

PLANO DE COMUNICAÇÃO

INESC PORTO

2010



Objectivos de Comunicação para 2010, perfil do INESC PORTO, análise SWOT.
Calendarização de acções para atingir os objectivos propostos.

1985
2010
25ANOS

Serviço de Comunicação
s-comunicacao@inescporto.pt
T1 - 22 209 4214
T2 - 22 209 4018
F - 22 209 4050

ÍNDICE

| | |
|--|---|
| 1. Introdução | 2 |
| 2. Balanço da actividade de comunicação de 2009..... | 3 |
| 3. Análise do impacto das actividades desenvolvidas em 2009..... | 4 |
| 4. Análise SWOT da Comunicação e Imagem | 5 |
| 5. Objectivos globais para 2010 | 8 |
| 6. Acções de comunicação, calendário e públicos..... | 9 |

1. INTRODUÇÃO

Para a elaboração deste plano foram considerados o actual contexto do INESC PORTO, as suas envolventes interna e externa e os condicionalismos previstos para 2010. Foi ainda tida em conta uma indispensável articulação com o Plano de Actividades para 2010, de modo a assegurar uma maior adequação das actividades de Comunicação às necessidades reais da instituição.

Após uma breve avaliação das actividades desenvolvidas pelo Serviço de Comunicação em 2009, descrevem-se os propósitos para 2010, devidamente enquadrados nos objectivos estratégicos globais do INESC PORTO.

A análise do perfil do INESC PORTO, identificando as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da Comunicação e Imagem, permite adequar as acções aos objectivos, potenciando as possibilidades e minimizando os riscos.

O plano de comunicação, sendo um instrumento valioso para o funcionamento eficiente da comunicação numa instituição, deve ser executado o mais rigorosamente possível e a sua implementação deve ser avaliada, findo o período previsto.

2. BALANÇO DA ACTIVIDADE DE COMUNICAÇÃO DE 2009

Uma análise cuidada às actividades realizadas em 2009, leva-nos a concluir que muitas acções importantes foram empreendidas, com especial destaque para a função de assessoria de imprensa, que passou a ser assegurada pelo Serviço de Comunicação.

- Intensificação da assessoria de imprensa com vista ao reforço da presença do INESC PORTO nos Média: com a decisão de rescisão do contrato anual com a empresa Mediana, o Serviço de Comunicação empreendeu esforços no sentido de superar o nível quantitativo e qualitativo da assessoria que vinha a ser realizada nos últimos anos.
- Actualização regular de imagens e conteúdos na página Web do INESC PORTO em português e inglês: inclusão diária de notícias, eventos e notas de imprensa.
- Organização da participação do INESC PORTO em eventos que promoveram a sua imagem no exterior, como foi o caso das 4^{as} Jornadas de Inovação (AdI), da Mostra Portugal Tecnológico (MEI), do Congresso das Comunicações'09/Innovation Lounge (APDC), da Exposição de Energias Renováveis (CM Aveiro e ASPEA) e da preparação da 2^a edição do Programa Rede de Residências em 2010 (Ciência Viva e DG Artes).
- Apoio à Direcção, Unidades e Serviços do INESC PORTO, incluindo coordenação de acções promocionais, concepção de novos suportes de comunicação (tais como um novo DVD institucional – em fase de conclusão – e uma renovada apresentação institucional em Powerpoint) e disponibilização de informação e fotografias institucionais.
- Apoio na organização de eventos, com a chancela do INESC Porto na organização, como a SMC'09 - 6th Sound and Music Computing Conference e a ICTPI'09 - 12th International Conference on Technology Policy and Innovation, ao nível da produção de suportes de comunicação, da cobertura fotográfica, bem como do contacto com jornalistas.
- Acompanhamento de visitas de empresas/instituições ao INESC PORTO, como foi o caso das visitas de representantes do Fraunhofer, do Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS) e da Carnegie Mellon University, bem como da Embaixadora do Canadá e do Reitor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). O apoio prestado pelo S. Com passou pela preparação de material promocional a ser entregue, registo fotográfico e redacção de notícias para BIP e/ou newsletter da U.Porto.
- Sensibilização dos jovens e cidadãos em geral para a área da Ciência – vertente de Comunicação de Ciência: organização de visitas de alunos e participação institucional em eventos como a Semana Profissão Engenheiro da FEUP, a Mostra da U.Porto, a Semana da C&T (visita aos Laboratórios da UOSE e organização do debate “Senhor Engenheiro Darwin”), a Exposição Porto Cidade Ciência, as Palestras Divertidas (Projecto Pular a Cerca) e a iniciativa Nano Dias (Ciência Viva).
- Articulação com a Reitoria e a FEUP na execução de iniciativas conjuntas de Comunicação, o que incluiu a representação do INESC PORTO na Comissão de Acompanhamento da 7.^a Mostra da Universidade do Porto, bem como na Comissão Organizadora do Ciclo de Conferências “Science: What Else?”.

- o Organização de eventos para promoção da coesão interna, como foi o caso do Concurso de Fotografia, Torneio de Futebol, Magusto, Comemorações do 9º aniversário do BIP e da sua 100ª edição e ainda Convívio de Natal/Lanche Multicultural.
- o Interlocução com os Grupos LA relativamente a actividades relacionadas com a área de Comunicação, tais como a divulgação interna e externa das suas actividades, a inclusão de notícias no BIP e a disponibilização do serviço de assessoria de imprensa. Destaque ainda para a criação da imagem corporativa da UGEI, que foi devidamente uniformizada com a do INESC PORTO, bem como o permanente incentivo à participação do LIAAD, CRACS, UGEI e Grupo de Robótica nas iniciativas internas do INESC PORTO.
- o Produção mensal do BIP: planeamento da edição, redacção de destaques e notícias, organização da informação, validação final e divulgação interna, em Portugal e no Brasil.
- o Coordenação de acções para a disponibilização on-line do BIP trimestral em inglês para divulgação a Faculdades e Universidades de 25 países.
- o Envio de mensagens electrónicas para divulgação de eventos ou informação de interesse geral para a instituição, bem como resposta a pedidos de informação do exterior, o que inclui as mensagens enviadas para o nosso portal Web.
- o Redacção e colocação semanal de notícias, recortes de imprensa e bolsas do INESC PORTO na Newsletter da U.Porto.

Ficaram por realizar alguns projectos que, por serem tão relevantes para a eficácia da comunicação interna e externa, transitarão para o ano de 2010 e serão inseridos nas comemorações dos 25 anos do INESC no Porto. Será o caso da renovação gráfica/estrutural do Website e da criação de uma assinatura de e-mail uniformizada para todos os colaboradores.

3. ANÁLISE DO IMPACTO DAS ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS EM 2009

É importante salientar determinadas actividades desenvolvidas no ano de 2009 que tiveram um impacto relevante na instituição, contribuindo de forma inegável para a afirmação da imagem do INESC PORTO e para o reconhecimento do seu papel preponderante na I&DT nacional e internacional.

- o A assessoria de imprensa, assumida integralmente pelo Serviço de Comunicação desde Janeiro, teve uma nota extremamente positiva durante 2009, tendo o número de notícias sobre o INESC PORTO mais do que duplicado. Considerando a contagem apenas até ao final do mês de Novembro de 2009, registam-se 323 notícias (16 em televisão e rádio e 307 na imprensa), tendo sido enviadas 19 notas de imprensa. Recorde-se que no ano de 2008 foram divulgadas 15 notas de imprensa e publicadas 115 notícias. É importante realçar não só a quantidade, mas também a qualidade, pois conseguiram-se reportagens de fundo em órgãos como o Diário Económico, Jornal de Negócios, Público, Jornal de Notícias, RTP, TVI e TSF.
- o O website e o Boletim do INESC PORTO (BIP) continuam a ser os instrumentos mais válidos e eficazes de que a instituição dispõe actualmente para comunicar com o exterior. Na realidade, além de informarem os diversos públicos sobre a actividade desenvolvida no INESC PORTO, estes suportes favorecem a comunicação em ambos os sentidos. Recorde-se que o S. Com recebe e-mail diário com questões, pedidos e sugestões enviados através do website, alguns deles com potencial suficiente para se converterem em

propostas efectivas de cooperação ou iniciativas conjuntas com empresas. Esta vantagem resulta do esforço empreendido diariamente para assegurar a actualização do website. Quanto ao BIP, pode considerar-se o mais poderoso veículo de disseminação das actividades do INESC PORTO, bastando pesquisar qualquer área ou projecto num motor de busca para logo aparecerem várias entradas com ligação para o BIP.

- Espera-se que o DVD institucional do INESC PORTO, em fase de conclusão, se venha a revelar num poderoso instrumento de comunicação das actividades do INESC PORTO, projectando para o exterior uma imagem de prestígio e inovação.
- Finalmente, a participação do INESC PORTO em eventos como as Jornadas da Agência de Inovação (AdI) e a Mostra Portugal Tecnológico, reforçaram a posição e visibilidade do INESC PORTO no universo da I&DT em Portugal. De realçar ainda os esforços empreendidos no sentido da divulgação de Ciência aos mais Jovens e ao Público em geral, em estreita colaboração com a Ciência Viva e a Porto Cidade Ciência, onde se destaca a participação na Semana da C&T, a Exposição Porto Cidade Ciência, as Palestras Divertidas e a Exposição Nano Dias.

4. ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO E IMAGEM

Com vista a definir as áreas de intervenção prioritárias para o S.Com, começa-se por uma análise SWOT da Comunicação e Imagem no INESC PORTO:

COMUNICAÇÃO INTERNA

Forças

- ✓ A organização de sessões internas de apresentação das actividades das Unidades de Investigação (UTM LabMeetings, UOSE Meetings e USIC Soft Meetings) estimula a comunicação e potencia a partilha de informação.
- ✓ O Boletim do INESC PORTO (BIP) continua a encontrar uma adesão muito expressiva junto dos colaboradores. Este acolhimento positivo tem-se manifestado através da participação na produção mensal do BIP, contribuindo os colaboradores com novas ideias, notícias e artigos de opinião, por exemplo. De realçar ainda as iniciativas criadas em redor do BIP, tais como o Concurso de Fotografia e o Magusto, que reforçam o sentimento colectivo de pertença.

Fraquezas

- ✓ A distribuição dos colaboradores por Unidades e Grupos LA e a dispersão de alguns pelos espaços da FEUP, FCUP e LIAAD dificulta o contacto pessoal e o convívio.
- ✓ Por vezes, a Direcção e a maior parte das chefias não têm sensibilidade para divulgar oficialmente as notícias internas, como mudanças de funções ou novos cargos, por exemplo. Também não se têm comunicado os objectivos e as estratégias da instituição para cada ano. Esta atitude facilita as “conversas de corredor”, os boatos e a distorção da informação, fazendo com que os colaboradores se sintam à margem das decisões da instituição.

- ✓ Com excepção do Torneio de Futebol, Magusto e Convívio de Natal, continua a haver poucos eventos institucionais que promovam o convívio interpessoal e o intercâmbio de ideias entre a maioria dos colaboradores.

Oportunidades

- ✓ A comemoração dos 25 anos do INESC no Porto em 2010 e as iniciativas de convívio interno previstas, tais como o “Fim-de-Semana Aventura” e o “Lanche Interno”, constituirão certamente uma excelente oportunidade para a coesão do colectivo e para o reforço de uma cultura comum.
- ✓ Os meios de comunicação interna disponíveis – divulgação de novidades e oportunidades por e-mail para lista Global, BIP e Newsletter da U.Porto – têm potencial de eficácia para manter os colaboradores informados, ao mesmo tempo que possibilitam uma comunicação bilateral. Destaque para o e-mail e a vertente interactiva do BIP que permite inserir um comentário em todas as secções.

Ameaças

- ✓ Se não houver um rigoroso planeamento da sua comunicação aos colaboradores, a entrada de novos Grupos no INESC PORTO e no Laboratório Associado poderá dificultar a correcta percepção do que queremos ser e dos objectivos que pretendemos alcançar no futuro. Por exemplo, apesar dos esforços do BIP em informar e esclarecer esta questão, muitos colaboradores ainda confundem o papel das Unidades/Grupos do INESC PORTO e dos Grupos do LA.
- ✓ Com a necessidade de organizar inúmeras iniciativas no âmbito da comemoração dos 25 anos do INESC no Porto e a ausência prevista da Responsável do Serviço de Comunicação numa parte do ano de 2010, antevê-se que os recursos humanos do Serviço se mostrem manifestamente insuficientes face às tarefas que lhes serão atribuídas, considerando ainda as solicitações diárias não planeadas.

COMUNICAÇÃO EXTERNA

Forças

- ✓ O recente impulso verificado na assessoria de imprensa em 2009 converteu-se numa penetração bastante significativa da marca INESC PORTO em órgãos de comunicação social generalistas e económicos de referência, sem menosprezar os restantes meios. Não será então exagerado extrapolar a dedução de que a duplicação do número de notícias publicadas num espaço de um ano tenha aumentado de forma inequívoca o conhecimento público e a notoriedade das actividades desenvolvidas pelo INESC PORTO.
- ✓ O Boletim do INESC PORTO (BIP), divulgado junto de públicos especializados (universidades, centros de I&D, empresas), transmite uma imagem coerente e reforça o posicionamento de inovação.
- ✓ A consolidação da actividade nas áreas das Unidades e, em alguns casos, a conquista de um estatuto de referência – como acontece com a Unidade de Sistemas de Energia -, tornam o INESC PORTO cada vez mais reconhecido no meio como uma instituição de prestígio, credível e de renome, sendo os seus projectos de I&D, na sua maior parte, de interesse geral para a comunidade. Para esta notoriedade contribuem ainda os

cargos acumulados por elementos da Direcção do INESC PORTO noutras actividades de referência, de que são exemplo a UTEN Portugal, MIT Portugal, Plataforma Manufature e Produtech, entre outros.

- ✓ A emergência de novas competências que resultam da adesão de novos Grupos ao INESC PORTO e a exploração de novas áreas ampliam a notoriedade e o prestígio da instituição, contribuindo para associações favoráveis junto de *targets* especializados.

Fraquezas

- ✓ O *website* do INESC PORTO, que devia ser um meio privilegiado de divulgação da imagem da instituição, é pouco apelativo e não tem informação actualizada sobre as actividades mais estratégicas.
- ✓ Nem sempre se verifica o interesse, por parte dos responsáveis de alguns projectos/resultados a divulgar, de tornar a linguagem menos técnica e mais acessível ao cidadão comum, bem como o estabelecimento de analogias com a realidade. Daí resulta ainda uma inerente dificuldade na criação de uma relação de empatia com os jornalistas.
- ✓ Além disso, algumas iniciativas e actividades com interesse mediático acabam por perder a oportunidade de serem divulgadas em tempo útil devido a dificuldades de tempo e agenda dos responsáveis de Unidade ou Área que devem validar as notas de imprensa. Acontece ainda por vezes que estes mesmos responsáveis não estão sensibilizados para a importância de comunicar os resultados e por isso não facilitam a tarefa do Serviço de Comunicação no sentido de obter os dados necessários à elaboração de uma nota de imprensa.

Oportunidades

- ✓ Espera-se que a comemoração dos 25 anos do INESC no Porto e os eventos previstos neste âmbito, tais como as palestras temáticas e a conferência internacional, projectem para o exterior a imagem de uma instituição sólida com experiência reconhecida que responde às necessidades da Indústria/Empresas e é motor de progresso para o País e para a sociedade em geral.
- ✓ O modelo do INESC PORTO – Laboratório Associado assumido como Rede e a integração de novos Grupos, bem como a criação de empresas *spin-off* potenciam a atracção de mais e melhores investigadores, favorecendo ao mesmo tempo o crescente interesse dos Média e de possíveis parceiros.
- ✓ A utilização do Serviço de Notícias *AlphaGalileo* confere visibilidade ao INESC PORTO ao nível dos OCS europeus. Por outro lado, a nível nacional, assiste-se a uma proliferação de meios especializados dedicados aos temas de Empreendedorismo e Inovação.
- ✓ A exploração das competências que o Serviço de Comunicação adquiriu nas vertentes de Assessoria de Imprensa e de Tradução poderá contribuir para uma maior visibilidade do INESC PORTO no exterior.

Ameaças

- ✓ Tem vindo a ocorrer uma redução significativa das secções dedicadas à Ciência e Tecnologia em publicações generalistas de renome.

- ✓ Existe muitas vezes o risco de se promoverem projectos mais sensíveis, cuja divulgação pode inviabilizar novas iniciativas e parcerias, especialmente quando a mensagem é difundida de forma menos rigorosa pelos Média.

5. OBJECTIVOS GLOBAIS PARA 2010

No seu Plano para o próximo ano, que interessa conhecer para estabelecer e adequar uma estratégia de comunicação, o INESC PORTO elegeu os seguintes objectivos globais, subordinados ao lema “10 metas para 2010”:

1. Consolidar a integração no INESC PORTO LA de todos os grupos aderentes recentes, com o robustecimento de uma cultura corporativa comum.
2. Acelerar o processo de presença no Brasil, com a criação nesse País do instrumento legal e institucional adequado para actuação naquele território estrangeiro e a constituição do INESC P&D Brasil. Neste contexto, consolidar a política de alianças com uma rede seleccionada de Universidades locais e reforçar as relações com empresas portuguesas actuando nessa área do globo.
3. Reforçar a conquista de projectos contratados directamente por empresas, no cenário nacional e internacional, e construir os mecanismos organizacionais que agilizem essa actividade e apoiem os esforços das Unidades, Grupos e investigadores nesse sentido, de forma a incrementar significativamente a participação dessa actividade na geração de proveitos.
4. Fortalecer as parcerias entretanto constituídas no âmbito da aprovação de várias candidaturas dos vários Pólos e *Clusters* em que o INESC PORTO está envolvido.
5. Prosseguir a implementação das recomendações da Comissão de Acompanhamento Científico, nomeadamente no que diz respeito à reestruturação de algumas Unidades e à identificação e desenvolvimento de projectos mobilizadores, que reúnam as competências e recursos de várias Unidades, criando vantagens competitivas únicas da instituição. Nomeadamente, consolidar a existência de actividades científicas transversais e ganhar nova visibilidade e reconhecimento externo dessas competências e investir nos processos de geração de excelência científica.
6. Em função do novo perfil de composição do INESC Porto LA, redefinir o modelo de sustentação económica e financeira.
7. Robustecer o processo de pré-incubação de empresas *spin-off*.
8. Identificar e implementar as alterações organizacionais necessárias à adaptação do INESC PORTO ao novo estatuto de Fundação da Universidade do Porto e ao novo estatuto e novos Departamentos da FEUP.
9. Consolidar a parceria formada com grupos da FEUP para a constituição de uma associação de esforços na área da Energia e desenvolvimento das actividades necessárias à construção do novo edifício dedicado àquele tema.
10. Comemorar de forma adequada, prestigiante e visível o 25º aniversário da presença do INESC no Porto.

6. ACÇÕES DE COMUNICAÇÃO, CALENDÁRIO E PÚBLICOS

Com base nos objectivos globais definidos pela Direcção do INESC PORTO, o Serviço de Comunicação procurará desenvolver em 2010 as seguintes acções, enumeradas meta a meta:

META 1: Consolidar a integração no INESC PORTO LA de todos os grupos aderentes recentes

Pretende-se comunicar interna e externamente o estatuto INESC PORTO LA e sua imagem e procurar a integração de todos os Grupos na “cultura” INESC PORTO.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|---|---|----------------------------|---|
| Incluir informação sobre Grupos LA no website e suportes de comunicação | Clarificação do papel e estatuto dos Grupos LA no INESC PORTO. Exploração das mais-valias decorrentes da cooperação. | Actualizar ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |
| Articulação com Grupos LA na divulgação de notícias no BIP e nos Média | Divulgação das actividades dos Grupos LA, consolidando os benefícios mútuos desta cooperação: Incluir notícias do LIAAD, CRACS e UGEI na <i>newsletter</i> da U.Porto e no BIP, bem como incentivar à participação dos seus investigadores nestes órgãos. Disponibilizar o serviço de Assessoria de Imprensa aos Grupos LA. | Ao longo do ano | Interno Geral Academia Empresas Parceiros |
| Inclusão dos colaboradores dos Grupos LA nas actividades de convívio do INESC PORTO | A participação no Torneio de Futebol, Concurso de Fotografia e Convívio de Natal, bem como o envio de informação interna contribuirão para a integração dos Grupos LA no espírito do INESC PORTO. | Ao longo do ano | Interno |
| Responder a pedidos de informação do exterior | Uniformizar a informação divulgada sobre o novo modelo do INESC PORTO interna e externamente. | Ao longo do ano | Interno Externo |

META 2: Acelerar o processo de constituição do INESC P&D Brasil

O objectivo é apoiar a Direcção na definição de uma estratégia de comunicação para implementação desta nova instituição no Brasil, bem como na consolidação da política de alianças com as Universidades locais e no reforço das relações com as empresas portuguesas estabelecidas nesse País.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|--|--|-----------------|--------------------------------|
| Produzir informação e imagens para criação de novos suportes de comunicação e também conteúdos para disponibilização on-line | Produção de desdobráveis, panfletos e outros suportes de comunicação sobre a interação INESC PORTO LA e INESC P&D Brasil para distribuição a académicos, empresas e parceiros em Portugal e no Brasil. Reforço da mesma informação em formatos electrónicos, para apresentação em eventos (Powerpoint com vídeo) e nos <i>websites</i> do INESC PORTO LA e das Universidades aderentes. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |
| Potenciar notícias nos Média portuguesas e brasileiras sobre a acção do INESC Porto no Brasil | Divulgação nos Média de Portugal e do Brasil das actividades do INESC PORTO naquele País e da constituição do INESC P&D, salientando os benefícios mútuos desta cooperação. Esforço de promoção de entrevistas exclusivas, nos Média mais relevantes de Portugal e do Brasil, aos directores do INESC PORTO e reitores das 8 universidades brasileiras aderentes ao INESC P&D Brasil. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

META 3: Reforçar a conquista de projectos contratados directamente por empresas

Investir na actualização permanente dos meios de informação mais eficazes ao dispor do INESC PORTO e assegurar resposta célere às questões do exterior.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|---|--|-----------------|--------------------------------|
| Aposta na actualização do <i>website</i> , respostas imediatas a questões do exterior e divulgação da actividade do INESC PORTO | Permitir que as empresas conheçam o que se faz no INESC PORTO a cada momento através do <i>website</i> , BIP e <i>newsletter</i> da U.Porto e assegurar resposta diária a questões que chegam através do portal. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

| | | | |
|---|--|-----------------|-----------------------|
| Criação de novos suportes de comunicação para divulgação da actividade do INESC PORTO às empresas | Apoiar as Unidades na produção de conteúdos para concepção de novos suportes de comunicação e acções de marketing directo. | Ao longo do ano | Empresas Parceiros |
|---|--|-----------------|-----------------------|

META 4: Fortalecer as parcerias constituídas no âmbito dos Pólos e Clusters aprovados

Reforço do papel do S. Comunicação na articulação com as diversas entidades/empresas de cada Pólo e Cluster.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|--|--|-----------------|--------------------------------|
| Articulação com os gabinetes de comunicação dos Pólos e Clusters com vista à divulgação de iniciativas aos Média | O S.Com deve articular-se com os gabinetes de comunicação dos Pólos e Clusters em que o INESC PORTO está envolvido, de modo a participar activamente na organização de iniciativas conjuntas planeadas para 2010 e na respectiva divulgação aos Média. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |
| Divulgação interna de iniciativas e resultados dos Pólos e Clusters | Divulgação no BIP e por e-mail para a lista Global e dos Grupos LA das iniciativas dos Pólos e Clusters, bem como dos resultados obtidos. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

META 5: Implementar as recomendações da Comissão de Acompanhamento Científico

Apoiar o INESC PORTO na consolidação de actividades científicas transversais, bem como na obtenção de uma maior visibilidade e reconhecimento externo dessas competências.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|--|---|-----------------|--------------------------------|
| Potenciar a divulgação das novas competências e áreas transversais | Reforçar a imagem do INESC PORTO nos Média como uma instituição multidisciplinar, salientando as soluções completas oferecidas a clientes. Divulgação das novas competências no website, BIP e suportes de comunicação a criar oportunamente. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

| | | | |
|---|---|-------------------------------------|-----------|
| Disponibilizar as competências do S.Com às Unidades para execução de projectos de I&D | A inclusão de custos de acções de comunicação, tais como produção de <i>websites</i> , panfletos, brochuras, anúncios de jornais ou notas de imprensa, valoriza os projectos e o próprio Serviço. | Sempre que se enquadrar no projecto | A definir |
|---|---|-------------------------------------|-----------|

META 6: Redefinir o modelo de sustentação económica e financeira

Apoiar a Direcção, no que estiver ao alcance do Serviço de Comunicação no âmbito das competências que lhe são atribuídas, nesta redefinição do modelo económico-financeiro considerando o novo perfil do INESC PORTO LA.

META 7: Robustecer o processo de pré-incubação de empresas spin-off

Apoiar as novas empresas spin-off nas vertentes de assessoria de imprensa e, eventualmente, na consultoria de imagem e suporte à criação de suportes de comunicação.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|---|---|-----------------|---|
| Potenciar a divulgação das empresas <i>spin-off</i> nos Média e internamente | Redigir notas de imprensa e estabelecer contactos com os Média para lançamento da empresa no Mercado e/ou para anunciar novos produtos e serviços. Divulgar no BIP e na <i>newsletter</i> da U.Porto a criação destas empresas, promovendo reportagens detalhadas e entrevistas aos responsáveis. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros Interno |
| Apoiar as empresas spin-off na criação de uma identidade corporativa e suportes de comunicação associados | Facilitar contactos ao nível do design e da produção gráfica para concepção de uma imagem corporativa, bem como dos suportes de comunicação associados (tais como <i>websites</i> , desdobráveis e brochuras). Prestar apoio ao nível de aconselhamento de Imagem. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros Interno |

META 8: Adaptar o INESC PORTO ao novo estatuto de Fundação da U.Porto e dos novos Departamentos da FEUP

Apoiar a Direcção, Unidades e Serviços na implementação das alterações organizacionais que vierem a revelar-se necessárias para a adaptação ao novo estatuto.

META 9: Consolidar a parceria com a FEUP na associação de esforços na área da Energia e desenvolvimento das actividades necessárias à construção do novo edifício

Apoiar a Direcção, no que estiver ao alcance do S.Com no âmbito das competências que lhe são atribuídas, nesta obra de grande relevância para o INESC PORTO LA.

META 10: Comemorar o 25º aniversário da presença do INESC no Porto de forma adequada, prestigiante e visível

O S.Com, articulado com a Direcção, tratará de organizar e dinamizar diversas iniciativas relacionadas com a Comemoração dos 25 anos do INESC no Porto.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|---|--|---------------------------|---|
| Concepção da marca 25 anos e suas aplicações | Apoio à criação do logótipo e sua aplicação em suportes, tais como material de correspondência, assinatura de e-mail, website, BIP, autocolantes para janelas, bandeira, lona e presentes-prestígio. | Janeiro | Geral Empresas/ Parceiros Interno |
| Produtos e acções promocionais associados às Comemorações dos 25 anos | Concepção de produtos alusivos às Comemorações: (1) brochura com os resultados mais relevantes dos 25 anos, (2) spot publicitário para televisão, (3) maquete e filme animado sobre o novo edifício, (4) pintura mural num espaço comum do edifício. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros Interno |
| Promoção da Arte e Cultura no ano das Comemorações | Organização da iniciativa LivingLab Imagens de um Laboratório de Investigação. Trata-se de uma residência artística de alunos da FBAUP que produzirão um reportório de imagens documentais no INESC PORTO. No final haverá uma mostra dos trabalhos, ficando depois uma selecção exposta em permanência em diversos espaços do edifício. | Primeiro trimestre | Interno Geral |
| Organização de eventos com projecção externa alusivos às Comemorações dos 25 anos | Organização de duas palestras e uma conferência internacional relacionados com as nossas áreas de actividade, abertas não só à comunidade académica e empresarial, mas também ao público em geral. | Junho Julho Outubro | Academia Empresas/ Parceiros Geral |

| | | | |
|---|---|--------------------------|--|
| <p>Apresentação de um novo <i>website</i> com imagem renovada e conteúdos reestruturados.</p> | <p>Aproveitando as Comemorações dos 25 anos, divulgar-se-á um novo <i>website</i> do INESC PORTO LA. Esta proposta sugere que se conjuguem design e conteúdos para que o portal possa servir um propósito comunicativo mais eficaz e interactivo, assegurando ao mesmo tempo a uniformidade de imagem e conteúdos das páginas das várias Unidades.</p> | <p>Primeiro semestre</p> | <p>Geral Empresas Parceiros</p> |
| <p>Alargamento das comemorações dos 25 anos ao público dos ex-colaboradores do INESC PORTO</p> | <p>Numa lógica de intercâmbio de ideias e de <i>benchmarking</i>, organizar a palestra “INESC no Porto: Experiências e Percursos”, em que os convidados de honra serão ex-colaboradores do INESC PORTO que fundaram as suas próprias empresas ou optaram por seguir outro trajecto profissional.</p> | <p>Setembro</p> | <p>Geral</p> |
| <p>Promoção de iniciativas de convívio interno a propósito das comemorações dos 25 anos do INESC no Porto</p> | <p>Organização da iniciativa (1) “Fim-de-semana Aventura”, um encontro de colaboradores e respectivas famílias num local em contacto com a natureza com actividades desportivas e de lazer programadas; e de um (2) convívio interno no edifício, onde serão homenageados os colaboradores que comemoram 25 anos de actividade.</p> | <p>Maio Novembro</p> | <p>Interno</p> |
| <p>Organização de sessão solene de Encerramento das Comemorações dos 25 anos</p> | <p>Esta iniciativa incluirá um colóquio interno sobre “O que é o INESC PORTO 25 anos depois”, com intervenções de fundadores do INESC no Porto e outros convidados de honra (entre ex-colaboradores e clientes/parceiros de longa data). Haverá ainda a entrega de presentes-prestígio aos convidados de honra e ofertas a quem está no INESC desde 1985. Neste evento prevê-se também um momento artístico: concerto ou outra actividade lúdica.</p> | <p>Dezembro</p> | <p>Interno Academia Parceiros Clientes</p> |
| <p>Adesão do INESC Porto LA às Redes Sociais</p> | <p>A propósito da comemoração dos 25 anos, conferir visibilidade ao INESC PORTO LA em redes como o <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i> e <i>YouTube</i>.</p> | <p>Ao longo do ano</p> | <p>Geral</p> |

Acrescem a estas metas definidas pela Direcção, outros objectivos planeados pelo S.Com relativos à Comunicação e Imagem do INESC PORTO que tentaremos concretizar em 2010.

OBJECTIVO 11: Prosseguir com a redefinição da política de imagem da instituição

Pretende-se consolidar a imagem e visibilidade do INESC PORTO no exterior apostando na assessoria de imprensa, na organização de eventos ligados à Ciência e Tecnologia e na renovação de suportes de comunicação.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|---|--|-----------------|---------------------------------|
| Reforçar a função de assessoria de imprensa com vista a uma presença mais sustentada do INESC PORTO nos Média | Ao desenvolver uma estratégia de gestão da divulgação de informação, com a negociação de exclusivos nos Média mais relevantes, o INESC PORTO obterá uma maior notoriedade. | Ao longo do ano | Média Público em geral |
| Participação em eventos externos que promovam e fortaleçam a imagem da instituição | A participação do INESC PORTO em eventos relevantes nas suas áreas de actividade fortalece a imagem de uma instituição de excelência, desde que os materiais a expor se apresentem uniformizados com a recente imagem corporativa e os colaboradores que o representam sejam devidamente preparados. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |
| Sensibilização dos jovens para a área da Ciência – vertente de Comunicação de Ciência | Promover a organização de visitas de alunos e a participação institucional em eventos como a Semana Profissão Engenheiro da FEUP, a Mostra da U.Porto e a Semana da C&T, que reforçam a aposta na formação dos mais jovens. | Ao longo do ano | Jovens do 3º ciclo e secundário |
| Resposta imediata aos pedidos de cooperação recebidos através do website do INESC PORTO | Através de um mecanismo de resposta automática, o S.Com envia de imediato um e-mail garantindo o encaminhamento do assunto para a Unidade competente, a que se seguirá uma resposta mais completa e orientada no prazo de poucos dias. O S.Com deve fazer <i>follow-up</i> de cada pedido. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

| | | | |
|---|--|-------------------|--------------------------------|
| Disponibilização no <i>website</i> dos recortes de imprensa sobre as notícias do INESC PORTO e envio semanal a colaboradores subscritores deste serviço | Dar visibilidade no <i>website</i> aos mais importantes resultados alcançados pelo INESC PORTO, com actualizações diárias. Informados sobre as mais recentes novidades das actividades do INESC PORTO, os colaboradores transmitirão uma imagem de credibilidade para o exterior, sentindo-se ao mesmo tempo motivados e envolvidos numa missão comum. | Ao longo do ano | Geral Interno |
| Criação de uma assinatura de e-mail uniformizada e comum para todos os colaboradores do INESC PORTO | Considerando que o e-mail é um dos meios de comunicação mais utilizados e eficazes, é importante disponibilizar aos colaboradores uma assinatura uniformizada e obrigatória para o e-mail, apoiando e supervisionando a sua utilização. | Primeiro Semestre | Geral |
| Supervisionar a aplicação da imagem corporativa nos suportes produzidos pelas Unidades | A verificação do correcto uso dos suportes de comunicação é fundamental para a criação de uma imagem externa coerente. | Ao longo do ano | Geral Empresas Parceiros |

OBJECTIVO 12: Promover a comunicação interna e iniciativas que potenciem a interacção entre os colaboradores

O S.Com deve servir de facilitador na comunicação interna, nos sentidos ascendente e descendente, promovendo simultaneamente iniciativas de convívio entre os colaboradores das Unidades e Serviços, sem esquecer os dos Grupos LA.

| ACÇÕES | RESULTADOS | CALENDÁRIO | PÚBLICOS |
|--|---|--|----------|
| Organizar eventos internos e iniciativas conjuntas | O S.Com, com o apoio dos colaboradores que se voluntariem, organizará o (1) Torneio de Futebol, (2) o Concurso de Fotografia, (3) o Magusto, (4) o Convívio de Natal, e outros eventos que promovam o convívio entre os colaboradores. A organização de visitas entre as Unidades e os Grupos LA facilitaria igualmente o conhecimento mútuo. | (1) Abril/Maio (2) Setembro (3) Novembro (4) Dezembro | Interno |

| | | | |
|--|---|------------------------|----------------|
| <p>Promover a comunicação interna ascendente e descendente</p> | <p>O BIP e o envio sistemático de e-mail com informação de interesse geral para o público interno serão instrumentos facilitadores da eficaz comunicação interna descendente. O S.Com deve ainda articular-se com a DIP e sugerir a divulgação de certos assuntos de interesse interno e externo. Cabe também ao S.Com a tarefa de receber sugestões, dúvidas e pedidos dos colaboradores e encaminhá-los para a DIP, permitindo assim a comunicação interna no sentido ascendente. Outra função do S.Com será apoiar a DIP na realização de eventos que facilitem a comunicação interna.</p> | <p>Ao longo do ano</p> | <p>Interno</p> |
| <p>Melhorar e potenciar a comunicação interna através do BIP</p> | <p>Recorrer a mecanismos no BIP para melhorar a comunicação interna e avaliar a receptividade do órgão: a análise estatística das secções mais consultadas e a possibilidade de comentar cada artigo.</p> | <p>Ao longo do ano</p> | <p>Interno</p> |