidores e sociedade em geral, como promove maior coesão e sentimento de pertença dos colaboradores em relação à empresa, assim como aumenta o grau de satisfação dos colaboradores face ao trabalho que desempenham.

Neste contexto, é necessário que os jovens Empreendedores estabeleçam os parâmetros que irão reger os critérios internos balizadores do programa de voluntariado. Acções mais estruturadas e complexas exigirão maior disponibilidade de recursos técnicos e humanos. Mas, por outro lado, empresas de menor dimensão conseguem agilizar mais rapidamente todas as questões relativas aos programas de voluntariado, desde tomadas de decisões à gestão dos recursos humanos e de meios afectos ao programa.

É fundamental que os valores intrínsecos da empresa se alinhem com os valores que o programa de voluntariado preconiza e incute. De resto, para que este tipo de iniciativas tenha o impacto desejado e produza os efeitos projectados, é necessário que exista o envolvimento de todos os elementos que compõem a empresa.

Damos como exemplo o GRACE - Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial conjuntamente com o Instituto ETHOS identificam, no guia “Como Implementar Projectos de Voluntariado”, nove passos fundamentais para boa a implementação de programas de voluntariado nas empresas, os quais passamos a enumerar:

Passo 01 - Promover uma reflexão sobre a cultura da empresa

Promover discussões sobre a missão, a visão, os valores, as prioridades institucionais e as acções de responsabilidade social da empresa.

Definir os objectivos da empresa ao decidir elaborar um programa de voluntariado.

Passo 02 - Formação de uma equipa de trabalho

Incentive a formação de uma equipa de trabalho composta por colaboradores.

Facilite os encontros dessa equipa.

Trabalhe na criação de um plano de acção.

Passo 03 - Definições ao longo do processo

Comece a pensar na operacionalização do programa.

Defina quais os recursos necessários ao desenvolvimento do programa.

Passo 04 - Formas de contribuição dos colaboradores

Conheça a experiência e as potencialidades dos seus colaboradores no campo do voluntariado.

Passo 05 - Identificação das necessidades da comunidade ou de uma instituição

Seleccionar a comunidade ou a instituição onde se vai actuar.

Avaliar as necessidades reais dessa comunidade ou instituição.

Passo 06 - Transformação de ideias em propostas

Estabeleça o programa de voluntariado a implementar na empresa.

Passo 07- O programa de voluntariado na prática

Designe o gestor do programa.

Faça o programa funcionar.

Passo 08 - Valorização, Reconhecimento e Comunicação como factores-chave para o sucesso

Destaque formas de actuação exemplares.

Dê à comunicação a importância devida.

Passo 09 - Vantagens de trabalhar em parceria

Estabeleça contacto com outras organizações.

Partilhe experiências e conhecimentos.

Contribua para o desenvolvimento do voluntariado empresarial em Portugal.

4.3 APOIOS E MECENATO

O mecenato é uma forma de investimento, uma manifestação concreta da responsabilidade social das empresas. Enquanto intervenção cívica, o mecenato pode encarar-se sob vários primas distintos, que passamos a apresentar.

Mecenato Cultural

O investimento na cultura por parte dos jovens Empreendedores contribui significativamente para o reforço da identidade nacional e dos interesses nacionais, através da recuperação e valorização do património histórico-cultural do País, envolvendo artes e letras, património erigido e a própria língua.

Este tipo de intervenção cívica não pode ser encarado como sendo somente uma responsabilidade dos governos, mas sim como um bem comum e transversal a toda a sociedade, que depende em parte de acções beneméritas. Acções essas que permitem a preservação do espólio representativo da identidade do país e de uma cultura ímpar. Neste âmbito, sempre que o jovem Empreendedor investir na cultura, estará a contribuir para que este legado continue a passar de geração em geração.

Mecenato Social

O mecenato social é outro instrumento através do qual as empresas podem exercer a sua actividade cívica e de responsabilidade social, desenvolvendo actividades, estabelecendo parcerias ou instituindo donativos pecuniários a entidades que trabalham em benefício das causas sociais.

São inúmeros os contributos que as empresas podem dar neste domínio, como por exemplo:

- “Promover iniciativas dirigidas à criação de oportunidades de trabalho e de reinserção social de pessoas, famílias ou grupos em situações de exclusão ou risco de exclusão social, designadamente no âmbito do rendimento mínimo garantido, de programas de luta contra a pobreza ou de programas e medidas adoptadas no contexto do mercado social de emprego;
- Apoio a tratamento de toxicod dependentes ou de doentes com sida, com cancro ou diabetes;
- Apoio à infância;

- Apoio à terceira idade¹⁵.

Mecenato Ambiental

O Mecenato Ambiental prende-se com todo um conjunto de apoios que as empresas podem conceder a organizações não governamentais ambientais, no sentido de financiar projectos de interesse público.

Mecenato Científico

O Mecenato Científico diz respeito a todo o contributo que as empresas possam dar com o fim último de potenciar e dinamizar a investigação, através de apoios em dinheiro ou em espécie, que permitam a promoção e o incremento da investigação científica, fundamental numa sociedade do conhecimento.

Mecenato ao Estado

O Mecenato ao Estado inclui o apoio das empresas:

- Ao Estado, Regiões Autónomas, autarquias locais e qualquer um dos seus serviços, estabelecimentos e organismos, ainda que personalizados;
- Às associações de municípios e de freguesias;
- Às fundações em que o Estado, as Regiões Autónomas ou as autarquias locais participem no património inicial;
- Às fundações de iniciativa exclusivamente privada, que prossigam fins de natureza predominantemente cultural e cujos estatutos prevejam que, em caso de extinção, os respectivos bens revertam para o Estado ou sejam cedidos a entidades abrangidas pelo artº 9º do CIRC.

Mecenato Desportivo

O Mecenato Desportivo é o contributo que as empresas podem dar a entidades, privadas ou públicas, que desenvolvem a sua actividade no quadro de sistema desportivo.

(15) In Humanitarius Internacional – Saúde, Educação e Apoio ao Desenvolvimento (Rede internacional de projectos para cooperação)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9DAR3Gq7zQMJ:saude-alerta.blogspot.com/2010/09/mecenato-social-um-instrumento-legal.html+Promover+iniciativas+dirigidas+%C3%A0+cria%C3%A7%C3%A3o+de+oportunidades+de+trabalho+e+de+reinsere%C3%A7%C3%A3o+social+de+peessoas,+fam%C3%ADlias+ou+grupos+em+situa%C3%A7%C3%B5es+de+exclus%C3%A3o+ou+risco+de+exclus%C3%A3o+social,+designadamente+no+%C3%A2+mbito+do+rendimento+m%C3%ADnimo+garantido,+de+programas+de+luta+contra+a+po breza+ou+de+programas+e+medidas+adoptadas+no+contexto+do+mercado+social+de+emprego&cd=2&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&source=www.google.pt>

4.4 FORMAÇÃO INDIVIDUAL E COLECTIVA: CULTURA DE EMPRESAS

A formação pode ser definida como “o conjunto de experiências de aprendizagem planeadas por uma organização, com o objectivo de induzir uma mudança nas capacidades, conhecimentos, atitudes e comportamentos dos empregados no trabalho”¹⁶.

Nesta definição, é evidenciado o papel da formação como um importante instrumento de gestão, fortemente direccionado para o alcance das metas organizacionais, através da transmissão de estratégias e modos operatórios, com vista a melhorar o desempenho na função.

Podemos ainda acrescentar que a formação é o processo formal ou informal, planeado de uma forma mais ou menos sistemática, através do qual as pessoas podem adquirir novos conhecimentos e melhorar atitudes e comportamentos cruciais ao desenvolvimento da sua actividade profissional.

A formação deve ser encarada como um elemento central na capacidade de aprendizagem contínua, tanto do ponto de vista das pessoas, como da organização. Neste sentido, podemos reforçar o papel da formação como um meio permanente de ajustamento da empresa à envolvente externa. O desenvolvimento de actividades formativas é também importante para que os recursos humanos se mantenham alinhados com a estratégia da organização, permitindo desta forma uma resposta efectiva em termos de cumprimento dos objectivos organizacionais.

As possíveis áreas de intervenção da formação nas empresas são variadas e dependem dos resultados que se pretende atingir. De uma forma sucinta, é possível enumerar o impacto produzido por actividades formativas de três áreas do saber:

Saber saber - permite adquirir e melhorar conhecimentos gerais e específicos, necessários ao exercício da função, bem como capacidades cognitivas (conhecimento, memória, compreensão, análise/avaliação).

Saber fazer - permite adquirir e melhorar capacidades motoras e outras capacidades e competências necessárias à realização do trabalho. Ou seja, faculta instrumentos, métodos e técnicas essenciais ao bom desempenho.

Saber ser e estar - permite adquirir e melhorar atitudes, comportamentos e modos de estar adequados à função e às necessidades da organização (boas competências de comunicação interpessoal, empenhamento na organização e capacidade de relacionamento com os cliente e demais públicos que contactam com a organização).

(16) Cabrera (2006, p.168)

Neste sentido, podemos concluir que a formação possibilita aprender a saber, a fazer e a ser, bem como aprender a aprender. As empresas que valorizam a aprendizagem contínua de todos os seus elementos - concretizada na máxima “aprender a aprender” - apresentam mais vantagens competitivas do que as organizações que não valorizam este aspecto. Vantagens essas que se traduzem na maior capacidade de enfrentar as contingências da actual realidade organizacional, onde a mudança é uma constante, mas também numa melhor aptidão para aproveitar novas oportunidades e enfrentar desafios futuros.

A Importância da Formação para os indivíduos, para as organizações e para a economia.

“A formação é um dos métodos mais eficazes de melhorar a produtividade dos indivíduos e de comunicar os objectivos organizacionais aos novos colaboradores”¹⁷.

A mudança é constante e permanente para os indivíduos que entram no mercado de trabalho, bem como para os indivíduos que já se encontram nele inseridos. Aprender deixou de ser uma opção e tornou-se uma condição de sobrevivência e desenvolvimento para os colaboradores das empresas. Trata-se, pois, da única via possível para o desenvolvimento contínuo e da melhor estratégia para manter e aumentar condições de empregabilidade.

Dos factores determinantes para esta necessidade constante de formação, podemos destacar os seguintes: inovação tecnológica, rápidos ciclos de vida dos produtos, ênfase crescente no trabalho de natureza cognitiva, diversidade humana, factores multiculturais, aumento de eficiência nos mecanismos de difusão de informação e conhecimento (proliferação das novas tecnologias de informação) e alterações significativas nas relações de trabalho.

A formação assume um carácter permanente e obrigatório no trajecto do indivíduo, uma vez que sem ela emerge a estagnação e a obsolescência. Face ao exposto, podemos reforçar que a aquisição de novos conhecimentos e capacidades e o desenvolvimento de competências em áreas específicas e transversais aumentam significativamente o valor do colaborador na organização, no sentido restrito, e no próprio mercado de trabalho, em sentido lato. A formação aumenta o poder de negociação do colaborador na empresa, incrementando também a sua segurança, auto-confiança e, por conseguinte, as suas condições de empregabilidade.

No contexto actual, as pessoas são o recurso que indiscutivelmente acrescenta maior valor às organizações, assumindo-se como principal vantagem competitiva. As pessoas são o activo inteligente e o elemento diferenciador. Apostar decisivamente na formação e no desenvolvimento dos recursos humanos deve constituir uma preocupação na definição das estratégias empresariais.

(17) Artur e tal. (p.234)

As exigências da envolvente externa obrigam as organizações a ter colaboradores com níveis de formação/qualificação elevados e actualizados, com vista a responder adequadamente às solicitações, desafios, obstáculos e constrangimentos do mercado. Pretendem-se colaboradores com desempenhos de excelência, que permitam às organizações o ajuste às mudanças da envolvente, a colocação no mercado de produtos inovadores e competitivos e a prestação de serviços que reforcem a fidelização de clientes.

É importante referir o papel crucial dos gestores e líderes empresariais como elementos facilitadores do desenvolvimento das capacidades e competências dos seus colaboradores. As empresas devem assim fomentar continuamente a auto-aprendizagem, assim como a aprendizagem nas múltiplas facetas da vida pessoal/profissional.

A formação merece, inclusive, uma atenção especial por parte dos decisores políticos da maioria dos Estados, dado o seu forte impacto no desenvolvimento económico e social dos mercados, regiões e Países. Neste sentido, o Estado e as instituições públicas podem actuar como impulsionadores e facilitadores da formação que ocorre nas empresas e na sociedade em geral. A formação que se realiza nas organizações, de modo formal e/ou informal, reflecte-se no desempenho das comunidades em que estas se inserem, no tecido empresarial e na economia no seu todo.

5. ENTIDADES DE FOMENTO DA ÉTICA E DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EM PORTUGAL

De seguida, apresentam-se alguns exemplos de Associações/Organizações Portuguesas que promovem o desenvolvimento e a implementação dos conceitos emergentes da Ética e da Responsabilidade Social no contexto empresarial/ organizacional:

Associação Portuguesa de Ética Empresarial- APEE

A Associação Portuguesa de Ética Empresarial foi fundada em Novembro de 2002 por um grupo de Profissionais e Empresários.

O objectivo inicial da Associação foi o desenvolvimento da ética nas organizações, com plena integração nas suas práticas de gestão e, consequentemente, no seu meio envolvente. A responsabilidade social foi desde logo encarada como uma consequência da aplicação prática dos valores éticos da organização.

A APEE acredita que a integração da ética e responsabilidade social no sistema de gestão favorece a sustentabilidade do projecto empresarial criando um ambiente colaborativo e sinérgico na esfera relacional em que a mesma se integra – Colaboradores, Clientes, Parceiros, Comunidade e Ambiente¹⁸.

Associação para o Empreendedorismo Social e a Sustentabilidade do Terceiro Sector- A3S

A A3S - Associação para o Empreendedorismo Social e a Sustentabilidade do Terceiro Sector é uma associação de investigação e desenvolvimento (I&D), que se funda na convicção de que promover o empreendedorismo social e a sustentabilidade do terceiro sector é contribuir para a consolidação de alternativas de desenvolvimento sustentável, mais justas, mais equitativas, mais participativas e mais inclusivas.

A A3S assume-se como empreendedora social na busca de inovação, de oportunidades e de criação de valor social acrescentado, visando constituir-se como uma empresa social - uma organização sem fins lucrativos, gerida de forma empresarial para alcançar fins sociais¹⁹.

BCSD Portugal- Conselho Empresarial para o desenvolvimento Sustentável

Mudar comportamentos, sair do “business as usual” para uma nova forma de trabalhar, fazer diferente, aprender com as boas práticas dos parceiros e, até, dos concorrentes,

(18) <http://www.apee.pt/site/> (consultado a 22/06/2011)

(19) <http://www.a-3s.org> (consultado a 22/06/2011)

procurar o desejável e necessário em vez do inevitável. Estes foram alguns dos motivos que levaram empresas como a Sonae, a Cimpor e a Soporcel, associadas ao WBCSD - World Business Council for Sustainable Development, em conjunto com mais 33 empresas de primeira linha da economia nacional, a constituir o BCSD Portugal - Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, em Outubro de 2001.

O BCSD Portugal é uma associação sem fins lucrativos, membro da rede regional do WBCSD e conta actualmente com mais de uma centena de membros, representando mais de 75 mil milhões de euros de volume de negócios conjunto, actuando em mais de 20 áreas de actividade.

Acreditando no papel das empresas como parte integrante da sociedade, o BCSD Portugal procura que a acção liderada por estas seja catalisadora de uma mudança rumo ao Desenvolvimento Sustentável, promovendo nas empresas a ecoeficiência, a inovação e a responsabilidade social .

Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE)

O GRACE foi formado em 25 de Fevereiro de 2000 por um conjunto de empresas, maioritariamente multinacionais, que tinham como denominador comum o interesse em aprofundar o papel do sector empresarial no desenvolvimento social. O GRACE foi pioneiro enquanto associação portuguesa sem fins lucrativos dedicado à temática da Responsabilidade Social Empresarial.

Tem como missão fomentar a reflexão, promoção e desenvolvimento de iniciativas de Responsabilidade Social Empresarial.

O GRACE foi pioneiro enquanto primeira associação portuguesa, sem fins lucrativos, dedicada à Responsabilidade Social das Empresas .

RSE Portugal

A RSE PORTUGAL tem como objecto promover a responsabilidade social das empresas, contribuindo para o desenvolvimento e competitividade sustentável através da concepção, execução e apoio a programas e projectos nas áreas educacional, formativa, social, cultural, científica, ambiental, cívica e económica, de âmbito nacional, internacional e transaccional.

Essencialmente constituída por empresas e para empresas, e tendo também, como associados singulares, algumas personalidades de vulto ligadas ao meio empresarial e académico, a RSE Portugal pretende assumir-se como a grande referência nacional nesta área. Para tal, tenta congregar um conjunto de empresas, representativas da diversidade do

tecido empresarial nacional pois, ainda que as boas práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) desenvolvidas por grandes empresas tenham maior visibilidade – visto serem resultado de políticas sociais conscientemente assumidas –, existe todo um conjunto de empresas, nomeadamente PME, com práticas interessantes e inovadoras neste âmbito. A RSE Portugal faz parte de um conjunto de instituições europeias ligadas à CSR Europe. Esta instituição, sediada em Bruxelas, é considerada pela Comissão Europeia como um interlocutor privilegiado para a área da Responsabilidade Social das Empresas, sendo apoiada também por um conjunto alargado de grandes empresas, que tentam promover e disseminar o conceito de RSE, a nível nacional e europeu. Para mais informações, visite o site www.rseportugal.eu.

IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Ética do Jovem Empreendedor contempla a relação da empresa com os seus vários stakeholders.

Implementar um Código de Ética numa empresa implica intervenções em todos os níveis de relacionamento. O sucesso reside na capacidade de desencadear mudanças no comportamento dos seus interlocutores pois, como já foi referido anteriormente, o carácter ético de uma empresa é alcançado através das pessoas, das suas acções e dos seus comportamentos. Por outro lado, os administradores/ gestores de empresas ocupam um papel central e fundamental, enquanto superiores hierárquicos, líderes, e responsáveis na orientação e influência junto dos seus colaboradores e da sociedade em geral. As suas decisões têm de medir o impacto que as mesmas terão sobre as pessoas e calcular se estas irão ferir ou não algum princípio ético. Se a administração da empresa não adoptar uma atitude activa para a adesão integral do conjunto de orientações éticas que reflecta o seu compromisso ético, a mudança de comportamentos nos interlocutores da empresa ficará seriamente comprometida.

Num mundo em constante mudança, o que é actualmente eticamente aceitável na comunidade empresarial, pode não o ser no futuro. Assim, o grande desafio que se apresenta hoje ao Jovem Empreendedor é que na sua actividade empresarial, para além do lucro financeiro, não se alheie do compromisso de “enriquecer” o ser humano, num sentido amplo. Esta não é uma tarefa simples, pelo que se pretende que este Código de Ética seja um instrumento que possa ser continuamente melhorado, através da monitorização que o Jovem Empreendedor possa fazer perante as expectativas dos seus interlocutores e da comunidade onde está inserido. Tratando-se de um repositório de orientações gerais, este documento não substitui nem condiciona as disposições legais e regulamentares ou o conjunto de procedimentos existente, cuja observância é extensível a todos, nos limites das suas competências e atribuições.

Neste espírito de contínua melhoria compete a todos a boa execução e concretização das orientações apresentadas.

V. BIBLIOGRAFIA

- ACEGE - Associação Cristã de Empresários e Gestores. Código de Ética dos Empresários e Gestores.
- Ahmad, N. & Seymour, R. (2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection. OECD Statistics Working Paper. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1090372>.
- Baron, R.A. (2007). Entrepreneurship: A Process Perspective. In J.R. Baum, M. Frese & R.A. Baron (Ed.) *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 19-39). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bernardi, L.A. (2008). *Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas*. São Paulo: Atlas.
- Bruin, A. & Dupuis, A. (Eds) (2003). *Entrepreneurship: New Perspectives in a Global Age*. Ashgate: Aldershot.
- Bucha, A.I. (2009). *Empreendedorismo – Aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: Editora RH.
- Carvalho, R.S.; Zerbini, T. & Abbad, G.S. (2006). Competências empreendedoras de pequenos empresários: construção e validação de uma escala. In E.C.L. Souza & T.A. Guimarães (Org.) *Empreendedorismo além do plano de negócio* (pp. 217-240). São Paulo: Atlas.
- Comissão Europeia (2002). *Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*, COM (202) 347 final de 2.7.2002.
- Comissão das Comunidades Europeias (2003). *Livro Verde Espírito Empresarial na Europa*. pág. 6-7.
- Comissão Europeia (2004). *Espírito Empresarial Responsável*, Prefácio, by ERKKI LLIKANEN, Comissário Responsável em Matéria de Empresa e Sociedade de Informação.
- Comissão Europeia, Directoria Geral das Empresas. *Introdução à Responsabilidade Social das Pequenas e Médias Empresas*.
- Confederação do Comércio e Serviços de Portugal – CCP (2005), *Código de Ética para o Comércio e Serviços*
- Dornelas, J.C.A. (2007). *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Ferreira, M.P.; Santos, J.C. & Serra, F.R. (2008). *Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa*. Lisboa: Sílabo.
- Gaspar, F. (2009). *O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Goleman, D. (Org.) (2007). *Os grandes empreendedores*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Hashimoto, M. (2006). *Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empendedorismo*. São Paulo: Saraiva.
- Jiménez, Enrique M. Gómez (1995). *Ética empresarial y códigos de conducta*. ESIC MARKET, nº 88, Abr-Jun.
- Moreira, Joaquim Magalhães. *A ética empresarial no Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 28.
- Moreira, José Manuel L S Moreira. *Código Ético de Empresa*. Artigo publicado na revista do IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional 'Dirigir', nº45.

greenbiz

Promotor



Parceiro



Co-financiamento

