



Responsabilidade social: Plano 2021

julho 2021



Índice

1.	Introdução	6
2.	Plano de Responsabilidade Social 2021	7
2.1.	Objetivos gerais para 2021	7
2.2.	Dimensão interna da responsabilidade social - Princípios organizacionais, colaboradores e ambiente	7
2.2.1.	Princípios organizacionais	8
2.2.2.	Colaboradores	10
2.2.3.	Ambiente	11
2.3.	Dimensão externa da responsabilidade social: Sociedade e mercado	13
2.3.1.	Sociedade.....	13
2.3.2.	Mercado	15
3.	Orçamento Global indicativo.....	20
4.	Sumário dos KPIs	21
5.	Roadmap das ações	22



Índice de Figuras

Figura 1 – Sumário 1ª campanha de comunicação	17
Figura 2 – Sumário 2ª campanha de comunicação	18
Figura 3 – Sumário 3ª campanha de comunicação	19
Figura 4 – Sumário 4ª campanha de comunicação	20
Figura 5 – Sumário KPIs	21
Figura 6 - Ações previstas para 2021	22



Índice de Tabelas

Tabela 1 – Ações: monitorização da criação do código de ética na investigação	9
Tabela 2 – Ação: partilhar e dar vida aos valores institucionais	9
Tabela 3 – Ações: hábitos de trabalho saudáveis	10
Tabela 4 – Ações: monitorização do código de ética	11
Tabela 5 – Ações boas práticas colaboradores	12
Tabela 6 – diagnóstico ambiental	13
Tabela 7 – Ações: envolvimento com a comunidade	14
Tabela 8 – Ações de voluntariado	14
Tabela 9 – Pareceres	15
Tabela 10 – Ações: apelo à doação de sangue e medula.....	15



Glossário

Sigla	Significado
AJ	Apoio Jurídico
CE	Comissão Executiva
CTRS	Comissão Técnica para a Responsabilidade Social
IPST	Instituto Português do Sangue e da Transplantação
KPIs	Key Performance Indicators
RH	Recursos Humanos
RS	Responsabilidade Social
SAS	Serviço de Administração de Sistemas
SCOM	Serviço de Comunicação
SGI	Serviço de Gestão de Infraestruturas



1. Introdução

Neste documento é possível encontrar as atividades planeadas no âmbito da responsabilidade social para o período entre setembro e dezembro de 2021. Este é o segundo plano que existe, sendo que o primeiro foi planeado e executado para o período de setembro a dezembro de 2020.

O primeiro plano tinha sido inicialmente pensado para todo o ano de 2020, no entanto, devido à situação pandémica, as atividades tiveram de ser revistas e, por isso, foi desenvolvido um plano de mitigação face à pandemia. Importa ainda referir que o eixo orientador destas ações eram os resultados obtidos aquando do diagnóstico desenvolvido à Responsabilidade Social na instituição entre o final de 2018 e início de 2019, e apresentado em 2019. Houve uma série de ações que tiveram ser adaptadas e outras adiadas, pelo menos até à situação pandémica estar resolvida.

O plano de mitigação previa um total de 49 ações. Das 49 ações pensadas, 29 foram realizadas, o que representa 60% de eficácia nos primeiros 4 meses deste projeto. Todas as ações que não foram realizadas em 2020, e cujas condições para a sua realização estão asseguradas, passam a constar neste plano de 2021, onde foram adicionadas outras, devidamente adaptadas para dar resposta às dimensões internas e externas face ao atual contexto vivido por todos nós.

São essas ações que são aqui apresentadas, divididas entre dimensão interna – que compreende os princípios organizacionais, os colaboradores e o ambiente – e a dimensão externa – onde se encontra a sociedade e o mercado.

De setembro a dezembro de 2021 estão previstas 23 ações divididas da seguinte forma: princípios organizacionais 6, colaboradores 6, ambiente 6, sociedade 5. Para além disso, o mercado é encarado de forma holística, com ações ao longo dos quatro meses dependentes das ações das outras dimensões.

Este documento apresenta, para cada ação, os indicadores de desempenho (*Key Performance Indicators* - KPIs) definidos, as ações de comunicação previstas, o orçamento aplicável, o cronograma e a responsabilidade pela iniciativa – quer na instituição quer na Comissão Técnica para a Responsabilidade Social (CTRS).

Também neste documento é possível consultar diretamente o orçamento global previsto, um sumário dos KPIs e um *roadmap* de todas as ações previstas.



2. Plano de Responsabilidade Social 2021

2.1. Objetivos gerais para 2021

O objetivo principal deste plano continua a ser o de incorporar a responsabilidade social na cultura organizacional do INESC TEC. De uma forma geral, os objetivos propostos no plano de mitigação de 2020 foram alcançados. No entanto, o impacto que a pandemia teve no desenvolvimento de algumas ações foi grande. Por outro lado, a falta de presença física em todos os polos do INESC TEC, obrigou a repensar a forma de atingir os objetivos propostos.

Assim, e tendo em conta que a situação pandémica aparenta prolongar-se, pelo menos, ainda durante o ano de 2021, os objetivos gerais a atingir em 2021 já têm em consideração estas condicionantes. Deste modo, o plano de 2021 foca-se, essencialmente, na manutenção das cinco dimensões que começaram a ser trabalhadas em 2020 pelo Comissão Técnica da Responsabilidade Social, isto é, os princípios organizacionais, colaboradores, ambiente, sociedade e o mercado.

As primeiras três dimensões – princípios organizacionais, colaboradores e ambiente - estão relacionados com a dimensão interna da instituição, ou seja, com ações que envolvem diretamente o INESC TEC e os seus colaboradores. As dimensões – sociedade e mercado – dizem respeito a uma dimensão mais externa, no modo como o INESC TEC pode apoiar a comunidade local e a sociedade no geral.

O plano descreve cada uma das iniciativas a realizar dentro de cada dimensão, internas ou externas, propondo para cada ação os objetivos e público-alvo a atingir, o responsável pela ação e a responsabilidade de execução dentro da instituição (incluindo na equipa colaboradores dos centros ou serviços, sempre que necessário), o orçamento previsto quando aplicável, as ações de comunicação que pretendem ser realizadas para a promoção da iniciativa, os indicadores de desempenho e o cronograma de implementação.

À semelhança do que aconteceu em 2021, também em 2022 será produzido e facultado a todos os colaboradores do INESC TEC um relatório com um balanço das ações realizadas e consequente avaliação do retorno e impacto destas atividades na instituição.

2.2. Dimensão interna da responsabilidade social - Princípios organizacionais, colaboradores e ambiente

Tal como referido anteriormente, a dimensão interna da responsabilidade social envolve os colaboradores do INESC TEC e o investimento que a instituição pode fazer, nomeadamente no âmbito do capital humano, intelectual, saúde e segurança ou práticas ambientais. Esta dimensão assume-se hoje com um dos focos na gestão das instituições. Esta secção dividir-se-á em três dimensões: princípios organizacionais, colaboradores e ambiente. Dentro de cada dimensão estão previstas uma série de ações que são resultado, não só do diagnóstico feito anteriormente sobre as práticas de RS na instituição, mas representam também uma continuidade daquilo que esta Comissão começou a fazer em 2020.



2.2.1. Princípios organizacionais

Nos princípios organizacionais serão desenvolvidas duas ações, em continuidade com o que já tinha sido proposta no plano de 2020. Com os ajustes ao plano e a priorização das iniciativas a realizar, feitos devido à situação pandémica, estas ações não foram concluídas.

Assim, retomaremos em 2021 as seguintes ações:

- Monitorização da criação do código de ética na investigação;
- Partilhar e dar vida aos valores institucionais.

2.2.1.1. Monitorização da criação do código de ética na investigação

Já no diagnóstico efetuado à RS, tinha sido considerada de urgência muito elevada a criação de um código de ética/conduta que se foque na descrição de valores e princípios base do INESC TEC, definindo a cultura, os princípios e normas que devem reger a atuação dos colaboradores. O nível de urgência atribuído deveu-se ao facto de uma instituição com a dimensão do INESC TEC estar obrigada por lei, a definir um código de ética/ conduta.

Foi criado um grupo de trabalho na instituição criado, para elaborar o código de ética para o INESC TEC, que definiu os objetivos, valores, princípios éticos, compromentimentos e condutas que os investigadores da instituição devem ter na execução do seu trabalho. Pretendemos durante 2021 interagir com a comissão que está atualmente em constituição, liderada pelo Professor Pedro Guedes de Oliveira, com três objetivos a atingir: i) garantir que estão salvaguardadas, no Código de Ética desenvolvido para o INESC TEC, as preocupações definidas no GRACE; ii) ajudar na sua divulgação junto dos colaboradores; iii) sensibilizar para a importância de averiguar e realizar a monitorização de má conduta na investigação.

Detalhamos a seguir, a intervenção prevista para este ano:

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Parecer consultivo sobre o código de ética para a investigação, garantindo que este vai ao encontro das preocupações definidas no GRACE.	Parecer final sobre a validação do código de ética de acordo com as preocupações definidas no GRACE.	N/A	100€ para Publicidade interna	Reunir com comissão de ética e emitir parecer - Setembro 2021
Ajudar na divulgação e sua implementação.	Maior conhecimento dos colaboradores sobre a existência do código de ética na investigação.	Marketing Direto / Publicidade / Marketing Digital: se a Comissão de Ética assim o entender, a Comissão de RS pode ajudar com a divulgação do código e com a produção de suportes gráficos e outros conteúdos.		<i>Divulgar (set) + Survey ou quiz final (Dezembro)</i>
Perceber se a averiguação de má conduta na investigação está a ser monitorizada pela comissão designada para o efeito e propor melhorias caso necessário	Parecer sobre a monitorização efetuada em 2021, a realizar em dezembro.	N/A		Reunir com comissão de ética para levantamento - Setembro Emitir parecer sobre monitorização e eventuais melhorias- Dezembro 2021



Tabela 1 – Ações: monitorização da criação do código de ética na investigação

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS, à Comissão de Ética, aos RH e ao AJ. No âmbito da CTRS será a Sara Brandão a responsável por esta operacionalização.

2.2.1.2. Partilhar e dar vida aos valores institucionais

Apesar de os valores organizacionais estarem definidos - excelência na investigação, centrado nas pessoas, liberdade de investigação, cooperação, responsabilidade social – entendeu-se necessário aprofundar esta questão com a CE. Foram estabelecidos os primeiros contactos a que se dará continuidade agora em 2021. Com o objetivo de divulgar e incorporar os valores definidos na cultura da organização, para alinhar melhor as ações dos colaboradores com estes valores, prevemos desenvolver as seguintes ações:

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
<p>Levantamento e confirmação dos valores definidos com CE</p> <p>Partilha e divulgação dos valores institucionais com todos os colaboradores da instituição através de uma ação de sensibilização que passe pela intervenção nos espaços comuns, produção de materiais de comunicação e destaque nos meios de comunicação digitais</p>	<p>Sensibilizar e alinhar as ações dos colaboradores a estes valores.</p>	<p>Relações Públicas: sessões organizadas pelo CA onde os valores institucionais serão, em conjunto com outros temas, divulgados.</p> <p>Marketing direto: partilha dos valores através de <i>banner</i> a colocar na assinatura de e-mail, e-mail aos colaboradores com convocatória para a sessão e informação em newsletter enviada por e-mail do BIP.</p>		<p>Levantamento e confirmação dos valores definidos – Set/Out</p>
<p>Avaliação da perceção da comunidade INESC TEC dos valores da instituição através de questionário (à partida a incluir no questionário anual de clima organizacional. Caso este não avance, o questionário será desenvolvido e distribuído pela equipa da CTRS)</p>	<p>Resultado apurado no questionário final, sobre a perceção dos colaboradores nesta matéria</p>	<p>Publicidade: suportes gráficos que partilhem os valores institucionais e intervenção em espaços comuns, tais como auditório, bar, entre outros, com frases e/ou palavras que espelhem os valores.</p> <p>Marketing digital: destaque dos valores no website institucional e na intranet, divulgação do material gráfico desenvolvido no BIP e nas redes sociais.</p> <p>Merchandise: inclusão de frases e/ou palavras que espelhem os valores da instituição na produção de novo merchandising.</p>	<p>Cerca de 500€ para intervenção nos espaços comuns e produção de material publicitário</p>	<p>Partilha de valores em sessão pública - outubro</p> <p>Intervenção nos espaços comuns para partilha dos valores – outubro e novembro</p> <p>Questionário – dezembro</p>

Tabela 2 – Ação: partilhar e dar vida aos valores institucionais

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS, à CE, aos RH, ao SCOM e ao SGI. No âmbito da CTRS será a Sara Brandão a responsável por esta operacionalização.



2.2.2. Colaboradores

Na dimensão colaboradores, à semelhança do que acontece na dimensão princípios organizacionais, será dada continuidade a algumas das ações que começaram a ser trabalhadas em 2020. Outras ações serão novas. Estas são as linhas a desenvolver em 2021 pela CTRS:

- Hábitos de trabalho saudáveis;
- Monitorização do código de ética;
- Novas doenças em contexto laboral.

2.2.2.1. *Hábitos de trabalho saudáveis e novas doenças em contexto laboral*

Esta linha de ação é descrita no GRACE da seguinte forma “assegure-se de que os colaboradores da empresa estão a utilizar as ferramentas e os equipamentos adequados à execução das suas tarefas. Esta diretriz deverá ser aplicada inclusive a cadeiras e secretárias: opte por modelos ergonómicos, para que os colaboradores possam trabalhar com uma postura correta. Outros hábitos saudáveis incluem o encorajamento de intervalos para descanso ou para almoço. Se possível, crie uma área de lazer e convívio.” Atendendo à situação pandémica e ao regime de teletrabalho, esta CTRS pretende prestar apoio aos colaboradores, sobretudo, na partilha de informação revelante e com impacto na saúde física e mental dos colaboradores.

Também de acordo com o GRACE, as instituições devem dar especial atenção às novas doenças em contexto de trabalho, tais como stress, uma vez que são, por vezes, de mais difícil deteção e diagnóstico. As instituições devem, por isso, garantir a monitorização destas situações por profissionais habilitados e sensibilizados. O teletrabalho torna mais difícil a compreensão deste tipo de questões, pelo que será dada uma atenção especial a esta ação na dimensão colaboradores. As ações realizadas no âmbito desta linha de ação são comuns à linha de ação dos hábitos de trabalho saudáveis.

As ações a realizar no âmbito desta linha de ação são comuns à linha de ação novas doenças em contexto laboral e estão descritas na tabela abaixo:

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
<p>Realização de uma série de atividades no âmbito da Saúde Ocupacional, que incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Partilha de informação</u> acerca de vários tópicos, tais como: (1) Factos acerca da saúde psicológica; (2) Dicas de autocuidado; (3) Recomendações para apoiar um colega - <u>Reorganização do separador BEM-ESTAR PESSOAL</u> (intranet); - <u>Formação de líderes</u> em saúde psicológica com a realização de um workshop; - <u>Partilha de estratégias de autocuidado.</u> 	<p>Nº de feedback recebido à partilha de informações;</p> <p>Nº de participantes no workshop;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing direto: e-mail para global - Marketing digital: reorganização separador intranet; redes sociais institucionais (Instagram); BIP 	<p>Não aplicável</p>	<p>Outubro (10 de outubro é o Dia Mundial da Saúde Mental)</p>

Tabela 3 – Ações: hábitos de trabalho saudáveis

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS, aos RH e ao SCOM. No âmbito da CTRS, a Rita Cardoso e a Lídia Vilas Boas são responsáveis por esta operacionalização.

2.2.2.2. Monitorização do código de ética

A monitorização do código de ética aqui descrito tem um objetivo diferente daquele que surge no tema dos princípios organizacionais (ponto 2.2.1), na medida em que tem ligação direta com a proteção do bem-estar dos colaboradores. De acordo com o GRACE, quando analisado do ponto de vista dos colaboradores, “... o código de ética e conduta deve incluir aspetos, tais como: “- Diversidade e inclusão: 1) clarifique os conceitos; 2) promova a diversidade e a inclusão como valores essenciais na empresa; 3) crie política e consolide práticas; (...) - Assédio: 1) Clarifique conceitos; 2) assédio sexual; 3) Assédio moral/*mobbing* (...)”. De acordo com o nosso conhecimento não houve evolução relativamente ao desenvolvimento do condigo de conduta. Pretendemos durante 2021 interagir com apoio jurídico, liderado pela Dra. Graça Barbosa, e com a comissão recentemente constituída para trabalhar os temas da igualdade, diversidade e inclusão, com o objetivo de garantir que estarão salvaguardadas, no Código de Ética/conduta, as preocupações definidas no GRACE, conforme descrito na tabela em baixo:

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Monitorização da criação do Código de Ética e sua articulação com as práticas definidas no GRACE	Parecer final sobre a validação do código de ética de acordo com as preocupações com a proteção do bem-estar dos colaboradores definidas no GRACE	Marketing Direto / Publicidade / Marketing Digital: se a Comissão de Ética assim o entender, a Comissão de RS pode ajudar com a divulgação do código e com a produção de suportes gráficos e outros conteúdos	Não aplicável	A confirmar <i>timeline</i> para criação do Código de Ética (bem-estar do colaborador)
Parecer consultivo sobre o código de conduta para o bem-estar do colaborador, garantindo que este vai ao encontro das preocupações definidas no GRACE				Marcar reunião e fazer levantamento set-nov
				Emitir parecer Dez

Tabela 4 – Ações: monitorização do código de ética

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS e ao AJ. No âmbito da CTRS, a Rita Cardoso e a Sara Brandão são responsáveis por esta operacionalização.

2.2.3. Ambiente

Na dimensão ambiente foram consideradas três linhas de ação prioritárias no diagnóstico. Estas linhas foram classificadas com níveis de urgência e de facilidade de implementação diferente:

- I. Boas práticas dos colaboradores (nível de urgência alto e com facilidade de implementação fácil);
- II. Diagnóstico ambiental (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação médio);
- III. Política ambiental (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação difícil).

Apenas as duas primeiras ações acima descrita estão planeadas para execução em 2020. Todavia, devido à baixa ocupação do edifício, tem sido difícil a elaboração do diagnóstico ambiental (consumos de água e vetores energéticos), tendo optado por utilizarmos o ano de 2019 como o ano base.

A Política ambiental será definida durante o ano 2022 e constantemente revisitada para pequenos ajustes. Relativamente à sua implementação efetiva, esta não deverá ser completamente efetuada no ano de 2021, por dificuldades diversas inerentes à situação pandémica. A avaliação do sucesso das medidas a implementar poderá também estar comprometida com baixa ocupação dos edifícios.



2.2.3.1. Boas práticas dos colaboradores

O GRACE sugere a motivação dos colaboradores para as boas práticas ambientais, como por exemplo a reciclagem.

Pretende-se implementar melhorias a práticas já existentes e introduzir novas relacionadas com esta matérias, já previstas, mas adiadas pela baixa ocupação do edifício devido à pandemia, tais como:

- **Implementar um plano de boas práticas ambientais**, através de conjunto de princípios e ideias, de conceção e formalização dinâmicas, consubstanciado num texto que oriente e enquadre a definição de objetivos e de linhas de atuação, coerentes e estruturados, no domínio do ambiente. Esta linha deverá ser alavancar a implementação de diversas ações tais como:
 - **Reciclagem de cápsulas de Café Nespresso** – esta iniciativa, já foi implementada em setembro de 2020. Pretende-se, em 2021, reforçar a iniciativa, entregar as cápsulas para efeitos de reciclagem e quantificar o impacto na medida ao abrigo do programa – Nespresso Arroz Solidário.
 - **Operação tampinhas** - esta iniciativa, já foi implementada em setembro de 2020. Pretende-se, em 2021, reforçar a iniciativa e entregar as cápsulas a uma instituição de apoio social. Haverá lugar a uma comunicação interna no último trimestre a reforçar a campanha e a informar os colaboradores relativamente à doação e quantidades doadas.
 - **Redução do consumo de água** – Perante o atual panorama pandémico, sendo impossível efetuar comparações e determinação de redução, estamos convictos que a implementação de medidas simples poderá trazer impacto, achando por bem aproveitar o período de menor ocupação do edifício sede, para implementar tais medidas. Numa fase pós pandémica, poder-se-á comparar o impacto da medida com consumos de anos anteriores (pré-pandemia).
 - **Aquisição de um carrinho de recolha de lixo do serviço de limpeza** – Esta medida foi de igual forma postergada devido à baixa ocupação do edifício. Contudo, pretendemos implementá-la no último trimestre de 2021 por forma a que as rotinas das equipas de limpeza incluam a utilização do carrinho de recolha, permitindo um impacto imediato no regresso às instalações, que esperamos poder ocorrer em 2022.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Reciclagem de cápsulas de Café Nespresso	Nº Cápsulas/ano	Marketing direto: e-mail com reforço comunicação iniciativa; Publicidade: informação no edifício sobre local de recolha	-	Setembro 2021
Transporte das tampinhas recolhidas para instituição de solidariedade Social	Nº tampinhas/ano		-	Até ao último trimestre 2021
Redução do consumo de água	m³/ano	Marketing direto: Divulgação das medidas implementadas	SGI (Torneiras economizadoras)	Último trimestre 2021
Aquisição de um carrinho de recolha de lixo do serviço de limpeza	-		3 x 500€	Último trimestre 2021

Tabela 5 – Ações boas práticas colaboradores

A responsabilidade por estas iniciativas no INESC TEC pertence à CTRS e ao SGI. No âmbito da CTRS, o Bernardo Silva é o responsável por esta operacionalização.



2.2.3.2. Diagnóstico ambiental

O GRACE sugere que seja feito um inventário de todas as atividades que ocorrem dentro da instituição que tenham um impacto ambiental direto e indireto, identificando os desperdícios de energia, matérias-primas e até o esforço humano. “Este exercício pode ser tão simples como a contagem e pesagem dos resíduos produzidos na sua empresa, em intervalos semanais ou mensais, ou a verificação das faturas dos consumos de água ou de eletricidade”.

Pretende-se conduzir um **diagnóstico ambiental** com dois focos:

- **Consumo de energia, eletricidade e gás**- o diagnóstico foi iniciado, com base na situação de 2019 (medições e faturação) devido às restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19. Todavia, devido ao aumento da carga de trabalho, os intervenientes responsáveis pela análise ainda não a conseguiram terminar, devendo ser terminada até setembro de 2021.
- **Consumo de água** – idem.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Consumo de energia, eletricidade e gás	MWh/ano	Publicação dos resultados	-	Novembro 2021
Consumo de água	m ³ /ano	Publicação dos resultados	-	Até ao último trimestre 2021

Tabela 6 – diagnóstico ambiental

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS e ao SGI. No âmbito da CTRS, o Bernardo Silva é o responsável por esta operacionalização.

2.3. Dimensão externa da responsabilidade social: Sociedade e mercado

Tal como referido anteriormente, a dimensão externa da responsabilidade social está relacionada com o modo como o INESC TEC pode apoiar a comunidade local e a sociedade em geral. Dando continuidade ao diagnóstico previamente efetuado, o plano para 2021 contempla duas dimensões – sociedade e mercado, estando previstas uma série de ações que serão descritas nos mesmos moldes da seção anterior.

2.3.1. Sociedade

Na dimensão sociedade, há linhas de ação que vão ser mantidas, na medida em que são uma continuação de ações que começaram em 2020, outras serão adicionadas:

- Envolvimento com a comunidade
- Ações de voluntariado – Toma e Retoma, Campanha de Natal, Emissão de Pareceres
- Doação de sangue e medula
- Balanço das ações realizadas pelo INESC TEC nesta área



2.3.1.1. *Envolvimento com a comunidade*

O GRACE sugere que os colaboradores sejam informados acerca da necessidade de apoiar a comunidade e mostre o quão importante esse envolvimento é. É ainda sugerido que os colaboradores que tenham esse tipo de envolvimento sejam reconhecidos, incluindo até na avaliação de desempenho a capacidade demonstrada para promoção e participação das equipas em projetos comunitários.

O INESC TEC tem na sua génese um cariz natural de “instituição de utilidade pública”, visando a criação de valor e relevância social, através de projetos de transferência de tecnologia, aplicando o conhecimento e os resultados gerados pela investigação que desenvolve, e operando na interface entre os mundos académico e empresarial, aproximando a academia, as empresas, a administração pública e a sociedade.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Levantamento dos projetos passados e em curso que tenham relevância e impacto social, com especial destaque para as iniciativas relacionadas com o combate à COVID-19.	Nº de projetos sugeridos pelos responsáveis (evolução trimestral).	Relações Públicas: sessão pública de encerramento do ano com anúncio dos resultados. Marketing Digital: produção, inserção e partilha de conteúdos sobre os projetos no BIP, website, intranet e redes sociais institucionais. Marketing Direto: partilha informação via e-mail através de newsletter BIP.	Não aplicável	Durante todo o ano

Tabela 7 – Ações: envolvimento com a comunidade

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS juntamente com os centros de I&D. No âmbito da CTRS, o Miguel Melo é o responsável por esta operacionalização.

2.3.1.2. *Ações de voluntariado*

O GRACE sugere que o voluntariado empresarial seja desenvolvido pela instituição através da disponibilização dos seus colaboradores durante as horas normais de trabalho.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Iniciativa TECH Converter - Toma e Retoma (continuação)	Nº de participantes INESC TEC e /ou resultados obtidos na ação voluntária Nº equipamentos doados/recuperados	Relações Públicas: ações de voluntariado; avaliação para possível divulgação via assessoria de imprensa. Marketing Direto: divulgação via e-mail das ações e via newsletter BIP.	400 euros	Durante todo o ano
Campanha de Natal	Nº de Participantes e /ou resultados obtidos na ação voluntários	Publicidade: campanhas com recursos a suportes gráficos das ações de voluntariado. Marketing Digital: produção, inserção e partilha de conteúdos na intranet, BIP e redes sociais institucionais.	200 euros	Outubro-Dezembro

Tabela 8 – Ações de voluntariado



A responsabilidade por estas iniciativas no INESC TEC pertence à CTRS, SAS, SCOM e secretariado. No âmbito da CTRS, o Miguel Melo é o responsável por esta operacionalização.

2.3.1.3. Emissão de pareceres

O INESC TEC recebe algumas propostas de iniciativas relacionadas com ações de voluntariado e outras atividades relacionadas com a responsabilidade social. Sempre que for solicitado a CTRS emitirá um parecer, fundamentando o melhor possível, que será entregue à CE para decisão final.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Emissão de pareceres	Qualidade de pareceres emitidos (Avaliação final pela CE)	Não aplicável	Não aplicável	Durante todo o ano

Tabela 9 – Pareceres

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS e quem como responsável a Sara Brandão.

2.3.1.4. Campanha de doação de sangue e registo na base de dados de doadores de medula óssea

O GRACE sugere que a instituição deve encorajar a doação de sangue e/ou medula através dos meios de comunicação interna de que dispõe. Em alguns casos podem ainda prever-se ações de recolha de sangue dentro das próprias instalações com base em acordos estabelecidos com o Instituto Português de Sangue.

Seguindo, o exemplo de outras instituições e tendo em conta a necessidade de repor stock de sangue o objetivo desta ação será consciencializar os colaboradores para esta temática e disponibilizar meios para se possam tornar doadores. O plano prevê a organização de uma colheita de sangue junto dos edifícios onde trabalham colaboradores INESC TEC.

Ações	KPIs definidos	Ações de Comunicação	Orçamento	Cronograma
Campanha de doação de sangue e registo na base de dados de doadores de medula óssea	Nº de doadores	Marketing Direto: envio de informação via e-mail	Não aplicável	Setembro a Novembro

Tabela 10 – Ações: apelo à doação de sangue e medula

A responsabilidade por esta iniciativa no INESC TEC pertence à CTRS e ao SCOM, com o apoio do IPST enquanto entidade externa. No âmbito da CTRS, o Miguel Melo é o responsável por esta operacionalização.

2.3.2. Mercado

Na dimensão mercado foi considerada a política de comunicação como única ação a considerar, sendo classificada como nível de urgência alto e de fácil implementação.



2.3.2.1. Política de comunicação – oportunidades que apoiem causas sociais e ambientais

O GRACE sugere que sejam desenvolvidas estratégias de marketing social que permitam promover a instituição juntamente com uma causa social ou ambiental, podendo assim tornar-se numa situação *win-win* para ambos.

Será, por isso, nesta secção desenvolvido um plano de comunicação integrada de marketing que irá abranger todas as ações acima referidas, com definição de objetivos, estratégias e cronograma de implementação.

Numa abordagem baseada numa estratégia de comunicação integrada de marketing os instrumentos de comunicação a considerar, nomeadamente as relações públicas, o marketing digital ou a publicidade, são utilizados de uma forma holística.

Começaremos este plano por elencar os objetivos gerais de comunicação, os públicos-alvo a atingir e os instrumentos de comunicação a utilizar. Depois, para cumprimento dos vários objetivos, serão apresentadas três campanhas de comunicação integrada de marketing que, seguindo um calendário e objetivos específicos, utilizarão determinados instrumentos de comunicação de forma articulada.

Objetivos gerais do plano de comunicação integrada de marketing:

Todas as atividades de comunicação aqui apresentadas têm como foco o cumprimento dos seguintes objetivos:

- Comunicar as iniciativas organizadas no âmbito da responsabilidade social;
- Consciencializar os colaboradores do INESC TEC para o tema da responsabilidade social, nomeadamente nas áreas do ambiente, sociedade e ambiente de trabalho;
- Envolver a comunidade INESC TEC e a comunidade externa no espírito da responsabilidade social;
- Incorporar a responsabilidade social como um valor da instituição.

Públicos-alvo:

Os objetivos definidos são orientados aos públicos-alvo a atingir, que neste primeiro mandato são:

- Colaboradores do INESC TEC;
- Instituições cujo âmbito de atuação está na sociedade e no ambiente e que se localizem no distrito do Porto (ex: Instituto Português do Sangue e da Transplantação, LIPOR, etc.);
- Comunidade U. Porto.

Instrumentos de comunicação:

- Relações públicas: eventos e potencial divulgação de notas de imprensa, se a iniciativa assim o justificar;
- Marketing digital: informação disponível no website da instituição, redes sociais, intranet ou BIP;
- Marketing direto: informação disponível via e-mail ou divulgação de newsletter;
- Publicidade: informação disponível através de cartazes, *banners*, entre outros;
- *Merchandise*: possibilidade de produção de materiais amigos do ambiente.

Campanhas de comunicação:

Para que a promoção das ações ligadas à responsabilidade social seja verdadeiramente assente numa lógica de comunicação integrada de marketing, estão a ser pensadas duas campanhas. Cada campanha tem um objetivo específico, públicos-alvo a atingir, instrumentos de comunicação, que de forma articulada, permitirão atingir os objetivos e os diferentes públicos.



1. Primeira campanha de comunicação – a responsabilidade social enquanto valor institucional

O objetivo principal da primeira campanha de comunicação é o de informar e partilhar com toda a comunidade INESC TEC os valores institucionais. Espera-se que esta campanha de comunicação seja implementada entre setembro e outubro de 2021, mas existem outros objetivos a atingir, nomeadamente a passagem de mensagens revelantes que digam respeito à área do ambiente, e que queremos também que sejam parte do ADN da instituição e dos seus colaboradores, ou até mesmo apoio na divulgação do código de ética para a investigação.

A figura seguinte resume as ações a implementar para que os objetivos gerais e específicos sejam atingidos:

SETEMBRO	OUTUBRO
<p>Ações:</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Marketing direto</u> – e-mail para global <u>Marketing digital</u> - intranet:<ul style="list-style-type: none">• Reforço da comunicação das ações ligadas ao ambiente, tais como a reciclagem de cápsulas Nespresso ou a recolha de tampinhas.	<p>Ações:</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Publicidade:</u><ul style="list-style-type: none">• Intervenção em espaços comuns para dar vida e partilhar os valores da instituição.• <u>Relações Públicas:</u><ul style="list-style-type: none">• Organização de uma sessão pública para partilha desses valores.• <u>Merchandise:</u><ul style="list-style-type: none">• Produção de materiais (ex: cadernos) com frases que espelhem os valores da instituição.• <u>Marketing digital:</u><ul style="list-style-type: none">• Destaque dos valores no website, intranet, BIP, assinatura e-mail.

Figura 1 – Sumário 1ª campanha de comunicação

2. Segunda campanha de comunicação – hábitos de trabalho saudáveis

A segunda campanha de comunicação tem como objetivo estimular e envolver a comunidade INESC TEC em ações que promovam hábitos de trabalho mais saudáveis. Espera-se que esta campanha de comunicação seja implementada em outubro.

A figura seguinte sumariza as ações de comunicação a implementar na segunda campanha:

OUTUBRO

Ações:

- Marketing direto:
 - Divulgação das ações relacionadas com hábitos de trabalho saudáveis através de e-mail direto.
- Marketing digital:
 - Divulgação de conteúdos relacionados com estas ações na intranet, redes sociais institucionais e BIP.

Figura 2 – Sumário 2ª campanha de comunicação

3. Terceira campanha de comunicação – o envolvimento com a comunidade

A terceira campanha de comunicação pretende envolver os colaboradores do INESC TEC com a comunidade que nos envolve através de duas grandes ações: 1) incentivo à doação de sangue e registo na base de dados de dadores de medula óssea e 2) divulgação da campanha de Natal. Esta campanha irá decorrer em novembro.

A figura seguinte apresenta um sumário das ações de comunicação a implementar na terceira campanha:

NOVEMBRO

Ações:

- Marketing digital e marketing direto:
 - Partilha de facts & figures, através redes sociais, e-mail, notícias, entre outros, acerca da importância da doação de sangue e de medulla óssea;
- Marketing direto:
 - Incentivo, através de e-mail, à participação na campanha de Natal através de e-mail, redes internas, entre outros.
- Marketing direto – e-mail para global | Marketing digital – intranet:
 - Publicação dos resultados do consumo de energia, eletricidade e gás.

Figura 3 – Sumário 3ª campanha de comunicação

4. Quarta campanha de comunicação – o balanço e as perspetivas

A quarta campanha de comunicação pretende encerrar o ano 2021 com um balanço e apresentar algumas perspetivas sobre o ano de 2022. Irá decorrer em dezembro e as ações previstas são apresentadas na figura abaixo:

DEZEMBRO

Ações:

- Marketing direto – email:
 - Apoio na divulgação de um inquérito para obtenção de feedback sobre o Código de ética para a investigação;
 - Promoção e divulgação de um questionário sobre os valores da instituição;
 - Publicação resultados do consumo de água;
 - Divulgação das medidas a implementar em 2022 para manutenção da redução do consumo de água;
- Relações Públicas:
 - Organização evento final ano para balanço 2021 e apresentação e divulgação projetos com relevância e impacto social.

Figura 4 – Sumário 4ª campanha de comunicação

3. Orçamento Global indicativo

Total estimado: 2.600€

- Intervenção espaços comuns para valores institucionais: 500€
- Carros limpezas para separação lixo: 1.500€
- Componentes para iniciativa TECH Converter: 400€
- Material publicitário para divulgação campanha de Natal: 200€

4. Sumário dos KPIs

Sumário KPIs		
Dimensão	Ação	KPI
Interna Princípios Organizacionais	Monitorização do código de ética	⇒ Parecer final de acordo com as preocupações definidas no GRACE. ⇒ Maior conhecimento dos colaboradores sobre a existência do código de ética na investigação.
	Partilhar e dar vida aos valores institucionais	⇒ Sensibilizar e alinhar as ações dos colaboradores a estes valores. ⇒ Resultado apurado via questionário sobre a perceção dos colaboradores nesta matéria.
Interna Colaboradores	Informação sobre saúde psicológica, autocuidado, apoio aos colegas	⇒ N.º de feedback recebido
	Reativação linha de apoio	⇒ N.º de pessoas que recorreram à linha
	Formação líderes em saúde	⇒ N.º de participações
	Partilha de estratégias de autocuidado	⇒ N.º de feedback recebido ⇒ N.º de partilhas
Interna Ambiente	Boas práticas dos colaboradores	⇒ N.º de cápsulas Nespresso recicladas. ⇒ Quantidade de tampinhas recolhidas (em kg). ⇒ Redução consumo de água em m ³ /ano
	Diagnóstico ambiental	⇒ Consumo médio de energia elétrica (kWh/mês/colaborador). ⇒ Consumo médio de gás (m ³ /mês/colaborador). ⇒ Emissões médias de CO ₂ (kgCO ₂ /mês/colaborador)." ⇒ Consumo água m ³ /ano
Externa Sociedade	Envolvimento com a comunidade	⇒ N.º de participantes na sessão pública. ⇒ N.º de projetos sugeridos pelos responsáveis (evolução trimestral).
	Ações de voluntariado	⇒ N.º de ações realizadas ⇒ N.º de participantes/resultados voluntariado ⇒ N.º equipamentos doados e recuperados. ⇒ N.º de doadores campanhas sangue e medula óssea

Figura 5 – Sumário KPIs



5. Roadmap das ações

2021	Princípios organizacionais	Colaboradores	Ambiente	Sociedade	Mercado
setembro	Divulgação código de ética para a investigação Levantamento e confirmação dos valores da instituição		Reforço comunicação reciclagem cápsula Nespresso e tampinhas		Marketing direto: e-mail Marketing digital: intranet
outubro	Intervenção nos espaços comuns para a partilha dos valores Partilha valores em sessão pública	Ações relacionadas com hábitos de trabalho saudáveis: saúde ocupacional, formação de líderes, estratégias de autocuidado			Publicidade: suportes Relações públicas: sessões Merchandise: produção Marketing digital: website, intranet, BIP, assinatura e-mail Marketing direto: e-mail
novembro			Publicação resultados consumo de energia, eletricidade e gás Transporte das tampinhas recolhidas para instituição de solidariedade Social	Campanha doação de sangue e registo base de dados dadores de medula óssea Divulgação campanha de Natal	Marketing direto: e-mail Marketing digital: intranet, redes sociais, BIP
dezembro	Questionário final código de ética para a investigação Questionário perceção valores da instituição		Divulgação medidas implementadas para redução consumo de água e maximização da recolha de lixo no edifício sede	Apresentação projetos passados e em curso com relevância e impacto social, com destaque especial para iniciativas relacionadas com o combate à COVID-19	Marketing direto: e-mail Relações Públicas: organização sessão

Figura 6 - Ações previstas para 2021