



Co-funded by the European Commission

Linhas Orientadoras i-SME

Procedimentos

i-SME

Linhas Orientadoras

Ingredientes baseados na literatura para organizar um 'evento'

Orientações para organizar 'eventos' que aumentem a motivação intrínseca das PMEs a receberem candidatos com deficiência e a contratar pessoas com deficiência.

Se:

- sempre quis ter mais pessoas com deficiência no mercado aberto de trabalho
- sempre teve a ambição de ter mais empregadores a abrir as suas portas a pessoas com deficiência
- sempre fez um esforço para alcançar isso através de campanhas, das redes sociais, de reuniões, de subsídios, etc.
- e sempre teve a preocupação de saber como fazer melhor ainda...

Então as Linhas Orientadoras i-SME podem ser uma grande ajuda

As linhas orientadoras i-SME são um apoio no desenvolvimento de intervenções junto de empregadores, ajudando a:

- **fazer a coisa certa**
- **no momento certo**
- **usando os meios certos**
- **com a mensagem certa**
- **no lugar certo**

Introdução

Há menos pessoas com deficiência a trabalhar em comparação com pessoas sem deficiência (embora muitas pessoas com deficiência querem e possam trabalhar). Ações para aumentar estes números podem ser aplicadas por decreto, mas nem sempre funcionam muito bem. Na maioria dos casos, usa-se a política "do pau (castigo) e da cenoura (prémio)" para forçar os empresários a contratar pessoas com deficiência: ora impondo multas por não contratar, ora premiando as empresas com incentivos financeiros por contratar.

Sabemos que forçar não funciona a longo prazo: já facilitar sim. Os governos podem promover incentivos positivos que ajudam a aumentar as possibilidades de se ser bem-sucedido, mas estes funcionam melhor quando há uma motivação intrínseca dos empregadores para contratar uma pessoa com deficiência. E é essa motivação intrínseca que precisamos de estimular, tanto quanto possível. Este conjunto de Linhas Orientadoras i-SME pretende isso mesmo: aumentar a motivação intrínseca das Pequena e Médias Empresas (PMEs) para estarem abertas a receber candidatos com deficiência e a contratar pessoas com deficiência. As Linhas Orientadoras i-SME foram desenvolvidas com base na literatura da mudança comportamental. Esta fundamentação dá-nos uma visão de todos os "Ingredientes" importantes e relevantes a incluir na organização de 'eventos', que tenham como propósito o aumento da motivação das PMEs para estarem abertas a candidatos com deficiência. Esta lista de Ingredientes, e a forma padronizada de trabalhar em doze etapas, formam a base da Linhas Orientadoras i-SME.

Estas orientações vão providenciar um itinerário, através de uma série de passos, para tomar as decisões certas ao planear e realizar um 'evento' de sensibilização de PMEs para a possível contratação de pessoas com deficiência.

Começar bem é meio caminho andado!

Este provérbio, comum em muitos países europeus, é muito relevante no contexto destas Linhas Orientadoras. Pensar e preparar um 'evento' leva tempo, são necessárias algumas reuniões para decidir "O que fazer? Porquê? Onde? E como?". Mas depois de dar resposta a estas questões, é só implementar e apreciar os resultados.

Experimentem!



Organizar um 'evento': Uma forma padronizada de trabalhar, abordar temas e usar Ingredientes

Nas Linhas Orientadoras i-SME usamos uma forma estruturada de trabalhar com:

- os Ingredientes a serem incluídos no 'evento'
- os tópicos a serem considerados ao planear e organizar a ação

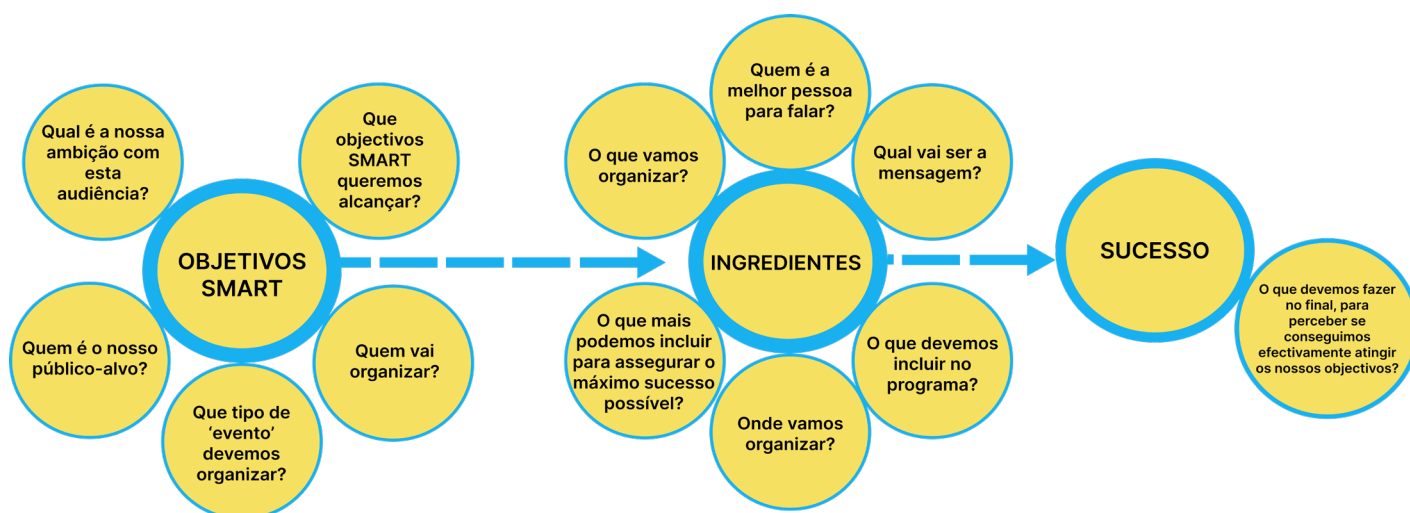
Ao desenvolver um 'evento' focado na inclusão laboral de pessoas com deficiência e incapacidade em PMEs, ter uma forma padronizada de trabalhar pode ajudar a "fazer a coisa certa no momento certo, usando os meios certos, com a mensagem certa, no lugar certo".

Ingredientes

Os Ingredientes são aqueles elementos-chave dos quais depende o sucesso de uma ação. Ao todo, oferecemos doze tipos diferentes de Ingredientes que podem ser incluídos ao organizar um 'evento'. Alguns são Ingredientes gerais, intuitivos e que deverão sempre usar, outros são mais específicos, e relacionados com detalhes, como a forma de fazer os convites, quem convidar para ser orador, etc..

Três tópicos para pensar

Ao organizar um 'evento', há três tópicos principais a ter em conta. Se percorrer cada um dos tópicos irá trabalhar de acordo com esta forma padronizada que sabemos ser um ajuda real para assegurar que todos os elementos importantes são incluídos. Cada tópico é dividido em uma ou mais partes, como poderão ver na próxima imagem esquemática.



Estas linhas orientadoras consistem em:

- Os três tópicos
- Os Ingredientes
- Um documento de trabalho

Como começar?

Comece com a leitura dos tópicos e cada subparte dos tópicos, e ler também os Ingredientes para ter uma primeira impressão. Depois é tempo para planear e organizar. A melhor forma consiste em seguir os seguintes passos.

Passo 1

Crie uma equipa de trabalho

Passo 2

Organize uma primeira reunião

Passo 3

Trabalhe os resultados da reunião

Passo 4

Organize uma reunião final

Passo 1

Crie uma equipa de trabalho

Comece por juntar uma equipa de elementos que possam dar contribuições relevantes, pelo seu papel ou especialização na inclusão profissional de pessoas com deficiência. Pense, por exemplo, em donos de Pequenas e Médias Empresas (PMEs), nos profissionais de recursos humanos das PMEs, nos técnicos de reabilitação profissional e mediadores para o emprego de pessoas com deficiência, em financiadores do 'evento' e em representantes de movimentos de pessoas com deficiência. Ter um grupo com estes elementos significa ter juntado a maioria das partes interessadas mais relevantes.

Podem ser incluídos outros elementos, pelo seu conhecimento ou especialização no tema, por exemplo: coordenadores de projetos de integração, parceiros do sector social, investigadores académicos ou organizações focadas na inclusão. No entanto, convém ter o cuidado de criar uma equipa que seja pequena o suficiente para tomar decisões de forma ágil, mas grande o suficiente para ter os contributos e perspetivas necessárias para a organizar um bom 'evento'. Peça a todos os membros da equipa para ler cuidadosamente as Linhas Orientadoras i-SME e para refletirem sobre o que consideram ser, à partida, importante ou interessante incluir no 'evento'.

Passo 2

Organize uma primeira reunião

Agende uma reunião para delinear os primeiros contornos do 'evento'. Comece por explicar o objetivo da reunião:

- formular o objetivo SMART (Specific - específico, Measurable - mensurável, Achievable - alcançável, Relevant - relevante, Timebound - limitado no tempo)
- debater sobre que Ingredientes incluir
- discutir sobre como se vai medir o sucesso

Clarifique que, antes de formular o objetivo SMART, é preciso que todos os campos da primeira tabela do Documento de Trabalho estejam preenchidos. Escolha uma pessoa responsável por moderar a discussão e gerir o processo de tomada de decisão, e depois comece usando as tabelas nas páginas seguintes do Documento de Trabalho.

Passo 3

Trabalhe os resultados da reunião

Anote todos os resultados das discussões durante a reunião. Envie os resultados a todos os elementos da equipa e questione se conseguem visualizar mentalmente o 'evento' acontecer, desde o início até ao fim.

Passo 4

Organize uma reunião final

Agende uma segunda reunião para obter um consenso sobre a versão final dos contornos do 'evento'. Defina quem fica responsável por cada tarefa e comece a organizar!

FORMULAR OBJETIVOS SMART

O primeiro tópico diz respeito à formulação de metas inteligentes para o seu 'evento'. Ao formular um objetivo SMART, começa-se por decidir quem vai ser o nosso público, formular a ambição com esse público, e pensar no tipo de 'evento' que se quer organizar. Por último, será necessário decidir como é que se vai medir o sucesso dos objetivos a alcançar.



Etapa 1

Quem vai ser o nosso público?

Em primeiro lugar, é preciso decidir quem será a audiência: que público ou públicos é preciso trabalhar para alcançar os objetivos? Pode ser um público que está diretamente na posição de contratar pessoas com deficiência, como CEOs e donos de PMEs. Também pode ser um público que pode influenciar outras pessoas dentro da empresa no sentido de contratar pessoas com deficiência, como por exemplo gestores de recursos humanos e recrutamento, gerentes, representantes sindicais. O público-alvo deve ser escolhido com base nos objetivos que se quer atingir, uma vez que é um dos fatores determinantes do sucesso de uma intervenção.

As características de um público têm forte impacto em todos os aspetos relacionados ao seu 'evento'. Por exemplo, organizar um 'evento' para gestores de recursos humanos de PMEs é diferente de organizar um 'evento' para CEOs e donos de PMEs. Estas pessoas têm funções e posições diferentes na organização, e provavelmente têm conhecimentos diferentes sobre questões de contratação de pessoal e aspetos estratégicos da organização, têm colegas, modelos e referências diferentes, e podem estar abertos a mensagens diferentes. Conhecer o público significa estar mais capaz de adaptar o programa do 'evento', e adequar a mensagem e os oradores às suas características e preferências.

Outro aspeto a incluir nesta etapa é o número de pessoas que se gostaria de ter presente no 'evento'. Esta definição influenciará todas as restantes etapas.

Etapa 2

Qual é a nossa ambição com este público?

Depois de escolher o público, é preciso pensar qual é a nossa ambição junto dele. Ou por outras palavras, onde é que se quer chegar com este público, e porquê?

- Um objetivo é um resultado desejado: uma meta.
- Uma ambição é um desejo, é o que motiva a chegar a certo ponto.

Se o público for composto por CEOs e donos de empresas, a ambição pode ser que todos estejam abertos a contratar uma pessoa com deficiência. Se o seu público consiste em supervisores ou gerentes, a ambição pode ser que estes vejam a possibilidade de contratar pessoas com deficiência para o seu departamento e que depois possam conversar com CEO/dono da empresa sobre a possibilidade de contratar pessoas com deficiência. Depois definir a ambição que se pretende alcançar com determinado público, pode tornar a ambição mais concreta e formular objetivos SMART que se pretende atingir com o público-alvo.

Etapa 3

Que tipo de 'evento' devemos organizar?

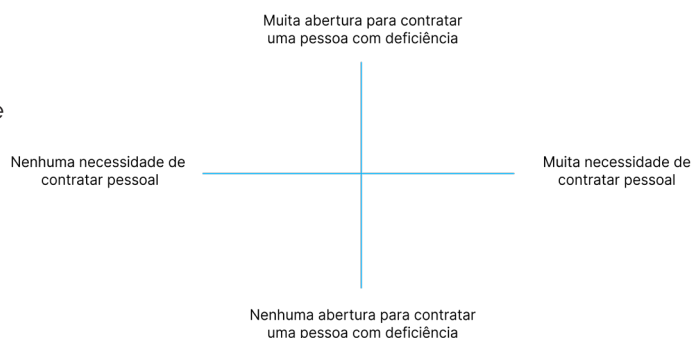
O tipo de 'evento' depende fortemente do objetivo e do público. Se formular objetivos relacionados com

'informar o público sobre algo relevante', é melhor usar os canais e redes sociais utilizados pela audiência para enviar a mensagem. Por exemplo, se os empregadores de uma região tiverem seu próprio fórum de negócios, pode tomar diligências para usar este fórum para passar a mensagem.

Se formular objetivos relacionados com 'sensibilização' ou 'influência de comportamento desejado', organizar um 'evento' funcionará melhor. Porque o contacto direto com a audiência dá a possibilidade de interação, de ver, e de ser visto, necessária para convencer e motivar as pessoas, e eliminar possíveis resistências. Este 'evento' pode ser online ou presencial, dependendo do orçamento disponível e da predisposição do público-alvo face ao tema do 'evento'. O tema do 'evento' será sempre relacionado com a colocação de pessoas com deficiência no mercado aberto de trabalho e, neste caso, especialmente nas PME.

A atitude do público em relação a este assunto tem forte influência no que se vai organizar e no conteúdo do programa do 'evento'. Para situar a predisposição utilizamos um diagrama de análise das partes interessadas com dois eixos: um eixo horizontal sobre a 'necessidade de recrutar pessoal', e um eixo vertical sobre a 'abertura para a contratação de trabalhadores com deficiência'.

O eixo horizontal representa a forte relação entre a necessidade de recrutar trabalhadores e a disponibilidade para a contratação de pessoas com deficiência. Ou seja, quanto mais necessidade as empresas tiverem de contratar, mais abertura terão para considerar a hipótese de recrutar uma pessoa com deficiência. Já o eixo vertical aporta informação relevante para definir o conteúdo do 'evento' a organizar.



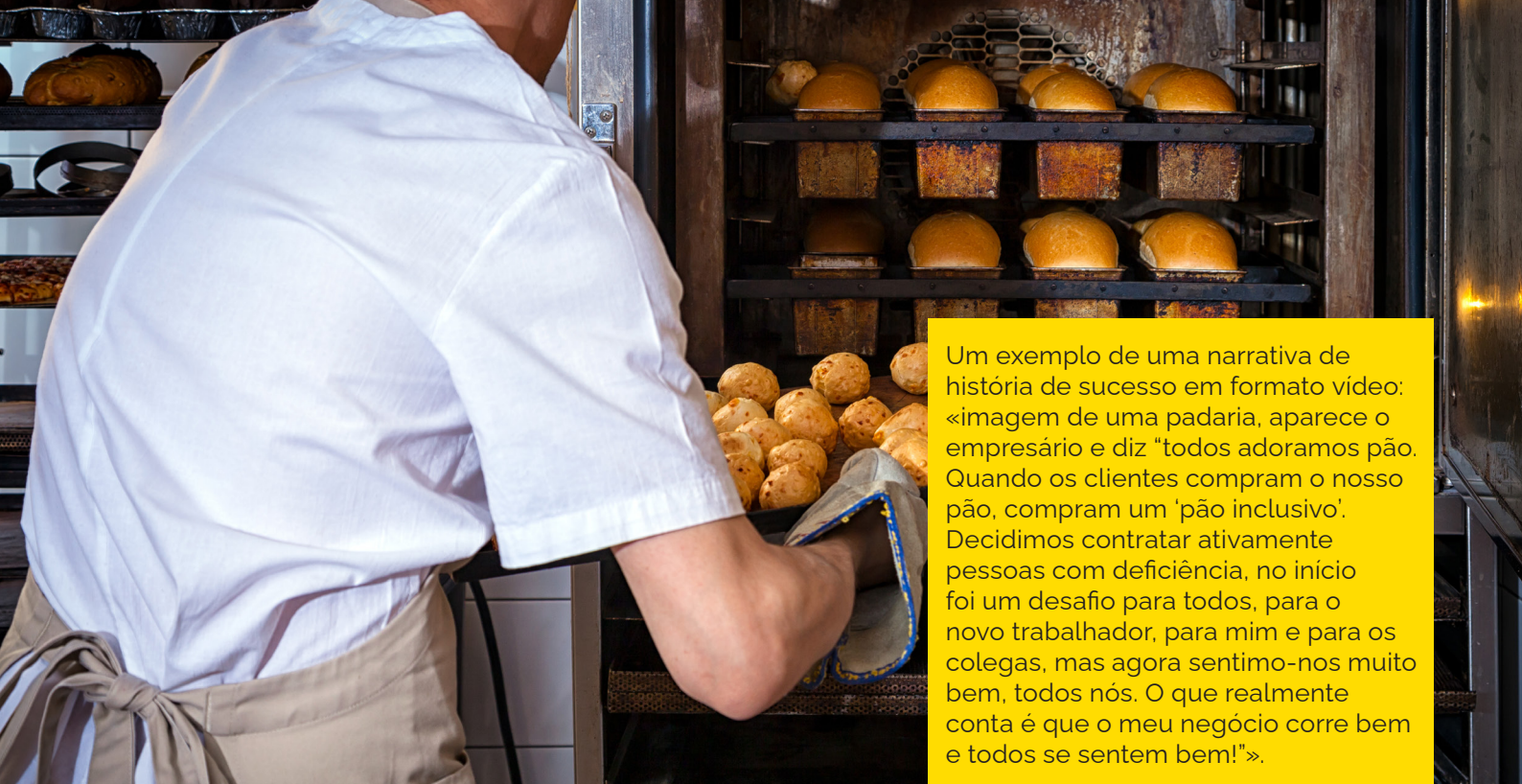
Para aqueles que **'não precisam de contratar pessoal' e 'não estão dispostos a contratar uma pessoa com deficiência'**, organizar um 'evento' físico para informá-

los sobre a contratação de uma pessoa com deficiência provavelmente é um passo demasiado grande. Será preferível, como primeiro passo, utilizar as redes sociais ou uma mensagem online em canais que normalmente sejam utilizados por este público. Ainda assim, deve-se usar o máximo possível dos Ingredientes para os colocar numa posição em que possam estar mais interessados.

Para aqueles que **'têm alguma necessidade de contratar pessoal' e 'alguma abertura para contratar uma pessoa com deficiência'**, a organização de um 'evento' pode levar o público a uma posição de maior abertura e interesse em contratar pessoas com deficiência. No entanto, é importante ter atenção para não sobrecarregar esta audiência com informação muito detalhada: deixar de fora factos e números muito complexos ou informações muito específicas. Use os Ingredientes e tenha em mente: evitar detalhes, especialmente detalhes na legislação, subsídios, organizações, etc., e manter as mensagens simples e curtas. Inclua a narração de histórias de sucesso em todas as apresentações, seja sobre factos e números ou características das pessoas com deficiência, e dê exemplos ao público: torne a narrativa central.

Para aqueles que **'precisam algum a muito de pessoal', e estão 'moderadamente a bastante abertos para contratar uma pessoa com deficiência'**, a organização de um 'evento' pode ser usada para dar ao público esse último "empurrão" para a "abertura das suas portas". Neste caso, contar histórias de sucesso de integração laboral de pessoas com deficiência é, ainda, a melhor de influenciar o público. Ainda assim, este grupo precisa de receber mais detalhes sobre o que realmente significa contratar uma pessoa com deficiência – incluir mais informações específicas e detalhadas.

Para aqueles com **'grande necessidade de pessoal' e 'grande abertura para contratar uma pessoa com deficiência'**, as reuniões cara-a-cara serão a opção muito mais eficaz. Além disso, fornecer informações específicas em plataformas/websites direcionadas para o tema funciona bem. Estes websites devem providenciar, em textos e vídeos curtos, todas as informações de que necessitam, e também informações muito claras e práticas sobre onde, como e a quem se dirigir para avançar com o processo de contratação de pessoas com deficiência. Por fim, qualquer contacto ou pedido de informação deve ser rapidamente respondido, e agilizado um acompanhamento da parte das entidades e serviços de apoio à integração laboral de pessoas com deficiência.



Um exemplo de uma narrativa de história de sucesso em formato vídeo: «imagem de uma padaria, aparece o empresário e diz "todos adoramos pão. Quando os clientes compram o nosso pão, compram um 'pão inclusivo'. Decidimos contratar ativamente pessoas com deficiência, no início foi um desafio para todos, para o novo trabalhador, para mim e para os colegas, mas agora sentimo-nos muito bem, todos nós. O que realmente conta é que o meu negócio corre bem e todos se sentem bem!"».

Independentemente do tipo de 'evento' que se planeie organizar, a parte mais importante são mesmo os Ingredientes que se incluem no 'evento'. Em qualquer tipo de 'evento' é possível incluir Ingredientes que aumentam as hipóteses de atingir os objetivos. Ao seguir as etapas aqui descritas vai descobrir isso em mesmo.

Etapa 4

Quem vai organizar?

A resposta a esta pergunta pode ser encontrada nos Ingredientes: é preferível que o 'evento' seja organizado oficialmente por um dos membros do público-alvo, 'envolver os pares'. Qualquer empregador estará mais aberto a um convite de outro empregador do que a um convite de outras entidades envolvidas na contratação de pessoas com deficiência. Ao ler os Ingredientes, mais podem ser identificados e usados para ajudar decidir quem organizará o 'evento'. Com base nesses e, claro, na disponibilidade dos empregadores ou entidades patronais, poderá escolher quem organizará oficialmente o 'evento'. Em segundo plano, todos os outros envolvidos e partes interessadas podem partilhar e colaborar no trabalho necessário para a organização.

Etapa 5

Que objetivo SMART gostaríamos de alcançar?

Os objetivos SMART ajudam-nos a saber o que é necessário para organizar o 'evento' pretendido e o que precisamos de incluir para conseguir atingi-los. No final, estes também ajudam na avaliação do sucesso do 'evento'.

SMART significa: Specific - específico, Measurable - mensurável, Achievable - alcançável, Relevant - relevante, Timebound - limitado no tempo. Ao formular objetivos convém simplificar e formular metas que sejam alcançáveis e realistas para o público-alvo. Quanto mais fáceis de alcançar, mais as pessoas estarão dispostas a seguir esse objetivo. Um exemplo de uma meta Específica, Mensurável, Alcançável, Relevante e Limitada no tempo destinada a um público de CEOs e donos de PME é:

No final do 'evento', 60% dos participantes do 'evento' concordaram em serem contactados, durante a próxima semana, por uma organização local de apoio à deficiência para combinar uma reunião para explorar as oportunidades de inclusão de pessoas com deficiência na empresa num espaço de duas semanas.

É específico (tiveram de dizer 'sim' no questionário/pergunta); é mensurável (verificar se foram contactados e tiveram uma reunião); é alcançável (custa ao empresário 30 a 60 min); é relevante (é sobre as possibilidades para a sua empresa); e é limitado no tempo (tem um prazo de duas semanas). Depois de formular um objetivo, ou vários objetivos, e melhor conhecer o público-alvo, torna-se mais fácil decidir que tipo de 'evento' vai de encontro ao objetivo(s) definido(s).

Ingredientes

O segundo tópico diz respeito aos Ingredientes. Estes formam a base da organização do 'evento'. Vão ser precisos para decidir o que organizar, onde organizar, o que incluir no programa, quem é o melhor para falar e qual será a mensagem central.



Se no primeiro tópico é necessário pensar sequencialmente. Neste tópico, é necessário pensar em todas as partes em combinação umas com as outras - cada decisão sobre cada parte influencia as outras partes. Por isso, é aconselhável dedicar algum tempo para elaborar cada parte e, de seguida, tomar decisões e elaborar um plano claro sobre 'o que organizar, onde organizar, o que incluir no programa, quem é melhor falar e qual será sua mensagem central'.

Que Ingredientes é importante incluir?

Há uma longa lista de Ingredientes que se pode incluir num 'evento'. Na verdade, existe só uma regra simples: Quanto mais Ingredientes se incluir, mais hipóteses de atingir os objetivos.

Existe somente uma limitação e esta encontra-se na diferença de abordagem quando se tem um (1) público 'que está só um pouco aberto a contratar pessoas com deficiência' e 'tem alguma necessidade de contratar pessoal', em comparação com um (2) público que 'está aberto a contratar pessoas com deficiência' e 'tem grande necessidade de contratar pessoal'. Caso a distinção não seja clara, rever etapa 3 e os impactos que esta distinção tem no 'evento'.

O melhor mesmo, é percorrer toda a lista de Ingredientes e verificar o que é fácil de incluir e o que exige mais esforço. De seguida, decidir a lista final de Ingredientes a incluir, elaborar uma lista de verificação e usá-la para organizar o 'evento'.

Etapa 6

O que devemos organizar?

O que organizar está diretamente ligado com as preferências do público-alvo, pelo que primeiro é preciso descobrir as preferências. Se o público são donos de empresas: (1) estes gostam de se encontrar informalmente; geralmente ao início ou ao final do dia; e o "evento" não deverá ser muito longo. (2) Também é sabido que os donos de empresas gostam de 'fazer algo' enquanto estão a socializar com os seus pares ou a ouvir a mensagem que se pretende passar. (3) Garanta que oferece algo original, uma vez que maior parte dos empresários já são convidados para muitos 'eventos'. Por exemplo, o que se tem provado muito eficaz para donos de empresas são reuniões ao pequeno-almoço ou a aprendizagem de um desporto novo e simples, como curling. No desenvolvimento destas atividades, é importante deixar que estes deem dicas enquanto desempenham a atividade ("crie espaços para que deem dicas de culinária enquanto cozinham") e convide um orador (de preferência uma pessoa de referência entre os pares) para passar a mensagem pretendida. Há muitos 'eventos' que se podem organizar, mas para que seja de interesse para o seu público-alvo, é importante solicitar e dar atenção às ideias sugeridas por membros do público-alvo.

Etapa 7

Onde devemos organizar?

Existe um ingrediente simples a ser seguido na hora de pensar o local onde organizar um 'evento': onde é que o público-alvo gosta de estar, lugares que frequentem regularmente.

Se for um 'evento' com um foco em informar, procure quais os canais de comunicação que o público-alvo gosta de usar/frequenta: este é o local onde deve promover o 'evento'. Por exemplo, muitos empresários de PMEs gostam de usar o Facetime como plataforma de comunicação. Procure quais as 'páginas' que os empresários mais usam e depois use-as para passar a informação pretendida.

Se for um 'evento' focado na sensibilização e influência para um determinado comportamento, então o local de realização deverá ser num espaço físico que o público-alvo gosta de frequentar. Por exemplo, muitos donos de empresas fazem parte de associações locais de empresários. Estas associações locais são um bom ponto de contacto para proceder a uma primeira sensibilização e solicitar a sua colaboração para que estes criem um 'evento' para os seus membros, e em que esteja incluída a mensagem que se pretende passar.

Basicamente, devemos sempre procurar locais onde o público goste de estar, onde gosta de se reunir, e evitar lugares onde não se sintam confortáveis, ou com os quais não tenham nenhuma ligação.

Etapa 8

O que incluir no programa?

Há sempre uma lista de coisas a incluir no programa de qualquer 'evento'. O primeiro passo é verificar se todas as partes que se pretendem incluir estão alinhadas com os Ingredientes. Se sim, inclua-as na sequência referida na lista de Ingredientes. Se pretende incluir algo além dos elementos identificados nos Ingredientes, verifique o porquê de os incluir e qual seria a mais-valia para o público-alvo ao adicioná-los ao programa.

Formule um objetivo SMART para esta parte e verifique que Ingredientes combinam com o que pretende incluir. Por exemplo, gostaria de incluir "um discurso de presidente da câmara sobre a responsabilidade social do público-alvo", verifique se está alinhado com algum dos Ingredientes na tabela 8 da lista. Se não está, e mesmo assim quer incluir este momento no programa, procure acrescentar um maior número de Ingredientes para alargar as hipóteses de sucesso. No entanto, o melhor é mesmo seguir com o mencionado nos Ingredientes como importante a incluir no programa e a forma como apresentar.

Etapa 9

Quem será a melhor pessoa para falar?

Na lista de Ingredientes (tabela 4), há uma descrição dos oradores, convidados e pessoas de referência. Convém ter em conta essas descrições, uma vez que o tipo de orador tem uma forte influência na predisposição do público para agir de acordo com os seus objetivos. É preciso verificar se as pessoas de referência cumprem os requisitos mencionados na lista de Ingredientes – e se por acaso não tivermos a certeza, a melhor opção é discuti-lo diretamente com esses convidados, ou trocar de orador.

Etapa 10

Qual deve ser a mensagem?

A mensagem formulada para o público-alvo deve ser simples, repetida várias vezes e o público deve ficar emocionalmente sensibilizado pela mensagem. Por isso, deve-se despender algum tempo a pensar sobre ela. A melhor forma de descobrir se a mensagem atinge a nossa audiência é testá-la, antecipadamente, com elementos do público. Basicamente, se o público forem CEOs ou donos de empresas, testar a mensagem com um empresário e ver a sua reação. Se seguir esta regra, deixar de lado os próprios sentimentos sobre o que é importante e como a mensagem deve ser transmitida e apenas ouvir a opinião dos membros que efetivamente pertencem ao público-alvo, terá a certeza de que a mensagem será forte e eficaz. Como fazer isto? Formular a ambição e os objetivos, e pedir a opinião a um pequeno grupo de membros do público-alvo – o ideal será incluí-los na organização do 'evento' e torná-los parte da equipa. E deixá-los decidir sobre a mensagem e a forma como deve ser apresentada.

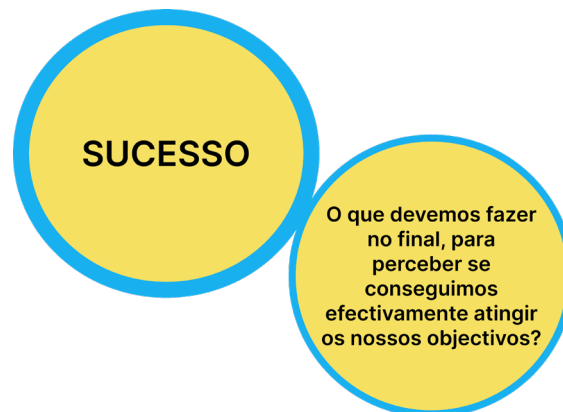
Etapa 11

Em que mais precisamos de pensar, para garantir o máximo de sucesso possível?

Na lista de Ingredientes são mencionados diversos aspetos que influenciam diretamente no comportamento de um público-alvo e a sua formulação em objetivos SMART. É aconselhável verificar a lista uma vez mais, e pensar se há mais Ingredientes passíveis de incluir e que não foram considerados antes. Se sim, acrescente na lista de verificação e inclua esses Ingredientes na organização do 'evento'.

Medir o sucesso

O último tópico tem a ver com os resultados planeados: como saber se efetivamente foram alcançados. Para isso, precisa de responder à pergunta da última etapa.



Etapa 12

O que é que precisamos de fazer no final para avaliar se alcançámos os nossos objetivos?

A formulação de objetivos SMART permite realizar uma avaliação ao público-alvo. Na maioria dos casos, isso significa colocar questões relacionadas com os objetivos SMART diretamente durante o “evento”, ou através de um questionário de satisfação (online ou em papel), ou envio de e-mail após o “evento”.

Por exemplo, o objetivo que formulámos antes pode ser transformado em perguntas. 60% dos participantes do ‘evento’ concordaram em serem contactados, durante a próxima semana, por uma organização local de apoio à deficiência para combinar uma reunião para explorar as oportunidades de inclusão de pessoas com deficiência na empresa num espaço de duas semanas.

As perguntas:

Concorda que a organização local de apoio a pessoas com deficiência entre em contacto com a sua empresa para agendar uma reunião?

Sim / Não

Caso não, porquê?

A reunião aconteceu dentro de duas semanas?

Sim / Não

Caso não, porquê?

Caso sim, exploraram em conjunto a possibilidade da empresa de contratar pessoas com deficiência?

Sim / Não

Caso não, porquê?

Deste modo obtém-se resultados tangíveis para avaliar o sucesso dos objetivos. É possível acrescentar mais uma pergunta que procura dar resposta à ambição mais geral identificada, mas que formalmente não faça parte do objetivo estabelecido: Qual foi o resultado da reunião?

Após esta etapa, é necessário proceder às diligências comuns na organização de um ‘evento’: uma análise básica de risco; uma lista de tarefas; e uma lista de outras coisas a ter em conta. Garanta que estas coisas são efetuadas.

Para concluir

Ao organizar ‘eventos’ para PME’s, com a ambição de as tornar mais inclusivas, pode confiar na sua intuição ou pode utilizar este conjunto de Ingredientes, que são baseados na literatura e evidências, e seguir as etapas que propomos. A garantia que oferecemos é que ao usar esta receita, as probabilidades de atingir os seus objetivos aumentarão substancialmente.



Inclusion simply makes great enterprises



Co-funded by
the European Union