

**Mobilidade em contextos de baixa densidade demográfica:
modelo de apoio à caracterização e operacionalização**

Petra Andreia Freitas Sacramento Alves

**Dissertação de Mestrado em
Ecologia Humana e Problemas Sociais Contemporâneos**

Outubro, 2013

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ecologia Humana e Problemas Sociais Contemporâneos, realizada sob a orientação científica do Doutor Paulo Machado, Professor Auxiliar da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Por decisão pessoal, a autora da presente dissertação não escreve segundo o novo Acordo Ortográfico.

“I have no idea what I am doing. But incompetence has never prevented me from plunging in with enthusiasm” (Woody Allen)

Aos meus pais, que me ensinaram o valor da aventura;

Ao Constantino, que pacientemente apoiou o meu entusiasmo durante esta aventura;

Ao Doutor Paulo Machado, que me ajudou a orientar a ambição (por vezes irrealista, mas própria de quem se aventura no desconhecido com entusiasmo).

MOBILIDADE EM CONTEXTOS DE BAIXO DENSIDADE DEMOGRÁFICA:

MODELO DE APOIO À CARACTERIZAÇÃO E OPERACIONALIZAÇÃO

PETRA ANDREIA FREITAS SACRAMENTO ALVES

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE: Negócio social, Transportes Públicos, Áreas Rurais, SeverIn

Esta investigação reflecte sobre as condicionantes à mobilidade em contextos de baixa densidade demográfica, que influem na escassa oferta de transportes públicos de passageiros. Com vista a suprimir a escassez de oferta, analisa a viabilidade de aplicar um conceito de negócio (Negócio Social) - que visa a maximização da missão social a que se propõem em detrimento da maximização do lucro – tendo como ponto de partida um sistema de transporte (SeverIn) implementado no município de Sever do Vouga. Assim, coloca a seguinte pergunta de partida: Qual o alcance e as limitações do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas?

Neste sentido, é apresentado nesta dissertação um modelo de estimação de necessidades, criado com potencial disseminador e aplicável segundo dois pressupostos de análise: áreas predominantemente rurais e população idosa. O modelo integra ainda uma sugestão de avaliação do mercado, no sentido de identificar possíveis parceiros e clientes que ajudem a suportar a missão social do negócio.

ABSTRACT

KEYWORDS: Social Business, Public Transports, Rural Areas, SeverIn

This research reflects on the constraints of mobility, in contexts of low density demographics, which influence the scarce offer of public transportation. In an attempt to suppress the scarceness of the offer, this study seeks to analyze the possibility of applying a business concept (Social Business) – aimed at maximizing the proposed social mission at the expense of profit maximization – which has as a starting point a transport system (SeverIn) implemented in the municipality of Sever do Vouga. The lead question of this study is therefore: What is the scope and the limitation of the Social Business model (Yunus, 1974) in response to mobility deficits of peripheral populations?

In an attempt to answer this question, this dissertation introduces a needs estimation model, which was created with a potential disseminator and applied according to two assumptions of analysis: predominately rural areas and an elderly population. Additionally, the model includes a suggestion for market evaluation, in order to identify possible partners and clients who may be able to help support the social mission of the business.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
I ENQUADRAMENTO DO TEMA	3
I.1 Explicitação do problema social	3
I.2 Explicitação do argumento teórico em torno do negócio social	7
I.3 Economia Social, Economia Solidária, Negócio Social: resenha histórica, características comuns e características dissonantes	13
I.3.1 O conceito de negócio social pode inscrever-se enquanto prática da Economia Solidária?	18
I.4 Caracterização do projecto SeverIn	22
I.4.1 Contextualização	22
I.4.2 Alguns indicadores sobre o município de Sever do Vouga:	23
I.4.3 Descrição do serviço	23
I.4.4 Dimensão Social	25
II METODOLOGIA	25
II.1 Breve enquadramento e definição da problemática	25
II.2 Opções Metodológicas	26
II.2.1 Matrizes	27
II.2.2 Estudo de Caso / Inquérito	28
III MODELO DE ANÁLISE: MATRIZES E GUIÕES DE ENTREVISTA E INQUÉRITO	30
III.1 Enquadramento	30
III.2 Matriz de Caracterização	32
III.3 Matriz de Apoio à Selecção	38
III.4 Matriz de Apoio ao Plano de Negócios	41
III.5 Guiões de Entrevistas e de Inquérito por questionário	44

IV ANÁLISE DOS DADOS	45
IV.1 Matriz de Apoio à Selecção	45
IV.1.1 Dimensões: Predominância Rural e Dispersão Geográfica	46
IV.1.2 População/ População Perante a Idade e o Emprego	48
IV.1.3 Equipamentos	50
IV.1.4 Poder de Compra	53
IV.1.5 Modo de Transporte	53
IV.1.6 Oferta de Transporte Colectivo Rodoviário	54
IV.2 Matriz de Apoio ao Plano de Negócios	56
IV.2.1 Educação	57
IV.2.2 Empresas e Hotelaria	59
IV.2.3 Cultura e Desporto	62
IV.3 Inquérito por questionário aos utentes do SeverIn	63
IV.3.1 SeverIn – observação directa: o serviço, os utentes e o motorista	69
V PLANO DE NEGÓCIOS E VIABILIDADE FINANCEIRA	70
V.1 Enquadramento	70
V.2 SeverIn: um negócio social?	72
V.2.1 Plano de Negócios	73
V.2.2 Viabilidade Económica – Custos e Receitas	75
V.3 Soluções subsidiárias	80
V.4 Educação	80
V.5 Empresas	82
V.6 Hotelaria	83
V.7 Cultura e Desporto	84
V.7.1 Soluções subsidiárias e agrupamento de municípios	85
VI ALCANCE DOS RESULTADOS	87

VI.1	Limitações do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas	88
VI.1.1	Limitações de ordem geográfica e económica: densidade populacional, poder de compra e valores de mercado	88
VI.1.2	Limitações de ordem ética: o Negócio Social e o Estado-Providência	90
VI.2	Alcance do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas	92
	CONCLUSÃO	95
	BIBLIOGRAFIA	97
	ÍNDICE DE FIGURAS	99
	ÍNDICE DE TABELAS	99
	ÍNDICE DE GRÁFICOS	101
	APÊNDICE A: GUIÃO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS UTENTES DO SEVERIN	I
	APÊNDICE B: GUIÃO DE QUESTIONÁRIO; DESTINATÁRIO: PRESIDENTE DE JUNTA DE FREGUESIA	IV
	APÊNDICE C: GUIÃO DE ENTREVISTA; DESTINATÁRIO: MÉDICO DE CENTRO /POSTO DE SAÚDE	VII
	APÊNDICE D: GUIÃO DE ENTREVISTA; DESTINATÁRIO: PADRE	VIII

INTRODUÇÃO

A mobilidade em contexto predominantemente rural encerra um conjunto de dimensões complexas, desde o ordenamento do território à viabilidade socioeconómica, e conseqüente exposição da população à vulnerabilidade.

É certo que a população residente em território de baixa densidade populacional e elevada dispersão geográfica tem, tal como a população urbana, necessidades em termos de mobilidade. Contudo, pela caracterização sociodemográfica e socioeconómica dos meios rurais, tendem a desaparecer os serviços que, seguindo a lógica económica dominante, de maximização do lucro, requerem um número mínimo de utilizadores e exigem a concentração, de dimensão e espacial, para que seja assegurada a competitividade empresarial. É o caso dos serviços de transportes públicos de passageiros, eventualmente à excepção do transporte escolar – gratuito até ao final do 3.º ciclo do ensino básico, para os estudantes menores bem como para os estudantes com necessidades educativas especiais (Lei n.º 176/2012) – tutelado pelos municípios no que respeita à organização, financiamento e controle de funcionamento.

Ainda que o défice de mobilidade possa ser transversal a vários grupos etários, haverá grupos mais vulneráveis do que outros. Pela natural falência de algumas competências físicas que impossibilitam percorrer grandes distâncias a pé ou conduzir um veículo motorizado e por não ter uma obrigatoriedade laboral que motive deslocações diárias, a população idosa (65 anos ou mais) será das mais fragilizadas. A ausência de transporte assume-se, neste contexto, como um catalisador da exclusão.

Focando o território rural, em detrimento do urbano, e a população idosa, em detrimento de outras pertencentes a outras faixas etárias, a reflexão da presente dissertação centra-se na viabilidade de soluções de transporte alternativo a operar naquele território para servir aquela população específica. Parte ainda do pressuposto de que as soluções, se financeiramente viáveis e não umbilicalmente ligadas a políticas sociais do Estado conhecerão maior longevidade. Assim, elege como objecto de estudo, um modelo de negócio cujas linhas mestras definem uma sobreposição do bem social à maximização do lucro: negócio social, formulado por Muhammad Yunus.

Na tentativa de cumprir o que se propõe, e contribuir para iniciativas futuras (no âmbito da mobilidade de pessoas idosas em zonas predominantemente rurais), foi criado um modelo, com potencial disseminador, que pretende auxiliar:

- O apuramento das necessidades de transporte nas unidades territoriais a analisar (Matriz de Apoios à Caracterização e Matriz de Apoio à Selecção).
- A validação das necessidades de transporte (Guião de entrevistas e de Inquérito por questionário).
- A construção de uma solução financeiramente viável (Matriz de Apoio ao Plano de Negócios).

A reflexão, operacionalização e resultados são apoiados por um estudo de caso no município de Sever do Vouga. Trata-se do projecto SeverIn, resultado da parceria entre a Rodoviária da Beira Litoral (Transdev) e a Câmara Municipal de Sever do Vouga, criado para promover a mobilidade da população entre as várias freguesias e a sede do município.

I ENQUADRAMENTO DO TEMA

I.1 Explicitação do problema social

Ainda que o foco deste trabalho não seja a problemática do desenvolvimento rural, não poderá deixar de a abordar tendo em conta que a área territorial de actuação do negócio social, em análise, de transportes colectivos de passageiros é predominantemente rural. Tal facto se explica por esta apresentar, face à urbana, maior perda de viabilidade socioeconómica.

A definição do termo rural não é consensual, apresentando-se sob diferentes perspectivas consoante as diferentes correntes de pensamento, identificadas por Diniz e Gerry (2002) como neoclássica, keynesiana e a do crescimento endógeno.

Apesar da ambiguidade do conceito, considera-se, para a sua compreensão, três factores relacionados com a função económica primordial, a demografia e a diferenciação. A função agrária, pecuária e florestal são predominantes. No entanto, *“em muitas áreas rurais, o número de habitantes que se dedicam a tempo inteiro à agricultura é, actualmente, tão pequeno que o estatuto rural pouco tem a ver com a existência e funcionamento das explorações agrícolas”* (Diniz e Gerry, 2002: 8), em parte, consequência dos processos de industrialização e urbanização que infligiram grandes transformações no sector agrário e ajudaram à criação da dicotomia rural / urbano, que tem na demografia um desequilíbrio notório. A densidade demográfica das zonas rurais é baixa e a localização geográfica foi ficando cada mais periférica, distante dos centros administrativos e de negócios. Ainda que coincidam em vários pontos de análise, as zonas rurais são distintas entre si; logo, os seus problemas ou carências não poderão ser generalizados. Cada caso é um caso, detentor das suas próprias especificidades, pelo que, partindo embora de uma base genérica, exige uma análise individual.

O acentuado decréscimo das actividades agrícolas – que constituía a principal função económica das zonas rurais – bem como as sucessivas transformações estruturais, desde a Revolução Industrial, veio alterar o ambiente rural. Este meio rural, progressivamente menos povoado, com reduzidos postos de trabalho, com menor número de serviços e comércio de apoio à vida quotidiana, foi ficando cada vez mais isolado.

Segundo os dados estatísticos dos Censos 2011, disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística, a tendência ao isolamento do interior do território e ao envelhecimento da população é crescente. Os dados que se seguem referem-se à escala nacional. Assim:

— **Mais de 80% da população residente concentrava-se em 3 regiões do país:** Norte (34,9%), Lisboa (26,7%) e Centro (22,0%). A restante população distribui-se pelas regiões do Alentejo (7,2%), Algarve (4,3%), R.A. Madeira (2,5%) e R.A. Açores (2,3%).

— **A desertificação no interior¹ do país aumentou na última década;** 50% da população residente concentra-se em 33 dos 308 municípios do país. Na última década, continuou a assistir-se à **perda de população nos municípios do interior** e ao efeito de concentração da população nos municípios do litoral.

— **A percentagem de jovens recuou para 15% e de idosos cresceu para 19%.** Diminuiu a base da pirâmide, correspondente à população mais jovem, e alargou-se o topo, com o crescimento da população mais idosa. Portugal perdeu população em todos os grupos etários (de cinco anos) entre os 0-29 anos. A população entre os 30 e os 69 anos cresceu 9% e, **para idades superiores a 69 anos, o crescimento foi da ordem dos 26%.**

— Mais de 82% da população com 5 ou mais anos consideraram não ter dificuldade em realizar actividades diárias relacionadas com a visão, audição, locomoção, memória/concentração e com a higiene e arranjo pessoal e, ainda, em compreender os outros e fazer-se entender por eles. Apenas cerca de 18% da população com 5 ou mais anos de idade declarou ter muita dificuldade, ou não conseguir realizar pelo menos uma das 6 actividades diárias. **Contudo, na população com 65 ou mais anos, este indicador ultrapassava 50%.**

— Cerca de 70% do emprego estava alocado às actividades de serviços (comércio, alojamento, transportes e comunicações e outras actividades). As actividades financeiras, imobiliárias e serviços às empresas concentravam cerca de 11% do emprego. O emprego na indústria e a construção civil recuou entre 2001 e 2011 representando, neste último ano, respectivamente 18% e 9% da

¹ Procurou-se a definição do termo Interior, no Sistema Integrado de Metainformação do INE, mas sem resultados.

mão-de-obra total empregada. **A agricultura e pescas voltaram a perder importância e ocupavam, em 2011, apenas 3% da população empregada.**

— Aumentou o número de pessoas que vivem sós. As famílias clássicas constituídas por uma só pessoa representavam, em 2011, cerca de 21% do total de famílias, tendo o seu número vindo a aumentar nas últimas décadas. Em 2011, foram **recenseadas 866 827 famílias unipessoais, contra as 631 762 apuradas em 2001. O número de famílias unipessoais constituídas por uma pessoa idosa representava a maior parte das famílias unipessoais e correspondia a cerca de 10% do total de famílias clássicas. As famílias unipessoais concentravam-se, predominantemente, nos territórios do interior, em geral com índices de envelhecimento mais elevados.**

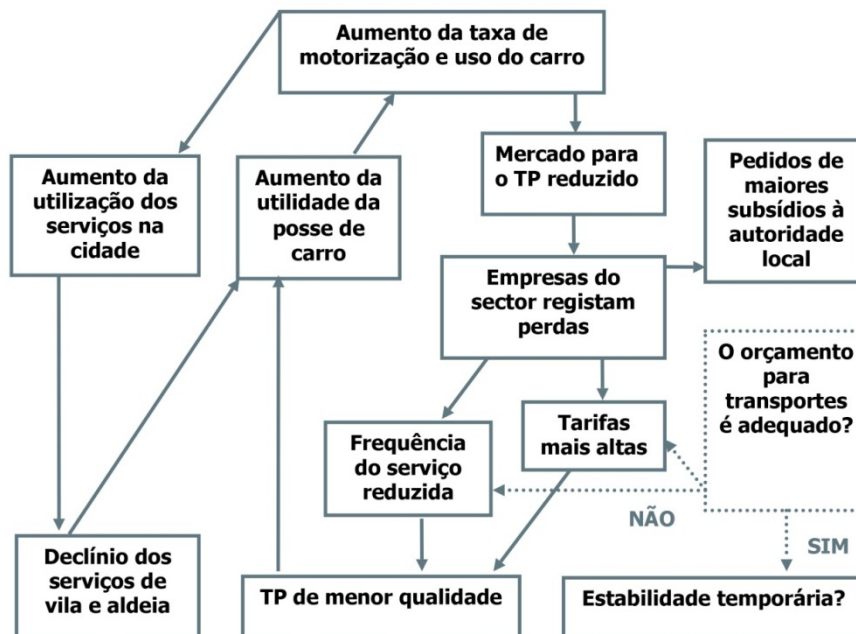
Num contexto demográfico marcado pela desertificação das zonas rurais e pelo envelhecimento da população tendem a desaparecer os serviços que requerem um mínimo de utilizadores o que, por sua vez, vem acelerar o processo de despovoamento. O mercado capitalista, focado na eficiência/racionalização, exige a concentração, de dimensão e espacial, para que seja assegurada a competitividade. Em meios rurais, sobretudo naqueles onde se verifica maior dispersão dos aglomerados, os serviços tendem a concentrar-se nas localidades-sede.

Registaram-se, entre outras, mudanças ao nível de hábitos de consumo, de organização e localização das infra-estruturas públicas e privadas e também no que concerne à questão da mobilidade que assistiu ao crescimento da utilização do automóvel individual, para o qual muito contribuiu o aumento da taxa de motorização a partir dos anos 50.

Em *Transportes Públicos em Áreas Rurais: Perspectivas e Estudos-Caso*, Carpinteiro e Sousa (2007), é apresentada um esquema (ver Figura 1) que pretende identificar os ‘círculos viciosos’ do transporte rural à luz do actual contexto, segundo Moseley. O aumento da taxa de motorização e a utilização de transporte individual desencadearam uma série de consequências que, em última análise, conduzem à diminuição de qualidade dos serviços de transporte público. Mas parte-se do princípio que a população tem à disposição um meio de transporte para as suas deslocações, ainda que esta não se configure uma solução sustentável a vários níveis, sobretudo ambiental. Em linhas gerais, assistimos a uma grande fatia da população com meio de transporte próprio e a um sistema público ou público-privado que assegura o transporte escolar

para crianças e jovens. No entanto, a equação terá ainda de ter em conta a população idosa, maioritária em zonas rurais, e que, por falta de capacidade física ou económica, não tem meio de transporte disponível. A mobilidade é promotora não apenas da autonomia funcional, mas também da inclusão e interação atenuando situações de isolamento. “A dimensão social do TP (Transporte Público) é um dos aspectos importantes que deve ser tido em conta na avaliação das políticas de transporte. De facto por mais atractivo que seja o TI (Transporte Individual) há grupos de cidadãos que não o podem usar por não terem condições físicas, económicas ou legais, encontrando-se numa situação de dependência completa do TP para se deslocarem” (Costa, 2008: 6)

1Figura - Os círculos viciosos do transporte rural



Fonte: Carpinteiro e Sousa, 2007: 20

A baixa densidade populacional, a dispersão dos aglomerados, o fraco rendimento económico, o afastamento de eixos viários principais desencorajam as empresas privadas de transportes públicos colectivos a operar em zonas rurais, tendendo a recorrer aos mesmos princípios de exploração com que actuam nas zonas urbanas, cujas características socioeconómicas, culturais, demográficas e geográficas são francamente diferentes das zonas rurais. “A oferta de transporte público tradicional requer uma elevada concentração de actividades, tornando-se cada vez menos eficiente à medida que aumenta a dispersão. O conjunto de características comuns às áreas

rurais que deve ser tomado em conta na concepção e exploração de um serviço de transportes públicos compreende os seguintes factores: número de habitantes reduzido; proporção de idosos elevada; nível de rendimentos individual baixo; densidade populacional baixa; densidade das actividades de serviços e comerciais baixa.” (Costa, 2008: 49)

I.2 Explicitação do argumento teórico em torno do negócio social

A complexidade do problema social prende-se com diversos factores intrinsecamente interligados. Um dos mais importantes, pelas suas implicações, prende-se com discrepância entre a promoção dos valores da solidariedade social e o modelo económico que os pode suportar. No actual modelo económico (capitalista) a existência de lucro e a sua maximização são imperativos

Partindo do princípio que o paradigma económico no qual assentam as sociedades capitalistas (não exclusivamente as Ocidentais) é, como qualquer paradigma, inalterável a curto prazo, resta a tentativa de melhorar a qualidade de vida das populações estabelecendo um compromisso entre, por um lado, a satisfação das suas necessidades básicas (nas quais se enquadra a mobilidade) e, por outro, a sustentabilidade financeira da empresa responsável por satisfazer essas mesmas necessidades através da sua operação.

Os riscos inerentes a esse compromisso entre qualidade de vida das populações e lucro dos operadores de serviço público é denunciado, no âmbito do paradigma económico dominante, como um processo insolvente, que no limite condena as populações de mais fracos recursos a uma situação de desfavorecimento. A Figura 2 pretende, simplifadamente, apresentar esse raciocínio, muito generalizado, aplicado à procura de mobilidade.

2Figura- Modelo simplificado para explicar a insustentabilidade da satisfação plena das necessidades básicas das populações



Se é certo que pode existir um consenso generalizado sobre a mobilidade enquanto necessidade básica do Homem moderno, e se esse consenso poderá alargar-se ao juízo sobre o reforço da coesão social proporcionado pela satisfação das necessidades sociais de bem-estar (nas quais se inclui a mobilidade), de acordo com este modelo de raciocínio, para atingir essa coesão é necessário obter mais recursos financeiros, que se forem assumidos pelos operadores diminuem a sua sustentabilidade financeira e, a prazo, fazem diminuir a mobilidade por incapacidade de manter o negócio.

A sustentabilidade financeira surge enquanto uma das três dimensões do conceito de sustentabilidade, actualizado em 2002, aquando Cimeira de Joanesburgo (Rio+10). A tridimensionalidade do conceito confere-lhe autoridade para que se destaque enquanto caminho para o desenvolvimento de estratégias capazes de criarem cadeias de sentido e não apenas de valor; estratégias geradoras de riqueza do ponto de vista económico, do ponto de vista social e do ponto de vista ecológico que garantam a sobrevivência e crescimento de cada uma das esferas a longo prazo.

A criação de uma alternativa que venha a dar resposta às necessidades da população residente em áreas predominantemente rurais, em matéria de mobilidade, terá de integrar os três pilares da sustentabilidade. Não se trata, portanto, de uma iniciativa *pro bono* cuja sobrevivência dependa de benfeitores nem da construção de uma empresa cujo primeiro objectivo seja gerar dividendos a distribuir pelos investidores. Trata-se antes de uma alternativa sustentada no conceito de negócio social e de sustentabilidade, no seu sentido lato, pelo que:

— O serviço a prestar é, em si, uma oportunidade de negócio;

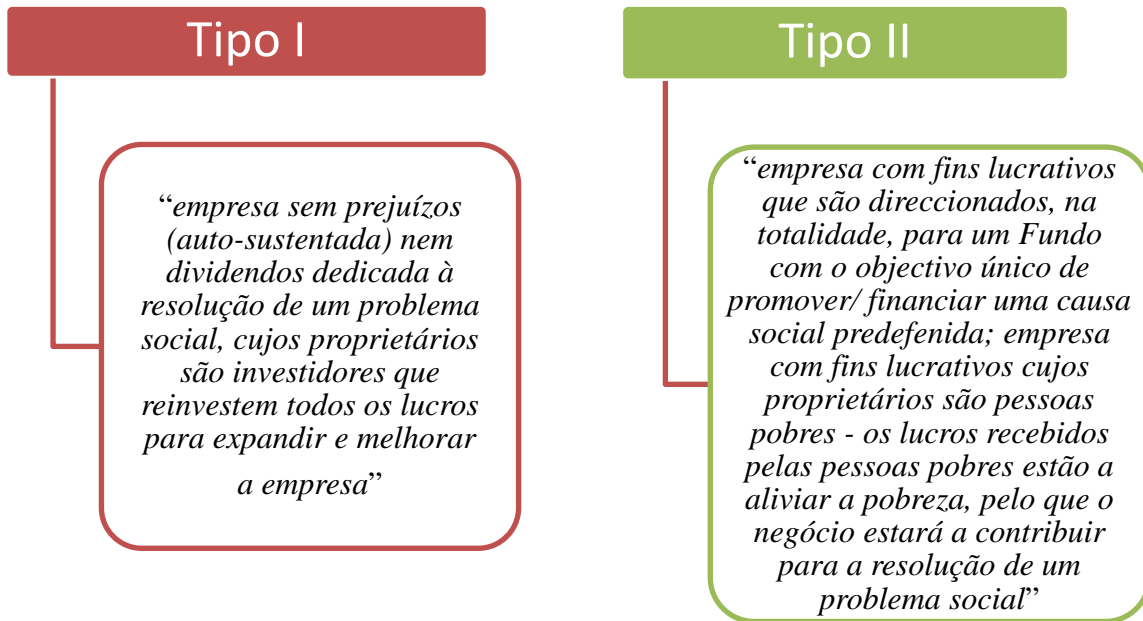
— Empresa e cliente são co-responsáveis pela existência e manutenção do serviço, a desenvolver segundo a lei da oferta e da procura;

— O sucesso do negócio dependerá da capacidade e criatividade da empresa em se adaptar e encontrar soluções economicamente viáveis em resposta às necessidades do seu público que, em contexto rural, será diminuto. Será mensurável não exclusivamente pelo lucro auferido, mas pelo somatório das variáveis: saúde financeira da empresa (que pode e deve incluir dividendos a reinvestir no negócio), supressão da necessidade/ problema social, manutenção do património ambiental.

Muhammad Yunus, Prémio Nobel da Paz em 2006, economista, defende como negócios sociais os que visam preencher a lacuna entre lucro e as necessidades humanas. São caracterizados por modelos empresariais capazes de dar resposta a problemas relacionados com pobreza, fome, poluição, doenças, e recuperar os custos inerentes à sua actividade. Um negócio social não é uma instituição de caridade; porém, ele tem de ter impacto na sociedade; tem de ser capaz – o que o distingue de uma ONG, por exemplo – de cobrir a totalidade dos custos, sem depender de subsídios ou donativos, tem o seu foco na criação de produtos ou serviços que garantam o benefício social bem como receitas.

Yunus estabeleceu dois tipos de empresas sociais:

3Figura-Tipos de empresas sociais, segundo Yunus



Fonte: Adaptado de Yunus (2011: 29,30)

Yunus não define, no entanto, o conceito de “pobre” no âmbito desta designação de empresa social do tipo II, o que traz alguma ambiguidade à definição que propõe. O que é ser pobre? E a partir de que momento é que se deixa a esfera da pobreza? Nessa altura, o que se deve fazer com o lucro? Passa a empresa do tipo II automaticamente a empresa do tipo I? Os sete princípios que enquadram a empresa social são, tal como Yunus os formulou, os que constam da Figura 4.

O termo de negócio social estruturado por Yunus coexiste com outros de âmbito semelhante. Jacques Defourny aponta a definição, datada de 2002, que provém do governo britânico - Social Enterprise: a Strategy for Success: *“Uma empresa social é uma actividade comercial [business] com objectivos essencialmente sociais e cujos excedentes, em função dessas finalidades, são reinvestidos mais nessa actividade ou na comunidade do que guiados pela necessidade de maximizar os lucros para accionistas ou proprietários”* (Defourny, 2009a: 189).

A relevância da abordagem britânica - que criou, inclusive, indicadores para balizar a empresa social (orientação empresarial, objectivos sociais e propriedade social) - tem sobretudo que ver com a criação de políticas que promovem a empresa social no Reino Unido. Contributo frutífero, a nível nacional: nos últimos dois anos

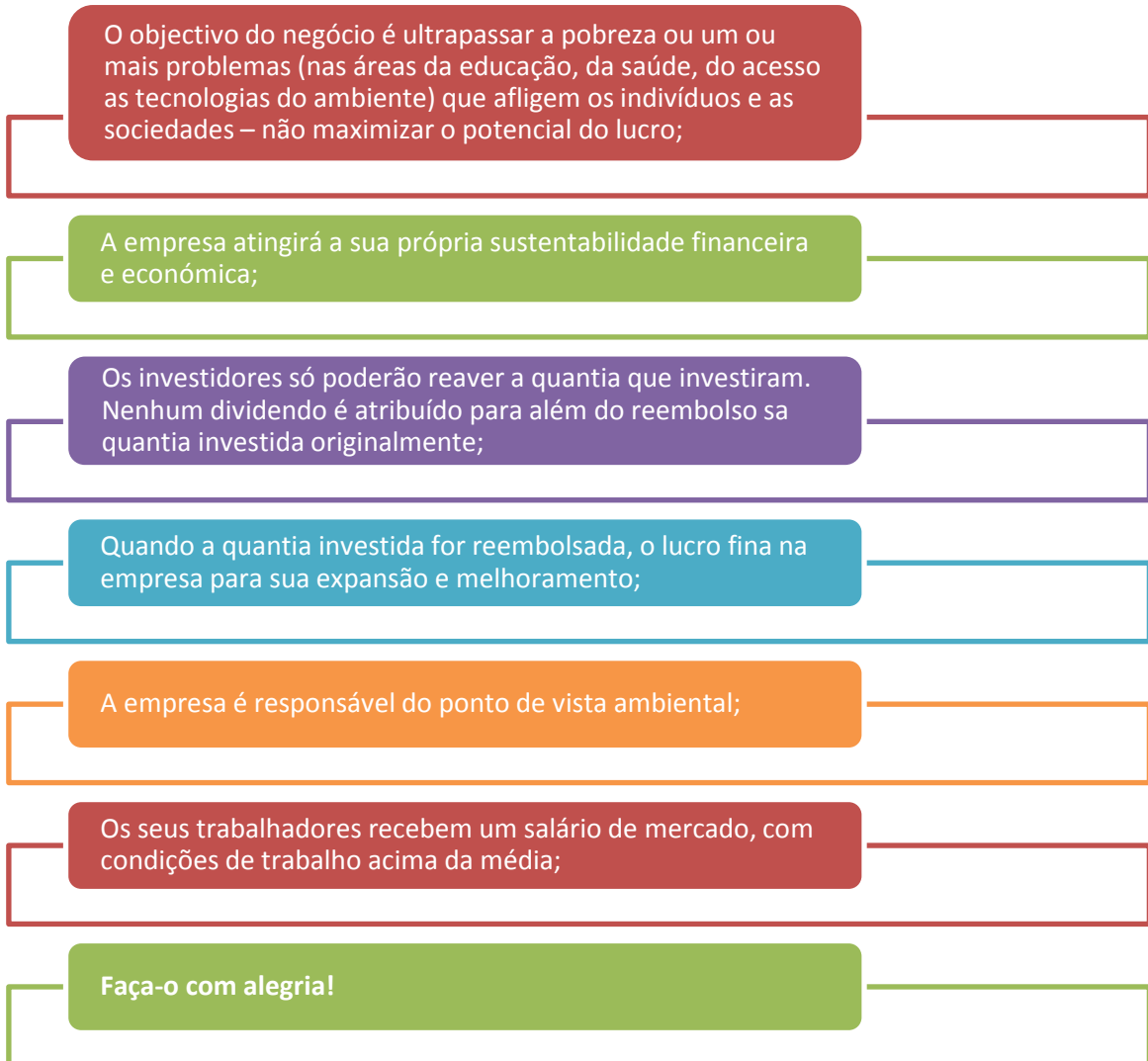
foram criadas mais de seis mil; o Reino Unido conta 70 mil empresas sociais (socialenterprise.org.uk).

Entre os vários modelos de negócio com missão social que vão surgindo na Europa e Estados Unidos, destacam-se as EIC (Empresas de Interesse Comunitário), no Reino Unido, devidamente reguladas e legisladas pelo governo; aos accionistas podem ser pagos dividendos cujo limite está estabelecido na legislação. As L3C, EUA, (com legislação específica em alguns Estados Norte Americanos), são empresas com fins lucrativos e missão social que pagam aos accionistas dividendos cujo valor, ao contrário das EIC, não é regulado por nenhuma entidade oficial. As *B corporation* (conceito desenvolvido pela organização BLab, criada em 2006 por Coen Gilbert) não têm qualquer estatuto legal efectivo e os seus gestores, além de poderem pagar dividendos aos accionistas da empresa, podem retirar uma parte do lucro para si próprios.

À excepção das EIC, as restantes têm carácter ambíguo, seja como for, a economia parece tender à diversificação, integrando vários modelos alternativos ao modo tradicional de fazer e entender o negócio, pelo que o modelo de Yunus não é pioneiro neste contexto. Antes, é apenas mais alternativa construída segundo princípios diferenciadores das restantes. As EIC, L3C e as Bcorporation, bem como as ONG's, Cooperativas, Associações sem fins-lucrativos, Fundações, distanciam-se do conceito de Negócio Social postulado por Yunus que assenta em três argumentos principais:

- **Argumento de ordem moral:** é imoral maximizar o lucro quando se negocia com a classe pobre.
- **Argumento de ordem prática:** se uma empresa prioriza, em igual escala, missão social e lucro como 'desempata' em tempos de crise? Tende a ganhar terreno a maximização do lucro.
- **Argumento de ordem sistémica:** o conceito de negócio social é uma alternativa tanto ao modelo empresarial que prioriza a maximização de lucro, como ao modelo assente na caridade. É crucial ser muito claro na definição do negócio social.

4Figura-Princípios que enquadram uma empresa social



Fonte: Adaptado de Yunus (2011: 31)

O negócio social, formulado por Yunus, compete no mercado global e para evoluir necessita de investimento em formação e inovação, em infra-estruturas adequadas, eventualmente em redes de distribuição e seguramente em comunicação e divulgação. Em suma, precisa de investimento para ser competitivo e apresentar um bom produto/ serviço, ao que acresce o facto de estar enquadrado no mesmo quadro jurídico financeiro de qualquer outra empresa. A grande diferença é que o produto/ serviço do negócio social não é um mero bem de troca, ele é um bem em si mesmo com forte valor social. Sublinhe-se a objectiva diferença de ordem moral e material: o negócio social assenta na ideia de responsabilidade colectiva compartilhada entre membros do grupo e na não apropriação do lucro para uso individual, sendo este

utilizado por ou em prol de uma colectividade de membros, o que atribui um outro sentido à noção de propriedade – pilar do principal modo actual de produção. Não obstante, este modelo parece também não enquadrar, pelo menos unanimemente, em conceitos como Economia Social, Economia Solidária, Economia Popular.

I.3 Economia Social, Economia Solidária, Negócio Social: resenha histórica, características comuns e características dissonantes

As práticas de Economia Social não são recentes: emergem na primeira metade do século XIX, altura em que ganha protagonismo a democracia moderna e a vontade de alcançar o bem comum através de acções colectivas e com igualdade. O conceito ganhou maior expressão ao longo do séc. XIX, porém poder-se-á recuar até ao Egipto dos faraós, à Antiguidade greco-latina na Europa da Idade Média, à China Imperial e à América Pré-Colombiana para lembrar o cariz associativo da Economia Social, sublinhando que já nestas épocas grupos de indivíduos se organizavam em torno de questões profissionais, religiosas, artísticas ou de ajuda mútua sendo no entanto vigiados e muitas vezes reprimidos pelos poderes instituídos que temiam possíveis focos de contestação à ordem estabelecida (Defourny, 2009b).

A Economia Social nasce do associativismo de base democrática e igualitária que, num segundo momento, com a revolução industrial, progresso e modernidade proclamados pelo modelo capitalista, é despromovido a forma subsidiária de responder a problemas sociais. A solidariedade igualitária é substituída por solidariedade filantrópica o que leva a uma redefinição da questão social que passa a estar concentrada numa parte da sociedade – a dos pobres. Esta transição é resultado da retoma do controlo da sociedade por parte dos poderes públicos que viam com preocupação a expansão do associativismo pioneiro da primeira metade do século XIX, que reivindicava autonomia e reconhecimento legal. Este novo enquadramento colocava acento tónico nas empresas com estatutos que permitiam o objectivo não lucrativo, empresas não pertencentes a accionistas, mas aos seus colaboradores; empresas com dimensão não lucrativa e com dimensão colectiva. No entanto, ao longo do tempo e como consequência do desenvolvimento da economia de mercado, aquelas premissas originais foram sendo banalizadas e perderam destaque. Aquele tipo de organizações (cooperativas, associações, mutualidades) que tinham como intuito mudar o sistema acabaram por ser alteradas elas próprias pelo sistema, desviando-se dos seus princípios originais.

Com a instauração do Estado Social, maioritariamente na segunda metade do século XX na maioria dos países Europeus, verifica-se uma espécie de “*vitória da solidariedade democrática*” (Laville, 2012). No entanto, é diferente da solidariedade democrática da primeira metade do século XIX, porque é assegurada pela redistribuição de recursos sob a forma de direitos adquiridos preconizados pelo Estado e como forma de resposta a problemas sociais resultantes do sistema capitalista. Após a II Guerra Mundial instala-se a dicotomia Mercado / Estado, e o debate foi encerrado neste dualismo, retirando importância à via associativista, mas mesmo neste contexto continuou-se a utilizar o termo Economia Social. As organizações de via associativa são nesta fase encaradas como complementos da Segurança Social (Estado).

A teoria do economista John Maynard Keynes, que defendia uma maior intervenção do Estado na economia, devendo o social enquadrar o económico, foi adoptada pela maioria das sociedades capitalistas entre as décadas de 50 e 60 do século passado. No entanto, em 70, o pensamento neoliberal vem retirar vigor à teoria Keynesiana - para o que influenciou a crise do petróleo a abalar as estruturas económicas, sobretudo dos EUA e Inglaterra.

O Estado Providência começa a perder credibilidade, a partir dos anos 70, e a ideologia do progresso - que convenceu as sociedades de que seria através do progresso que se conseguiriam alcançar melhores condições de vida - é posta em causa. E é neste contexto, fruto não de uma crise económica isolada, mas de uma sucessão de crises que geram uma crise cultural, que começa ser recuperado o associativismo. Emergem novos movimentos sociais que não se reduzem à dicotomia Estado / Mercado e põem em causa a ideia de que o crescimento económico é sinónimo de melhores condições de vida; criticam o ‘mito’ do produtivismo e vêm defender que nível de vida e qualidade de vida têm características diferentes e não estão, obrigatoriamente, associados. Os movimentos ecologistas, por exemplo, questionam se o consumo (sociedade de consumo) não será uma via de alienação em vez de ser uma via de libertação. É ainda de destacar a crítica ao Estado proteccionista que não consulta os utentes sobre a qualidade de serviços que presta.

Em que diferem estes novos movimentos sociais das organizações estabelecidas no período antecedente? A militância: havia uma lógica delegativa entretanto substituída por uma lógica limitada no espaço e no tempo: ou seja, o âmbito geográfico

de acção e o seu período de vida são mais reduzidos; procuram provar que é possível uma outra economia, que é possível um mundo diferente.

Nos anos 80, as iniciativas associativistas tornam-se mais defensivas e reparadoras (por exemplo, iniciativas ligadas à inserção de desempregados no mercado de trabalho). De 1980 a 2012 várias crises ocorreram e todas as respostas políticas às mesmas apenas conseguem adiar o próximo colapso (crise sistemática que também se começa a entender como crise sistémica).

Para pensar a Economia Solidária como um novo fenómeno social há-que reflectir sobre questões da esfera política e económica. A dimensão política da Economia Solidária subentende um conjunto de acções comuns em que há interacção entre os actores. Laville (2012²) recupera o conceito de dimensão política assente no pressuposto de democratização e gestão participativa no plano económico. Destaca a esfera política – integradora do poder político e do espaço público – e a esfera económica como os vectores que a Economia Solidária se compromete a conjugar. À reflexão, Laville adiciona o trabalho de Polanyi que defende a definição substantiva da economia em detrimento da definição formal (assente na ideia de escassez). Ou seja, não isola a economia das questões sociais e ambientais; pelo contrário, defende a economia enquanto resposta às necessidades humanas através do processo de interacções sociais e com a natureza, integrando os princípios de mercado, de redistribuição, reciprocidade e de domesticidade. Esta característica plural da economia é fulcral para Polanyi, que alerta para a visão naturalizada de economia de mercado que pode transformar a sociedade em sociedade de mercado, o que é em si uma ameaça à democracia. A Economia Solidária apoia-se na pluralidade dos princípios económicos, reconhecendo a necessidade de uma teorização capaz de articular todas as dimensões.

Laville (2012) aceita a expressão Economia Social e Solidária porque defende serem ambas articuláveis. No entanto, chama a atenção para a importância de distinguir a teoria da estratégia. Isto é, do ponto de vista teórico Economia Social e Economia Solidária não se devem confundir, mas do ponto de vista estratégico é importante que seja agora feita uma aliança entre ambas sem que com isso se deixem de questionar uma à outra. Sublinha (2009a), que com iniciativas, como o comércio justo, as finanças

² Informação recolhida nas conferências ‘Economia Solidária: novos conceitos e práticas’ e ‘Economia Solidária e Crise Actual’, ISCTE, Lisboa, 6/03/2012 e 7/03/2012, respectivamente.

solidárias, os serviços de proximidade, promovidas pela mobilização colectiva, assente na ajuda mútua e na propriedade comum dos meios de produção, pretende-se criar condições mínimas de sobrevivência (Sul), e/ ou enfrentar a crise do Estado-providência, o enfraquecimento dos dispositivos de protecção social (Norte), respeitando os critérios de justiça social e de acessibilidade aos serviços. Os projectos que emergem deste conjunto de objectivos residem na esfera da solidariedade democrática e obedecem a uma lógica com foco não nas perspectivas do lucro, mas antes no bem comum. Para o autor, estas actividades, porque têm objectivos solidários mais amplos e qualidades de empresa com múltiplas partes implicadas demarcam-se da Economia Social e do Terceiro Sector. Seguindo princípios de cooperação, autonomia e gestão democrática, foram geradas actividades económicas cunhadas, na década de 90, por Economia Solidária. O associativismo é uma referência da Economia Solidária: *“um risco fatal das iniciativas é a perda do espírito associativo e sua consequente degeneração”* (Laville; Gaiger, 2009b: 166) *“A solidariedade é promovida entre os membros dessas iniciativas, que estabelecem entre si um vínculo social de reciprocidade como fundamento das suas relações de cooperação. (...) A solidariedade é estendida aos sectores sociais expostos a maiores necessidades, principalmente via mobilização de trabalhadores desempregados e via serviços de atenção prestados a pessoas em desamparo”* (Laville; Gaiger, 2009b: 162)

Muito embora defenda que várias correntes de pensamento contribuíram para a estruturação do conceito da Economia Social moderna – não atribuindo apenas uma paternidade ao conceito – Defourny (2009b) refere, para explicar o conceito no início do século XXI, que ele poderá ser descrito através da combinação de dois factores:

- Um relacionado com as principais formas jurídicas ou institucionais das empresas do tipo cooperativo, as sociedades do tipo mutualista, as organizações associativas e as fundações (abordagem engendrada em França);
- Outro consiste em destacar os traços comuns de empresas que poderão ser agrupadas sob o mesmo ‘chapéu’, desde que respeitem quatro princípios: “a) finalidade de prestação de serviço aos membros ou à colectividade, sendo o lucro secundário; b) autonomia de gestão; c) controle democrático pelos membros; d) primazia das pessoas e do objecto social sobre o capital na distribuição dos excedentes.

Quais os cenários de resposta à crise actual integrando, ou não, a Economia Social e a Economia Solidária? Laville (2012) propõem três cenários, três pontos iniciais a partir dos quais se poderia reflectir sobre uma alternativa.

Tabela 1-Cenários de resposta à crise actual, segundo Laville

Operacionalização do Estado	<p>Qualquer serviço, associação, empresa privada ou pública seria designado por organização que devem ser geridas de forma eficaz. O Estado modernizado e racionalizado, seria administrado com técnicas de gestão de New Public Management. A Economia Social funcionaria como uma delegação do Estado, ficando sob a sua alçada.</p>
Moralização do capitalismo	<p>Rompe com os princípios do modelo social europeu e assenta na ‘nova filantropia’ (mecenato privado) e no negócio social já com grande expressão na Ásia e nos EUA. As associações deixam de privilegiar a sua relação com o Estado e passam a privilegiar a sua relação com o mecenato privado. Surge como resposta à excessiva burocracia do Estado e permite criar soluções ao Estado. Propõe a moralização do sistema capitalista: o sistema procura soluções para os problemas que ele próprio cria.</p> <p>Para Laville, este 2ª cenário exclui a teoria da Economia Social e Solidária. Ele assenta na nova filantropia e na parceria com grandes grupos económicos (“<i>é quase como um processo de fé que se solicita</i>”). A moralização do capitalismo despolitiza a questão económica e social.</p>
Aliança entre poder público e iniciativas solidárias	<p>A sociedade civil actua de forma autónoma e igualitária com Estado e o mercado. Tem como objectivo melhorar a democracia representativa e valorizar a economia plural. Inspira-se nos textos constitucionais da Bolívia e do Equador, trabalhando a interacção entre pequenas e médias empresas privadas, serviços públicos e Economia Popular Solidária que surge como pilar próprio sustentado</p>

	através de políticas específicas e bancos próprios (ex. América do Sul). Este modelo dá protagonismo à expressão Bem Viver entendida como referência do desenvolvimento, contrariando a visão produtivista. Exige uma gestão diferenciada da gestão pública e da gestão privada, podendo estabelecer parcerias com PME's e não com grandes grupos económicos. Para Laville, este terceiro cenário representa a identidade da Economia Social e Solidária.
--	---

I.3.1 O conceito de negócio social pode inscrever-se enquanto prática da Economia Solidária?

Laville (2012) responde com um categórico não, mostrando, inclusive, uma visão bastante crítica em relação ao modelo de negócio social. As suas principais críticas surgem das premissas de que o negócio social:

- Só existe quando associado a uma grande empresa, ficando refém desta.
- É utilizado por grandes grupos económicos como instrumento para angariação de simpatia da opinião pública.
- É gerido segundo os mesmos princípios que regem o mercado capitalista.
- Quer afirmar-se, em parceria com os grandes grupos económicos, como substituto do Estado Providência, promovendo a despolitização da questão económica e social.

Se há de facto grandes grupos económicos envolvidos em negócios sociais – como a Danone que investiu num negócio social, criando uma fábrica de iogurtes, na Índia, a preços compatíveis com o poder de compra de populações carenciadas –, também é verdade que há negócios sociais criados por cidadãos comuns que não recorrem a grandes empresas para financiarem o seu projecto. Será que a ligação a uma grande empresa retira mérito ao modelo de negócio social? Não será mais interessante, porque menos redutor, analisar caso-a-caso a atitude da empresa financiadora no mercado e as especificações do contrato entre ambas? Há, de resto, associações e outras

iniciativas abraçadas pela Economia Solidária cujas fontes de financiamento são grupos económicos.

Pedro Hespanha salienta os princípios de auto-sustentação, autogestão e cooperação no trabalho, participação, igualitarismo, desenvolvimento humano e responsabilidade social como os mais relevantes para a definição de Economia Solidária: “*A Economia Solidária tem vindo a desenvolver-se à escala mundial, mesmo em países desenvolvidos da União Europeia, como a França, a Itália, a Bélgica e a Espanha. A característica mais marcante é a pluralidade e novidade de formas: antigas e novas formas cooperativas e mutualistas, organizações sócio caritativas, empresas sociais e solidárias, empresas auto-geridas e alternativas, iniciativas colectivas de alojamento, sistemas de trocas locais, comércio justo, instituições financeiras solidárias, empresas de inserção (...).*” (Hespanha, 2009: 61)

Crítico sobre o actual contexto da Economia Social, Defourny (2009b) destaca como emergente o conceito de Nova Economia Social ou Economia Solidária. O *upgrade* tem a ver com a necessidade de ajustar o conceito de Economia Social às ‘novas’ necessidades existentes no seio das sociedades neste início do século XXI: “*desenvolvimento dos serviços de proximidade, reabilitação de bairros pobres, auxílio às pessoas idosas ou em dificuldade, comércio justo, finanças éticas e solidárias, agricultura sustentável, gestão ambiental dos resíduos ou inserção profissional dos poucos qualificados*” (Defourny, 2009b: 159).

Outro factor que justifica a emergência do novo termo, tem ainda que ver com o que o autor chama de institucionalização da Economia Social, que apesar de ser fruto dos seus êxitos e crescimento trouxe-lhe constrangimentos no que toca à lealdade dos seus princípios fundadores. A Economia Social “*deve partir da sociedade civil e dos seus movimentos para manter seu impulso e capacidade criadora*” (Defourny, 2009b: 160). Quanto à relação entre Economia Social e outros conceitos como Terceiro Sector e Empresa Social, considera que mais do que concorrentes são complementares. “*Estes revelam lógicas empresariais, tomadas de riscos económicos e processos de inovação cada vez mais presentes, embora pouco se assemelhe à abordagem clássica da economia social*” (Defourny, 2009b: 160).

Há uma preocupação em atribuir o termo solidário apenas a projectos em que a solidariedade se manifesta na comunidade envolvente em prol da transformação das

relações sociais e, conseqüentemente, da sociedade. Esses projectos devem ainda valorizar relações de trabalho autogestionárias, solidárias e democráticas entre os indivíduos do grupo que os encabeçam, premissa que não tem carácter de obrigatoriedade no modelo de negócio social.

A Economia Solidária subentende um conjunto de acções colectivas com dimensão pública. Apoia-se na definição substantiva da Economia, ou seja, defende que as respostas às necessidades humanas devem ser dadas através de processos de interacções sociais e com a natureza. Integra a esfera política (poder político/ espaço público) e a esfera económica (o princípio de mercado deve ser articulado com o da redistribuição de recursos, da reciprocidade e da domesticidade). Pretende, hoje, fazer uma releitura do associativismo pioneiro, da primeira metade do século XIX, de base democrática, assente na igualdade, contrário ao que surge mais tarde, na segunda metade desse século, baseado no princípio da dependência e protecção, na filantropia e não na igualdade, onde assenta, de resto, o conceito de Economia Social.

Este é um ponto importante para a reflexão. Laville (2012) associa o conceito de negócio social a uma espécie de ‘filantropia estratégica’, o que critica. Refere-se a negócio social como moralismo capitalista – uma forma de o capitalismo resolver os problemas que ele próprio criou. Entende que aquele modelo desvaloriza a sociedade civil e as suas iniciativas ao sobrevalorizar o empreendedor social que aparece como a figura de ‘salvador’. Laville questiona: até que ponto o negócio social não oculta o focus da Economia Solidária que quer potenciar a união dos cidadãos em prol da resolução conjunta?

O Negócio Social não surge como substituto da Economia Solidária ou como alternativa ao papel do Estado Providência. Poderá este modelo ser entendido como ferramenta resultante de uma visão integrada da esfera social e económica e que poderia, sob a tutela da Economia Solidária, integrar a interacção entre espaço público, esfera política e esfera económica? Ambos surgem como proposta alternativa para dar resposta a questões sociais e económicas, mas a abrangência da Economia Solidária, enquanto conceito, é lata; já o negócio social resume-se a um modelo que, se regulado e monitorizado, poderá acrescentar valor à sociedade. A regulação e monitorização passaria por alertar para o perigo de o negócio social se tornar instrumento de grandes grupos económicos e incentivar que seja erguido por grupos de cidadãos num esforço colectivo de melhoria de qualidade de vida.

Tabela 2-Sinopse: Economia Solidária, Economia Social, Negócio Social

Economia Solidária	Economia Social	Negócio Social
Associativismo democrático e igualitário	Associativismo filantrópico	Não tem, na sua essência, carácter associativo
Moral	Moralista	Moralista (segundo Laville)
Articulação entre <u>esfera política</u> (poder político e espaço público) + <u>esfera económica</u>	O social e o económico vistos isoladamente	Articulação entre o social e o económico; Não tem dimensão política nem carácter reivindicativo
Pluralidade da economia: recusa a ideia de existir apenas uma forma de economia, a de mercado. Tem em conta os princípios de mercado, de redistribuição, de reciprocidade e de domesticidade	Economia de mercado	Apesar de trabalhar no plano da economia de mercado, entende não se reger pelos mesmos princípios (lucro)
Reciprocidade	Caridade como dever unilateral	Reciprocidade (não menoriza ou menospreza; respeita a individualidade da população com que trabalha e em que se insere e desenvolve o seu trabalho assente na ideia de partilha e retribuição)
Iniciativas de acção colectiva com sentido político, resultantes da vontade de cidadãos, como forma de afirmação no espaço público	Iniciativas de acção colectiva como instrumentos do Estado, funcionando como serviços do Estado	Iniciativas particulares ou de acção colectiva, por parte de cidadãos ou empresas, com vista a resolver um problema social via criação de negócio com ou sem fins lucrativos, mas financeiramente saudável. Não é uma teoria; é uma prática
Questão social focada na desigualdade	Questão social focada na pobreza	Questão social focada na desigualdade
Activa	Reactiva	Activa
Activo e preocupado com o bem comum, pretende apoiar o papel social do Estado, regulador da articulação entre económico e social		Funciona de forma independente às políticas sociais do Estado

I.4 Caracterização do projecto SeverIn

I.4.1 Contextualização

As zonas rurais assistem a um círculo vicioso centrado na reduzida densidade populacional e de actividades económicas (de serviços e comerciais) que conduz à diminuição da procura dos transportes colectivos de passageiros que em resposta diminuem a frequência e/ou período de funcionamento; culminando, em alguns casos, na extinção do serviço.

As especificidades destas áreas – das quais se destacam o reduzido número de habitantes, a elevada proporção de idosos, o baixo rendimento *per capita*, a diminuta densidade populacional bem como de actividades económicas (serviços, comércio, indústria), a falta de eixos viários principais – condicionam a viabilidade do serviço de transportes públicos assente no modelo aplicado nas áreas urbanas, que requer uma elevada concentração de população e actividades.

A escassez de transporte público potencia os problemas de isolamento destas populações periféricas, sobretudo das mais vulneráveis cuja resposta individual à falta de transporte público é parca ou mesmo nula. Com a inexistência de oferta de mobilidade os espaços rurais tendem a fechar-se sobre si próprios e as suas populações a distanciar-se da vida social, ficando inclusive comprometida a sua autonomia para desenvolver tarefas básicas de apoio à sua vida quotidiana.

Assim, o problema social identificado na presente dissertação – resultante da discrepância significativa entre o que se defende como necessário para promover a igualdade de oportunidades e a coesão social e o que se proporciona, de facto, para que esses desígnios sociais sejam atingidos (Timms, 1970) – levou-nos a equacionar o desenvolvimento de uma metodologia de identificação dessas necessidades e a procurar estimar prioridades, contribuindo simultaneamente para o estudo da viabilidade de introdução de transporte público rodoviário em aglomerados dispersos e de baixa densidade.

O projecto SeverIn, apesar não se enquadrar nos critérios de Negócio Social no que respeita ao financiamento, é um ponto de partida interessante para dar resposta à pergunta de partida inicialmente colocada. Assim, foi estabelecido um protocolo com a Rodoviária da Beira Litoral no sentido de apoiar o estudo de viabilidade de adaptação do SeverIn ao modelo de negócio social de Yunus.

I.4.2 Alguns indicadores sobre o município de Sever do Vouga:

O projecto SeverIn actua no município de Sever do Vouga, pelo que se julga pertinente a sua caracterização sumária:

- Do distrito de Aveiro é o município com maior número de áreas predominantemente rurais;
- Tem a mais baixa densidade populacional do distrito, com cerca de 100 habitantes por km²;
- 99% dos lugares têm menos de 500 habitantes;
- É dos municípios de Aveiro com menor população residente (12.427);
- 25% da população é reformada;
- 23% da população tem 65 anos ou mais;
- 17% dos idosos vivem sozinhos;
- 8% Proporção de poder de compra (% - no total do País - 2009)

O SeverIn nasce da vontade política do município de Sever de Vouga em assegurar meio de transporte às populações das nove freguesias de um município com particularidades geográficas e demográficas que condicionam a actuação de operadores de transportes colectivos de passageiros nos moldes tradicionais. Para dar resposta às necessidades da população idosa, considerada mais fragilizada – pela menor capacidade física para percorrer longas distâncias a pé e pelo isolamento social – a vereadora dos transportes da Câmara Municipal de Sever do Vouga contactou a Rodoviária da Beira Litoral (Transdev), principal empresa operadora de transportes colectivos de passageiros no município, à qual está adjudicada, pela CM, o transporte escolar. A operadora teria de elaborar um plano que respondesse à solicitação camarária e tivesse em linha de conta condicionantes como a dispersão geográfica e a falta de escala daquele município.

I.4.3 Descrição do serviço

O SeverIn opera no município de Sever do Vouga, tendo pontos de paragem em 25 lugares distribuídos pelas freguesias existentes. Iniciou a actividade com cinco circuitos fixos – Linha Norte, Linha Nordeste, Linha Este, Linha Sul, Linha Sever Out – cada qual levado a cabo num dia de semana respectivo. Pela falta de procura o circuito

Sever Out, com destino a Aveiro, o único que não tinha como destino a sede do município, foi entretanto desactivado.

O horário é fixo – 9h/9.30h (origem/Sever do Vouga) e 12.30h/13h (Sever do Vouga/retorno à origem) – assim como o preço por trajecto, 1€

Os percursos foram traçados de forma a abranger todas as freguesias do município e o máximo de lugares possível, agrupados tendo em conta a sua localização e o tempo de viagem. Estipulou-se que entre origem e destino o transporte levaria 30 minutos; no regresso é feito o mesmo trajecto em 30 minutos.

O SeverIn opera quatro dias por semana, durante 1 hora por dia. Com o intuito de rentabilizar o recurso humano principal – motorista – e o miniautocarro, o serviço estendeu-se a outro segmento de mercado: alunos de creches. Tendo em conta a dispersão geográfica neste município, o transporte escolar assegurado por autocarros da Transdev não abrange todos os lugares; esses, mais distantes e com muito poucos utentes (crianças) a servir, estão agora a cargo do SeverIn que rentabiliza o horário entre as 7.30h/8.30h transportando crianças para as creches.

Ficha Técnica

Nome do Projecto: SeverIn;

Natureza: Transporte colectivo de passageiros;

Meio de transporte: Miniautocarro de 15 lugares;

Actuação: Município de Sever do Vouga / Distrito de Aveiro;

Operador do serviço: Transdev (Rodoviária da Beira Litoral);

Parceiro/Cliente: Câmara Municipal de Sever do Vouga;

Público-alvo privilegiado: População idosa;

Investimento Inicial: 500€ em concepção e distribuição de material promocional;

(recursos humanos e meio de transporte já existentes)

Data de Início: Fev./2011

I.4.4 Dimensão Social

Para além de meio de transporte adequado às expectativas e necessidades da população que serve – promovendo deslocação desde os lugares das várias freguesias até à sede do município, onde estão localizados os serviços de apoio à vida quotidiana, incluindo os administrativos e técnicos – o SeverIn combate o isolamento, potenciando, à sua escala, a sociabilização entre a população dos vários lugares que serve e facilitando a sua participação na vida social. Ou seja, é promotor de autonomia funcional mas também da inclusão e interacção social, atenuando situações de isolamento. De destacar que este serviço é, em muitas localidades, a única alternativa de transporte público e conseqüentemente, para muitas pessoas – cuja idade ou disponibilidade financeira não permite usufruir de transporte individual – o único elo de ligação à sede do município de que dispõem de forma autónoma.

II METODOLOGIA

II.1 Breve enquadramento e definição da problemática

A escassez de oferta de transportes públicos em zonas periféricas suscitou o interesse em estudar a viabilidade da operacionalização de uma solução que respondesse aos défices de mobilidade da população. A alternativa teria de considerar um modelo de negócio diferente do modelo capitalista utilizado pelas empresas de transportes públicos de passageiros que operam em zonas rurais, mas que também se distanciasse de iniciativas com missão social dependente de financiamento benemérito. Procurava-se uma solução empresarial para dar resposta aos défices de mobilidade, com mecanismos próprios de sobrevivência; ou seja, uma solução com foco na missão social e também na geração de rendimento para se auto-sustentar financeiramente. Consequência de reflexão teórica, tomou-se o modelo de negócio social de Yunus como principal objecto de estudo. A primeira fase teve como intuito delimitar o problema, que seria o fio condutor de todo o trabalho, e definir os objectivos da pesquisa. Assim, expôs-se a problemática na seguinte pergunta de partida:

Qual o alcance e as limitações do modelo de Negócio Social (Yunus, 2011) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas?

À pergunta de partida seguiu-se a formulação das hipóteses que viriam a “fornecer o critério para seleccionar, de entre a infinidade de dados (...) os dados ditos ‘pertinentes’” à investigação (Quivy e Campenhoudt, 1992: 120):

- A obrigatoriedade de rentabilidade financeira limita o alcance da missão social.
- O modelo arquitectado por Yunus é aplicável à criação de um negócio social para responder aos défices de mobilidade das populações periféricas se for implementado um regime de subsidiação cruzada.
- O Negócio Social formulado por Yunus não se revela o modelo viável na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas por encontrar limitações relacionadas com a densidade populacional, poder de compra e financiamento.

As leituras exploratórias e de validação da problemática centraram-se no argumento teórico em torno do modelo de negócio social, explorado por Yunus – do que se trata, o que o constitui, exemplos práticos já implementados – e ainda na clarificação dos conceitos de Economia Social e Economia Solidária no sentido de averiguar se aquele modelo (de Yunus) seria passível de ser enquadrado nestes conceitos mais latos, já aplicados há décadas e amplamente estudados por autores como Laville, Dafourny, Hespanha. A selecção das leituras teve ainda como objectivo aprofundar as condicionantes de mobilidade em contexto rural.

II.2 Opções Metodológicas

Tendo em conta a complexidade do problema, procurou-se construir um processo metodológico assente em variadas fontes de informação, elegendo uma abordagem qualitativa e uma abordagem quantitativa como ferramentas capazes de, em conjunto, conferir maior rigor à investigação.

Por se tratar de um estudo sobre a viabilidade prática de uma alternativa de transporte colectivo de passageiros, o plano teórico teria obrigatoriamente de ser complementado com o conhecimento efectivo, no terreno, das necessidades da população em termos de mobilidade, o que exigia a delimitação geográfica de uma área do território nacional. Por razões práticas – que se prendiam à logística necessária para o trabalho de campo – optou-se por, numa primeira fase, definir uma área de intervenção alargada: o Baixo Vouga. Trata-se de uma sub-região estatística portuguesa,

parte da Região Centro, integrada por 11 municípios do distrito de Aveiro: Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga, Vagos.

II.2.1 Matrizes

Foram criadas três matrizes, cada uma perseguindo um objectivo diferente, todas elas estruturadas tendo em vista um potencial disseminador. Ou seja, a estrutura e organização das matrizes pretende apoiar a presente investigação, mas também outras investigações futuras desde que partilhem os objectivos abaixo descritos. Acrescente-se que as matrizes construídas são ferramentas de apoio à operacionalização de um modelo alternativo, de transporte colectivo de passageiros, adaptável às necessidades de mobilidade de uma população específica (população idosa), inserida em qualquer território predominantemente rural do País.

- **A Matriz de Apoio à Caracterização:** traça o perfil sociodemográfico e de ocupação do território, assim como as dinâmicas de mobilidade de cada município pertencente à região em análise. Constitui a base de dados a partir da qual é construída a Matriz de Apoio Selecção.
- **Matriz de Apoio à Selecção:** apoia a selecção da área de actuação, medindo, em cada município da região em análise, o potencial de procura de transporte colectivo de passageiros, tendo como fim último, através da atribuição de um score, eleger o município que revele o maior potencial de procura.
- **Matriz de Apoio ao Plano de Negócios:** identifica potenciais clientes secundários, ou seja, oportunidades de negócio em diferentes mercados, passíveis de gerar rendimento para apoiar a viabilidade financeira da missão social.

A recolha de dados para a construção e preenchimento das matrizes teve em consideração o potencial disseminador pretendido. Os dados inerentes às dimensões e variáveis convocadas para as matrizes teriam de ser acessíveis, além de fidedignos. Posto isto, optou-se pela recolha de dados preexistentes, junto do Instituto Nacional de Estatística para auxiliar a caracterização dos municípios quanto às dimensões demográfica, socioeconómica e ocupação territorial. Além destas dimensões, e por se estar a tratar do tema mobilidade, deveriam ainda ser convocadas dimensões relacionadas com a oferta de transportes públicos colectivos de passageiros, no entanto, o INE não dispõe desses dados ao nível do município, a unidade de análise

das matrizes.

Por conseguinte, procedeu-se ao envio de entrevista semidirectiva, método aplicado quando se pretende, entre outros, “*a análise de um problema específico: os dados do problema, os pontos de vista presentes (...), o funcionamento de uma organização, etc.*”. (Quivy e Campenhoudt, 1992: 195). Por impossibilidade de aplicação presencial, o guião foi enviado via email para as 11 Câmaras Municipais do Baixo Vouga, no sentido de aprofundar conhecimentos sobre se os serviços existentes de transporte público de passageiros seriam suficientes para responder às necessidades de mobilidade da população e quais as respostas públicas em curso. Sobre os serviços de transportes de passageiros no município pretendia apurar-se se:

- Todas as freguesias e lugares do município têm disponíveis serviços de transportes para os munícipes, quais os trajectos e horários.
- A Câmara Municipal teria em sua posse listagem das freguesias e lugares do município que não têm disponíveis serviços de transportes para os munícipes.
- A Câmara Municipal teria dados estatísticos sobre o assunto que pudesse facultar à investigação.

Todas as respostas institucionais indicaram a consulta do Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro (PIMTRA). Trata-se de um documento estratégico e operacional para a Região de Aveiro, no âmbito da implementação de um sistema integrado de mobilidade (articulação entre os diversos modos de transporte) com o mínimo custo de investimento e de exploração. O PIMTRA pretende promover a mobilidade sustentável (diminuição do uso do transporte individual e paralelamente garantir a adequada mobilidade das populações); a acessibilidade enquanto factor de inclusão e justiça social; a qualidade de vida urbana; medidas de gestão de mobilidade. Assim, procedeu-se à recolha de dados preexistentes junto do PIMTRA em resposta às questões sobre a oferta de transporte público de passageiros, por município.

II.2.2 Estudo de Caso / Inquérito³

Com base no score resultante da Matriz de Apoio à Selecção, partiu-se para a investigação no terreno, neste caso, Sever do Vouga. Leituras exploratórias deram a conhecer um projecto que mereceu especial atenção por promover a mobilidade em contexto rural – Sever do Vouga. Optou-se por estabelecer que os utentes desde serviço

³ Consultar Apêndice A: Guião de Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn

seriam tidos como amostra representativa da população por estarem reunidas as seguintes condições: *“Quando a população é muito volumosa e é preciso recolher muitos dados para cada indivíduo ou unidade; Quando sobre os aspectos que interessam o investigador, é importante recolher uma imagem globalmente conforme à que seria obtida interrogando o conjunto da população; resumindo, quando se põe um problema de representatividade”* (Quivy e Campenhoudt, 1992: 163).

Foi elaborado um inquérito por questionário, a aplicar aos utentes, com o objectivo de determinar os níveis de procura de transportes públicos de passageiros, como está a ser satisfeita e a que preço. Pretendia-se traçar um diagnóstico de procura - necessidades de mobilidade pendular (emprego, escola...), mobilidade periódica (suporte à vida doméstica) e mobilidade não periódica (visita a familiares, lazer...), e como a mesma está a ser satisfeita pelo SeverIn. O questionário foi aplicado presencialmente, dentro do miniautocarro, no decorrer das viagens, durante o período de quatro dias. Optou-se por percorrer as quatro rotas do SeverIn, que englobam todas as freguesias do município. O questionário foi aplicado a todos os passageiros que recorreram ao SeverIn entre nos dias 19, 20, 24 e 25 de Setembro de 2012, num total de 39 pessoas que constituem a amostra.

Por observação directa não participante, de curta duração – correspondente aos dias e horário de funcionamento do SeverIn (quatro dias, das 9h/9,30 3 das 12,30h) –, com a autorização dos utentes do SeverIn, foi possível fazer uma leitura de comportamentos no momento em que são produzidos, o que se veio a traduzir numa melhor compreensão daquela realidade, dos seus actores e do grau de importância da mobilidade para esta população específica.

O SeverIn nasce da parceria entre a Câmara Municipal de Sever do Vouga e a Rodoviária da Beira Litoral – empresa operadora de transportes públicos – como resposta às necessidades de mobilidade da população daquele município. Analisada a sua orgânica e objectivos, o SeverIn tornou-se objecto de estudo desta investigação. Por ter sido criado para servir um reduzido e específico segmento da população recorre a uma estratégia de negócio que o diferencia dos tradicionais transportes colectivos de passageiros. Utiliza um miniautocarro de 15 lugares que percorre circuitos pré-estabelecidos com pontos de paragem em 25 lugares distribuídos por todas as freguesias de Sever do Vouga. O SeverIn foi desenhado para responder às expectativas e necessidades da população residente em lugares distantes da sede do município, onde

estão reunidos os principais serviços de apoio à vida quotidiana. Os custos de operacionalização são suportados pelos utentes e pela Câmara Municipal de Sever do Vouga.

Apesar de este modelo não se enquadrar nos critérios de Negócio Social no que respeita ao financiamento, é um ponto de partida interessante para dar resposta à pergunta de partida inicialmente colocada.

III MODELO DE ANÁLISE: MATRIZES E GUIÕES DE ENTREVISTA E INQUÉRITO

III.1 Enquadramento

As matrizes criadas são ferramentas de apoio à operacionalização de um modelo alternativo, de transporte colectivo de passageiros, adaptável às necessidades de mobilidade de uma população específica (população idosa), inserida em qualquer território predominantemente rural do País. Cada uma das matrizes – Matriz de Caracterização, Matriz de Selecção, Matriz Complementar de Apoio ao Plano de Negócios – tem objectivos diferenciados:

- **A Matriz de Apoio à Caracterização:** traça o perfil sociodemográfico e de ocupação do território, assim como as dinâmicas de mobilidade de cada município pertencente à região em análise. Constitui a base de dados a partir da qual é construída a Matriz de Selecção.
- **Matriz de Apoio à Selecção:** apoia a selecção da área de actuação, medindo, em cada município da região em análise, o potencial de procura de transporte colectivo de passageiros, tendo como fim último, através da atribuição de um score, eleger o município que revele o maior potencial de procura.
- **Matriz de Apoio ao Plano de Negócios:** identifica potenciais clientes secundários, ou seja, oportunidades de negócio em diferentes mercados, passíveis de gerar rendimento para apoiar a viabilidade financeira da missão social.

Para conservar o potencial disseminador do modelo, optou-se pela construção de duas matrizes: Matriz de Apoio à Caracterização e Matriz de Apoio à Selecção. Cada zona territorial terá as suas especificidades e a aplicação de apenas uma matriz poderia negligenciar indicadores relevantes ou duplicar informações, desvirtuando os resultados da análise. Assim, constam na Matriz de Caracterização todas as dimensões de análise e respectivas variáveis consideradas pertinentes para traçar o perfil sociodemográfico e de

ocupação de qualquer território predominantemente rural do País, assim como as suas dinâmicas de mobilidade. Será a partir desta base de trabalho que é construída a Matriz de Selecção. Nesta ferramenta, o investigador apenas inclui as dimensões de análise e variáveis mais relevantes, de acordo com a área do território em análise. Esta opção é também consequência de um teste realizado, considerando apenas uma matriz. Conclui-se que, para manter o potencial disseminador, a matriz única teria de incluir 39 variáveis; uma vez que nem todas teriam a mesma relevância, seriam atribuídas ponderações que as diferenciavam entre si. Na ausência de um painel de peritos que as validasse, seria porventura demasiado ambicioso atribuir ponderações a 39 variáveis sem incorrer em interpretações grosseiras. Este risco ficou então bastante reduzido pela criação de duas matrizes, sendo que apenas foi necessário atribuir ponderação a duas variáveis pertencentes à dimensão 'Oferta de Transporte Colectivo (TC)', medida argumentada no ponto 3. deste capítulo.

Para se compreender a lógica de construção das Matrizes, importa esclarecer os motivos pelos quais o presente estudo da viabilidade de introdução de transporte público rodoviário privilegia meios predominantemente rurais, com aglomerados dispersos e de baixa densidade, e um público-alvo com 65 anos ou mais.

Em meios rurais, sobretudo os que evidenciam menor densidade populacional e maior dispersão geográfica, tendem a desaparecer os serviços que requerem um número mínimo de utilizadores e que exigem a concentração, de dimensão e espacial, para que seja assegurada competitividade. Face ao território urbano, o território predominantemente rural apresenta maior perda de viabilidade socioeconómica. Seguindo o mesmo princípio de concentração, é ainda de notar que os serviços disponíveis em meio rural tendem a reunir-se nas localidades-sede.

Ainda que o défice de mobilidade possa ser transversal a vários grupos etários, considera-se que a população idosa (com 65 anos ou mais) será a mais fragilizada. Para além de questões relacionadas com as competências físicas (como por exemplo, a perda de algumas capacidades motoras que não permitem percorrer longas distâncias a pé ou conduzir um veículo motorizado), sublinha-se também como relevante a ausência da obrigatoriedade laboral que, em última instância, é o grande motivador das deslocações diárias e argumento de peso no que toca à implementação de políticas de mobilidade; note-se, a título de exemplo, que todos os municípios garantem transporte diário à população estudante (ensino obrigatório). Para os idosos, em especial para os não

motorizados, “*é imprescindível avaliar medidas que permitam a sua maior inclusão, de forma independente, na vida social, seja em actividades de lazer, seja sobretudo na possibilidade de não ficarem dependentes para actividades rotineiras, como seja compras, saúde ou assuntos pessoais.*” (Carvalho, s/d: 10)⁴

O sucesso da resposta às necessidades de uma população idosa habitante em aglomerados dispersos e de baixa densidade, ou seja, o sucesso da missão social está intrinsecamente ligada à viabilidade financeira que a sustente. Poderá ser necessário encontrar soluções complementares, isto é, identificar diferentes oportunidades de negócio em diferentes mercados, dirigidas a um outro público-alvo. Assim, diferenciam-se os públicos-alvo por Clientes Primários (aqueles a quem a missão social do negócio é dirigida) e Clientes Secundários.

Além das matrizes, o modelo criado integra Guiões de Entrevista e de Inquérito por questionário com o objectivo de validar, no terreno, os resultados da Matriz de Selecção. De recordar que o objectivo do modelo é poder ser utilizado futuramente, em qualquer região do país.

III.2 Matriz de Caracterização

A Matriz de Caracterização foi construída para poder ser aplicada em qualquer território objecto de estudo. Para o efeito, foram convocadas oito dimensões de análise estruturais e seleccionado um número alargado de variáveis (39), agrupadas por dimensão de análise. As dimensões de análise convocadas pretendem avaliar como se distribui a população no território, a organização micro do território (freguesias e lugares), as características sociodemográficas da população e as dinâmicas de mobilidade, considerando quais os motivos e os meios preferenciais de deslocação.

1. Predominância Rural.
2. Dispersão Geográfica.
3. População Residente/ População perante a Idade e o Emprego.
4. Equipamentos disponíveis.
5. Poder de Compra e Utilização de automóvel nas deslocações.

⁴ “Estratégias e políticas de transporte como instrumento de inclusão social em áreas urbanas”, *Paper* correspondente desenvolvido no âmbito de uma investigação desenvolvimento de Tese de Mestrado em Transportes. A data de publicação não se encontra referida no documento

6. Motivo das deslocações.
7. Modo de transporte.
8. Oferta Transporte Colectivo Rodoviário, Ferroviário e Fluvial⁵.

Quanto ao processo de selecção, organização e ordenação:

— As variáveis foram seleccionadas de acordo com a sua capacidade de informar, ao nível do município, as oito dimensões de análise já referidas e ainda tendo em conta a fiabilidade das fontes, pelo que apenas foram recolhidos dados de fontes de referência.

— Cada variável integra a dimensão de análise que pretende informar.

— Cada variável foi ordenada de forma ascendente ou descendente, consoante o que é mais ou menos valorizado.

A recolha de dados foi efectuada através da consulta às seguintes fontes:

- Instituto Nacional de Estatística (INE);
- Data Centro;
- Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro (PIMTRA).

A Tabela 3 apresenta o processo de construção da Matriz de Apoio à Caracterização:

Tabela 3-Matriz de Apoio à Caracterização: processo de construção

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Predominância Rural	Áreas Predominante/ Rurais (Nº)	2010; Data Centro	Valoriza os municípios com maior nº de áreas predominantemente rurais
Dispersão Geográfica	Densidade Populacional	2011; INE	Valoriza os municípios com menor densidade populacional
	Km2 superfície		Valoriza os municípios com mais quilómetros quadrados de superfície

⁵ Ainda que se considere relevante incluir, nos dados referentes à oferta, informação sobre todos os meios de transporte público colectivo, o preenchimento da matriz para efeitos do presente estudo apenas inclui a oferta de transporte público colectivo rodoviário, por falta de acesso à informação dos restantes à escala do município.

	Habitações Isoladas		Valoriza os municípios com mais habitações isoladas
	Lugares por município		Valoriza os municípios com maior número de lugares
	Lugares com menos de 500 habitantes		Valoriza os municípios com maior número de lugares com menos de 500 habitantes
	Média da distância entre os lugares e a sede do município		Esta variável, ainda que considerada na matriz, não foi contabilizada no presente estudo, por falta de acesso à informação que permitiria integrá-la

PRESSUPOSTOS:

As áreas com maior predominância rural estão, por norma, mais distantes dos principais eixos viários. A acentuada dispersão da população pelo território e as grandes distâncias entre os aglomerados obriga a percorrer extensões consideráveis para dar resposta a uma procura reduzida e dispersa, factores que colocam esses mesmos aglomerados e respectivas populações em situação de mobilidade mais vulnerável, desencorajando as empresas de transportes a operarem nessas áreas, pelo que a oferta será reduzida ou inexistente.

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
População/ População perante a idade e o emprego	Pop. Residente	2011; INE	Valoriza os municípios com menos população residente
	Pop. c/ 65 anos ou mais		Valoriza os municípios com mais população com 65 anos ou +
	Idosos Vivendo Sós		Valoriza os municípios com mais idosos vivendo sós
	Ratio Muito Idosos		Valoriza os municípios com maior ratio de pop. muito idosa
	Empregada		Valoriza os municípios com menos pop. empregada
	Reformada		Valoriza os municípios com mais pop. reformada
	Desempregada		Valoriza os municípios com mais pop. desempregada
	Doméstica		Valoriza os municípios com mais pop. doméstica
	Estudante		Valoriza os municípios com menos pop. estudante

PRESSUPOSTOS:

Os municípios com menos população residente são também menos atractivos para

negócios assentes no princípio de economia de escala, como o negócio tradicional de transporte colectivo de passageiros. Neste sentido, os municípios com menor população residente são os mais frágeis no que toca à mobilidade.

Para os idosos, sobretudo os já reformados ou desempregados, a mobilidade é um importante promotor não apenas da autonomia funcional, mas também da inclusão e interacção atenuando situações de isolamento.

Por outro lado, parte-se do princípio de que não existindo uma obrigação profissional, a demanda de transportes regulares por parte da população seja menor, logo existirá menos pressão junto das Câmaras Municipais, Juntas de Freguesias e empresas de transportes colectivos de passageiros.

Estes grupos, por não terem uma obrigação de horário, utilizam menos o transporte escolar, o mais predominante na maioria dos municípios, motivo pelo qual se analisa, nesta matriz, a população estudante de cada município. Quanto menor o número de estudantes, menor o orçamento adjudicado aos transportes escolares – passíveis de transportarem outros que não estudantes.

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Equipamentos disponíveis	Hospitais	2011; INE	Valoriza os municípios com menor número de equipamentos de saúde, farmácias e CTT
	Centros de Saúde		
	Extensões de Centros Saúde		
	Farmácias		
	Estações CTT		
	Postos CTT		
PRESSUPOSTOS:			
A não existência de equipamentos de saúde, farmácias e CTT, bem como outras estruturas de apoio à saúde e à vida quotidiana, como bancos ou supermercados – sobretudo para a população idosa, que tem à partida maior necessidade de cuidados médicos, eleva a importância de maior autonomia nas deslocações.			

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Poder de Compra e utilização de automóvel nas deslocações	Ganho Médio Mensal	Dados de 2009, actualizados em 2011; INE	Valoriza os municípios com menor ganho médio mensal e menor proporção do poder de compra
	Proporção de poder de compra (% - no total do País - 2009)		
PRESSUPOSTOS			
Estas duas variáveis apontam a capacidade financeira da população em utilizar um meio de transporte alternativo ao transporte colectivo, como o automóvel ou, em última análise, o táxi. Indicam ainda a disponibilidade financeira dos possíveis utilizadores de um futuro serviço alternativo de transporte público de passageiros.			

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Motivo das deslocações	Para o Trabalho (nº de viagens)	Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro _ Relatório de Caracterização e Diagnóstico; 2011/2012	Valoriza os municípios em que se regista menor número de viagens para trabalhar
	Para a escola (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista menor número de viagens para a ir para escola
	Regresso a casa (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista menor número de viagens para o 'regresso a casa'
	Refeições (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista menor número de viagens para refeições
	Actividades de lazer (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista maior número de viagens para actividades de lazer
	Buscar/Levar familiares ou amigos (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista maior número de viagens para buscar/levar
	Compras (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista maior número de viagens para fazer compras
	Outros (nº de viagens)		Valoriza os municípios em que se regista maior número de viagens para 'outros'
<p>PRESSUPOSTOS: Tendo em conta que a população-alvo do modelo alternativo de transporte a criar será a população idosa, os municípios com menor percentagem de população a necessitar de se deslocar para escola e ou trabalho são os mais privilegiados. É um indicador de que haverá, nesses municípios uma maior percentagem de população que não faz viagens</p>			

obrigatórias, o que se poderá traduzir numa menor oferta de transportes públicos. Por outro lado, a tabela pretende ainda revelar os municípios com maior percentagem de população a fazer viagens obrigatórias, dado que poderá ser utilizado pelo modelo alternativo de transportes a criar aquando da elaboração de serviços complementares necessários à maximização de rendimento do mesmo. O apuramento destas variáveis permite auxiliar o futuro plano de horários e percursos disponibilizados pelo serviço alternativo de transporte. Os números relativos ao motivo ‘Buscar/Levar familiares ou amigos’ poderão ainda apontar a falta de alternativa de meios de transporte.

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Modo de transporte	Nº Viagens em TI (Transporte Individual)	Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro _ Relatório de Caracterização e Diagnóstico; 2011/2012	Valoriza os municípios com menor nº de viagens em transporte individual
	Nº Viagens em TC (Transporte Colectivo) TI		Valoriza os municípios com menor nº de viagens em TC+TI
	Nº Viagens em TC		Valoriza os municípios com menor nº de viagens em TC
	Nº Viagens em Pé		Valoriza os municípios com maior nº de viagens a pé
	Nº Viagens em Bicicleta		Valoriza os municípios com maior nº de viagens de bicicleta
	Nº Viagens em Táxi		Valoriza os municípios com maior nº de viagens de táxi
	Nº Viagens em Outros		Valoriza os municípios com menor nº de viagens em outros
	PRESSUPOSTOS:		
Um menor número de viagens em TI poderá indicar:			
- maior oferta de TC;			
- menor necessidade de deslocações obrigatórias (escola/emprego);			
Um menor número de viagens em TC poderá indicar:			
- a oferta de TC não supre as necessidades da população, estando a oferta desajustada à			

procura (percursos, horários...);
- pouca necessidade de deslocações obrigatórias (escola/emprego);
- maior concentração de TI.
O número de viagens efectuadas recorrendo ao táxi é também relevante, por informar sobre a possível falta de alternativa para as deslocações.

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Oferta de Transporte Colectivo	Rodoviário: circulações semanais (dia útil, 2 sentidos)	Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro _ Relatório de Caracterização e Diagnóstico; 2011/2012	Valoriza os municípios com menor oferta
	Ferrovário: circulações semanais (dia útil, 2 sentidos)		Por ausência de informação, estas variáveis, apesar de integrarem a matriz, não foram integradas na presente análise
	Fluvial: circulações semanais (dia útil, 2 sentidos)		
PRESSUPOSTOS: A avaliação da oferta auxilia a estimar a necessidade de mobilidade da população.			

III.3 Matriz de Apoio à Selecção

A Matriz de Apoio à Selecção foi construída como instrumento de apoio à selecção do território onde implementar o modelo alternativo de transporte colectivo de passageiros, pelo que hierarquiza as diferentes unidades de análise, tendo em conta o potencial de procura de cada uma.

A construção da Matriz de Apoio à Selecção compreende as seguintes fases:

- Análise da Matriz de Apoio à Caracterização com vista à recolha das dimensões e variáveis mais relevantes a integrar.
- Correlação de variáveis no sentido de validar a selecção.
- Construção de novos indicadores (com base na informação de duas ou mais variáveis), com o objectivo de refinar a informação.

— As dimensões e variáveis seleccionadas observam um princípio de ordenação dos respectivos dados, tomados como indicadores que discriminam as unidades de análise territoriais (neste caso municípios) entre si. A ordenação, que atribui à unidade de análise menor ou maior relevância, decorre da revisão de literatura apresentada anteriormente.

— Cálculo do score.

O processo de hierarquização (score) dos municípios observou as seguintes regras:

— Cada variável assume a mesma relevância, à excepção das variáveis que integram a dimensão ‘Oferta TC Rodoviário’. Por ser a única dimensão a representar a oferta e ser constituída apenas por duas variáveis (por falta de informação disponível ao nível da unidade de análise em estudo) assumiu-se que esta fragilidade deveria ser minimizada com a atribuição de ponderação de 3 pontos para efeitos de score. Utilizou-se a fórmula: (Índice da Oferta TC Rodoviário + Indicador da abrangência territorial da oferta) *3. Para o score é utilizado o resultado desta operação.

— A cada município, em cada variável, corresponde um Índice.

— Cada variável está ordenada pelo Índice, que é calculado de acordo com o que é mais ou menos valorizado: $1 - (\text{valor real} - \text{valor mínimo}) / (\text{valor máximo} - \text{valor mínimo})$; ou $(\text{valor real} - \text{valor mínimo}) / (\text{valor máximo} - \text{valor mínimo})$.

— A coluna Score apresenta a pontuação de cada município, resultado do somatório dos Índices correspondentes a cada unidade de análise: $\text{município} = \text{ÍndiceV1} + \text{ÍndiceV2} + \text{ÍndiceV3} + \dots + \text{ÍndiceV14}$.

— O Score serve como indicador de necessidade de mobilidade: quanto maior o score, maior será a necessidade.

— A decisão sobre o município-piloto recai sobre o melhor score, baseado na resolução de um sistema de 14 variáveis.

A análise, em alguns casos mais conceptual do que estatística, da Matriz de Apoio à Caracterização, resultou na selecção das dimensões e variáveis a incluir na Matriz de Apoio à Selecção. Foram ainda criados novos indicadores (com base na informação de duas ou mais variáveis), com o objectivo de refinar a informação. No total, a Matriz de Apoio à Selecção convoca sete dimensões e 14 variáveis.

Sistematização das opções tomadas:

— Anulou-se a dimensão 'Motivo das deslocações'. Ainda que seja relevante para perceber a dinâmica de mobilidade, parte-se do pressuposto de que, independentemente do motivo, e respeitando o direito de igualdade, a todos deve ser facilitado o acesso à mobilidade. Os municípios com uma maior percentagem de população que não faz viagens obrigatórias (trabalho e escola) tendem a ter menor oferta de TC, indicador relevante; no entanto, respeitando este argumento, optou-se por incluir a dimensão 'População perante o emprego'.

— Foi ainda anulada a variável 'Ganho Médio Mensal', por considerar-se que a variável 'Poder de compra' é suficientemente expressiva, pelo que manter as duas seria redundante.

— As variáveis 'Km2 superfície' e 'Habitações isoladas por município' foram tidas em conta não para efeitos de score, mas para a criação do 'Indicador de isolamento territorial'. Foi utilizada a fórmula: 'Habitações isoladas por município' / 'km2 superfície'. Considerou-se que ambas cooperam para gerar informação mais precisa.

— Da dimensão 'Modo de Transporte', apenas foi seleccionada a variável 'Táxi'. Parte-se do pressuposto que o táxi surge como alternativa ao TC e ao TI, pelo que o município que apresente um maior número de viagens de táxi sugere que a oferta de TC não corresponde às expectativas e que a opção de TI não é preponderante.

— A variável 'Lugares por Município (Nº)' não foi considerada para score, mas utilizada em conjunto com a variável 'Oferta total diária média em dia útil por município', dando origem ao 'Indicador da abrangência da oferta'. Foi utilizada a fórmula: 'Oferta total diária média em dia útil por município' / 'Lugares por Município (Nº)'. Assim, acredita-se revelar informação mais precisa quanto à capacidade da oferta disponível servir todo o território.

— As variáveis 'Reformada', 'Desempregada' e 'Doméstica' foram utilizadas não para efeitos de score, mas para a criação da variável 'Pop. sem obrigatoriedade laboral'. Fórmula utilizada: 'Reformada' (%) + 'Desempregada' (%) + 'Doméstica' (%). A percentagem foi calculada: 'Reformada' (Nº) / 'Pop. Residente' (Nº); 'Desempregada' (Nº) / 'Pop. Residente' (Nº); 'Doméstica' (Nº) / 'Pop. Residente' (Nº). Valorizam-se os

municípios que manifestam menor número de indivíduos sem obrigatoriedade laboral, seguindo o pressuposto já apresentado.

— As variáveis ‘Centros de Saúde’ e ‘Extensões de Centros Saúde’ deram origem à variável ‘Centros de Saúde e Extensões de Centros Saúde’ (‘Centros de Saúde’+‘Extensões de Centros Saúde’) considerada para score.

— As variáveis ‘Estações CTT’ e ‘Postos CTT’ deram origem à variável ‘Estações CTT e ‘Postos CTT’ (‘Extensões e Postos CTT) considerada para score.

III.4 Matriz de Apoio ao Plano de Negócios

Postula-se que a viabilidade económica de um negócio de transporte colectivo de passageiros a actuar em lugares de pequena escala, distantes dos principais eixos viários, obriga a que a empresa, para poder cumprir a sua função social e manter-se financeiramente autónoma e saudável terá de oferecer serviços complementares, dirigidos a um outro público-alvo; ou seja, terá de tirar partido de diferentes oportunidades em diferentes mercados. A natureza do negócio de transporte colectivo de passageiros implica, à partida, recursos básicos – como por exemplo o meio de transporte e motorista para o conduzir – pelo que o desafio será conseguir maximizar esses recursos. Nesse sentido, foi construída a Matriz de Apoio ao Plano de Negócios que visa identificar, na região onde o serviço vai cumprir a sua missão social, a existência de potenciais utilizadores/parceiros do serviço de transporte.

A Matriz de Apoio ao Plano de Negócios convoca quatro dimensões de análise estruturais - cada qual correspondendo a um potencial mercado subsidiário - e 24 variáveis, agrupadas por dimensão de análise. As dimensões de análise convocadas pretendem apresentar um quadro geral que reflecte a dinâmica de potenciais mercados subsidiários.

- Educação
- Empresas
- Hotelaria
- Cultura e Desporto

O processo de selecção, organização e ordenação das variáveis teve em conta:

— As variáveis foram seleccionadas de acordo com a sua capacidade de informar, ao nível do Município, as quatro dimensões de análise já referidas e

ainda tendo em conta a fiabilidade das fontes, pelo que apenas foram recolhidos dados de fontes de referência.

— Cada variável integra a dimensão de análise que pretende informar.

— Cada variável foi ordenada de forma descendente, valorizando as unidades de análise (municípios) segundo a expressividade de mercados subsidiários potenciais.

— O processo de hierarquização (score) das unidades de análise (municípios) observou as seguintes regras:

— A cada unidade de análise (município) de cada variável corresponde um Índice.

— Cada variável está ordenada pelo Índice; Índice = (valor real-valor mínimo) / (valor máximo-valor mínimo).

— A coluna Score apresenta a pontuação de cada município, resultado do somatório dos Índices correspondentes a cada unidade de análise: município=ÍndiceV1+ ÍndiceV2+ ÍndiceV3+...ÍndiceV24.

— O score serve como indicador de potenciais mercados subsidiários.

— O score não tem efeitos de selecção, apenas de ordenação dos municípios segundo o potencial de apoio, através de mercados subsidiários, ao negócio social.

A recolha de dados foi efectuada através da consulta às seguintes fontes:

— Instituto Nacional de Estatística.

Aos dados utilizados estão associadas as respectivas metainformações, que podem ser consultadas em anexo.

A Tabela 4 apresenta o processo de construção da Matriz de Apoio ao Plano de Negócios:

Tabela 4-Matriz de Apoio ao Plano de Negócios: processo de construção

Dimensões de Análise	Variáveis	Data _ Fonte	Ordenação
Educação: Estabelecimentos, alunos inscritos e docentes no ensino superior	Estabelecimento	2010/2011; INE	Valoriza os municípios com maior número de estabelecimentos de ensino superior, maior número de alunos inscritos e maior número de pessoal docente
	Alunos inscritos		
	Pessoal docente		

Educação: Ensino Pré-Escolar - alunos matriculados por município, segundo a natureza institucional do estabelecimento	Alunos matriculados	2011/2012; INE	
Empresas	Total Com menos de 10 empregados Com entre 10 e 49 empregados Com entre 50 e 249 empregados Com mais de 250 empregados	2010; INE	Valoriza os municípios com maior número de empresas, segundo o número de pessoal ao serviço
Hotelaria	Estabelecimentos Capacidade de alojamento Proveitos de aposento Estada média no estabelecimento Taxa de ocupação- cama (líquida)	2011; INE	Valoriza os municípios com o sector hoteleiro mais expressivo
Cultura e Desporto: Despesas das câmaras municipais; Recintos e espectáculos	Com Património (Museus) Com Música Com Artes cénicas Com Recintos culturais Com Jogos e desportos Recintos de espectáculos e Espectáculos ao vivo Total de lugares em Recintos de espectáculos e Espectáculos ao vivo	2010; INE	Valoriza os municípios com maior despesa em actividades de cultura e desporto, assim como os municípios com maior número de recintos de espectáculos e espectáculos ao vivo

III.5 Guiões de Entrevistas e de Inquérito por questionário⁶

O resultado da Matriz de Apoio à Selecção indica a unidade de análise com maior necessidade de mobilidade, no entanto, acredita-se que será sempre necessário validar essa informação, no terreno, junto de interlocutores privilegiados e/ou da população. No caso de existir capacidade de recursos (humanos e financeiros), a aplicação de inquérito à população é certamente útil neste processo de validação. Interessa reconhecer os padrões de mobilidade, através da recolha de dados como: modo de transporte (público ou privado); horário das deslocações; motivo das deslocações; destinos preferenciais; valor (€) apercebido de um potencial serviço de transporte público na área de residência. Na presente dissertação, considerou-se como amostra os utentes do SeverIn aos quais foi aplicado inquérito.

O Presidente da Junta de Freguesia, os médicos de família e os párocos, são, em meios rurais, ajudas preciosas para auxiliar a caracterização da freguesia, no que respeita não apenas à população que a constitui, mas também aos equipamentos, infra-estruturas e serviços, como os de transportes públicos, existentes. São fortes os laços entre a população e estes informadores: existe uma relação de confiança, construída ao longo de anos de convivência. Esta proximidade permite que estes três grupos disponham de um profundo conhecimento daquela realidade, pelo que tendem a ser grandes conhecedores das preocupações e necessidades da população, motivo pelo qual são considerados informadores privilegiados a quem recorrer em projectos futuros. Posto isto, desenhou-se entrevistas e questionário, a consultar nos Apêndices

No entanto, adverte-se que, por se tratar de Freguesias de pequena dimensão, é recorrente que os Presidentes estejam disponíveis, na sede, apenas durante curtos períodos de tempo – muitos acumulam o cargo com outras profissões – o que constitui uma dificuldade acrescida ao contacto presencial. Também o contacto com os médicos de família, nos Centros de Saúde, não é facilitado sobretudo pela afluência de doentes, diariamente, tendo em conta o encerramento de algumas unidades.

⁶ Consultar Apêndice B: Guião de inquérito – Destinatário_Presidente de Junta de Freguesia; Apêndice C: Guião de entrevista_ Destinatário Médico de Centro/Posto de Saúde; Apêndice D: Guião de entrevista_ Destinatário: Padre.

IV ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, serão analisados os dados resultantes da Matriz de Apoio à Selecção e da Matriz de Apoio ao Plano de Negócios, assim como a informação recolhida através de inquérito aplicado aos utilizadores do miniautocarro SeverIn, projecto de iniciativa público privada que mereceu especial atenção, no âmbito deste trabalho, por surgir como respostas às necessidades de mobilidade da população residente em aglomerados dispersos do município de Sever do Vouga.

IV.1 Matriz de Apoio à Selecção

A Matriz de Apoio à Selecção foi construída como instrumento de medição de necessidade, pelo que apoia a selecção do território onde implementar o modelo alternativo de transporte colectivo de passageiros, hierarquizando as diferentes unidades de análise (municípios). O seu objectivo é, através da atribuição de um score, destacar o município que revele maior necessidade de transporte, por parte da população idosa. Assim, o score mais elevado aponta Sever do Vouga como município eleito. Aveiro e Ílhavo obtiveram o score mais baixo, o que seria expectável, tendo em conta as dimensões e variáveis privilegiadas pela análise; de lembrar que a Matriz de Apoio à Selecção pretende apurar, por município, a necessidade de mobilidade da população idosa, inserida em território predominantemente rural.

Tabela 5-Municípios com maior necessidade de mobilidade

Municípios com maior necessidade de mobilidade

MUNICÍPIO	SCORE
Sever do Vouga	16,482
Murtosa	13,258
Águeda	12,636
Anadia	12,521
Oliveira do Bairro	12,473
Estarreja	12,443
Vagos	11,448
Albergaria-a-Velha	11,344
Ovar	9,550
Aveiro	7,775
Ílhavo	4,363

IV.1.1 Dimensões: Predominância Rural e Dispersão Geográfica

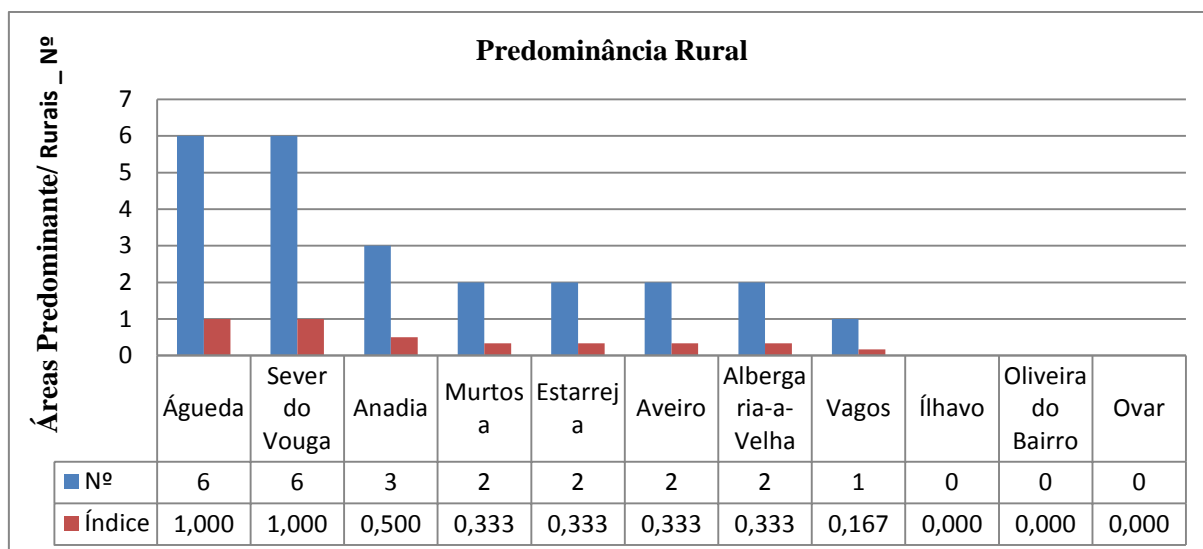
As dimensões Predominância Rural e Dispersão Geográfica convocaram quatro variáveis para analisar como a população se distribui no território e indicar quais os municípios com maior número de áreas predominantemente rurais. Muito embora se reconheça que a mobilidade contribui para a inclusão social, pelo que é necessária equidade no acesso aos transportes, identificam-se grupos da população mais vulneráveis, ou seja, mais expostos a situações de exclusão. Os habitantes de zonas rurais fazem parte deste quadro. Os operadores de transporte público rodoviário têm dificuldade em dar resposta às necessidades de uma procura não só reduzida como dispersa no espaço. A opção recai então em servir as sedes de município ligando-as aos aglomerados mais próximos dos principais eixos viários. A oferta em freguesias, e respectivos lugares, mais dispersos tende a ser inferior ou inexistente.

Na dimensão Dispersão Geográfica, tomou-se em consideração as variáveis ‘Densidade Populacional’ e ‘Lugares com menos 500 Habitantes’. Na tentativa de apurar quais os municípios em que as habitações isoladas estão distribuídas pelo território foi criado o ‘Indicador de isolamento territorial’ (cálculo: habitações isoladas/Km²).

As variáveis convocadas indicam, portanto, os municípios mais vulneráveis em termos de cobertura geográfica por parte da oferta de transporte público existente. Sever do Vouga destaca-se nas duas dimensões de análise em estudo:

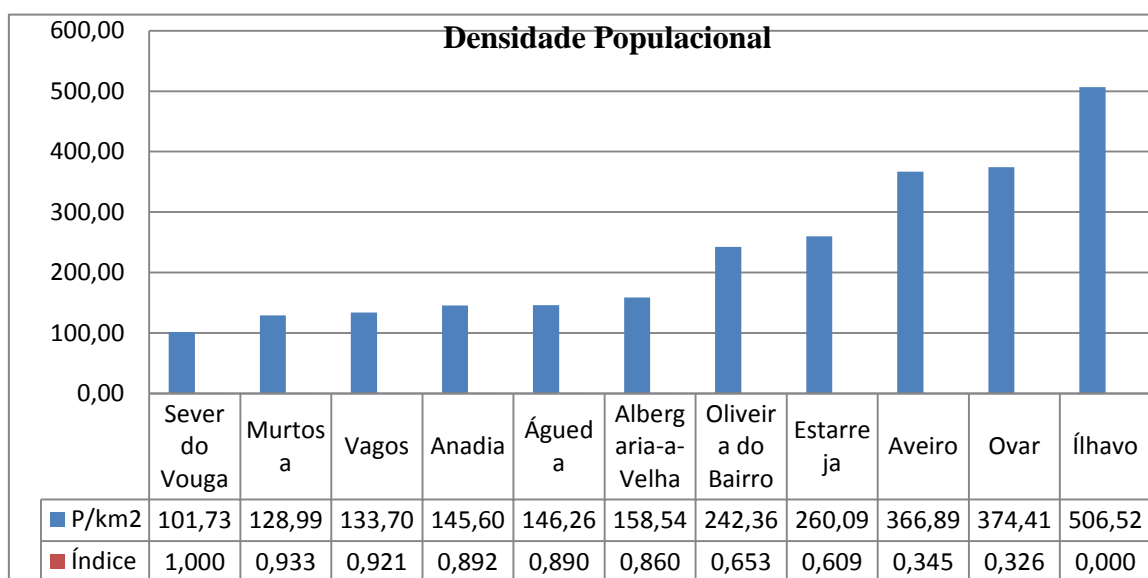
- Surge com o Índice mais elevado de Predominância Rural, a par de Águeda (ambos com o mesmo número de áreas predominantemente rurais).
- É o município com menor número de habitantes por km² (Densidade Populacional).
- Distribuído o número de habitações isoladas pelos km², Sever do Vouga revela o maior índice de isolamento territorial.
- Sever do Vouga é ainda o município com o menor número de habitantes distribuídos por lugar; 99% dos lugares de Sever do Vouga têm menos de 500 habitantes.

1Gráfico-Predominância Rural



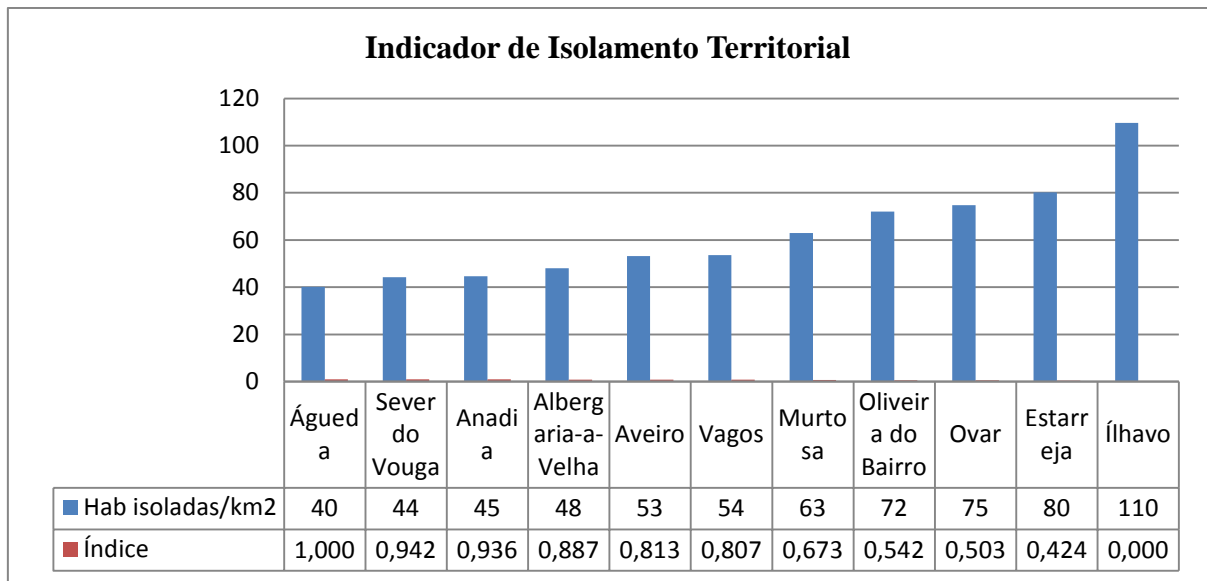
Fonte: INE, 2011

2Gráfico-Densidade Populacional



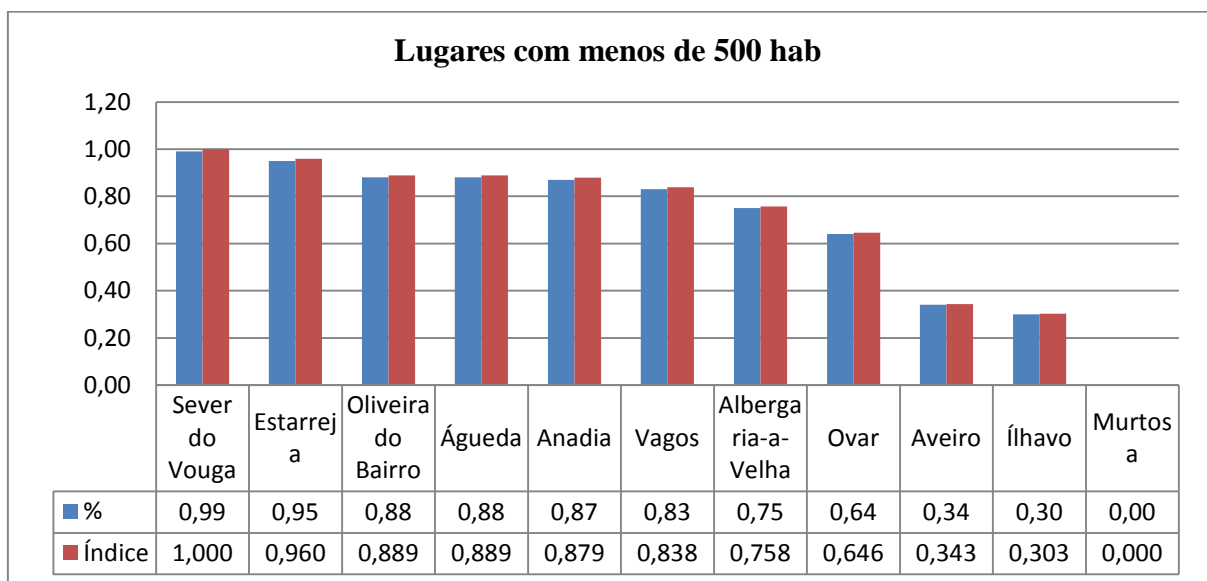
Fonte: INE, 2011

3Gráfico-Indicador de isolamento territorial



Fonte: INE, 2011

4Gráfico-Lugares com menos de 500 habitantes



Fonte: INE, 2011

IV.1.2 População/ População Perante a Idade e o Emprego

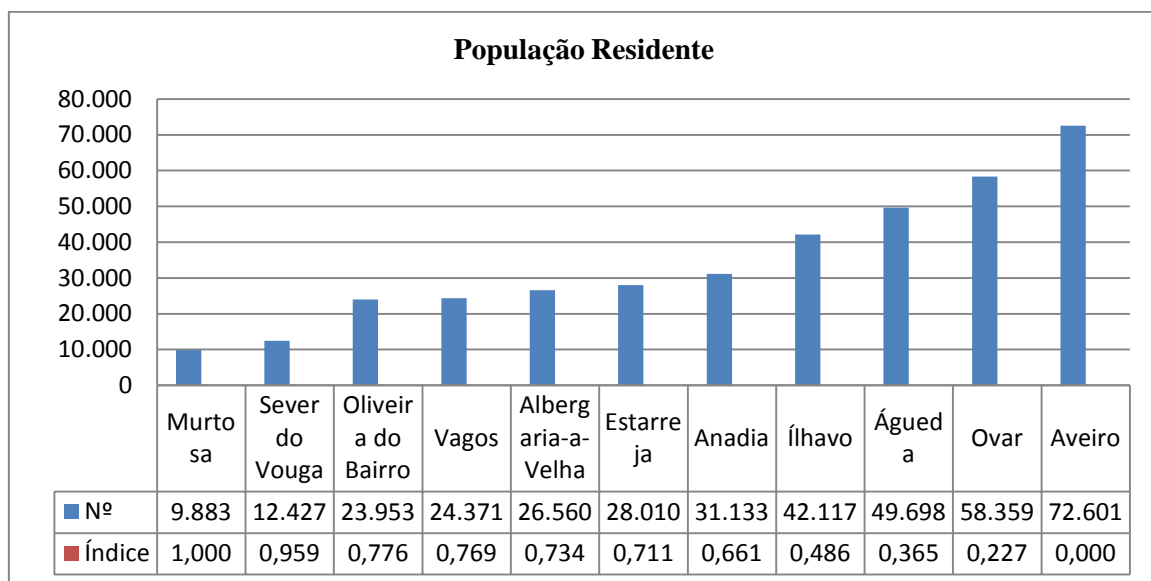
A dispersão geográfica fornece indicadores sobre a possível cobertura da oferta, mas a sua relação com a necessidade efectiva de transporte público poderá não ser linear, sobretudo quando se assiste a um aumento gradual do parque privado automóvel. Quer-se com isto dizer que a população, independentemente do local onde habita poderá suprir as suas necessidades de mobilidade através da utilização de automóvel individual. Poderão, aqui, surgir questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental, entre

outras, que extrapolam a discussão neste momento da análise. A mobilidade pode estar/ser condicionada por diversos factores, que não apenas os geográficos, nomeadamente constrangimentos ao nível das capacidades físicas do indivíduo assim como as suas obrigações laborais. Existem grupos sociais particulares, como idosos e pessoas sem actividade laboral, apercebidos como mais vulneráveis.

Por conseguinte, pretende-se avaliar, não apenas a variável População Residente – que muito influencia as oscilações da oferta – mas também a População Perante a Idade e o Emprego, calculados em proporção à população residente, no sentido de apurar quais os municípios com maior índice de população idosa (com 65 anos ou mais) e maior índice de população sem ocupação laboral (que inclui a população reformada, desempregada e doméstica). Sever do Vouga destaca-se nas duas dimensões de análise em estudo:

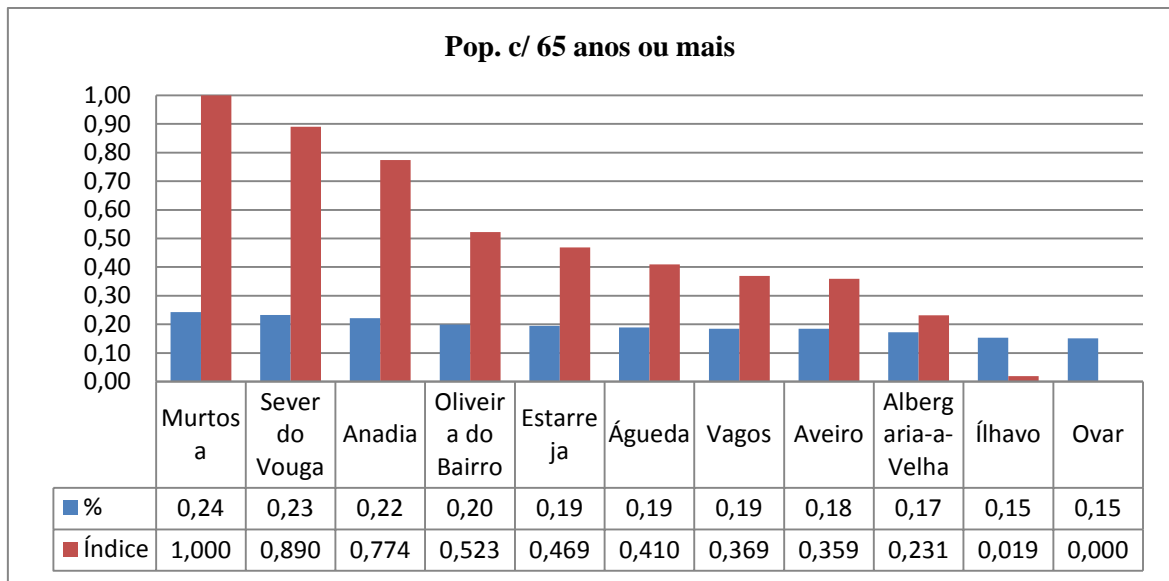
- É o segundo município, depois da Murtosa, com menor número de residentes.
- É o segundo município, depois da Murtosa, com maior número de residentes com 65 anos ou mais.
- É o município com a maior fatia da população sem obrigatoriedade laboral.

5Gráfico-População Residente



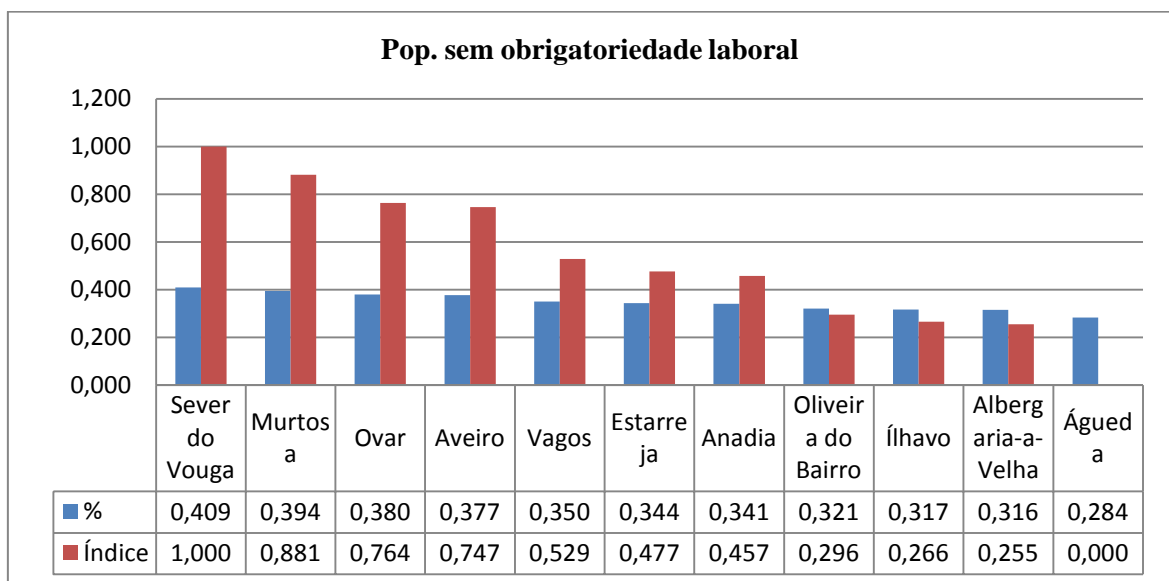
Fonte: INE, 2011

6Gráfico-População com 65 anos ou mais



Fonte: INE, 2011

7Gráfico -Pop. sem obrigatoriedade laboral



Fonte: INE, 2011

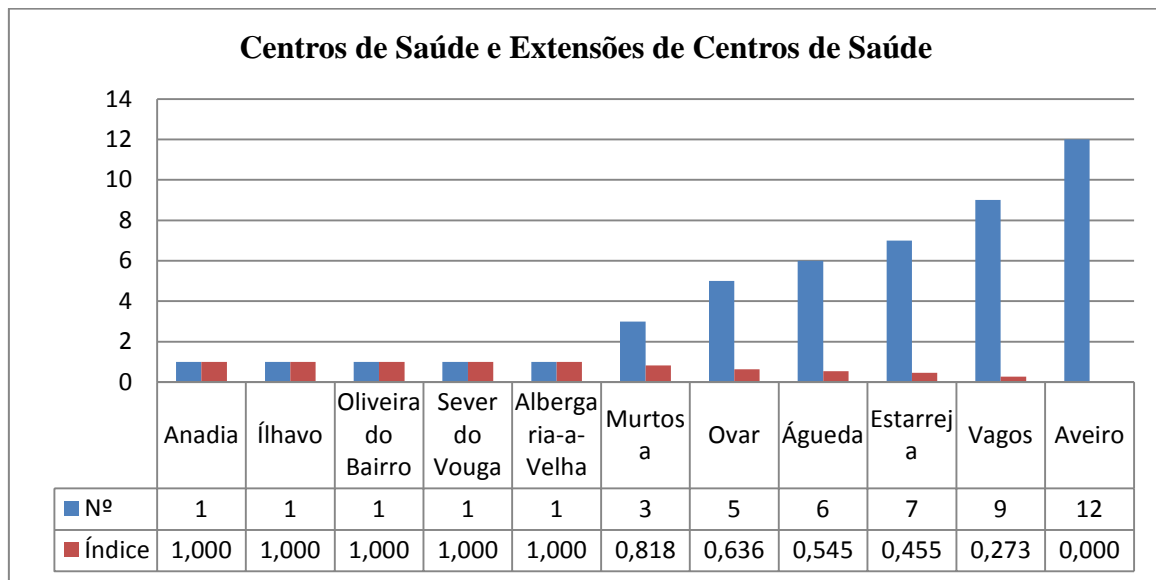
IV.1.3 Equipamentos

Nos municípios onde se verifica maior número de aglomerados de pequenas dimensões, assiste-se à concentração dos principais serviços básicos, nomeadamente os de saúde, nas sedes do município. Os gráficos que se seguem revelam apenas a existência, em número, de Centros e Extensões de Centros de Saúde, de Farmácia e Estações e Postos CTT, ainda muito procurados pela população que aqui procede ao pagamento da factura de água e electricidade, e aqui levantam a reforma. Seria ainda

interessante apurar a existência de outros equipamentos de apoio à vida quotidiana, como os supermercados, por exemplo, mas a por falta de dados estatísticos, ao nível do município, não foi possível. Aos gráficos, acrescentou-se uma linha que indica os km² de superfície de cada município, informação relevante para se perceber a potencial dispersão dos equipamentos em cada município:

- Existe uma acentuada discrepância entre o valor mínimo e o valor máximo nas variáveis convocadas, sendo que Aveiro detém sempre o maior número de equipamentos.
- A parca existência – apenas 1 – de Centros de Saúde e Extensões de Centros de Saúde abrange cinco, Sever do Vouga incluído, dos 11 municípios em análise.
- Murtosa e Sever do Vouga são os municípios com menor número de farmácias disponíveis, com quatro, em 73,1 km², e cinco, em 129,9 km², respectivamente.
- O mesmo se verifica quanto a Estações e Postos de CTT; Murtosa conta três em 73,1 km², e Sever do Vouga conta seis, em 129,9 km².

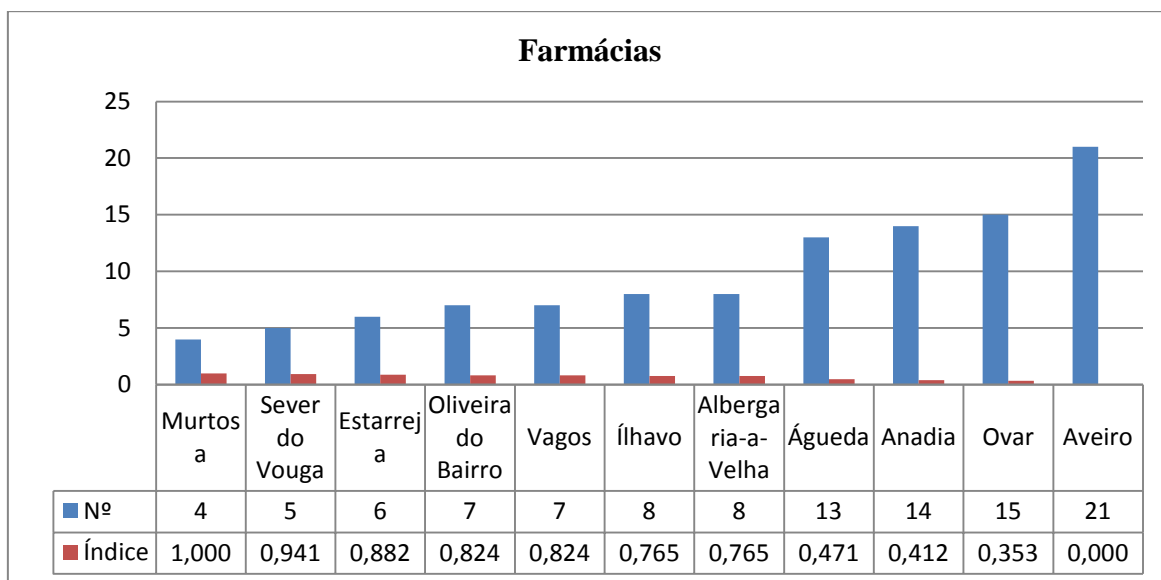
8Gráfico-Centros de Saúde e Extensões de Centros de Saúde



KM2	216,6	73,5	87,3	129,9	158,8	73,1	147,7	335,3	108,2	164,9	197,6
-----	-------	------	------	-------	-------	------	-------	-------	-------	-------	-------

Fonte: INE, 2011

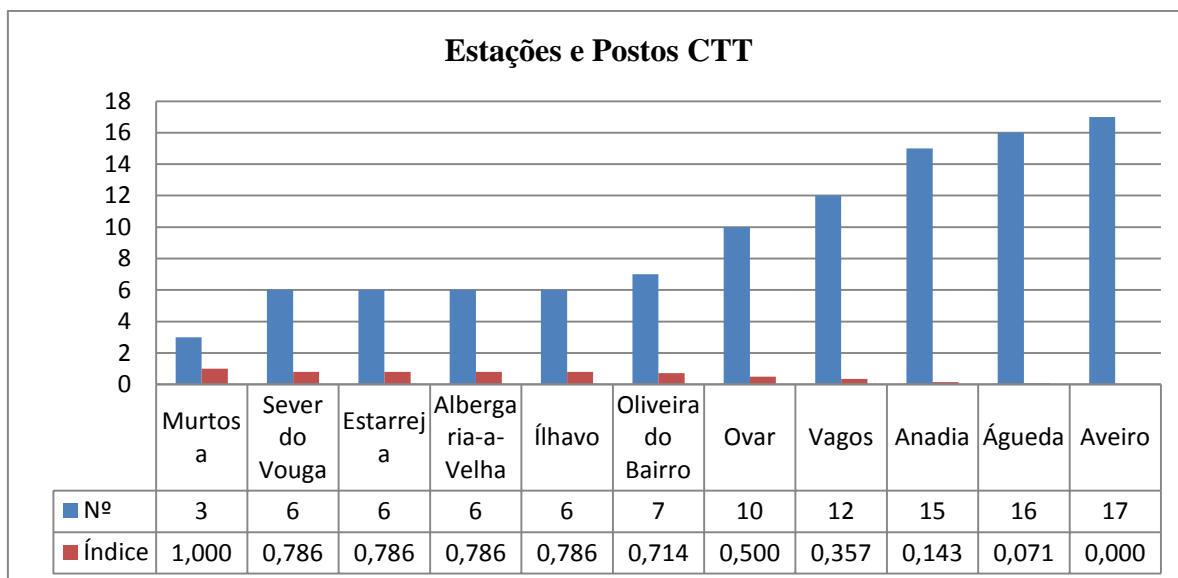
9Gráfico-Farmácias



KM2	73,1	129,9	108,2	87,3	164,9	73,5	158,8	335,3	216,6	147,7	197,6
-----	------	-------	-------	------	-------	------	-------	-------	-------	-------	-------

Fonte: INE, 2011

10Gráfico-Estações e Postos CTT



KM2	73,1	129,9	108,2	158,8	73,5	87,3	147,7	164,9	216,6	335,3	197,6
-----	------	-------	-------	-------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------

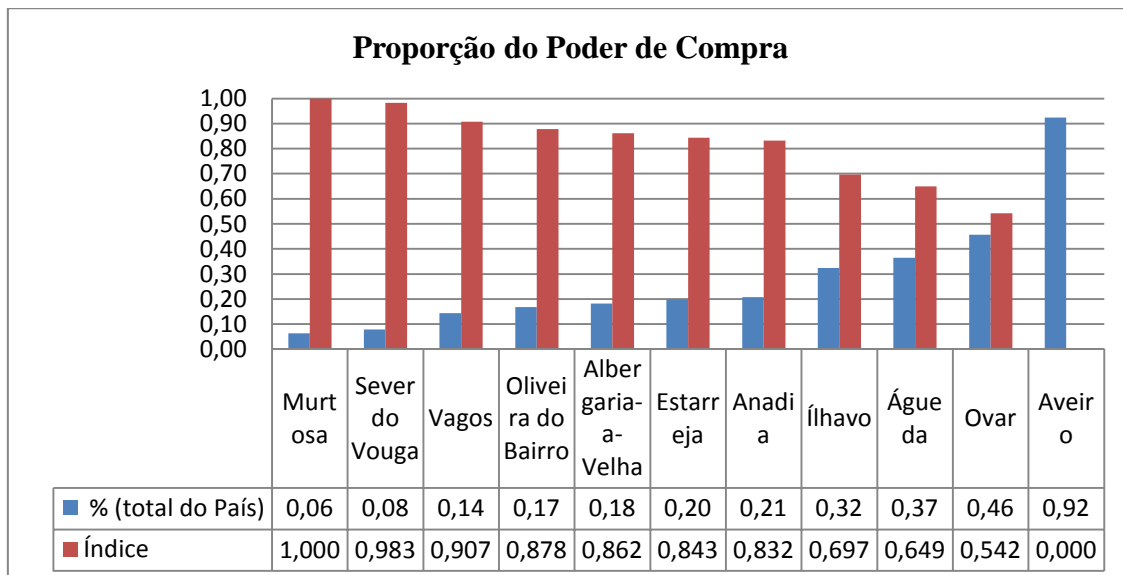
Fonte: INE, 2011

IV.1.4 Poder de Compra

O poder de compra poderá interferir no sucesso de uma alternativa à pouca oferta, oferta desajustada, ou inexistência de oferta (transportes públicos), como sendo a utilização de transporte individual ou contratação de serviço de táxi. Por outro lado, indica a disponibilidade financeira dos possíveis utilizadores de um serviço de transporte público.

— Existe uma acentuada discrepância entre o valor mínimo (6% Murtosa) e o valor máximo (92% Aveiro). Sever do Vouga surge apenas com 8% de proporção do poder de compra no total do País.

11Gráfico -Proporção do Poder de Compra



Fonte: INE, 2009

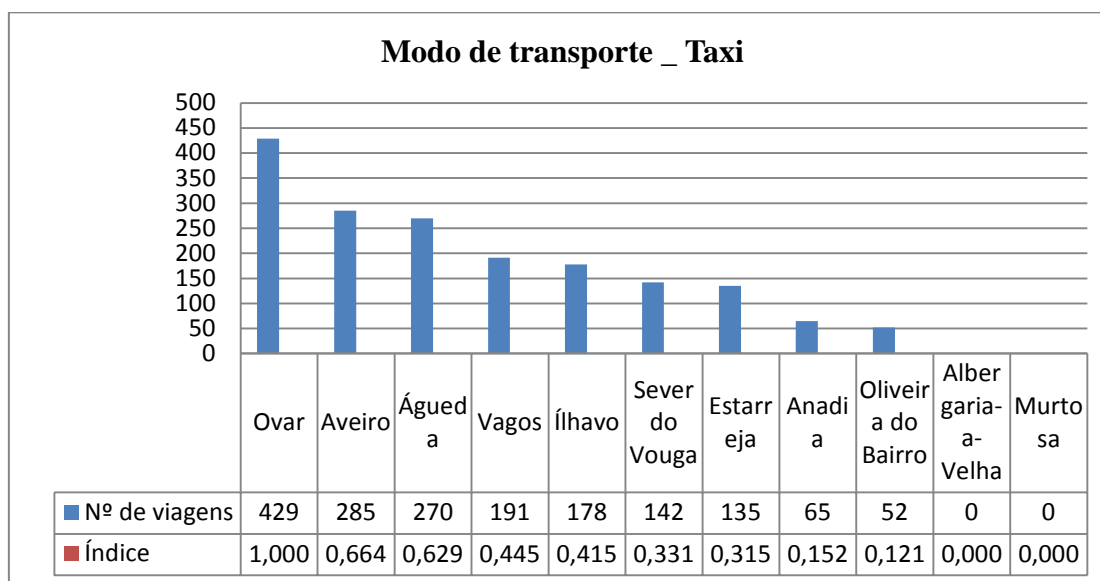
IV.1.5 Modo de Transporte

O táxi destaca-se, muitas vezes, como alternativa de transporte pese embora o custo por viagem quando comparado com outros meios. A opção pelo táxi pode ser feita com base em motivações de várias ordens. No entanto, quando o poder de compra é baixo, e ainda assim o táxi é utilizado como meio de transporte, traduz a necessidades de transporte colectivo adaptado à procura e/ou a ausência de meio de transporte privado.

— Os municípios que registam maior número de viagens de táxi, Ovar e Aveiro, são também os municípios com maior proporção de poder de compra.

— No entanto, Sever do Vouga, com 8% proporção de poder de compra, é o sexto município onde se registam maior número de viagens de táxi. Daqui conclui-se que a utilização do táxi não varia apenas consoante o poder de compra. Eventualmente, no caso de Sever do Vouga, a necessidade, ou falta de alternativa, terá um peso superior ao orçamento disponível.

12Gráfico-Modo de transporte _ Taxi



% Poder de Compra (no total do País)	46%	92%	37%	14%	32%	8%	20%	21%	17%	18%	6%
--------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	----	-----	-----	-----	-----	----

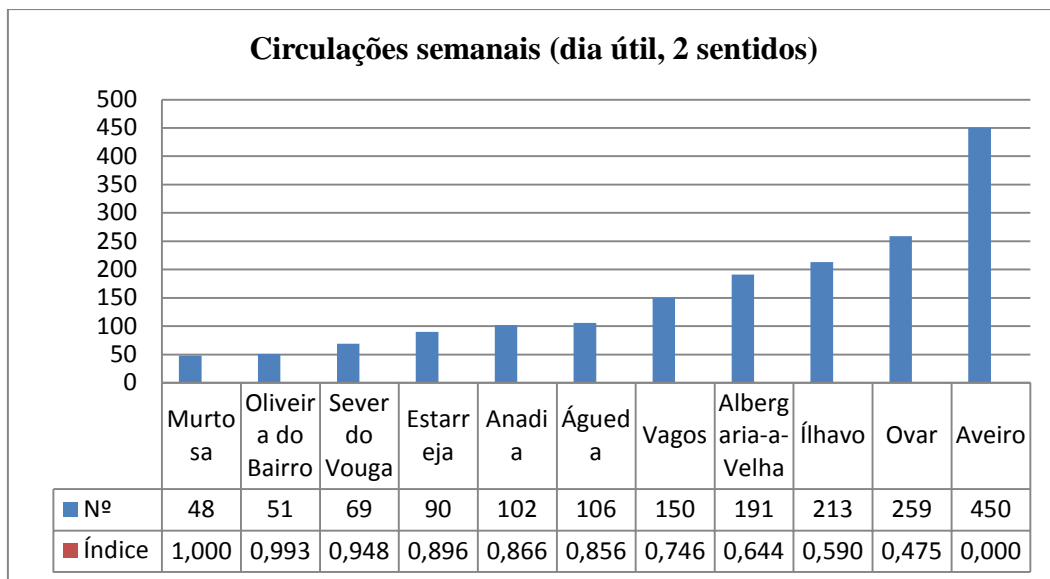
Fonte: Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro, 2011, 2012; INE, 2009

IV.1.6 Oferta de Transporte Colectivo Rodoviário

Seria interessante, para a análise da oferta, ter acesso a informação ao nível da freguesia e do lugar, no entanto os dados disponíveis recaem sobre o município, pelo que não possibilitam apurar a distribuição ou amplitude geográfica da oferta. Ainda assim, o número de circulações semanais por município (onde se incluem as circulações intermunicipais) deixa antever a discrepância da oferta. Na tentativa de apurar dados mais precisos, calculou-se o Indicador da Abrangência da Oferta, distribuindo as circulações semanais pelo número de lugares de cada município. Com esta operação, estima-se a cobertura potencial da oferta.

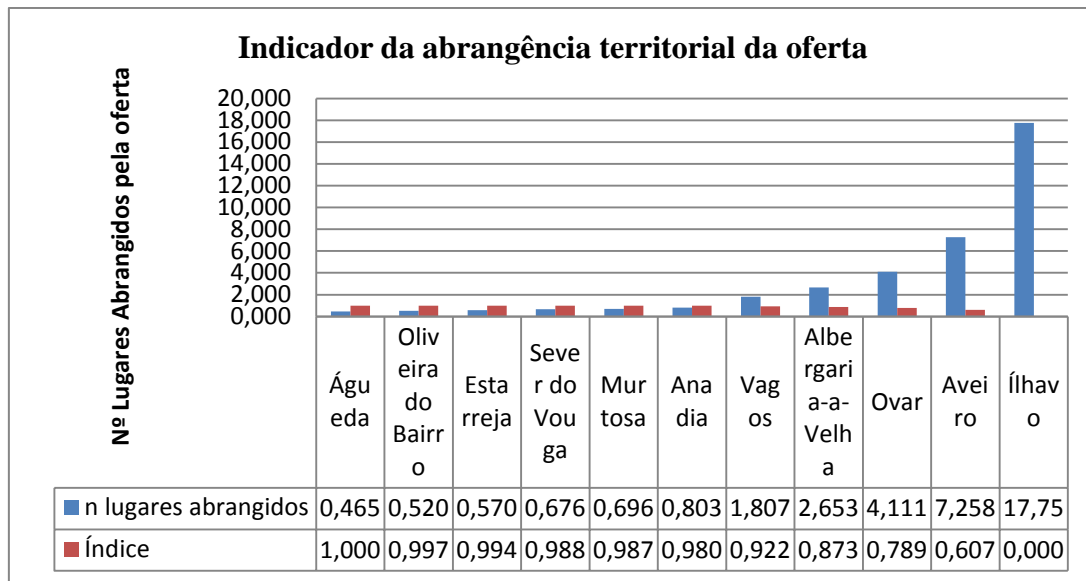
- Ílhavo, Ovar e Aveiro sobressaem com o maior número de circulações semanais. Quando distribuídas pelo número de lugares, constata-se que Ílhavo tem cerca de 17 circulações potenciais por lugar; Ovar, 4 e Aveiro, 7.
- Águeda, Oliveira do Bairro, Estarreja, Sever do Vouga, Murto e Anadia não chegam a ter 1 circulação potencial por lugar.

13 Gráfico-Circulações semanais (dia útil, 2 sentidos)



Fonte: Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro, 2011, 2012

14 Gráfico-Indicador da abrangência territorial da oferta



Fonte: Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro, 2011, 2012; INE, 2011

IV.2 Matriz de Apoio ao Plano de Negócios

A Matriz de Apoio ao Plano de Negócios pretende identificar potenciais clientes secundários, ou seja, oportunidades de negócio em diferentes mercados, passíveis de gerar rendimento para apoiar a viabilidade financeira da missão social.

Postula-se que a viabilidade económica de um negócio de transporte colectivo de passageiros a actuar em lugares de pequena escala, distantes dos principais eixos viários obriga a que a empresa social, para poder cumprir a sua função social e manter-se financeiramente saudável, poderá ter de oferecer serviços complementares, dirigidos a um outro público-alvo; ou seja, de tirar partido de diferentes oportunidades em diferentes mercados. A natureza do negócio de transporte colectivo de passageiros implica, à partida, recursos básicos – como por exemplo o meio de transporte e motorista para o conduzir – pelo que o desafio será conseguir maximizar esses recursos. Nesse sentido, foi construída a Matriz de Apoio ao Plano de Negócios que visa identificar, na região onde o serviço vai cumprir a sua missão social, a existência de potenciais utilizadores/parceiros do serviço de transporte. A referida matriz convoca alguns dos indicadores disponíveis no Anuário Estatístico da Região Centro, publicado pelo Instituto Nacional de Estatística: Educação, Empresas, Hotelaria, Cultura e Desporto. À semelhança da Matriz de Apoio à Selecção, também a Matriz de Apoio ao Plano de Negócios produz um score que valoriza os municípios que sugerem maior

potencial de apoio ao negócio social de acordo com as variáveis convocadas. No entanto, este score não tem carácter de apoio à selecção do município a intervir.

Se Sever do Vouga surge, na Matriz de Apoio à Selecção enquanto município com maior necessidade de mobilidade, apresenta-se, na tabela de municípios com potenciais mercados subsidiários, em último lugar. As posições opostas são ocupadas por Aveiro e Ílhavo, onde, de facto, o tecido empresarial é mais expressivo. Já Águeda ocupa a terceira posição nos scores de ambas as matrizes, indicador a explorar na definição da área de actuação do negócio, como mencionado no capítulo Plano de Negócios e Viabilidade Financeira.

Tabela 6-Municípios com Potenciais Mercados Subsidiários

Municípios com Potenciais Mercados Subsidiários	
MUNICÍPIO	SCORE
Aveiro	17,241
Ílhavo	10,455
Águeda	8,572
Ovar	8,800
Anadia	7,989
Estarreja	6,442
Albergaria-a-Velha	5,029
Vagos	2,173
Oliveira do Bairro	2,142
Murtosa	2,297
Sever do Vouga	0,618

IV.2.1 Educação

Os alunos universitários e os alunos do pré-escolar não contam com transporte gratuito facultado pelas autarquias, sejam eles dirigidos pelas próprias ou em regime de subcontratação a empresas privadas. Estes dois grupos terão sempre de encontrar alternativas de mobilidade, sendo que em zonas rurais de baixa densidade populacional o transporte público colectivo de passageiros nem sempre é opção (porque não adaptado às exigências destas populações ou porque é inexistente). Neste sentido, a viabilidade do Mercado Educação merece ser explorada.

Aveiro e Águeda são os únicos municípios do Baixo Vouga com estabelecimentos de ensino superior; a ausência de informação quanto ao número de alunos inscritos em estabelecimentos de ensino superior por local de residência não

permite apurar quantos indivíduos pertencentes a este grupo residem em cada um dos municípios em análise. No entanto, permite saber qual o universo em causa.

Tabela 7-Educação - Estabelecimentos, alunos inscritos e docentes no ensino superior

Educação - Estabelecimentos, alunos inscritos e docentes no ensino superior								
Estabelecimentos	Nº	Índice	Alunos inscritos	Nº	Índice	Pessoal Docente	Nº	Índice
Aveiro	5	1,000	Aveiro	12 874	1,000	Aveiro	1 139	1,000
Águeda	1	0,200	Águeda	659	0,051	Águeda	62	0,054
Albergaria-a-Velha	0	0,000	Albergaria-a-Velha	0	0,000	Albergaria-a-Velha	0	0,000
Anadia	0	0,000	Anadia	0	0,000	Anadia	0	0,000
Estarreja	0	0,000	Estarreja	0	0,000	Estarreja	0	0,000
Ílhavo	0	0,000	Ílhavo	0	0,000	Ílhavo	0	0,000
Murtosa	0	0,000	Murtosa	0	0,000	Murtosa	0	0,000
Oliveira do Bairro	0	0,000	Oliveira do Bairro	0	0,000	Oliveira do Bairro	0	0,000
Ovar	0	0,000	Ovar	0	0,000	Ovar	0	0,000
Sever do Vouga	0	0,000	Sever do Vouga	0	0,000	Sever do Vouga	0	0,000
Vagos	0	0,000	Vagos	0	0,000	Vagos	0	0,000

Fonte: INE, 2010/2011

Já os dados sobre alunos inscritos no ensino pré-escolar espelham a realidade por unidade de análise. Em números totais, percebe-se pela tabela seguinte o universo deste mercado a explorar. Apesar da variação elevada entre os municípios com mais e com menos alunos inscritos no ensino pré-escolar, todos apresentam um número suficientemente significativo, que indica que este poderá constituir, um potencial mercado subsidiário.

Tabela 8-Educação - Ensino Pré-Escolar: alunos matriculados por município, segundo a natureza institucional do estabelecimento

Educação - Ensino Pré-Escolar: alunos matriculados por município, segundo a natureza institucional do estabelecimento				
Alunos matriculados	Nº (Total)	(Nº) Público	Nº (Privado)	Índice
Aveiro	2 201	903	1 298	1,000
Ovar	1 402	789	613	0,584
Águeda	1 228	542	686	0,494

Ílhavo	958	537	421	0,353
Anadia	731	306	425	0,235
Estarreja	726	372	354	0,233
Albergaria-a-Velha	638	381	257	0,187
Vagos	561	405	156	0,147
Oliveira do Bairro	513	282	231	0,122
Sever do Vouga	281	238	43	0,001
Murtosa	279	192	87	0,000

Fonte: INE 2011/2012

IV.2.2 Empresas e Hotelaria

A análise do tecido empresarial, sobretudo se tiver em conta o número de funcionários de que as empresas dispõem, informa sobre a expressividade deste potencial mercado subsidiário. Tendo em conta que terá de ser estudada a viabilidade de negócio neste sector, importa identificar a estrutura das empresas para que melhor se possam direccionar potenciais serviços a prestar. Por exemplo, um serviço de transporte regular de trabalhadores não terá, à partida, grande aceitação de uma empresa com até 10 funcionários. Mais uma vez, Águeda surge numa posição a considerar, totalizando mais de 60 empresas com entre 50 e 249 funcionários. Murtosa e Sever do Vouga apresentam os índices mais baixos.

Mobilidade em contextos de baixa densidade demográfica:
Modelo de apoio à caracterização e operacionalização

Empresas														
<u>Total</u>	Nº	Índice	<u>Menos de 10 empregados</u>	Nº	Índice	<u>10 a 49 empregados</u>	Nº	Índice	<u>50 a 249 empregados</u>	Nº	Índice	<u>250 e mais empregados</u>	Nº	Índice
Aveiro	9 497	1,000	Aveiro	9 078	1,000	Anadia	355	1,000	Águeda	58	1,000	Aveiro	11	1,000
Ovar	5 564	0,529	Ovar	5 351	0,532	Aveiro	300	0,836	Aveiro	53	0,909	Ovar	6	0,545
Águeda	5 165	0,481	Águeda	4 805	0,463	Ovar	176	0,467	Ovar	31	0,509	Ílhavo	4	0,364
Ílhavo	3 939	0,335	Ílhavo	3 801	0,337	Albergaria-a-Velha	128	0,324	Ílhavo	25	0,400	Águeda	2	0,182
Anadia	3 182	0,244	Anadia	3 040	0,241	Oliveira do Bairro	112	0,277	Oliveira do Bairro	25	0,400	Albergaria-a-Velha	2	0,182
Oliveira do Bairro	2 601	0,174	Oliveira do Bairro	2 464	0,169	Águeda	111	0,274	Estarreja	17	0,255	Anadia	2	0,182
Estarreja	2 551	0,168	Estarreja	2 461	0,168	Ílhavo	109	0,268	Albergaria-a-Velha	14	0,200	Estarreja	2	0,182
Vagos	2 525	0,165	Vagos	2 456	0,168	Estarreja	71	0,155	Anadia	12	0,164	Vagos	1	0,091
Albergaria-a-Velha	2 501	0,162	Albergaria-a-Velha	2 374	0,157	Vagos	60	0,122	Sever Vouga	12	0,164	Murtosa	0	0,000
Sever do Vouga	1 292	0,018	Sever do Vouga	1 230	0,014	Sever do Vouga	50	0,092	Vagos	8	0,091	Oliveira do Bairro	0	0,000
Murtosa	1 144	0,000	Murtosa	1 122	0,000	Murtosa	19	0,000	Murtosa	3	0,000	Sever do Vouga	0	0,000

Tabela 9-Empresas; Fonte: INE, 201

No mesmo sentido segue a análise ao mercado potencial da hotelaria. Segundo os dados disponíveis, percebe-se que este dificilmente poderá constituir um mercado subsidiário no município de Sever de Vouga, que conta apenas um estabelecimento hoteleiro. No entanto, poder-se-ão identificar municípios vizinhos, fronteiriços, onde a hotelaria tem maior expressão: Águeda, com cinco estabelecimentos hoteleiros, e capacidade de alojamento 294 pessoas. No entanto, e apesar de Águeda revelar números mais promissores do que Sever do Vouga, é de sublinhar que a taxa de ocupação é de apenas 12,8%. Aveiro destaca-se entre todos os municípios, pelo que merece especial atenção, aquando da análise de mercados subsidiários, respondendo à questão: qual o custo/benefício de operar no mercado hoteleiro em Aveiro, tendo em conta a distância do município onde implementar o negócio social, Sever do Vouga?

Tabela 10-Hotelaria

Hotelaria								
<u>Estabelecimentos</u>	N.º	Índice	<u>Capacidade de alojamento</u>	N.º	Índice	<u>Taxa de ocupação-cama (líquida)⁷</u>	%	Índice
Aveiro	17	1,000	Aveiro	1488	1,000	Aveiro	35,4	1,000
Anadia	9	0,500	Anadia	1031	0,684	Ovar	31,4	0,887
Águeda	5	0,250	Ovar	442	0,276	Ílhavo	30,4	0,859
Ílhavo	5	0,250	Ílhavo	308	0,183	Murtosa	22,1	0,624
Ovar	5	0,250	Águeda	294	0,173	Albergaria-a-Velha	19,6	0,554
Albergaria-a-Velha	3	0,125	Estarreja	153	0,075	Anadia	18	0,508
Murtosa	3	0,125	Murtosa	152	0,075	Águeda	12,8	0,362
Estarreja	2	0,063	Albergaria-a-Velha	128	0,058	Estarreja	0	0,000
Oliveira do Bairro	2	0,063	Vagos	93	0,034	Oliveira do Bairro	0	0,000
Vagos	2	0,063	Oliveira do Bairro	89	0,031	Sever do Vouga	0	0,000
Sever do Vouga	1	0,000	Sever do Vouga	44	0,000	Vagos	0	0,000

Fonte: INE, 2011; Nota: inclui hotéis, pensões e outros

⁷ ‘Taxa de ocupação-cama (líquida)’, os municípios Estarreja, Oliveira do Bairro, Sever do Vouga, Vagos não continham informação disponível.

IV.2.3 Cultura e Desporto

A dimensão Cultura e Desporto pretende aferir quais os municípios cujo potencial de oferta é maior, através das despesas das respectivas Câmaras Municipais neste sector. Apesar de a matriz detalhar o investimento por áreas, e revelar ainda o número e respectiva capacidade de lugares de estabelecimentos destinados a espectáculos ao vivo, por município – informação que deverá ser avaliada num futuro Plano de Negócios real - para efeitos da presente análise interessa somente o total despendido, de forma a caracterizar genericamente este mercado.

Ílhavo é o município que maior orçamento atribui para actividades culturais e de desporto (museus, música, artes cénicas, actividades socioculturais, recintos culturais, jogos e desportos) em contraponto ao município de Sever do Vouga. Seguem-se os municípios de Estarreja, Anadia e Águeda. Quanto maior o investimento, maior a atenção dada ao sector, pelo que poder-se-ão desenhar soluções a propor a entidades públicas e ou privadas do sector no sentido de promover o transporte das populações residentes nos municípios onde a actividade cultural é mais baixa, captando, desta forma, maior número de espectadores/visitantes.

Tabela 11-Cultura e Desporto

Cultura e Desporto: Despesas das câmaras municipais em actividades culturais e de desporto		
Município	Despesa Total (M€)	Índice
Ílhavo	4,093796151	1,000
Estarreja	2,873309643	0,677
Anadia	2,872401977	0,677
Águeda	2,096503313	0,472
Ovar	2,058381622	0,462
Albergaria-a-Velha	1,996023813	0,445
Aveiro	1,11505545	0,212
Oliveira do Bairro	0,680798916	0,097
Vagos	0,643039229	0,087
Murtosa	0,560034278	0,065
Sever do Vouga	0,313955132	0,000

Fonte: INE, 2010

IV.3 Inquérito por questionário aos utentes do SeverIn

Os dados obtidos através da aplicação de inquérito aos utentes do SeverIn vem confirmar que o modelo, construído pela Rodoviária da Beira Litoral e pela Câmara Municipal de Sever do Vouga para promover a mobilidade das populações residentes nas várias freguesias, é, sobretudo, utilizado pela população idosa para deslocações à sede do município.

Para além de apontar a média de idade nos 71 anos, indica ainda que a maioria dos utentes é casada (54%), apesar da elevada percentagem de utentes viúvos (31%).

Tabela 12-Utentes perante a idade

Utentes perante a idade			
	Utente mais novo	Utente mais velho	Média
Idade	37	91	71

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Tabela 13-Utentes perante o Estado Civil

Utentes perante o Estado Civil				
	Solteiro	Casado	Viúvo	Divorciado
Nº	5	21	12	1
%	13%	54%	31%	3%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

De recordar que o miniautocarro, apelidado oficialmente de SeverIn, percorre todas as freguesias do município de Sever do Vouga, agrupando-as por dias da semana. Na prática, disponibiliza transporte uma vez por semana a cada freguesia do município, o que explica que 72% dos utentes utilize o transporte uma vez por semana. Quanto à afluência de utentes por dia da semana, pode dizer-se que é regular, o que indica que os quatro percursos terão o mesmo nível de pertinência, e por outro lado, que a necessidade de mobilidade das várias freguesias é homogénea.

Tabela 14-Frequência de utilização

Frequência de utilização										
	1x semana	2x semana	3x semana	4x semana	1x mês	2x mês	3x mês	Não tem freq regular	Outros	NR
Nº	28	2	1	0	0	3	5	0	0	0
%	72%	5%	3%	0%	0%	8%	13%	0%	%	%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Tabela 15-Dias da semana

Dias da semana						
	2ª feira	3ª feira	4ª feira	5ª feira	Não tem dia certo	NR
Nº	12	11	9	9	0	0
%	31%	28%	23%	23%	0%	0%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Os principais motivos da deslocação prendem-se com assuntos de saúde e apoio à vida quotidiana. Da análise dos questionários, depreende-se que os utentes reúnem uma série de afazeres e resolvem o maior número de assuntos possível aquando da deslocação semanal. 79% dos motivos de deslocação à sede do município prendem-se com consultas e tratamentos médicos, o que, de resto, será consequência da média de idades elevada (71 anos). O motivo saúde é seguido pelos motivos compras (72%) e assuntos relacionados com pagamentos de serviços, como água e luz, CTT, entre outros (54%). Estas percentagens deixam antever o grau de isolamento destas populações, factor já descrito no capítulo Enquadramento do tema: o foco na eficiência/racionalização do actual sistema económico exige a concentração, de dimensão e espacial, para que seja assegurada a competitividade pelo que em áreas geográficas onde se verifica maior dispersão dos aglomerados, os serviços tendem a concentrar-se nas localidades-sede.

O motivo da deslocação é ainda uma dimensão relevante, porque permite que futuramente, neste ou outros projectos semelhantes, o horário do autocarro possa ser ajustado de acordo, por exemplo, com o horário dos Centros de Saúde.

Tabela 16-Motivo da deslocação

Motivo da deslocação							
	Consultas e tratamentos médicos	Compras	Lazer/ Convívio	Tratar de assuntos (pagamentos, CTT, conservatórias...)	Visitar amigos, familiares	Outros fins	NR
Nº	31	28	6	21	1	0	0
%	79%	72%	15%	54%	3%	0%	0%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

O transporte público escolar, apesar de desajustado às especificidades desta população, é muitas vezes a única alternativa para a deslocação à sede do município. Ainda assim, antes de o SeverIn entrar em circulação, 51% dos inquiridos dependiam de boleia de amigos e familiares para as suas deslocações e 21% recorriam ao serviço de táxi.

Tabela 17-Meio de deslocação antes de existir o SeverIn

Meio de deslocação antes de existir o SeverIn							
	Meio de transporte motorizado privado	Boleia de amigos ou familiares	Táxi	Transporte público escolar	A pé ou de bicicleta	Outro. Qual ?	NR
Nº	4	20	8	12	3	0	1
%	10%	51%	21%	31%	8%	0%	3%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Quanto à frequência com que se deslocavam a sede do município antes de o SeverIn entrar em circulação, 31% fazia-o uma vez por semana; actualmente, 72% deslocase com a mesma frequência de uma vez por semana, pelo que o objectivo do projecto estará a ser cumprido. 52% dos inquiridos revelam que o projecto SeverIn veio alterar-lhes a rotina e, apesar de não justificarem a resposta, depreende-se, pelo aumento da frequência com que se deslocam à sede do município que será esse o motivo.

Tabela 18-Frequência das deslocações antes de existir SeverIn

Frequência Das deslocações (antes de existir SeverIn)												
	Diária	1x sem	2x sem	3x sem	4x sem	5x sem	1x mês	2x mês	3x mês	Ocasional	Outra	NR
Nº	1	12	0	2	0	0	4	7	0	5	3	4
%	3%	31%	0%	5%	0%	0%	10%	18%	0	13%	8%	10%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Tabela 19-Alteração de rotina, motivada pelo SeverIn

Alteração de rotina, motivada pelo SeverIn					
	Sim	Não	NR	Como	NR
Nº	22	4	13	0	0
%	56%	10%	33%	0%	0%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Quando inquiridos sobre possíveis melhoramentos ao serviço, 72% dos utentes dizem que nada alterariam. Os que responderam que o SeverIn poderia ser melhorado sugeriram uma maior frequência do serviço (23%) e a utilização de um autocarro maior (5%). De resto, uma das expressões mais utilizadas aquando da aplicação presencial do inquérito, foi a de que estão muito “gratos” pela existência do serviço, que é “muito melhor do que o que existia antes”.

Tabela 20-Melhoramentos ao SeverIn

Melhoramentos ao SeverIn					Quais	
	Poderia, e muito	Poderia alguma coisa (há sempre coisas a melhorar)	Está bem como está	NR	Maior Frequência	Autocarro maior
Nº	0	9	28	2	9	2
%	0%	23%	72%	5%	23%	5%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

O SeverIn liga as várias freguesias de Sever do Vouga à sede do município. Aveiro e Águeda surgem como outros destinos preferenciais, com 46% e 38% respectivamente. Mais uma vez, a saúde é o principal motivo das deslocações.

Tabela 21-Outros destinos preferenciais e Finalidade das deslocações

Outros destinos preferenciais						
	Aveiro	Águeda	Albergaria-a-Velha	Coimbra	Vale de Cambra	NR
Nº	18	15	1	1	1	8
%	46%	38%	3%	3%	3%	21%

Finalidade das deslocações						
	Saúde (médicos e tratamentos)	Compras (praça/mercado)	Seg. Social	Passear	Educação	NR
N	22	4	1	1	1	11
%	56%	8%	3%	3%	3%	28%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Questionou-se os utentes sobre o grau de necessidade de transporte público regular dos jovens, dos adultos e dos idosos. Por encontrarem resposta no transporte público escolar, os jovens, segundo a opinião dos inquiridos (36%), não necessitam de soluções adicionais de transporte. Aos adultos, por terem a opção de utilizar meio de transporte privado e/ou por viverem na sede do município, ou nas proximidades, reconhecem pouca necessidade de transporte adicional. Destacam os idosos (28%) como os mais necessitados de alternativa de mobilidade.

De resto, o transporte (15%) e o apoio à 3ª idade (13%) surgem como principais necessidades sentidas pelos inquiridos quando questionados sobre o que poderia ser melhorado na sua zona de residência.

Tabela 22-Necessidade de transporte público regular, segundo os destinatários

Necessidade de transporte público regular, segundo os destinatários								
	Jovens (N)	Jovens (%)	Adultos (N)	Adultos (%)	Idosos (N)	Idosos (%)	NR (N)	NR (%)
Não necessário	14	36%	3	8%	0	0%	22	56%
Muito pouco necessário	2	5%	4	10%	0	0%		
Pouco necessário	1	3%	6	15%	1	3%		
Necessário	0	0%	1	3%	5	13%		
Muito necessário	0	0%	1	3%	11	28%		

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Tabela 23-Outras necessidades, por zona de residência

Outras necessidades, por zona de residência								
	Trans- portes	Supermerc ado	Médicos	Farmáci as	Apoio à 3ª idade	Entreten imento	Melhores estradas e caminhos	NR
Nº	6	1	1	2	5	1	3	19
%	15%	3%	3%	5%	13%	3%	8%	49%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, Petra Alves, 2012

72% dos utilizadores diz gastar entre 5€ a 10€ por mês, recorrendo ao SeverIn para as suas deslocações, percentagem que vai ao encontro do número de utilização semanal. Quanto ao valor gasto em outros meios de transportes, públicos ou privados, a grande maioria (74%) não respondeu. Aquando da aplicação presencial do inquérito, os utentes manifestaram disponibilidade para pagar uma importância maior pela deslocação (actualmente, o custo, por percurso, é de 1€), caso esse aumente seja necessário para que o serviço se mantenha activo.

Tabela 24-Valor mensal despendido com SeverIn

Valor mensal despendido com SeverIn								
	Até 5€	5€ a 10€	10€ a 15€	15€ a 20€	20€ a 25€	25€ a 30€	30€ a 35€	NR
Nº	3	28	1	0	0	0	0	8
%	8%	72%	3%	0%	0%	0%	0%	21%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

Tabela 25-Valor mensal despendido outros transportes, públicos e/ ou privados

Valor mensal despendido outros transportes, públicos e/ ou privados												
	Até 5€	5€ a 10€	10€ a 15€	15€ a 20€	20€ a 25€	25€ a 30€	30€ a 35€	35€ a 40€	40€ a 45€	Mais de 45€	Não desp.	NR
Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	29
%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	15%	74%

Fonte: Inquérito aplicado aos utentes do SeverIn, 2012

IV.3.1 SeverIn – observação directa: o serviço, os utentes e o motorista

O SeverIn, por servir um reduzido e específico segmento da população, dispor de apenas 15 lugares e ter um esquema de circuitos fixos e limitados, assemelha-se a uma comunidade. Todos os utilizadores se conhecem, todos conversam durante a viagem, todos tratam o motorista do miniautocarro pelo nome próprio. Alguns, inclusive, têm o telefone privado do motorista que, por sua vez, está atento à ausência de utentes regulares. De notar ainda o sentimento de pertença por parte dos utilizadores em relação ao serviço, o que sublinha esta ideia de comunidade. Para o ilustrar, dê-se o exemplo de uma das utentes que, por iniciativa própria, se disponibilizou para telefonar ao motorista sempre que não seja necessário o miniautocarro fazer o desvio até ao lugar onde habita; é da sua responsabilidade inquirir, todas as semanas, os habitantes daquele lugar (com 5 habitações habitadas) sobre se irão, naquela semana, precisar do transporte. Quando questionada sobre o porquê de se ter disposto a cumprir essa função, a utente revelou estar sensibilizada para os custos inerentes ao transporte, dizendo que tem todo o gosto em contribuir para minimizar o que chama de “desperdício”. Esta preocupação – de resto comum à maioria dos utilizadores – deve-se à “gratidão” (palavra dos próprios) ao SeverIn. Das expressões mais ouvidas aquando da aplicação do questionário e que de alguma forma traduzem esse sentimento: *“Foi a melhor coisa que nos aconteceu”*; *“Está muito bem assim”*; *“Deus queira que não nos tirem o ‘Severinho’”*.

O motorista do SeverIn nasceu numa das freguesias de Sever do Vouga, na década de 50; sempre viveu e trabalhou no município. É motorista desde 1999 na operadora Transdev. Nos últimos anos trabalhou no sector do transporte escolar, mas demonstrava alguma dificuldade em lidar com aquela população específica, pelo que a empresa o destacou para o serviço do SeverIn. Motorista do SeverIn desde o primeiro dia, a sua relação com o projecto ultrapassa a fronteira do estritamente profissional: é uma relação emocional. Conta o próprio: *“No SeverIn tenho histórias, e histórias bonitas. O que eu gosto mais é de conversar com as pessoas, conhecer o seu pensamento; gosto das histórias antigas que me contam. Conheço a maioria dos que utilizam este serviço... aqui encontra-se de tudo; tem de ser ter muita calma”*

É figura central no sucesso do SeverIn. Conseguiu estabelecer uma relação de proximidade com os utentes, conquistando-lhes a confiança. Sempre que encosta o

miniautocarro para recolher utentes, espera que entrem e se acomodem nos seus lugares – o que pode demorar longos minutos tendo em conta as condições físicas de alguns - antes de seguir viagem. O mesmo acontece quando os utentes, antes de se sentarem, o questionam sobre, por exemplo, o título de transporte de um familiar; ajuda a transportar as compras do supermercado, a entrar e a sair do miniautocarro, revelando boa dose de paciência e compaixão.

V PLANO DE NEGÓCIOS E VIABILIDADE FINANCEIRA

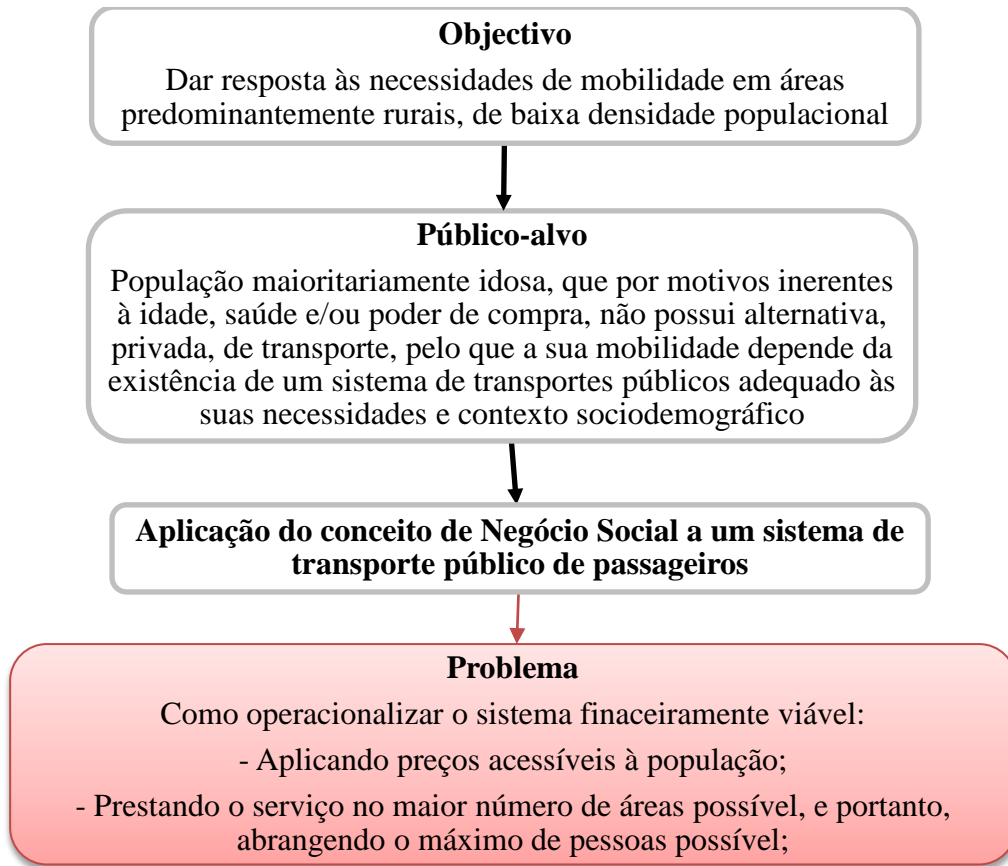
V.1 Enquadramento

Planear um negócio social, como qualquer outro, implica definir objectivos e os meios a utilizar em prol dos mesmos. Contudo, Yunus (2011) chama a atenção para a perspectiva com que se encara o negócio. Tendo em conta que o intuito primeiro de um qualquer negócio social não é a maximização do lucro mas antes a maximização do bem social, as políticas financeiras e de gestão terão de ser formuladas em conformidade.

Neste capítulo, pretende-se estudar a viabilidade de aplicar o modelo de negócio social formulado por Yunus a uma alternativa que venha a dar resposta às necessidades da população residente em áreas predominantemente rurais. Não cabe no âmbito deste trabalho apresentar um pormenorizado Estudo de Viabilidade Económica e Financeira, que requer a convocação de competências específicas; no entanto, para traçar possíveis cenários e sugestões, ainda que teóricas, sobre o potencial de exequibilidade do(s) modelo(s), foi elaborado um estudo de viabilidade resumido, integrando os custos totais mais expressivos para operacionalizar o negócio. À posteriori, todos os valores deverão ser revistos, actualizados e exaustivamente explorados.

A Figura 5 lembra qual o objectivo do projecto, o seu público-alvo e os principais desafios.

5Figura-Do objectivo ao problema



Uma vez que o projecto SeverIn, já caracterizado anteriormente, se enquadra nos dois primeiros pontos deste gráfico, e sobretudo por estar em funcionamento, optou-se por tomá-lo como modelo, ou seja, base de trabalho. Contudo, importa lembrar que o SeverIn não se desenvolve em contexto de negócio social, cumprindo os requisitos estabelecidos por Yunus. Foi desenvolvido no seio de uma empresa, a Rodoviária da Beira Litoral, que opera na área dos transportes públicos rodoviários no município do Sever do Vouga, pelo que existem uma série de custos inerentes ao transporte público de passageiros que não estão imputados ao SeverIn. A amortização do autocarro, o custo da estrutura (apoio legal e fiscal, marketing, etc.), o salário mensal, na sua totalidade, do motorista são custos assumidos pela Rodoviária da Beira Litoral.

Poder-se-ia aqui estabelecer um paralelismo entre este caso particular e outros recorrentemente utilizados por Yunus para exemplificar como podem empresas convencionais com fins lucrativos criar empresas sociais. Um destes exemplos é a *joint venture* Grameen Veolia Water, criada por um grande grupo económico – Veolia

Environment – e a Grameen – grupo criado por Yunus, que opera em contexto de empresa social. A Grameen Veolia Water é uma empresa social que conta com a experiência técnica da Veolia Water.

Também o projecto SeverIn conta com a experiência técnica da Rodoviária da Beira Litoral, o que em muito influi no seu sucesso. Tendo ainda em conta a natureza deste negócio em particular, há que lembrar que toda a empresa que actua na área de transportes públicos de passageiros necessita de um alvará emitido pelo IMT (Instituto da Mobilidade e dos Transportes); deverá preencher uma série de requisitos relacionados, entre outros, com a capacidade profissional e a capacidade financeira da empresa. Os condicionalismos inerentes à operacionalização de um sistema de transporte público de passageiros serão, certamente, mais facilmente ultrapassados por empresas que já operem nesta área.

V.2 SeverIn: um negócio social?

Ao abrigo do Protocolo estabelecido com a Rodoviária da Beira Litoral, pretende-se estudar uma fórmula de adaptação do projecto SeverIn ao modelo de negócio social de Yunus. Pese embora o objectivo primeiro da empresa social seja contribuir para a resolução de um determinado problema social é fundamental que mantenha saúde financeira para se auto sustentar. O negócio social poderá contar com o investimento e competências adquiridas da Rodoviária da Beira Litoral, no entanto, terá de ser financeiramente autónomo. Neste contexto, comece-se por definir o enquadramento do negócio social a criar (empresa de Tipo I ou Tipo II, já definidas no primeiro capítulo desta dissertação).

Optou-se por desenvolver o exercício, apresentado neste capítulo, de acordo com a definição de empresa social de Tipo I. Esta escolha prende-se com três factores:

- Em Tipo II, Yunus não clarifica o conceito de “pobre”, o que traz alguma ambiguidade à definição que propõe;
- Tendo em conta a natureza do negócio, ou da alternativa a criar, numa primeira fase acredita-se ser, o Tipo II, pouco viável. Não obstante, poderia ter interesse analisar esta possibilidade, a médio prazo, como alternativa para a população que tende a procurar trabalho, e por consequência, a estabelecer-se, fora das zonas predominantemente rurais.

— Por outro lado, e levando em consideração as especificidades de um negócio social na área de transportes públicos, acredita-se que o Tipo I permita maior flexibilidade na procura de investimento, nomeadamente por parte de empresas já estabelecidas naquela mesma área de negócio. O esforço de investimento será menor, no sentido em poderão ser reajustados mecanismos já existente para a ‘nova’ exploração. De resto, a questão do investimento versus não distribuição de dividendos é muito sensível. Uma das principais críticas ao modelo de Yunus prende-se com esta questão: restringir a empresa quanto à distribuição de lucros pelos accionistas/investidores dificulta a angariação de investimento, logo, compromete o alcance da missão social do negócio.

O negócio, ou empresa, social, como Yunus o formula, não é uma categoria de empresa reconhecida. Por conseguinte, e do ponto de vista legal e fiscal, integra o enquadramento geral das empresas com fins lucrativos, o que significa que tem uma estrutura de propriedade tradicional, está sujeita a impostos (inclusive sobre os lucros), não beneficia de isenções fiscais. Trata-se de uma organização comercial em todos os sentidos, exceptuando o facto de que o lucro não reverte para os proprietários e é reinvestido no negócio. Ainda de notar que o lucro fica retido na empresa social apenas a partir do momento em que aos investidores tenha sido devolvido o exacto montante que investiram.

V.2.1 Plano de Negócios

A um plano de negócios convencional – são variados os modelos disponíveis de acordo com a pormenorização pretendida – visa sistematizar a informação sobre qual a ideia do negócio, como será implementada e quais os resultados esperados. Trata-se de um documento preparado não apenas para traçar as linhas mestras do negócio, mas também para vender o projecto a potenciais investidores.

Seja qual for o modelo adoptado devem ser adicionadas outras questões, se o objectivo é criar um negócio social. De seguida, aplica-se o questionário proposto por Yunus (Yunus, 2011), ao modelo alternativo de transportes a criar.

1. Que benefícios sociais serão fornecidos?

Potenciar a mobilidade da população idosa, residente em zonas predominantemente rurais. Com a inexistência de oferta de mobilidade, os espaços rurais tendem a fechar-se sobre si próprios e as suas populações, a distanciar-se da vida social, ficando inclusive

comprometida a sua autonomia para desenvolver tarefas básicas de apoio à sua vida quotidiana.

2. Como é que os beneficiários da empresa social vão participar na sua planificação e na definição da forma que ela assumirá?

Os beneficiários serão convidados a participar na gestão operacional do serviço. O percurso do miniautocarro será fixo e terá diversas ‘paragens’, também elas fixas. O objectivo é que cada paragem tenha um beneficiário responsável por informar se existe necessidade de o autocarro fazer aquela paragem, ou seja, por informar se haverá beneficiários com necessidade de transporte para aquele dia específico. Os contactos com os beneficiários serão feitos, diariamente, pelos serviços administrativos da empresa. Por um lado, esta iniciativa poderá contribuir para minimizar os custos do transporte; por outro, ajuda a quem sejam criados laços de proximidade entre beneficiários e empresa.

3. Como será medido o impacto da empresa social?

O impacto social será medido pelo número de beneficiários servidos, através da contagem de bilhetes vendidos.

4. Que objectivos sociais são expectáveis nos primeiros seis meses? No primeiro ano? Nos primeiros três anos?

Por não estarem, neste momento, avaliados todos os trajectos possíveis para a total cobertura do território seleccionado, não é possível a resposta a esta questão.

5. Se a empresa social tiver êxito, como poderá ser reproduzida ou expandida?

O modelo poderá ser reproduzido noutras zonas do território nacional, a identificar com o auxílio das matrizes, construídas com potencial disseminador.

6. Existem benefícios sociais adicionais que possam ser acrescentados ao pacote de ofertas criados?

O serviço de transporte pretende fornecer à população autonomia para desenvolver tarefas básicas de apoio à sua vida quotidiana, assim como, adicionalmente, promover a sociabilização.

V.2.2 Viabilidade Económica – Custos e Receitas

O projecto SeverIn que serve de inspiração a esta análise, tal como opera hoje, é suportado pela verba disponibilizada pelo Município de Sever do Vouga e pela venda de bilhetes aos utentes. Tem, portanto, dois grupos de clientes: institucional e público geral. O Mapa de Exploração (Tabela 26), mostra as receitas líquidas e os custos variáveis, sendo que os custos fixos são assumidos não pelo projecto SeverIn individualmente, mas pela Rodoviária da Beira Litoral. Apenas a remuneração mensal do motorista está, em parte, contabilizada. Todos os custos relacionados com a estrutura de apoio à operacionalização, recursos humanos, amortização de crédito, entre outros, não constam do Mapa de Exploração.

Tabela 26 Mapa de Exploração Operacional

Mapa de Exploração Operacional														
2013 _ Meses		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	R2013
Dias de Funcionamento SEVERIn		18	15	16	17	17	15	19	18	17	18	16	17	203
Receitas líquidos de Exploração	Via Município de Sever do Vouga	849€	708€	755€	802€	802€	708€	896€	849€	802€	849€	755€	802€	9.575€
	Via venda de bilhetes	360€	300€	320€	340€	340€	300€	380€	360€	340€	360€	320€	340€	4.060€
	TOTAL	1.209€	1.008€	1.075€	1.142€	1.142€	1.008€	1.276€	1.209€	1.142€	1.209€	1.075€	1.142€	13.635€
Custos variáveis	Motorista	153€	153€	153€	306€	153€	306€	612€	612€	306€	153€	153€	306€	3.365€
	Custo Kms percorridos	675€	563€	600€	638€	638€	563€	713€	675€	638€	675€	600€	638€	7.613€
	TOTAL	828€	715€	753€	943€	790€	868€	1.324€	1.287€	943€	828€	753€	943€	10.978€
Kms produzidos SeverIn		900	750	800	850	850	750	950	900	850	900	800	850	10.150

Fonte: Rodoviária da Beira Litoral, 2013

Tomando como ponto de partida o funcionamento actual do SeverIn, com base nos pressupostos da Figura 6, calculou-se uma estimativa de custos totais que a empresa social teria de suportar. Importa referir que não estão contabilizadas as licenças do IMT, necessárias à operacionalização.

6Figura-Pressupostos Custos Fixos e Custos Variáveis

Pressupostos Custos Fixos _ com base no funcionamento actual

- **RH:** Foram assumidos como pressupostos, que a manutenção do negócio implicaria a contratação de um Gestor em regime de tempo parcial, de um Assistente Administrativo e de um Motorista, ambos a regime de tempo inteiro.
- **Instalações:** Por se tratar de um negócio autónomo, seria necessário o aluguer de um escritório (sede fiscal da empresa)
- **Amortização de crédito e Seguro (viatura):** Inclui a amortização da aquisição de um autocarro de 15 lugares, o pagamento mensal do respectivo seguro, e ainda a amortização do investimento em equipamento de escritório.

Pressupostos Custos Variáveis _ com base no funcionamento actual

- **RH Externo:** Inclui a contratação de serviços, em regime de outsourcing, de apoio à contabilidade e apoio jurídico.
- **De Apoio à Operacionalização:** Inclui comunicações (telemóveis e Internet), despesas de representação, contracto de água e luz (relativos ao escritório).
- **Miniautocarro:** Inclui os custos relativos à manutenção e combustível, para uma estimativa de 900 kms percorridos.

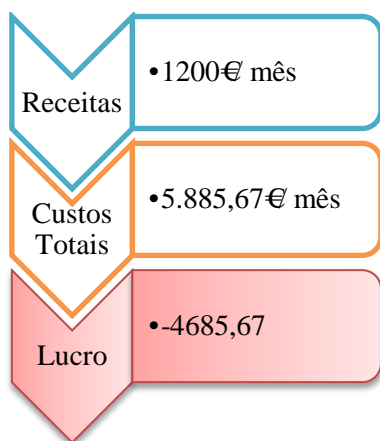
Tabela 27- Resumo Custos

RESUMO CUSTOS _ com base no modelo actual		
Custos Fixos	Mês	Ano
RH afectos à empresa	3.787,50 €	53.025,00 €
Instalações (sede da empresa)	240,00 €	2.880,00 €
Amortização de crédito	576,00 €	6.912,00 €
Seguros (viaturas)	54,17 €	650,00 €
TOTAL	4.657,67 €	63.467,00 €
Custos Variáveis	Mês	Ano
RH Externo	251,00 €	3.012,00 €
De apoio à operacionalização	302,00 €	3.624,00 €
Miniautocarro (custo kms percorridos)	675,00 €	8.100,00 €
TOTAL	1.228,00 €	14.736,00 €
CUSTO TOTAL	Mês	Ano
	5.885,67 €	78.203,00 €

Tabela 28Horário SeverIn

Tipo de transporte / Cliente	Dias da Semana	Horário IDA	Horário REGRESSO	Fact Mensal
Transporte Público de Passageiros	de 2 ^a a 6 ^a	9/ 9,30h	12/12,30h	1.200 €

7Figura-Lucro



Através do breve exercício exposto, a previsão sumária de custos totais para a criação e manutenção de um negócio social de transporte público de passageiros, que replique o *modus operandi* do projecto SeverIn, mas de forma autónoma, não é suportada pela receita. Para lucro = 0, seria necessário aumentar o custo unitário do bilhete (actualmente comercializado a 1€), ou aumentar a capacidade máxima de utentes (actualmente de 200), logo, aumentar o número de bilhetes vendidos.

Tabela 29- Custo unitário do bilhete/ capacidade de utentes

Preço Bilhete para suportar os custos (mantendo a capacidade máx.de 200 utentes)	16,95€
Custo Total (€)	5885,67
Receita via Município de Sever do Vouga (€)	800
Receita via Bilhetes Vendidos (€)	300
Custo actual por bilhete (€)	1
Capacidade máxima para suportar os custos (mantendo o preço do bilhete a 1€)	3.390,44 bilhetes
Custo Total (€)	5885,67
Receita via Município de Sever do Vouga (€)	800,00
Receita via Bilhetes Vendidos (€)	300,00
Capacidade máxima actual (nº de bilhetes)	200,00

V.3 Soluções subsidiárias

Uma simples conta matemática consegue revelar que a adaptação do projecto SeverIn a um negócio social carece de reflexão sobre a possibilidade de potenciar o serviço na tentativa de que o negócio se auto-sustente financeiramente. Ou seja, para que possa cumprir a missão social a que se propôs, o negócio teria de encontrar soluções subsidiárias, serviços destinados a outros mercados, a diferentes públicos-alvo, vendidos ao valor de mercado.

A Matriz de Apoio ao Plano de Negócios pretende identificar potenciais clientes secundários, ou seja, oportunidades de negócio em diferentes mercados, passíveis de gerar rendimento para apoiar a viabilidade financeira da missão social. Para a referida Matriz, foram convocados alguns dos indicadores disponíveis no Anuário Estatístico da Região Centro, do pelo Instituto Nacional de Estatística: Educação, Empresas, Hotelaria, Cultura e Desporto.

V.4 Educação

Tabela 32- Estabelecimentos, alunos inscritos e docentes no ensino superior

Estabelecimentos, alunos inscritos e docentes no ensino superior	
<u>Estabelecimentos</u>	Nº
Águeda	1
Aveiro	5
Sever do Vouga	0
<u>Alunos inscritos</u>	Nº
Águeda	659
Aveiro	12 874
Sever do Vouga	0
<u>Pessoal Docente</u>	Nº
Águeda	62
Aveiro	1 139
Sever do Vouga	0

Fonte: INE, 2011

Com base na informação disponibilizada, os únicos municípios do Baixo Vouga com estabelecimentos de ensino superior são Águeda (1) e Aveiro (5). A ausência de dados sobre o número de ‘alunos matriculados no ensino superior por local de residência’, bem como ‘pessoal docente por local de residência’, não permite aferir quantos alunos e docentes, dos inscritos nos estabelecimentos de ensino superior de Águeda e Aveiro,

residem em Sever do Vouga. Não obstante, a Tabela 32 revela que aqueles dois municípios contam 13.533 alunos inscritos e 1.201 docentes. Neste sentido, estas variáveis merecem atenção enquanto indicadoras de potencial procura a servir.

Um outro potencial mercado, de resto já identificado e explorado pela Rodoviária da Beira Litoral, está no ensino pré-escolar, exposto na Tabela 33. Note-se que a obrigatoriedade em facultar transporte escolar, por parte do município, recai apenas a partir dos 5 anos de idade. Mais, por se tratar de uma região com aglomerados dispersos, as alternativas existentes organizadas, por exemplo, pelas Juntas de Freguesia, não cobrem todo o território.

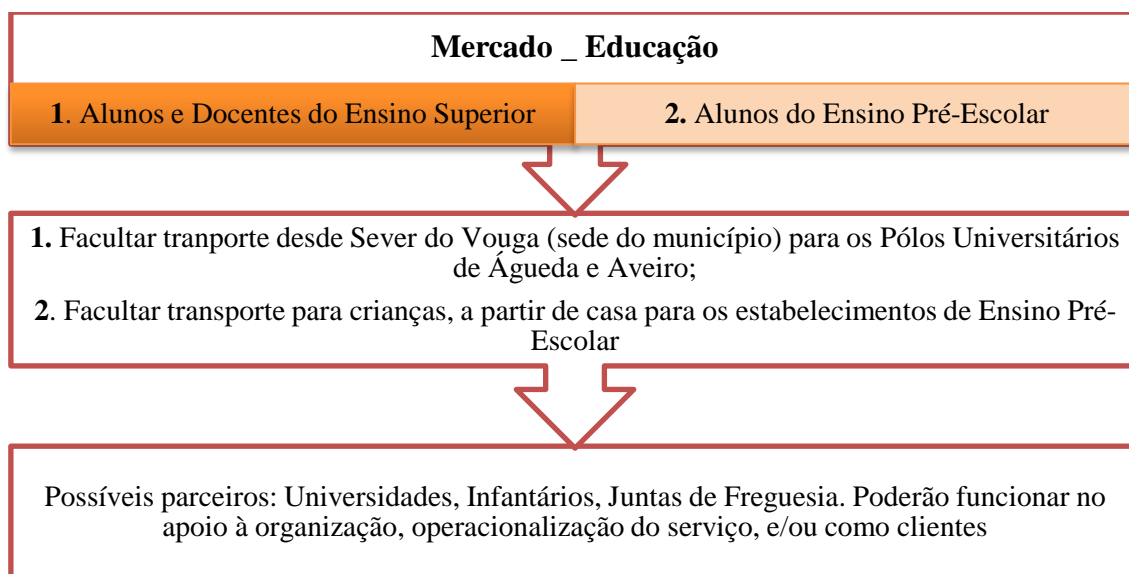
Tabela 33- Ensino Pré-Escolar: alunos matriculados, segundo a natureza institucional do estabelecimento

Ensino Pré-Escolar⁸: alunos matriculados, segundo a natureza institucional do estabelecimento	
<u>Alunos matriculados</u>	Nº (Total)
	281
	(Nº) Público
	238
	Nº (Privado)
	43

Fonte: INE, 2011

⁸ INE define como Ensino Pré-Escolar: subsistema de educação, de frequência facultativa, destinado a crianças com idades compreendidas entre os três anos e a idade de ingresso no ensino básico. Realiza-se em estabelecimentos próprios, designados por jardins de infância, ou incluídos em unidades escolares em que é também ministrado o ensino básico.

8Figura-Mercado _ Educação



V.5 Empresas

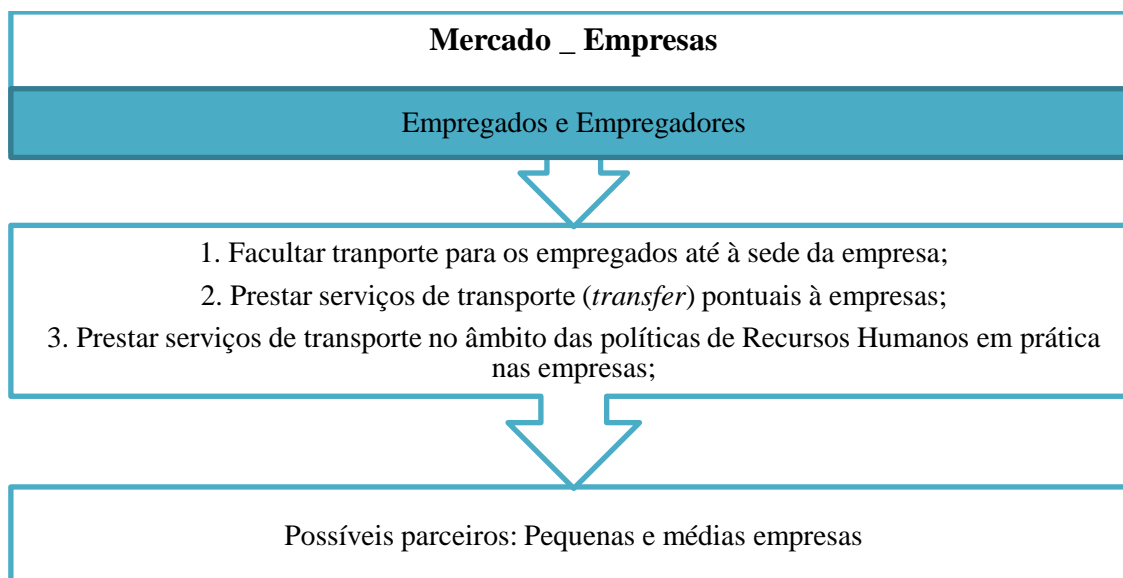
Sever do Vouga conta um total de 1109 empresas: 56 com entre 10 e 49 empregados e 12 com entre 50 e 249 empregados. Tendo em conta a acentuada dispersão geográfica deste município, a deslocação dos empregados até ao local de trabalho poderá ser explorada, junto da entidade patronal, num contexto de contratação de transporte diário. É também frequente as empresas, em determinados momentos, necessitarem de serviço de *transfer* para clientes ou potenciais clientes, para outras situações pontuais, ou como parte integrante da política de Recursos Humanos (por exemplo, as empresas assegurarem o transporte não dos funcionários, mas dos filhos em idade pré-escolar ou escolar).

Tabela 34- Empresas

Empresas	
Total	Nº
	1109
Menos de 10 empregados	Nº
	1041
10 a 49 empregados	Nº
	56
50 a 249 empregados	Nº
	12
250 e mais empregados	Nº
	0

Fonte: INE, 2011

9Figura-Mercado _ Empresas



V.6 Hotelaria

A hotelaria poderá constituir um possível mercado em outros municípios do Baixo Vouga. No entanto, no município em análise, como relevam os dados da Tabela 35, não se destaca como sector atractivo.

Tabela 35- Hotelaria

Hotelaria				
<u>Estabelecimentos</u>	N.º (Total)	N.º (Hotéis)	N.º (Pensões)	N.º (Outros)
	1	0	1	0
<u>Capacidade de alojamento</u>	N.º (Total)	N.º (Hotéis)	N.º (Pensões)	N.º (Outros)
	44	0	44	0
<u>Proveitos de aposento</u>	M€(Total)	M€(Hotéis)	M€(Pensões)	M€ (Outros)
	...	0	...	0
<u>Estada média no estabelecimento</u>	N.º de noites (Total)	N.º de noites (Hotéis)	N.º de noites (Pensões)	N.º de noites (Outros)
	...	//	...	//
<u>Taxa de ocupação-cama (líquida)</u>	% (Total)	% (Hotéis)	% (Pensões)	% (Outros)
	...	//	...	//

Fonte: INE, 2011

V.7 Cultura e Desporto

O investimento feito pela Câmara Municipal de Sever do Vouga em actividades culturais é um indicador da dinâmica deste sector. Contudo, quem reside longe do centro das actividades e não possui meio de transporte próprio de deslocação, vê a sua participação condicionada. Por outro lado, a Tabela 36 revela a total inexistência de recintos de espectáculos e espectáculos ao vivo em Sever do Vouga, o que realça a necessidades de deslocação a município vizinhos com o objectivo de lazer.

A mobilidade é promotora não apenas da autonomia funcional, mas também da inclusão e interacção atenuando situações de isolamento. Um serviço de transporte tem, neste contexto, um segmento a explorar.

Tabela 36-Cultura e Desporto: despesas

Cultura e Desporto: Despesas da Câmaras Municipal em actividades culturais e de desporto	
Património (Museus)	12M€
Música	26M€
Artes cénicas	6M€
Actividades socioculturais	29M€
Recintos culturais	51M€
Jogos e desportos	211M€
TOTAL	335 M€

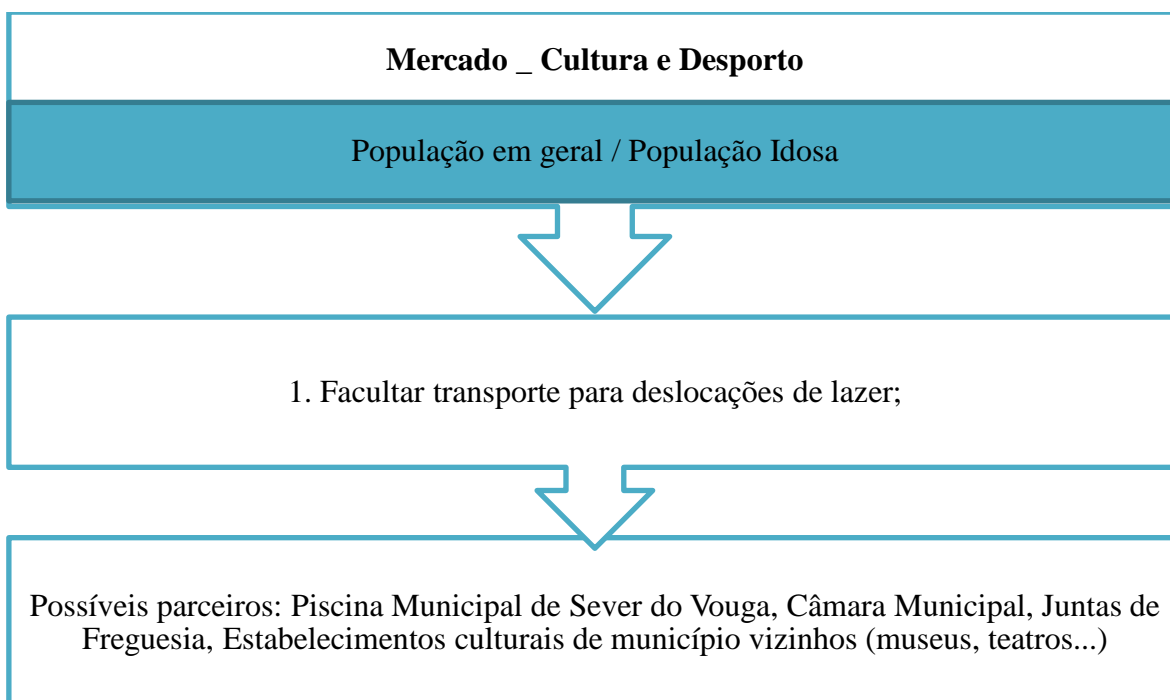
Fonte: INE, 2011

Tabela 37- Cultura e Desporto: recintos e espectáculos

Recintos de espectáculos e Espectáculos ao vivo _ Sever do Vouga	
Recintos de espectáculos	N.º
	0
Total de lugares	N.º
	0
Espectáculos ao vivo	N.º
	...

Fonte: INE, 2011

10Figura-Mercado _ Cultura e Desporto



V.7.1 Soluções subsidiárias e agrupamento de municípios

Integrar soluções subsidiárias sem colocar em causa o objectivo social do negócio implica, eventualmente, operar em maior escala, ou seja, aumentar a frota e a área geográfica de acção. A Matriz de Apoio à Selecção destaca, por score, Sever do Vouga como o município com maior necessidade de mobilidade, direccionada a uma demanda e público específicos, seguido dos municípios de Murtosa e de Águeda.

Do resultado das previsões de custos e receitas acima descrito, é inviável a criação de um negócio social financeiramente sustentável. Por um lado, o valor unitário do bilhete é demasiado baixo para fazer face aos custos do serviço; por outro, a capacidade máxima de uma viatura e o mercado de Sever do Vouga é diminuto. Acresce o facto de, Sever do Vouga, quando comparado com os restantes municípios do Baixo Vouga, apresentar um frágil tecido empresarial, um quase inexistente mercado hoteleiro, total ausência de estabelecimentos de ensino superior e um baixo índice de alunos e pessoal docente inscritos em estabelecimentos do ensino superior.

Posto isto, como alternativa dever-se-ia analisar a possibilidade de a empresa social operar em mais do que um município. Ao analisar o score dos Municípios com maior Necessidade de Mobilidade, resultante da Matriz de Apoio à Selecção, e o score Potenciais

Mercados Subsidiários, resultante da Matriz de Apoio ao Plano de Negócios, percebe-se que Águeda ocupa o terceiro lugar, em ambos.

Tabela 38- Municípios com maior necessidade de mobilidade

Municípios com maior necessidade de mobilidade	
MUNICÍPIO	SCORE
Sever do Vouga	16,482
Murtosa	13,258
Águeda	12,636
Anadia	12,521
Oliveira do Bairro	12,473
Estarreja	12,443
Vagos	11,448
Albergaria-a-Velha	11,344
Ovar	9,550
Aveiro	7,775
Ílhavo	4,363

Tabela 39- Municípios com Potenciais Mercados Subsidiários

Municípios com potenciais mercados subsidiários	
MUNICÍPIO	SCORE
Aveiro	17,241
Ílhavo	10,455
Águeda	8,572
Ovar	8,800
Anadia	7,989
Estarreja	6,442
Albergaria-a-Velha	5,029
Vagos	2,173
Oliveira do Bairro	2,142
Murtosa	2,297
Sever do Vouga	0,618

Operar em Águeda e em Sever do Vouga poderia representar as seguintes vantagens:

- Oferecer mobilidade a um maior número de pessoas.
- Operar em mercados subsidiários para que as vendas resultantes dos serviços prestados nesses mercados pudessem ajudar a suportar a prestação do serviço, a um preço baixo, ao público-alvo a que se destina a missão social do negócio.

Operar apenas em Sever do Vouga, mantendo o horário actual (2^a a 6^a; 9/ 9,30h e 12/12,30h) e rentabilizando motorista e um único veículo da parte da tarde no mercado subsidiário; ou operar em mais do que um município, aumentando a frota e destinando um dos veículos ao mercado subsidiário, é certo de que os custos totais vão aumentar em conformidade.

Para calcular a viabilidade, ter-se-á de aferir, junto dos potenciais mercados subsidiários, o valor apercebido (relação qualidade/ preço) do serviço. Quanto estariam as empresas dispostas a pagar pelo serviço? Com que empresas e outras organizações poder-se-iam estabelecer parcerias? A resposta a estas perguntas implica a realização de um estudo de mercado nas áreas geográficas em análise (Sever do Vouga e Águeda). A ausência deste indicador não permite simulações e estimativas sob pena de gerarem resultados irrealistas.

Assim, conclui-se a inviabilidade do negócio social caso sirva apenas o cliente primário (a quem se destina a missão social), mas não se poderá concluir, em sede da presente dissertação, como iriam reagir os números no caso de o negócio servir também mercados subsidiários.

VI ALCANCE DOS RESULTADOS

Neste capítulo será exposto o alcance dos resultados para justificar a relevância do tema e do problema social, tal como foram lançados inicialmente. Para o efeito, recorde-se a partida da presente dissertação:

Qual o alcance e as limitações do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas?

E as hipóteses formuladas:

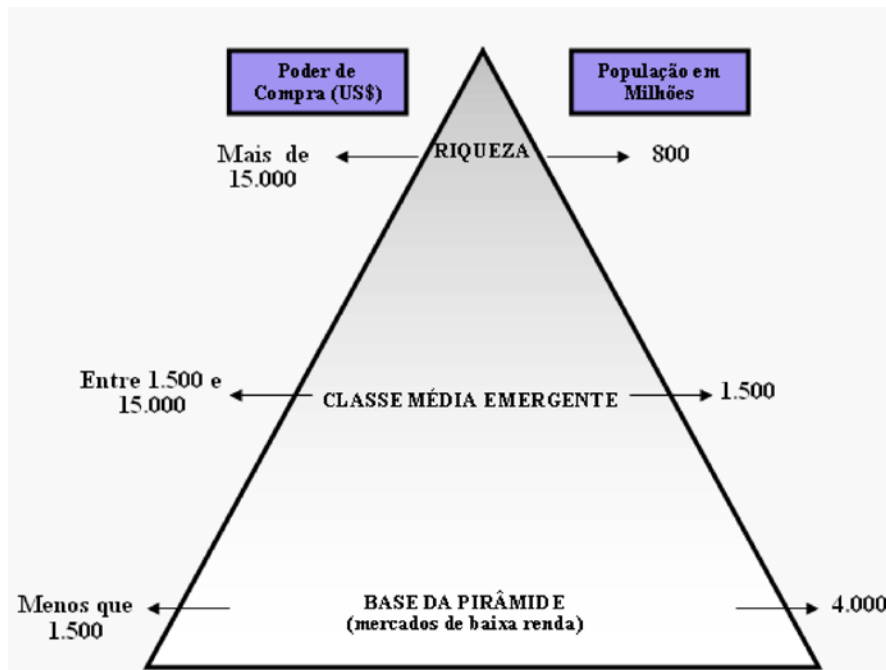
- A obrigatoriedade de rentabilidade financeira limita o alcance da missão social.
- O modelo arquitectado por Yunus é aplicável à criação de um negócio social para responder aos défices de mobilidade das populações periféricas se for implementado um regime de subsidiação cruzada.
- O Negócio Social formulado por Yunus não se revela o modelo viável na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas por encontrar limitações relacionadas com a densidade populacional, poder de compra e financiamento.

VI.1 Limitações do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas

VI.1.1 Limitações de ordem geográfica e económica: densidade populacional, poder de compra e valores de mercado

Uma das limitações do modelo de negócio social de Yunus na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas prende-se com dois factores: poder de compra e densidade populacional. Em grande parte das empresas sociais, em actividade, em que Yunus está envolvido há um denominador comum: trabalham, ou servem, a base da pirâmide. Isto significa que o seu público-alvo tem fraco poder de compra, no entanto, contabiliza milhões de compradores (Figura 11). A empresa coloca o produto/serviço, neste mercado, a um preço reduzido de acordo com o poder de compra do seu público-alvo, mas vende quantidade de produto/serviço suficiente para, pelo menos, cobrir os custos totais.

11Figura-Base da Pirâmide



Fonte: Adaptado de Prahalad (2005)

Apesar do baixo rendimento *per capita* anual (inferior a US\$ 1.500), a Base da Pirâmide representa um mercado estimado em vários trilhões de dólares. De acordo com Prahalad (Prahalad, 2005) os principais países em desenvolvimento - China, Índia, Brasil, México, Indonésia, Turquia, Rússia, África do Sul, Tailândia - representam entre 70% a 75% da população pobre mundial e são, no entanto, responsáveis por cerca de 90% do PIB das nações em desenvolvimento. Juntos, contabilizam um PIB maior, em termos de paridade de poder de compra (PPC mede quanto é que uma determinada moeda pode comprar em termos internacionais, normalmente dólar) do que os PIBs combinados do Japão, Alemanha, França, Reino Unido e Itália. A Base da Pirâmide não suporta grandes margens; os lucros serão gerados pelo volume e pela eficiência do capital. As margens devem ser baixas, mas a venda de unidades deve ser extremamente alta.

Quando a empresa social actua para um grupo com baixo poder de compra e em regiões de baixa densidade populacional encontra, à partida, uma equação de difícil resolução:

- Para cumprir a sua missão social, cujo sucesso é medido consoante o número de cidadãos que consegue servir, terá de aplicar ao seu produto/serviço um preço nivelado pelo baixo poder de compra do seu público-alvo.
- Porque a empresa actua em zonas predominantemente rurais, de baixa densidade populacional, o público-alvo é reduzido.

Ainda assim, a empresa social poderá ter resultados positivos dependendo dos custos totais resultantes não só da génese da sua actividade como das dimensões económicas, sociais e políticas do País onde a empresa opera. No caso do sector em estudo, transporte público de passageiros, a criação de uma empresa social constituída de acordo com todos os regulamentos em vigor em Portugal – encargos sociais pagos por cada funcionário contratado, taxas impostas para a operacionalização do transporte e acreditação de motoristas, entre outros – e preços impostos pelo mercado – remuneração dos funcionários, preço dos combustíveis, valor de aquisição de viaturas para o serviço, entre outros – acarreta custos elevados. Como demonstrou a estimativa exposta no capítulo Plano de Negócios e Viabilidade Financeira, o custo fixo com recursos humanos é muito expressivo, seguramente incomparável aos valores praticados em alguns países em desenvolvimento, onde o conceito de negócio social de Yunus tem maior expressão.

VI.1.2 Limitações de ordem ética: o Negócio Social e o Estado-Providência

O SeverIn - sistema que serviu de base à análise de exequibilidade de um negócio social na área de transporte público de passageiros a operar em zonas predominantemente rurais, destinado a um público-alvo com 65 anos ou mais – tem como principal cliente pagador a autarquia de Sever do Vouga. Ou seja, grande parte das receitas que suportam os custos (variáveis) do projecto é proveniente da Câmara Municipal. A autarquia contracta o serviço com o objectivo de dar resposta a uma necessidade da população, no âmbito das suas responsabilidades sociais enquanto integrante do aparelho do Estado(-Providência).

O conceito de negócio social formulado por Yunus não exclui a participação dos Estados; de resto, o economista sugere a criação de negócios sociais pelos Estados. No entanto, o que poderá fragilizar o negócio, seja ele social ou convencional, é fazer depender a sua existência de um único cliente. Seguindo a caracterização de Estado-

Providência de Boaventura de Sousa Santos, o capital social gerido pelo Estado-Providência assume duas formas fundamentais: o investimento social e o consumo social. “*O investimento social é o conjunto das despesas em bens e serviços que aumentam a produtividade do trabalho e, portanto, a rentabilidade do capital investido e incluem despesas tão díspares como as despesas com parques industriais subsidiados pelo Estado, auto-estradas, portos e aeroportos, electricidade para a indústria (...). O consumo social é o conjunto de despesas em bens e serviços, consumidos gratuitamente ou a preços subsidiados (...) inclui também as despesas com grupos sociais não detentores de uma relação salarial e, portanto, fora da população activa efectiva, tais como crianças e jovens, domésticas, desempregadas, velhos, reformados, produtores autónomos, etc. São as despesas com o que designaremos por políticas sociais: educação, habitação, saúde, transportes urbanos (...) etc.*” (Boaventura de Sousa Santos, 1987:14)

Não cabendo nesta dissertação explorar as dinâmicas políticas, sociais, económicas do Estado-Providência, parte-se do pressuposto que as despesas do capital social apenas são possíveis se houver excedente produzido pela economia (Boaventura de Sousa Santos, 1987). No contexto actual de crise económica, a tendência indica uma diminuição das despesas do Estado. A actuação do Estado de acordo com a conjuntura económica poderá implicar um retrocesso no que toca aos direitos adquiridos, com claro prejuízo das políticas sociais.

O Estado, se deixa progressivamente de assegurar os direitos adquiridos e as suas políticas sociais flutuam de acordo com a conjuntura económica, poderá ser entendido como qualquer outra empresa, também ela à mercê de vários factores externos, nomeadamente, e sobretudo, do económico. Assim, ter apenas a autarquia local como principal cliente poderá comprometer a longevidade do negócio, deixando a concretização da missão social à mercê do que, a dado momento e em tempos de crise, é mais ou menos prioritário para o Estado, como de resto se verifica pelas políticas de austeridade que vão sendo aplicadas em Portugal. Eventualmente por ter crescido independentemente da conjuntura económica, sobretudo a partir da segunda metade do século XX, o Estado-Providência produziu sistemas que, hoje, não são sustentáveis (como o caso, por exemplo, da Segurança Social). Independentemente das ideologias

que se possam defender é facto que o Estado revela cada vez maior dificuldade em assegurar o bem-estar dos grupos tidos como mais frágeis (por exemplo, os idosos).

O modelo social europeu está assente na aproximação entre cidadãos e Estado, este responsável pela gestão dos bens/serviços colectivos enquadrados nas suas funções sociais. Criar soluções empresariais privadas na tentativa de dar resposta a necessidades sociais poderá ser encarado como despolarização das dimensões económica e social e progressivo fosso entre cidadãos e Estado, o que poderia inclusive pôr em causa o próprio sistema democrático. Na opinião de Laville (Laville, 2012), as associações deixam de privilegiar a sua relação com o Estado e passam a privilegiar a sua relação com o mecenato privado: quer afirmar-se, em parceria com os grandes grupos económicos, como substituto do Estado-Providência. O modelo de negócio social, formulado por Yunus, surge, segundo o autor, como resposta à excessiva burocracia do Estado e permite criar soluções ao Estado, através da moralização do sistema capitalista: o sistema procura soluções para os problemas que ele próprio cria.

VI.2 Alcance do modelo de Negócio Social (Yunus, 1974) na resposta aos défices de mobilidade das populações periféricas

No caso concreto de Portugal, não obstante as considerações acima, continua a existir um défice de mobilidade em zonas predominantemente rurais de baixa densidade populacional ao qual é necessário dar resposta. As limitações de ordem geográfica e económica, nomeadamente a baixa densidade populacional, o baixo poder de compra e os elevados valores de mercado exigidos para operacionalizar o negócio, inviabilizam a criação de um negócio social que replique o sistema actual do projecto SeverIn. A alternativa que passará por encontrar mercados subsidiários cuja receita possibilite a missão social da empresa, porque teoricamente possível, merece análise. Tendo em conta que as regiões periféricas têm baixo poder económico e baixa taxa de população residente, quando comparadas com as urbanas, considera-se que a actuação em mais do que uma região poderá ser vantajosa desde que, em conjunto ofereçam possibilidade de equilíbrio de forças. Ou seja, a região mais forte terá de ajudar a suportar os custos de operacionalização na região mais fraca.

Em última análise todos os negócios são frágeis porque o seu sucesso, seja ele calculado segundo a maximização do lucro ou calculado segundo a maximização da

missão social, varia consoante uma série de factores externos. No caso de uma empresa social que actue também em mercados subsidiários, quanto maior for a diversificação de clientes subsidiários, menor será a fragilidade do negócio.

As autarquias são, à partida, um cliente potencial de um negócio social nas áreas dos transportes colectivos de passageiros. Poderão, no âmbito das suas funções enquanto organismos pertencentes ao Estado, subsidiar as despesas inerentes à operacionalização do serviço para que aos utentes possa ser cobrado um valor baixo, de acordo com o seu baixo poder de compra. No entanto, fazer depender a existência do negócio social do orçamento, cada vez mais reduzido, direccionado a políticas sociais poderá, no actual contexto económico, determinar a sua inviabilidade. Neste sentido, o poder público local não deverá ser assumido como principal cliente pagador, o que não coloca em causa a sua responsabilidade social perante a população.

O conceito de empresa social, como é entendido pela autora da dissertação, não existe à margem do Estado. Pelo contrário, ele poderá – se devidamente regulamentado pelo próprio Estado – ter um potencial de inclusão integrando todos os agentes. No caso específico de um negócio social para responder aos défices de mobilidade das populações periféricas, a empresa, os poderes públicos locais (Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia) e os utentes teriam, a bem do cumprimento da missão social a que se propõem o negócio, de se relacionar num sistema de partilha e de interajuda em todas as fases do processo: do diagnóstico dos problemas que afectam a comunidade, à definição dos objectivos e das prioridades; da coordenação de iniciativas a nível local à avaliação do impacto social do negócio. Apesar de se considerar pouco defensável a autarquia como principal cliente pagador, é altamente expectável que sejam criadas parcerias entre sector público e sector privado, sobretudo em questões de natureza social.

De resto, será a própria consciencialização de que é fundamental encontrar soluções em conjunto - na perspectiva em que o Estado não é uma entidade abstracta, e em que todos fazemos parte do Estado - a principal força motivadora de um qualquer negócio social. Caso contrário, o empresário simplesmente actuará segundo o princípio de maximização do lucro.

Este trabalho conclui que o modelo de negócio social arquitectado por Yunus não constitui resposta aos défices de mobilidade de populações periféricas que combinem as variáveis: baixa densidade populacional e baixo poder de compra. No entanto, deixa em aberto, para estudo posterior, a possibilidade de, mesmo neste contexto socioeconómico, o modelo funcionar sob o regime de subsidiação cruzada, operando em municípios complementares, integrando as autarquias não apenas como um dos clientes, mas sobretudo como plataforma de apoio ao negócio que promove o diálogo entre todos os intervenientes para que a missão social seja cumprida com sucesso.

A Lei 159/99 de transferência de competências para a administração local transfere para os municípios a participação, em cooperação com instituições de solidariedade social e em parceria com a administração central, em programas e projectos de acção social de âmbito municipal, designadamente nos domínios do combate à pobreza e à exclusão social. Neste sentido, a criação de iniciativas de transporte social, se assim se poderá designar, poderá e deverá ser desenvolvida em parceria com o poder local. O que se pretende, no entanto, é que o modelo a construir seja financeiramente sustentável para que possa permanecer activo.

A intervenção do Estado no sector transporte público privilegia a equidade, assegurando, no plano teórico, que a rede de transporte está disponível a todos os cidadãos, e que ninguém será privado desses serviços por razões económicas. Por conseguinte, financia o transporte através do uso de tarifas protegidas e subsídios para cobrir o deficit das empresas operadoras. Para garantir a justiça social, aplica tarifários reduzidos e diminui a exposição ao risco das empresas operadoras. O que, na prática se verifica é um estrangulamento financeiro que acaba por colocar em causa a justiça social. O modelo de negócio social poderia contribuir para minimizar esse facto, operando em parceria com o Estado. Mudar-se-ia o ponto de partida: a diminuição de exposição ao risco seria garantida através de uma gestão pró-activa no sentido de encontrar soluções, novas formas de actuação para operacionalizar o serviço, potenciando a sua rentabilidade. O facto de, neste modelo de negócio social, não existir pressão para a obtenção de dividendos a distribuir por investidores seria uma mais-valia para o sucesso financeiro do negócio.

CONCLUSÃO

A legitimidade das críticas ao conceito de negócio social formulado por Yunus reside na problematização, fundamental, do papel do Estado, dos movimentos associativos da sociedade civil, das empresas; na procura pela definição precisa dos objectivos de cada tipo de entidade seja ela individual e colectiva. A legitimidade em considerar a análise e regulamentação de novas formas, ou novos formatos económicos, reside na mesma problematização e na mesma procura.

O negócio social de Yunus - ainda que com fragilidades em termos conceptuais e também por isso, em termos de aplicabilidade - foi apreendido, para a reflexão desta dissertação, como uma ferramenta para auxiliar a resolução de um problema social. Independentemente da forma e termo, que porventura poderão ter tendência populista, o conteúdo da proposta de Yunus merece atenção, sobretudo quando o pensamento e políticas dominantes não são capazes de dar resposta e suprir as necessidades da população. Não se trata de o sobrepor a nenhum outro modelo, muito menos de o sobrepor ao poder, e deveres, do Estado. Trata-se de o incluir, como mais uma possibilidade. .

As variáveis baixa densidade populacional, dispersão dos aglomerados, população idosa, baixo poder de compra, quando actuam em conjunto num mesmo território desincentivam, à partida, qualquer negócio, sobretudo o que procura o lucro. O facto de o negócio social não procurar o lucro confere-lhe vantagem, não obstante, terá de explorar outras formas de actuação. No caso concreto sobre a criação de uma alternativa de transporte público em meio rural, destinada à população idosa, pelos motivos já apresentados, conclui-se a inviabilidade deste conceito em termos particulares, uma vez que se optou por adaptar um serviço já existente aos princípios do negócio social. Mas não se poderá concluir a inviabilidade do conceito em termos absolutos. Futuramente seria interessante:

- Aprofundar estratégias de operação, eventualmente concertadas com o poder local.
- Estudar a possibilidade de parceria com Universidades na procura de soluções tecnológicas que não só minimizassem os custos da operacionalização do negócio, como também o impacte ambiental (por exemplo, a utilização de combustíveis não fósseis nos miniautocarros).

- Procurar promover, junto da população e em parceria com as Juntas de Freguesia, a proximidade e a inclusão através de iniciativas recreativas que, em simultâneo, gerassem rendimento (por exemplo, excursões a outros municípios; actividade física em grupo).
- Analisar a possibilidade de o serviço actuar em mais do que um município em simultâneo.
- Aferir a real viabilidade de negócio junto de outros mercados, para auxiliar o financiamento da missão social.

Ainda que o modelo (composto pelas matrizes e guiões de entrevista e inquéritos) apresentado nesta dissertação possa ser útil na procura de uma solução para este problema concreto, a verdade é que a complexidade inerente a esse problema exige que a tentativa de resolução seja compreendida sempre na perspectiva da criação de cadeias de sentido. A génese do negócio social obriga a que se actue de forma criativa e geradora de riqueza económica, social e ecológica. No caso de um negócio social de transporte público de passageiros, este terá, para ser bem-sucedido, de gerar dinâmica que tanto escasseia em zonas rurais com tendência a um cada vez maior despovoamento.

BIBLIOGRAFIA

- ABECASSIS, F. (2001), **Análise Económica**, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian
- CARPINTEIRO, A.; SOUSA, J. F. (2007) - **Transportes Públicos em Áreas Rurais: Perspectivas e Estudos-Caso**, in Projecto Mobilidade Sustentável, Instituto de Dinâmica do Espaço-FCSH-UNL
- CATTANI, A. D., LAVILLE, J. L., GAIGER, L. I., HESPANHA, P. (orgs) (2009), **Dicionário Internacional da Outra Economia**, Coimbra, Almedina
- CARVALHO, D. (sem data), **Estratégias e políticas de transporte como instrumento de inclusão social em áreas urbanas**; *Paper* correspondente desenvolvido no âmbito de uma investigação desenvolvimento de Tese de Mestrado em Transportes.
- COSTA, A. (2008), **Transportes Públicos**, in Manual do Planeamento de acessibilidades e transportes, Cap. 13, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional Norte
- DATA CENTRO, datacentro.ccdrc.p
- Decreto-Lei n.º 176/2012**, in Diário da República, 1.ª série — N.º 149 — 2 de agosto de 2012
- DEFOURNY, J. (2009b), **Economia Social**, in Dicionário Internacional da Outra Economia, pp.156-161, Coimbra, Almedina
- DEFOURNY, J. (2009a), **Empresa Social**, in Dicionário Internacional da Outra Economia, pp.188-197, Coimbra, Almedina
- DE SOUSA SANTOS, BOAVENTURA; HESPANHA, P. (1987), **O Estado, a Sociedade e as Políticas Sociais: o caso das políticas de saúde**, in Revista Crítica de Ciências Sociais, 23
- DINIZ, F.; GERRY, C. (2002). **A problemática do desenvolvimento rural**, in Compêndio da Economia Regional, pp. 535 – 570, Coimbra, APDR
- ECONOMIA SOLIDÁRIA, APRESENTAÇÃO DO CONCEITO**, vários autores, in Revista de Economia Solidária, 1, 2009, ACEESA
- HESPANHA, P. (2009), **Da expansão dos mercados à metamorfose das economias populares**, in Revista Crítica de Ciências Sociais, 84, pp. 49-63.

HESPAÑA, P.; SANTOS, A. (orgs.), (2011), **Economia Solidária: Questões teóricas e epistemológicas**, Coimbra, Almedina

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (INE), ine.pt

LAVILLE, J. L., (2012), Conferências **Economia Solidária: novos conceitos e práticas** (6/03/2012); **Economia Solidária e a Crise Actual** (7/03/2012), Lisboa, ISCTE

LAVILLE, J. L., (2009a), **A Economia Solidária: um movimento internacional**, in Revista Crítica de Ciências Sociais, 84, pp. 8 – 43, Coimbra, Centro de Estudos Sociais

LAVILLE, J. L., GAIGER, L. I., (2009b), **A Economia Solidária**, in Dicionário Internacional da Outra Economia, pp.162-173, Coimbra, Almedina

PLANO INTERMUNICIPAL DE MOBILIDADE E TRANSPORTES DA REGIÃO DE AVEIRO (PIMTRA) (2012), Lisboa, Transporte Inovação e Sistemas

PRAHALAD, C. K., (2005), **A riqueza na base da pirâmide: como erradicar a pobreza com o lucro**, Bookman

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. V, (1992), **Manual de Investigação em Ciências Sociais**, Lisboa, Gradiva

RODOVIÁRIA DA BEIRA LITORAL

SOCIAL ENTREPRISE, UK, socialenterprise.org.uk

TIMMS, N., (1970), **Sociologia e Problemas Sociais**, Coimbra, Atlântida Editora

YUNUS, M. (2011). **A empresa social: A nova dimensão do capitalismo para fazer face às necessidades mais prementes da humanidade**, Lisboa, Editorial Presença

muhammadyunus.org

grameenfoundation.org

ÍNDICE DE FIGURAS

1FIGURA - OS CÍRCULOS VICIOSOS DO TRANSPORTE RURAL	6
2FIGURA- MODELO SIMPLIFICADO PARA EXPLICAR A INSUSTENTABILIDADE DA SATISFAÇÃO PLENA DAS NECESSIDADES BÁSICAS DAS POPULAÇÕES	8
3FIGURA-TIPOS DE EMPRESAS SOCIAIS, SEGUNDO YUNUS	10
4FIGURA-PRINCÍPIOS QUE ENQUADRAM UMA EMPRESA SOCIAL	12
5FIGURA-DO OBJECTIVO AO PROBLEMA	71
6FIGURA-PRESSUPOSTOS CUSTOS FIXOS E CUSTOS VARIÁVEIS	77
7FIGURA-LUCRO	78
8FIGURA-MERCADO _ EDUCAÇÃO	82
9FIGURA-MERCADO _ EMPRESAS.....	83
10FIGURA-MERCADO _ CULTURA E DESPORTO	85
11FIGURA-BASE DA PIRÂMIDE	89

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1-CENÁRIOS DE RESPOSTA À CRISE ACTUAL, SEGUNDO LAVILLE	17
TABELA 2-SINOPSE: ECONOMIA SOLIDÁRIA, ECONOMIA SOCIAL, NEGÓCIO SOCIAL.....	21
TABELA 3-MATRIZ DE APOIO À CARACTERIZAÇÃO: PROCESSO DE CONSTRUÇÃO.....	33
TABELA 4-MATRIZ DE APOIO AO PLANO DE NEGÓCIOS: PROCESSO DE CONSTRUÇÃO	42
TABELA 5-MUNICÍPIOS COM MAIOR NECESSIDADE DE MOBILIDADE	45
TABELA 6-MUNICÍPIOS COM POTENCIAIS MERCADOS SUBSIDIÁRIOS	57
TABELA 7-EDUCAÇÃO - ESTABELECIMENTOS, ALUNOS INSCRITOS E DOCENTES NO ENSINO SUPERIOR.....	58
TABELA 8-EDUCAÇÃO - ENSINO PRÉ-ESCOLAR: ALUNOS MATRICULADOS POR MUNICÍPIO, SEGUNDO A NATUREZA INSTITUCIONAL DO ESTABELECIMENTO.....	58
TABELA 9-EMPRESAS; FONTE: INE, 201	60
TABELA 10-HOTELARIA	61
TABELA 11-CULTURA E DESPORTO	62
TABELA 12-UTENTES PERANTE A IDADE.....	63
TABELA 13-UTENTES PERANTE O ESTADO CIVIL.....	63
TABELA 14-FREQUÊNCIA DE UTILIZAÇÃO.....	64

TABELA 15-DIAS DA SEMANA	64
TABELA 16-MOTIVO DA DESLOCAÇÃO	65
TABELA 17-MEIO DE DESLOCAÇÃO ANTES DE EXISTIR O SEVERIN	65
TABELA 18-FREQUÊNCIA DAS DESLOCAÇÕES ANTES DE EXISTIR SEVERIN	65
TABELA 19-ALTERAÇÃO DE ROTINA, MOTIVADA PELO SEVERIN	66
TABELA 20-MELHORAMENTOS AO SEVERIN	66
TABELA 21-OUTROS DESTINOS PREFERENCIAIS E FINALIDADE DAS DESLOCAÇÕES	67
TABELA 22-NECESSIDADE DE TRANSPORTE PÚBLICO REGULAR, SEGUNDO OS DESTINATÁRIOS	67
TABELA 23-OUTRAS NECESSIDADES, POR ZONA DE RESIDÊNCIA	68
TABELA 24-VALOR MENSAL DESPENDIDO COM SEVERIN	68
TABELA 25-VALOR MENSAL DESPENDIDO OUTROS TRANSPORTES, PÚBLICOS E/ OU PRIVADOS	68
TABELA 26MAPA DE EXPLORAÇÃO OPERACIONAL	76
TABELA 27- RESUMO CUSTOS	77
TABELA 28HORÁRIO SEVERIN	78
TABELA 29- CUSTO UNITÁRIO DO BILHETE/ CAPACIDADE DE UTENTES.....	78
TABELA 30- ALARGAMENTO DA ÁREA GEOGRÁFICA DE ACTUAÇÃO.....	79
TABELA 31-LUCRO GERADO PELO ALARGAMENTO DA ÁREA GEOGRÁFICA DE ACTUAÇÃO ...	79
TABELA 32- ESTABELECIMENTOS, ALUNOS INSCRITOS E DOCENTES NO ENSINO SUPERIOR ...	80
TABELA 33- ENSINO PRÉ-ESCOLAR: ALUNOS MATRICULADOS, SEGUNDO A NATUREZA INSTITUCIONAL DO ESTABELECIMENTO	81
TABELA 34- EMPRESAS	82
TABELA 35- HOTELARIA.....	83
TABELA 36-CULTURA E DESPORTO: DESPESAS.....	84
TABELA 37- CULTURA E DESPORTO: RECINTOS E ESPECTÁCULOS	84
TABELA 38-MUNICÍPIOS COM MAIOR NECESSIDADE DE MOBILIDADE	86
TABELA 39- MUNICÍPIOS COM POTENCIAIS MERCADOS SUBSIDIÁRIOS	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1 GRÁFICO-PREDOMINÂNCIA RURAL	47
2 GRÁFICO-DENSIDADE POPULACIONAL	47
3 GRÁFICO-INDICADOR DE ISOLAMENTO TERRITORIAL	48
4 GRÁFICO-LUGARES COM MENOS DE 500 HABITANTES	48
5 GRÁFICO-POPULAÇÃO RESIDENTE	49
6 GRÁFICO-POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS.....	50
7 GRÁFICO -POP. SEM OBRIGATORIEDADE LABORAL	50
8 GRÁFICO-CENTROS DE SAÚDE E EXTENSÕES DE CENTROS DE SAÚDE.....	51
9 GRÁFICO-FARMÁCIAS	52
10 GRÁFICO-ESTAÇÕES E POSTOS CTT.....	52
11 GRÁFICO -PROPORÇÃO DO PODER DE COMPRA	53
12 GRÁFICO-MODO DE TRANSPORTE _ TAXI	54
13 GRÁFICO-CIRCULAÇÕES SEMANAIS (DIA ÚTIL, 2 SENTIDOS).....	55
14 GRÁFICO-INDICADOR DA ABRANGÊNCIA TERRITORIAL DA OFERTA	56

APÊNDICE A: GUIÃO DE QUESTIONÁRIO APLICADO AOS UTENTES DO SEVERIN

Objetivo do questionário

O presente questionário tem como objetivo auxiliar uma pesquisa social sobre as necessidades de transporte e de mobilidade dos habitantes do município de Sever do Vouga, incidindo ainda sobre o projeto SeverIn. Esta pesquisa está a ser desenvolvida no âmbito de Mestrado em, Ecologia Humana da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, da Universidade Nova de Lisboa.

Confidencialidade

Todos os dados resultantes deste questionário serão confidenciais.

Tempo estimado de resposta

10 minutos.

Sexo: Masculino Feminino

Município de residência: _____

Freguesia: _____

Lugar: _____

Estado Civil: _____

Ano de nascimento: _____

1. Com que frequência utiliza o SeverIn?

1x por semana

2x por semana

3x por semana

4x por semana

1x por mês

2x por mês

3x por mês

Não tem uma frequência regular

Outro. Qual? _____

2. Em que dias da semana?

2ª-feira 3ª-feira 4ª-feira 5ª-feira Não tem dia certo

3. Para que fins recorre a este transporte?

Consultas e tratamentos médicos Compras Lazer/ Convívio
Tratar de assuntos (finanças, notário, conservatórias, advogado)
Visitar amigos, familiares
Outros fins. Quais? _____

4. Que valor despende, mensalmente, com o SeverIn?

Até 5€ De 5€ a 10€ De 10€ a 15€ De 15€ a 20€
De 20€ a 25€ De 25€ a 30€ De 30€ a 35€

5. E com outros transportes, públicos e/ ou privados?

Até 5€ De 5€ a 10€ De 10€ a 15€ De 15€ a 20€
De 20€ a 25€ De 25€ a 30€ De 30€ a 35€ De 35€ a 40€
De 40€ a 45€ Mais de 45€ Não despendo

6. Antes de existir o SeverIn, como se deslocava até à sede de concelho?

Com meio de transporte motorizado privado
Dependia de boleia de amigos ou familiares
De táxi
Recorria ao transporte público escolar
A pé ou de bicicleta
Outro. Qual? _____

7. E com que frequência fazia as deslocações?

Diariamente 1x por semana 2x por semana 3x por semana
4x por semana 5x por semana 1x por mês 2x por mês
3x por mês Ocasionalmente
Outra. Qual? _____

8. O SeverIn alterou de alguma forma a sua rotina?

Sim Não

9. Se respondeu Sim no ponto 8., como o SeverIn alterou a sua rotina?

10. Na sua opinião, o serviço prestado pelo SeverIn poderia ser melhorado?

- a) Poderia, e muito
- b) Poderia alguma coisa (há sempre coisas a melhorar)
- c) Está bem como está

11. Se respondeu a) ou b) no ponto 10., quais as suas sugestões?

12. Imaginando que o SeverIn faria também outros percursos, quais seriam os seus destinos preferenciais?

13. Para que fins?

14. Pensando nas pessoas que moram no mesmo lugar da Sra./ Sr. quem, na sua opinião, precisa mais de um transporte público regular? (numa escala de 1 a 5 atribuir um valor, sendo 1 correspondente a 'não ser muito necessário' e 5 correspondente a 'muito necessário')

Os mais jovens para irem para a Escola 1 2 3 4 5

Os adultos para irem trabalhar e/ou tratar dos seus assuntos 1 2 3 4 5

Os mais velhos para irem tratar dos seus assuntos 1 2 3 4 5

15. Por favor identifique outras necessidades do lugar e/ ou freguesia onde habita (por ordem decrescente de importância):

1. _____
2. _____
3. _____

Obrigado pela sua valiosa colaboração.

APÊNDICE B: GUIÃO DE QUESTIONÁRIO; DESTINATÁRIO: PRESIDENTE DE JUNTA DE FREGUESIA

**CARACTERIZAÇÃO DA MOBILIDADE / TRANSPORTES
DO MUNICÍPIO DE [nome do município]**

Objectivo do questionário

As perguntas que se seguem têm como objectivo auxiliar uma pesquisa social sobre as necessidades de transporte e de mobilidade dos habitantes de [nome do município]. Esta pesquisa está a ser desenvolvida [no âmbito de].

Confidencialidade

Todos os dados resultantes deste questionário serão confidenciais.

Dados Gerais

Concelho de: _____
Freguesia de: _____
Lugar (onde se situa a Junta de Freguesia): _____
Presidente da Junta de Freguesia: _____
Morada: _____
Tel.: _____
E-mail: _____
Site: _____

QUESTÕES

1. Que empresas de transporte colectivo de passageiros servem a população da sua freguesia?
2. Pensando nas pessoas que moram nesta freguesia quem, na sua opinião, precisa mais de um transporte público regular? (numa escala de 1 a 5 atribuir um valor, sendo 1 correspondente a 'não ser muito necessário' e 5 correspondente a 'muito necessário')

Os mais jovens para irem para a Escola 1 2 3 4 5

Os adultos para irem trabalhar e/ou tratar
dos seus assuntos 1 2 3 4 5

Os mais velhos para irem tratar
dos seus assuntos 1 2 3 4 5

3. Numa escala de 1 a 5, em que 1 corresponde à total não satisfação das necessidades de mobilidade da população desta freguesia, e 5 a uma satisfação total, ajude-nos a conhecer a sua opinião:

Satisfação das necessidades dos mais jovens 1 2 3 4 5

Satisfação das necessidades dos adultos: 1 2 3 4 5

Mobilidade em contextos de baixo densidade demográfica:
Modelo de apoio à caracterização e operacionalização

Satisfação das necessidades dos mais velhos: 1 2 3 4 5

4. Por favor identifique que lugares da sua freguesia sentem maior necessidade de transporte?

- Nome do lugar: _____
- Nº de habitantes: _____
- Distância até à sede da freguesia: _____
- Distância até à sede do concelho de Águeda: _____
- Distância até à sede do concelho de Aveiro: _____
- Dispõe de estação de CTT? _____
- Dispõe de Centro de Saúde? _____
- Dispõe de farmácia? _____

5. Na sua opinião, qual é a pertinência de um transporte colectivo de passageiros para ligar:

5.1 Os vários lugares da sua freguesia?

Muito pertinente Pertinente Pouco pertinente Nada pertinente

5.2 A sua freguesia a freguesias vizinhas. Quais?

Muito pertinente Pertinente Pouco pertinente Nada pertinente

5.3 A sua freguesia à sede do concelho?

Muito pertinente Pertinente Pouco pertinente Nada pertinente

5.4 A sua freguesia à sede de outro concelho. Qual?

Muito pertinente Pertinente Pouco pertinente Nada pertinente

5.5 Outros. Quais? _____

Muito pertinente Pertinente Pouco pertinente Nada pertinente

6. Recorrendo a uma escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a um grau de importância muito baixo e 5 a um grau de importância máximo, por favor indique a importância que atribui aos seguintes obstáculos para a implementação de um serviço de transporte colectivo de passageiros

Dispersão geográfica 1 2 3 4 5

Reduzido número de habitantes 1 2 3 4 5

Acessibilidades 1 2 3 4 5

Mobilidade em contextos de baixa densidade demográfica:
Modelo de apoio à caracterização e operacionalização

Custo económico da exploração
(falta de rentabilidade) 1 2 3 4 5

Questões de política local/regional 1 2 3 4 5

Falta de vontade política 1 2 3 4 5

A população não se manifestar
publicamente a favor desse serviço 1 2 3 4 5

Outro 1 2 3 4 5
Qual?

Outro 1 2 3 4 5
Qual?

7. A partir do contacto que estabelece com a população desta freguesia, identifica outros problemas sensíveis, além da mobilidade, que deveriam merecer mais atenção? Quais?

1.

2.

3.

4.

5.

Obrigado pela sua valiosa colaboração.

APÊNDICE C: GUIÃO DE ENTREVISTA; DESTINATÁRIO: MÉDICO DE CENTRO /POSTO DE SAÚDE

CARACTERIZAÇÃO DA MOBILIDADE / TRANSPORTES DO MUNICÍPIO [nome do município]

Objectivo da entrevista

As perguntas que se seguem têm como objectivo auxiliar uma pesquisa social sobre as necessidades de transporte e de mobilidade dos habitantes de [nome do município]. Esta pesquisa está a ser desenvolvida [no âmbito de].

Confidencialidade

Todos os dados resultantes desta entrevista serão confidenciais.

Dados Gerais

Município de: _____

Freguesia de: _____

Lugar (onde se situa o Centro/ Posto de Saúde): _____

Morada: _____

E-mail de contacto: _____

QUESTÕES

1. De acordo com a sua experiência, diria que existem utentes que se dirigem menos vezes que as necessárias a este Centro por falta de transporte?
2. É possível estimar a percentagem de pessoas nessas condições?
3. Será possível traçar o perfil dessas pessoas?
 - a. Quanto ao local onde residem
 - b. Quanto à idade
4. Quantas vezes por mês, aproximadamente, os seus utentes deste Centro/ Posto de Saúde o/ a procuram?
5. A partir do contacto que estabelece com a população desta freguesia, identifica outras necessidades, além da mobilidade, que deveriam merecer maior atenção no sentido da promoção da saúde da população utente?

Obrigado pela sua valiosa colaboração.

APÊNDICE D: GUIÃO DE ENTREVISTA; DESTINATÁRIO: PADRE

CARACTERIZAÇÃO DA MOBILIDADE / TRANSPORTES DO MUNICÍPIO DE [nome do município]

Objectivo da entrevista

As perguntas que se seguem têm como objectivo auxiliar uma pesquisa social sobre as necessidades de transporte e de mobilidade dos habitantes de [município]. Esta pesquisa está a ser desenvolvida [no âmbito de]

Confidencialidade

Todos os dados resultantes desta entrevista serão confidenciais.

Dados Gerais

Município de: _____

Freguesia de: _____

Lugar (onde se situa a Igreja/ Capela): _____

Morada: _____

Tel. / E-mail: _____

QUESTÕES

1. Pensando nas pessoas que moram nesta freguesia quem, na sua opinião, precisa mais de um transporte público regular? (numa escala de 1 a 5 atribuir um valor, sendo 1 correspondente a 'não ser muito necessário' e 5 correspondente a 'muito necessário')

Os mais jovens para irem para a Escola 1 2 3 4 5

Os adultos para irem trabalhar e/ou tratar
dos seus assuntos 1 2 3 4 5

Os mais velhos para irem tratar
dos seus assuntos 1 2 3 4 5

2. O que é que, na sua opinião, deveria ser melhorado a nível de transportes?

3. Sabe identificar que lugares da sua freguesia sentem maior necessidade de transporte?

- Nome do lugar: _____

- Dispõe de estação de CTT?: _____

- Dispõe de Centro de Saúde?: _____

- Dispõe de farmácia?: _____

4. A partir do contacto que estabelece com a população desta freguesia, identifica outros problemas sensíveis, além da mobilidade, que deveriam merecer mais atenção? Quais?

Obrigado pela sua valiosa colaboração.