

# Responsabilidade social: Replaneamento do plano 2020 (setembro-dezembro)

*Julho 2020*



## Sumário Executivo

Partindo de um diagnóstico efetuado por um grupo de colaboradores voluntários, com o apoio do Conselho de Administração, foi **constituída uma comissão técnica para a responsabilidade social**, em outubro de 2019, com o **objetivo incorporar a Responsabilidade Social (RS) na cultura organizacional do INESC TEC**. Esta comissão irá aconselhar os membros da Comissão Executiva na promoção das ações necessárias para esse fim.

A comissão terá um **mandato de 2 anos**. Inicialmente constituída por **5 elementos**: Sara Brandão (Presidente), Joana Coelho (Vice-Presidente), Bernardo Silva, Bárbara Tibério e Rita Cardoso, houve necessidade substituir a Bárbara Tibério que deixou de ser colaboradora do INESC TEC e reforçar a equipa por motivos de licença de maternidade da Rita Cardoso. Desta forma a comissão passou contar com 2 novos elementos: Miguel Correia Melo e Lídia Vilas Boas a partir de maio de 2020.

O **diagnóstico baseou-se na metodologia GRACE** - Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas -, que “pretende ser uma ferramenta para as pessoas que procuram formas de integrar a responsabilidade social na cultura das suas empresas e das empresas onde trabalham”. Concluiu-se que o INESC TEC está ainda num **estádio inicial de maturidade** no que diz respeito à RS.

Apresentamos neste documento **uma reformulação do plano estratégico de ações da Responsabilidade Social inicialmente apresentado para 2020**. Dado o confinamento geral e a maioria dos trabalhadores continuar em teletrabalho pareceu-nos mais razoável iniciar a nossa atividade apenas em setembro. Apresentamos de seguida o novo plano, explicando as reformulações que são, neste documento, propostas ao plano inicial.

O novo plano pretende igualmente promover ações quer internas quer externas, endereçando assim questões relacionadas não só com a própria instituição e seus colaboradores, mas também ações que apoiem a comunidade local e a sociedade em geral.

Neste primeiro mandato, e respondendo às 25 linhas de ação identificadas no diagnóstico como prioritárias, prevíamos inicialmente realizar um conjunto mais alargado de ações, que contemplavam cinco dimensões diferentes (princípios organizacionais, colaboradores, ambiente, sociedade e mercado). A pandemia COVID-19 teve um impacto em algumas dessas ações, que deverão, por isso, passar para execução apenas em 2021, se houver condições. Assim sendo, as ações tiveram de ser revistas e de setembro a dezembro de 2020 estão previstas a realização das seguintes iniciativas:

- **Desenvolver ações de monitorização** ao nível dos princípios organizacionais e nas questões relacionadas com os colaboradores, por forma a garantir que estão a ser contempladas as preocupações da RS nestas matérias.
- **Fazer um levantamento de ações já existentes**, interna e externamente (incluindo boas práticas), cobrindo 3 áreas distintas: **ambiente**, com vista à elaboração de um diagnóstico ambiental (e posterior elaboração de um plano de política ambiental em 2021); **ações de voluntariado**, delineando uma proposta de política interna que nos permita dar pareceres a solicitações que nos forem chegando e com vista à escolha de pelo menos duas oportunidades de voluntariado a propor aos nossos colaboradores; e finalmente, aproveitando o **cariz natural de “utilidade pública”** da instituição, promover os projetos de investigação com elevada relevância para a comunidade, com o intuito de reconhecer os colaboradores envolvidos e incentivar os restantes colaboradores a fazê-lo.
- **Promover ações de sensibilização internas**, em áreas consideradas prioritárias, promovendo boas práticas ambientais, hábitos de trabalho saudáveis, novas doenças laborais, e ainda partilhando e dando vida aos valores institucionais. A maioria destas ações será abordada em



2021 com workshops e ações de formação, para as quais procuramos desenvolver parcerias com entidades externas, tais como a LIPOR, o Instituto Português do Sangue e Transplantação, a e algumas unidades da Universidade do Porto, tais como a FPCEUP, a FCNAUP e o CDUP-UP, e com outros centros, serviços e pessoas dentro da própria instituição.

- **Desenvolver uma estratégia comunicação integrada de marketing** seguindo um calendário e objetivos específicos, alinhados com o conjunto de ações propostas, utilizando vários instrumentos de comunicação, de forma articulada, para atingir os KPIs definidos.
- **Realizar um relatório anual** com um balanço das ações realizadas e consequente avaliação do retorno e impacto destas atividades na instituição.



## Índice

1.	Introdução .....	7
1.1.	A Responsabilidade Social.....	7
1.2.	O âmbito do INESC TEC .....	8
1.3.	A missão, a visão e os valores do INESC TEC.....	8
2.	Plano de Responsabilidade Social 2020.....	9
2.1.	Objetivos gerais para 2020 .....	9
2.2.	Dimensão interna da responsabilidade social .....	9
	Princípios organizacionais, colaboradores e ambiente.....	9
2.2.1.	<b>Princípios organizacionais</b> .....	9
2.2.2.	<b>Colaboradores</b> .....	13
2.2.3.	<b>Ambiente</b> .....	17
2.3.	Dimensão externa da responsabilidade social Sociedade e mercado .....	20
2.3.	Dimensão externa da responsabilidade social.....	20
	Sociedade e mercado.....	20
2.3.1.	<b>Sociedade</b> .....	20
2.3.2.	<b>Mercado</b> .....	24
3.	Orçamento Global indicativo.....	28
4.	Sumário dos KPIs .....	29
5.	Roadmap das ações .....	31
5.1.	Ações previstas para 2020 .....	31
5.1.	Ações adiadas para 2021 .....	31



## Índice de Figuras

Figura 1 – Sumário 1ª campanha de comunicação .....	27
Figura 2 – Sumário 2ª campanha de comunicação .....	28
Figura 4 – Sumário KPIs .....	30



## Glossário

Sigla	Significado
AJ	Apoio Jurídico
CDUP-UP	Centro Desportivo da Universidade do Porto
CF	Contabilidade e Finanças
ESEP	Escola Superior de Enfermagem do Porto
FADEUP	Faculdade de Desporto da Universidade do Porto
FCNAUP	Faculdade de Ciências da Nutrição da Universidade do Porto
FPCEUP	Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto
KPIs	Key Performance Indicators
RH	Recursos Humanos
RS	Responsabilidade Social
SCOM	Serviço de Comunicação
SGI	Serviço de Gestão de Infraestruturas



## 1. Introdução

### 1.1. A Responsabilidade Social

A Responsabilidade Social é definida pela Comissão Europeia (2011) como “a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das instituições nas suas operações e na interação com outras partes interessadas”

O plano de responsabilidade social, que está agora a ser criado pela primeira vez no INESC TEC, tem origem num diagnóstico conduzido entre o último trimestre de 2018 e o primeiro de 2019 por um grupo de colaboradores.

Baseado na metodologia GRACE - Guia Prático para a Responsabilidade Social das Empresas, que “pretende ser uma ferramenta para as pessoas que procuram formas de integrar a responsabilidade social na cultura das suas empresas e das empresas onde trabalham”, foi possível concluir que o INESC TEC está ainda num estado inicial de maturidade no que diz respeito à RS. Os resultados, que poderão ser consultados em pormenor no relatório de diagnóstico elaborado, mostram que dos 172 itens analisados, 83 não têm qualquer tipo de existência (formal ou informal) na instituição, 42 têm um nível de existência formal, 25 informal e 22 itens não se aplicam à natureza do INESC TEC.

O diagnóstico foi apresentado ao Conselho de Administração, propondo a criação de uma estrutura leve de gestão e apontando numa primeira fase, 25 linhas de ação prioritárias nas seguintes dimensões: princípios organizacionais (8), colaboradores (11), ambiente (3), sociedade (3) e mercado (1).

Baseado nesta proposta, foi formalizada, pelo Conselho de Administração do INESC TEC, a criação de uma Comissão Técnica de Responsabilidade Social do INESC TEC, que pretende incorporar a RS na cultura organizacional da instituição, e irá aconselhar a Comissão Executiva na elaboração das medidas necessárias para esse fim.

Ficou inicialmente definido que a Comissão terá mandatos de 2 anos, sendo que neste primeiro, a Comissão será constituída pelos seguintes 5 elementos: Sara Brandão (Presidente), Joana Coelho (Vice-Presidente), Bárbara Tibério, Bernardo Silva e Rita Cardoso. Com a saída da Bárbara Tibério do INESC TEC e a ausência temporária da Rita Cardoso, houve necessidade de reforço da equipa, passando então a ser composta pelos seguintes elementos, no período de setembro a dezembro de 2020: Sara Brandão (Presidente), Joana Coelho (Vice-Presidente), Bernardo Silva, Lídia Vilas Boas e Miguel Correia Melo.

Apresentamos neste documento, uma reformulação do plano estratégico de ações da Responsabilidade Social para 2020. Este plano pretende promover ações quer internas quer externas, endereçando assim questões relacionadas não só com a própria instituição e seus colaboradores, mas também ações que apoiem a comunidade local e a sociedade em geral.

Neste primeiro mandato, prevemos realizar o seguinte conjunto de ações:

- Monitorizar o que está a ser feito ao nível dos princípios organizacionais e nas questões relacionadas com os colaboradores, por forma a garantir que estão a ser contempladas as preocupações da RS nestas matérias (criação do código de ética, integração de novos colaboradores, promoção e desenvolvimento de carreiras, reformulação da avaliação de desempenho, equilíbrio trabalho-família, formação contínua e desenvolvimento de competências).
- Levantamento de todas as atividades que ocorrem dentro da instituição que tenham impacto ambiental direto ou indireto, tendo em vista a elaboração de um diagnóstico ambiental (durante 2020), para posterior elaboração de um plano de política ambiental em 2021.
- Destacar os projetos de investigação que promovam e envolvam a comunidade, nomeadamente e mais recentemente com o COVID-19, com o intuito de reconhecer os



colaboradores envolvidos e incentivar os restantes colaboradores a fazê-lo, não esquecendo o próprio cariz natural da instituição de “utilidade pública”.

- Promover ações de sensibilização internas em áreas consideradas prioritárias, promovendo boas práticas ambientais, hábitos de trabalho saudáveis, e ainda partilhando e dando vida aos valores institucionais.
- Desenvolvimento de ações de voluntariado, através da disseminação de listas de oportunidades de voluntariado aos colaboradores e promoção de ações externas específicas que permitam aos colaboradores utilizar algum do seu tempo em atividades desta natureza, ou mesmo disponibilizar apoio financeiro a projetos de voluntariado considerados de interesse para a comunidade local em que o INESC TEC está inserido. Um dos projetos internos a desenvolver será a recolha e doação de equipamentos usados e em bom estado, com o objetivo de promover a inclusão digital de crianças que não possuem meios tecnológicos
- Desenvolver estratégias de marketing que possam ser associadas a causas sociais e ambientais, de forma a criar dinâmicas que sejam vantajosas tanto para a instituição como para a causa.
- Realizar um balanço no final do ano 2020 sobre todas as ações realizadas e consequente avaliação do retorno e impacto destas atividades na instituição.

### 1.2. O âmbito do INESC TEC

O INESC TEC – Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnologia e Ciência – é uma instituição de investigação privada sem fins lucrativos, dedicada à investigação científica, desenvolvimento tecnológico, transferência de tecnologia, consultoria e formação avançada, e pré-incubação de novas empresas de base tecnológica.

Como instituição de interface, o INESC TEC junta a academia, as empresas, a administração pública e a sociedade, aplicando o conhecimento e os resultados gerados na investigação em projetos de transferência de tecnologia, procurando criar valor e uma relevância social imediata.

Os 13 centros de I&D do INESC TEC estão estruturados em quatro Clusters (domínios) temáticos - Informática, Indústria e Inovação, Redes de Sistemas Inteligentes, e Energia.

O INESC TEC agrupa mais de 700 investigadores integrados (cerca de 350 doutorados), incluindo investigadores contratados, investigadores de instituições de ensino superior, bolsiros e investigadores afiliados. A equipa do INESC TEC inclui também estagiários e pessoal de apoio técnico e administrativo.

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

### 1.3. A missão, a visão e os valores do INESC TEC

A missão do INESC TEC é fazer avançar a ciência e a tecnologia e promover a inovação de base tecnológica através da transferência de novos conhecimentos e tecnologias para a indústria, para os serviços e para a administração pública.

A visão do INESC TEC é ser uma instituição de Ciência e Tecnologia líder a nível internacional, com importância reconhecida globalmente, nos domínios da Informática, Indústria e Inovação, Redes de Sistemas Inteligentes e Energia.

O INESC TEC tem como valores primordiais a excelência na investigação, a liberdade de investigação, cooperação e responsabilidade social.



## 2. Plano de Responsabilidade Social 2020

### 2.1. Objetivos gerais para 2020

O objetivo principal deste plano é o de incorporar a responsabilidade social na cultura organizacional do INESC TEC. Nesse sentido, e tendo em conta as conclusões obtidas durante o processo de diagnóstico, o plano em 2020 focará cinco dimensões: princípios organizacionais, colaboradores, ambiente, sociedade e 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.

No final do ano será realizado 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 do diagnóstico feito anteriormente sobre as práticas de RS na instituição.

#### 2.2.1. Princípios organizacionais

Globalmente, os processos relacionados com os princípios organizacionais no âmbito da RS encontram-se definidos no INESC TEC e são de carácter formal, sobretudo quando se trata da Visão, Missão e Valores da instituição. Não obstante, quando se analisam as dimensões estratégicas, éticas e económicas os processos de RS são inexistentes.

De acordo com o diagnóstico feito com base no GRACE foram identificadas quatro linhas de ação ligadas aos princípios organizacionais, que deverão ser contempladas neste plano:

- I. Monitorização da criação de um código de ética (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação baixa);
- II. Partilhar e dar vida aos valores institucionais (nível de urgência alto e com facilidade de implementação baixa);
- III. Definição dos objetivos de RS – **elaboração deste plano** (nível de urgência alto e com facilidade de implementação média);
- IV. Plano de sustentabilidade (nível de urgência alto e com facilidade de implementação média);



Houve ainda uma outra linha de ação identificada no diagnóstico denominada “Relatório de Sustentabilidade”, que foi classificada como ação de nível de urgência alto e com facilidade de implementação média. Esta linha de ação não constará, no entanto, neste plano de responsabilidade para 2020, na medida em que só poderá ser executada depois das linhas de ação III) e IV) serem implementadas. Nesse sentido, só em 2021 será possível aferir o grau de cumprimento do plano e respetivo impacto.

#### 2.2.1.1. *Monitorização da criação de um código de ética (de investigação)*

Foi considerada de urgência muito elevada a criação de um código de ética/conduita 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/ conduita.

Já existe um grupo de trabalho na instituição que elaborou um código de ética para o INESC TEC, que define os objetivos, valores, princípios éticos, compromentimentos e condutas que os investigadores da instituição devem ter na execução do seu trabalho.

A criação do código de ética ou de conduita de uma instituição é definida no GRACE da seguinte forma: “O código de ética/conduita é constituído pela descrição de valores e princípios base da empresa. Um código de ética/conduita define a cultura, os princípios e as normas que devem reger a atuação dos colaboradores na empresa, tornando-se assim numa ferramenta importante para que estes tomem decisões e tenham comportamentos livres, convictos e coerentes com a cultura da empresa.

Um código de ética/conduita, ao fortalecer o carácter e as convicções dos colaboradores, é um instrumento que ajuda a construir, manter e fortalecer a cultura de uma empresa e pode ajudá-la a desenvolver relações sólidas com fornecedores, clientes e outros parceiros, a reduzir o número de processos legais e de contingências, a identificar conflitos de interesse e a assegurar o cumprimento da lei.

Muitas empresas criaram os seus próprios códigos de ética/conduita, que podem ser utilizados como modelo ou ponto de referência. A maioria destes códigos incorpora as leis nacionais do trabalho e os padrões de conduita reconhecidos internacionalmente, mas também os costumes e práticas locais. Um código de ética/conduita deve ser simples, claro, relevante e assertivo.”

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Não houve necessidade de reformulação do plano inicialmente previsto, à exceção do cronograma que teve de ser adiado e da alteração do responsável pela ação.

#### **a) Ações:**

A esta comissão técnica de RS cabe:

- parecer consultivo sobre o código de ética para a investigação, garantindo que este vai ao encontro das preocupações definidas no GRACE;
- ajudar na divulgação e sua implementação;
- verificar se a averiguação de má conduita na investigação está a ser monitorizada pela comissão designada para o efeito.

#### **b) Responsabilidade pela iniciativa**

Sara Brandão

#### **c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão Técnica para a RS + RH + AJ + Comissão de Ética

#### **d) Orçamento**



Não aplicável.

**e) Ações de comunicação**

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.

**f) KPI**

- Maior sensibilização à existência do código de ética/conduita (fortalecer caráter e convicções dos colaboradores)
- Parecer final sobre a validação do código de ética de acordo com as preocupações definidas no GRACE.

**g) Cronograma**

A confirmar *timeline* para publicação do Código de Ética

*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 - é necessário que estes sejam divulgados e incorporados na cultura da organização de forma a alinhar as ações dos colaboradores e estes valores.

Esta linha de ação é apresentada no GRACE como assente em três vetores:

1. Partilha da visão, missão e valores – “ao definir a visão, a missão e os valores, (...) quanto mais alinhados estiverem com a opinião das partes interessadas consultadas, mais provável é o seu sucesso”;
2. Dar vida à visão, missão e valores – “a visão, a missão e os valores só cumprirão os seus objetivos se forem assumidos por toda a empresa.”;
3. Rever a declaração periodicamente – “à medida que a sua empresa se for transformando e à luz do contexto local e global, talvez seja necessário rever a visão, a missão e os valores, para que os mesmos contemplem sempre os seus objetivos”.

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Plano inicial ligeiramente revisto, com a passagem da realização da ação de sensibilização para 2021, cronograma teve de ser adiado e houve alteração do responsável pela ação.

**a) Ações:**

Esta comissão técnica deve facilitar a divulgação e partilha dos valores institucionais previamente definidos e escolhidos pelo conselho de administração/CE. As ações previstas passarão por:

- Levantamento e confirmação dos valores definidos: será necessário questionar a comissão executiva e pesquisar na documentação interna disponível quais os valores institucionais atualmente definidos, qual a sua metodologia de definição e o plano de comunicação atualmente existente para a sua divulgação.
- Partilha e divulgação dos valores institucionais com todos os colaboradores da instituição através de ~~uma ação de sensibilização~~ ações de comunicação com intervenção nos espaços comuns, distribuição de panfletos e destaque nos meios de comunicação digitais.
- Pretende incluir-se no questionário anual de clima organizacional questões que permitam medir o impacto dos valores no dia a dia dos colaboradores e avaliar a necessidade de serem revistos. É missão desta comissão técnica rever os valores de forma periódica, por forma a informar a CE quando os valores não estão a ser interiorizados devidamente pelos seus colaboradores, ou se detete que estes não são adequados ou não estão alinhados com a estratégia da instituição.

**b) Responsabilidade pela iniciativa**



Sara Brandão

**c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão Técnica para a RS + CE + RH + SCOM + SGI.

**d) Budget**

Cerca de 500€ para intervenção nos espaços comuns e produção de material publicitário.

**e) Ações de comunicação**

Relações Públicas: sessão pública onde os valores institucionais serão, em conjunto com outros temas, divulgados.

Marketing direto: partilha dos valores através de *banner* 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.

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.

Marketing digital: destaque dos valores no website institucional e na intranet, divulgação do material gráfico desenvolvido no BIP e nas redes sociais.

Merchandising: inclusão de frases e/ou palavras que espelhem os valores da instituição na produção de novo merchandising, tais como dossiers, cadernos, etc.

**f) KPI**

- ~~Nº de participantes na sessão de esclarecimento sobre os valores institucionais.~~
- Sensibilizar e alinhar as ações dos colaboradores a estes valores.
- Resultado apurado no questionário na secção dos valores, sobre a perceção dos colaboradores nesta matéria.

**g) Cronograma**

- Levantamento e confirmação dos valores definidos – setembro de 2020
- Partilha de valores em sessão pública - dezembro de 2020
- Intervenção nos espaços comuns para partilha dos valores – outubro a dezembro 2020
- Inclusão da secção “valores” no questionário anual sobre clima organizacional – outubro 2020

*2.2.1.3. Definição dos objetivos de RS e plano de sustentabilidade*

Estas duas linhas foram fundidas, na medida em que no plano de sustentabilidade se pressupõe que sejam definidos os objetivos para a responsabilidade social. O plano de sustentabilidade será o ponto de partida para a introdução da responsabilidade social na cultura do INESC TEC e, assim, cumprir o grande objetivo esperado por esta iniciativa. Este plano de sustentabilidade, onde devem ser definidas as ações, equipa, cronograma, indicadores e estimação de custos, é, não mais do que, este plano de responsabilidade social que está vertido neste documento. Será este plano o ponto de partida para a produção do relatório de sustentabilidade a produzir em 2021.

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação geral do plano, equipa e cronograma.

**a) Ações:**

- Elaboração do plano de responsabilidade social – **REVISTO**.
- Aprovação pela Comissão Executiva do INESC TEC - **NOVA APROVAÇÃO**.
- Fazer apresentação pública do plano de RS para 2020.

**b) Responsabilidade pela iniciativa**

Sara Brandão e Joana Coelho.

**c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão Técnica para a RS: Sara, Rita, Lídia e Miguel – princípios organizacionais e sociedade, Rita e Sara – colaboradores, Bernardo - ambiente, Joana - plano de comunicação integrada de marketing (com base nas ações propostas).



**d) Budget**

Consultar secção 3. “Orçamento Global indicativo”

**e) Ações de comunicação**

Consultar secção 2.3.2.1 “Política de comunicação”

**f) KPI**

Consultar secção 4. “Sumário dos KPIs”.

**g) Cronograma**

Cronograma específico do plano de ação

- Preparação da proposta do plano – janeiro e fevereiro 2020.
- Finalizar versão do plano e enviar à CE – 24 fevereiro de 2020.
- Preparação da apresentação PPT – 20 fevereiro a 28 fevereiro de 2020.
- Apresentação à CE e aprovação do Plano – 28 fevereiro de 2020.
- ~~Apresentação pública do plano de ação – 20 março de 2020 – sem efeito~~ devido à pandemia COVID-19.
- Reformulação do plano e apresentação à CE – 23 de julho.
- Apresentação pública do plano de ação – 25 de setembro.

Cronograma geral: Consultar secção 5 “Roadmap das ações”.

### 2.2.2. Colaboradores

Na dimensão colaboradores foram consideradas no diagnóstico, onze linhas de ação prioritárias. Estas linhas foram classificadas com níveis de urgência e facilidade de implementação bastante diferentes entre elas. Nesse sentido, para o plano de 2020 serão contempladas as seguintes linhas a desenvolver por esta comissão técnica:

- I. Hábitos de trabalho saudáveis (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação baixa);
- II. Identificação de perigos, avaliação, prevenção de riscos e acidentes (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação baixa);
- III. Monitorização do código de ética (nível de urgência alto e com facilidade de implementação baixa);
- IV. Novas doenças em contexto laboral (nível de urgência alto e com facilidade de implementação baixa);
- V. Monitorizar as práticas desenvolvidas pelo Serviço de Recursos Humanos da instituição nas linhas de ação identificadas: integração de novos colaboradores, promoção e desenvolvimento de carreiras, reformulação da avaliação de desempenho, equilíbrio trabalho-família (diagnóstico e plano de ação), formação contínua e desenvolvimento de competências.

#### 2.2.2.1. Hábitos de trabalho saudáveis

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.”

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano, passando as iniciativas: oferta de garrafas de vidro reutilizáveis, criação de um clube de “caminhadas saudáveis”, implementação do projeto “Pausa ativa”, workshop de marmitas saudáveis, para execução no plano para 2021. As ações a realizar em 2020 estão descritas em baixo.

**a) Ações:**

Pretende-se incentivar a manutenção de um estilo de vida saudável, promovendo a implementação de diversas ações, tais como:

- Incentivo à prática de ginástica laboral através da afixação de conteúdos relevantes, informativos (e.g. OMS) ou motivacionais.
- Encorajamento para uma alimentação mais saudável, através de: (a) disponibilização de alimentos mais saudáveis nas máquinas de *vending* com criação de um espaço para receber o feedback dos colaboradores (e.g. email) (b) indução da redução de açúcar nas máquinas de café, e (c) partilha dos artigos disponibilizados pelo Projeto *Pensar Nutrição*, dinamizado pela FCNAUP ou outros artigos relevantes.

**b) Responsabilidade pela iniciativa**

Rita Cardoso/Lídia Vilas Boas.

**c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão Técnica para a RS + RH + SCOM + SGI

**d) Budget**

A divulgação de conteúdos será realizada online pelo que não implica custos

**e) Ações de comunicação**

Marketing Direto: informação enviada por e-mail sobre incentivo à prática de ginástica laboral e encorajamento para uma alimentação mais saudável e divulgação via newsletter (BIP).

Marketing Digital: disponibilização de informação sobre incentivo à prática de ginástica laboral e encorajamento para uma alimentação mais saudável na Intranet e produção e inserção de conteúdos sobre hábitos saudáveis no BIP e nas redes sociais institucionais.

**f) KPI**

- Relatório de produtos da máquina de *vending*;
- Número de comentários rececionados face às alterações nos produtos das máquinas de *vending*.

**g) Cronograma**

- Disponibilização de conteúdos: setembro a dezembro 2020
- Partilha conteúdos relacionados com nutrição: setembro a dezembro 2020
- Disponibilização de produtos mais saudáveis nas máquinas de *vending*: setembro 2020
- Indução da redução de açúcar nas máquinas de café: setembro 2020

**2.2.2.2. Identificação de perigos, avaliação, prevenção de riscos e acidentes**

Esta linha de ação é descrita no GRACE da seguinte forma “Proporcione formação associada aos riscos da segurança e saúde no trabalho inerentes aos diferentes postos de trabalho e organize simulacros para testar a capacidade de resposta a situações de emergência. Crie comissões de segurança e saúde no trabalho e equipas de intervenção.”

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Devido à situação atual, todas as ações pensadas foram adiadas para 2021.



### 2.2.2.3. Monitorização do código de ética

O código de ética aqui descrito tem um objetivo diferente daquele que surge no tema dos princípios organizacionais, 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* (...)"

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Não houve necessidade de reformulação do plano inicialmente previsto, à exceção do cronograma que teve de ser adiado e da alteração do responsável pela ação.

#### **a) Ações:**

- Monitorização da criação do Código de Ética e sua articulação com as práticas definidas no GRACE;
- Parecer consultivo sobre o código de conduta para o bem-estar do colaborador, garantindo que este vai ao encontro das preocupações definidas no GRACE;
- Alertar para desvios relativamente aos prazos previstos para a implementação do código de conduta;
- Ajudar na divulgação e na sua implementação;
- Assegurar que a proteção do bem-estar dos colaboradores está a ser monitorizada pelo responsável designado para o efeito e que as más condutas estão a ser sinalizadas.

#### **b) Responsabilidade pela iniciativa**

Lídia Vilas Boas.

#### **c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão Técnica para a RS + RH + AJ

#### **d) Budget**

Não aplicável

#### **e) Ações de comunicação**

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.

#### **f) KPI**

- 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.

#### **g) Cronograma**

A confirmar *timeline* para criação do Código de Ética (bem-estar do colaborador)

### 2.2.2.4. Novas doenças em contexto laboral

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.



### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano, passando as iniciativas: **sensibilização para a saúde mental** (em geral) e **saúde ocupacional** (em específico) através de uma sessão pública, **workshop de Mindfulness** e **sessão de formação** para partilha de informação sobre **saúde ocupacional com chefias**, para execução no plano para 2021. As ações a realizar em 2020 estão descritas em baixo.

#### **a) Ações:**

Pretende-se promover a saúde mental em contexto laboral, reduzindo assim o estigma existente, através da partilha de informação relevante.

#### **b) Responsabilidade pela iniciativa**

Rita Cardoso

Joana Coelho – operacionalização

#### **c) RESPONSABILIDADE PELA EXECUÇÃO DENTRO DA INSTITUIÇÃO**

Comissão Técnica para a RS + RH

#### **d) Budget**

A divulgação de conteúdos será realizada online pelo que não implica custos.

#### **e) Ações de comunicação**

Marketing Direto: ação de divulgação via newsletter BIP.

Publicidade: campanha com recurso a suportes gráficos que contenham informação sobre as novas doenças em contexto laboral.

Marketing Digital: produção de conteúdos sobre doenças em contexto laboral e consequente disponibilização e partilha na intranet, BIP e redes sociais institucionais.

#### **f) KPI**

- Nº de conteúdos publicados.

#### **g) Cronograma**

Disponibilização de conteúdos: setembro a dezembro 2020

### *2.2.2.5. Monitorizar as práticas desenvolvidas pelo Serviço de Recursos Humanos*

As preocupações da responsabilidade social nas linhas identificadas são:

- *Integração de novos colaboradores*: implementar um programa que proporcione o planeamento e o aconselhamento sobre carreiras, de modo a auxiliar os colaboradores na reflexão sobre as suas atuais funções, na identificação de objetivos a curto, médio e longo prazo e no desenvolvimento de um plano de carreira;

- *Promoção e desenvolvimento de carreiras*: garantir a uniformização da integração do novo colaborador no INESC TEC desde o seu primeiro dia, promovendo, desde logo, o seu bem-estar no local de trabalho;

- *Reformulação da avaliação de desempenho*: do ponto de vista da responsabilidade social, é vital que este assente em critérios objetivos e mensuráveis que permitam estabelecer um clima de confiança e de comunicação aberta entre os colaboradores e os seus responsáveis hierárquicos, propiciando, assim, um aumento da sua rentabilidade e satisfação;

- *Equilíbrio trabalho-família*: diagnóstico das necessidades dos colaboradores a este nível e consequentemente elaboração de um plano de ação que dê ao colaborador ferramentas que lhe permitam conciliar a vida pessoal e profissional e promovam o seu bem-estar;

- *Formação contínua*: promoção de atividades sistemáticas de desenvolvimento com vista ao aperfeiçoamento contínuo dos colaboradores, tendo em conta a sua aplicabilidade nas funções por eles exercidas;



- *Desenvolvimento de competências* – tais como, por exemplo, autorizar o colaborador a fazer formação durante o horário de trabalho ou de subsidiar e/ou reembolsar os custos de cursos de especialização/ formação profissional.

O serviço de RH atualmente existente foi recentemente revisto e está a ser implementado um novo modelo de gestão de RH, que criará as condições para implementar ações, entre as quais se incluem as destacadas pelo GRACE, relativamente aos colaboradores da instituição.

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Não houve necessidade de reformulação do plano, à exceção da responsabilidade da iniciativa e adiar o cronograma.

**a) Ações:**

- Monitorizar as práticas desenvolvidas pelo Serviço de Recursos Humanos da instituição e assegurar que as preocupações que a responsabilidade social endereça são garantidas nas linhas de ação acima identificadas.
- Implementação da caixa de sugestões/mascote.
- Afixação de conteúdos informativos à medida que as práticas de RH forem desenvolvidas.

**b) Responsabilidade pela iniciativa**

Miguel Melo.

**c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão RS, RH e Comissão implementação novo modelo RH.

**d) Budget**

Não aplicável.

**e) Ações de comunicação**

Publicidade: criação de mascote e caixa de sugestões.

Marketing Direto / Marketing Digital: articulando com o Serviço de RH, a Comissão de RS pode ajudar com a divulgação de algumas informações e com a produção de suportes gráficos e outros conteúdos.

**f) KPI**

- Parecer final sobre a inclusão das preocupações no âmbito da responsabilidade nas linhas de ação a implementar pelos RH no que diz respeito aos colaboradores.
- Número de sugestões recebidas na caixa de sugestões/mascote.

**g) Cronograma**

- Caixa de sugestões/mascote – 25 setembro 2020.
- Divulgação – setembro a dezembro 2020
- Parecer final – dezembro 2020.

### 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. A Política ambiental será definida e implementada em 2021.



### 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.

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano em algumas iniciativas. A iniciativa “Operação tampinhas” passará, assim, a ser incentivada como ação a ser elaborada em casa, por cada colaborador. A recolha central passa, assim, a ser uma iniciativa para retomar no período pós pandemia. A iniciativa de “recolha de pilhas usadas” foi suspensa até ao regresso pós-pandemia por se tratar de manuseamento de resíduos potencialmente perigosos e tóxicos.

A atividade de alteração e reorganização dos caixotes do lixo foi reagendada para o regresso pós-pandemia, assim como a ação de sensibilização da LIPOR, muito provavelmente para 2021.

#### **a) Ações:**

Pretende-se implementar melhorias a práticas já existentes e introduzir novas relacionadas com esta matérias, 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, identificada pelo serviço de gestão de infraestruturas, mereceu especial atenção por parte da comissão para a responsabilidade social, consistindo na implantação de dispositivos de recolha de cápsulas de café, sendo essas posteriormente recicladas e valorizando-se os resíduos sólidos para fertilização de campos de arroz, que posteriormente é doado a instituições de caráter social. Na perspetiva do INESC TEC, basta utilizar adequadamente os recipientes para a reciclagem, recebendo anualmente um certificado com os montantes atingidos.
  - **Operação tampinhas** – relativamente às tampas de garrafas plásticas, existe normalmente a recolha das mesmas para posterior doação a instituições de caráter social que recebem respetiva valorização económica. Pretende-se estimular a recolha de tampinhas, com a criação de recipientes adequados para valorizar as mesmas junto de uma instituição que será posteriormente escolhida. Por restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras pós-COVID-19, podemos solicitar a recolha e armazenamento das tampinhas pelos colaboradores, podendo haver uma entrega massiva durante o regresso à normalidade.
  - Por restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19 e sendo as pilhas um resíduo tóxico e potencialmente perigoso, somos da opinião de que esta iniciativa deverá ser iniciada somente após o regresso à normalidade.
  - **Redução do consumo de água** – Tendo por base o diagnóstico de consumo de água no edifício, poderá equacionar-se a adoção de sistemas ou dispositivos de redução de desperdício de água, pelo menos ao nível dos lavatórios. Todavia, quer o consumo, quer as oportunidades de melhoria, terão de ser aferidos através de testes locais. Por restrições relacionadas com a baixa ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19, poderemos ter um retorno de investimento mais alargado.
  - Por restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19, esta ação deverá ser postergada para um momento após o regresso à normalidade.



- **Aquisição de um carrinho de recolha de lixo do serviço de limpeza** – Para que os índices de reciclagem aumentem, mas ao mesmo tempo isso não prejudique a eficiência da recolha diária de lixo pela equipa de limpeza, pretende-se adaptar os sistemas de recolha de forma a que existam três compartimentos diferentes (papel, plástico e indiferenciados) e, deste modo e em consonância com o que se pretende que exista nos gabinetes, a equipa só tenha de despejar diretamente os caixotes dos gabinetes para o sistema entretanto instalado. Já existindo alguma separação de resíduos, esta ação continua a ser pertinente, mesmo durante as restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19.

a. **Responsabilidade pela iniciativa**

Bernardo Silva.

b. **Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão RS, SGI, SCOM, serviço de limpeza e LIPOR.

c. **Budget**

Para 2020 prevê-se cerca de 1.650,00 euros (maioritariamente já incluídos no orçamento disponível nos diferentes serviços) para materiais promocionais e carrinho de recolha. A adoção de equipamento de redução de consumo de água ficará adiado para 2021.

d. **Ações de comunicação**

Marketing Direto: divulgação por e-mail de algumas ações e divulgação via newsletter BIP enviada por e-mail.

Publicidade: campanhas de sensibilização com recurso à criação de suportes gráficos.

Marketing Digital: produção e inserção de conteúdos sobre o tema na intranet, BIP e redes sociais institucionais.

e. **KPI**

- Nº de cápsulas Nespresso recicladas (ou Kg).
- Quantidade de tampinhas recolhidas por mês (em kg).

f. **Cronograma**

- Aquisição de um carrinho de recolha da equipa limpeza – setembro 2020.
- Reciclagem de cápsulas Nespresso – setembro a dezembro 2020.
- Operação tampinhas – setembro a dezembro 2020.

### 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”.

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano. As iniciativas de diagnóstico inicialmente apresentadas deixam de ter significância face à baixa taxa de ocupação do edifício devido ao teletrabalho. Contudo, serão implementadas com base em medidas e ou faturação do ano anterior, para melhor comparação com o arranque das medidas em 2021.

a. **Ação:**

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

- **Consumo de energia, eletricidade e gás**- o diagnóstico poderá ser feito através da análise da faturação, ou medições disponibilizadas por aparelhagem de medida associadas a projetos que têm o INESC TEC como demonstrador ou piloto. É intenção desta comissão sugerir a criação de indicadores de consumos, nomeadamente consumo elétrico médio (kWh/mês por colaborador)



e consumo de gás médio ( $m^3/mês$  por colaborador); Apesar das restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19, esta ação poderá ser mantida, sendo o diagnóstico efetuado com base na situação de 2019 (medições e faturação).

- **Consumo de água** – o diagnóstico nesta área pode ser conduzido da mesma forma que a ação descrita acima. É intenção desta comissão sugerir a criação de um indicador de consumo médio de água ( $m^3/mês$  por colaborador); Apesar das restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19, esta ação poderá ser mantida, sendo o diagnóstico efetuado com base na situação de 2019 (medições e faturação).
  - Por restrições relacionadas com a ocupação do edifício INESC TEC no âmbito das regras COVID-19, esta ação deverá ser adiada para um momento após o regresso à normalidade.
- b. **Responsabilidade pela iniciativa**

Bernardo Silva.

- c. **Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão RS, SGI e CPES.

- d. **Budget**

Para este ano, a análise será efetuada com base em medições já existentes e análise à faturação, não havendo necessidade de dotação orçamental.

- e. **Ações de comunicação**

Relações Públicas: sessão pública de encerramento do ano com anúncio de resultados.

Marketing Digital: partilha de informação na intranet.

- f. **KPI**

- Consumo médio de energia elétrica (kWh/mês por colaborador).
- Consumo médio de gás ( $m^3/mês$  por colaborador).
- Emissões médias de  $CO_2$  ( $kgCO_2/mês$  por colaborador).

- g. **Cronograma**

- Diagnóstico ambiental – último trimestre de 2020.

### 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. Decorrente do diagnóstico previamente efetuado, o plano para 2020 contempla duas dimensões – sociedade e mercado, estando previstas uma série de ações que serão descritas nos mesmos moldes da seção anterior.

#### 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. Decorrente do diagnóstico previamente efetuado, o plano para 2020 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 foram consideradas, cinco linhas de ação prioritárias no diagnóstico. No entanto, estas linhas foram classificadas com níveis de urgências e facilidades de implementação diferente:

- I. Envolvimento com a comunidade (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação média);



- II. Ações de voluntariado (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação média);
- III. Doação de parte do imposto sobre o rendimento (nível de urgência alto e com facilidade de implementação fácil).
- IV. Doação de sangue e medula (nível de urgência alto e com facilidade de implementação fácil);
- V. Balanço das ações realizadas pelo INESC TEC na nesta área (nível de urgência muito alto e com facilidade de implementação média).

À exceção da última linha de ação, que deverá ser feita aquando do relatório de sustentabilidade a apresentar em 2021, todas as outras acima descritas estão planeadas para execução em 2020 e serão detalhadas nas secções abaixo identificadas.

#### 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.

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Não houve necessidade de reformulação do plano, à exceção da responsabilidade pela execução da iniciativa e da inclusão do levantamento das iniciativas relacionadas com o combate à COVID-19.

#### **a) Ações:**

**Levantamento de projetos de investigação com impacto na sociedade civil:** pretende-se uma maior divulgação de projetos de investigação com impacto direto na sociedade civil por forma a incentivar que outros projetos futuros sejam desenvolvidos tendo em conta a sua pegada social, nomeadamente através:

- 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.
- Sessão pública para apresentação destes projetos e sensibilização dos investigadores para esta matéria.

#### **b) Responsabilidade pela execução da iniciativa**

Miguel Melo.

#### **c) Responsabilidade pela execução da iniciativa dentro da instituição**

Comissão RS, Centros e SCOM.

#### **d) Budget**

Não aplicável.

#### **e) Ações de comunicação**

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.

#### **f) KPI**

- Nº de participantes na sessão pública.
- Nº de projetos sugeridos pelos responsáveis (evolução trimestral).



#### g) Cronograma

- Levantamento dos projetos desenvolvidos entre março e novembro – setembro a novembro 2020;
- Sessão pública dedicada a esta matéria – dezembro 2020.

#### 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.

Atualmente, já são realizadas algumas atividades institucionais de voluntariado nomeadamente a campanha de recolha de donativos aquando do Natal. O plano de responsabilidade social pretende não só potenciar as atividades existentes como lançar novas ações que envolvam a comunidade do INESC TEC e as suas famílias e que aumentem a consciencialização para o meio que nos rodeia.

#### **Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano, passando as iniciativas de realização de ação de voluntariado que envolva a família dos colaboradores do INESC TEC (p. ex., limpeza de praia, recuperação de casa) e de doação de sangue e medula para 2021. Estava ainda prevista a participação no Projeto “Paredes Educa” a convite da Câmara Municipal de Paredes que tinha como objetivo reduzir a taxa de retenção e insucesso escolar dos 2º e 7º anos de escolaridade. No entanto, esta mesma iniciativa foi cancelada devido às restrições impostas pela estratégia de combate ao CoViD-19. Sendo que o projeto “Paredes Educa” é anual, prevê-se a retomada desta ação em 2021.

De forma a mitigar o cancelamento das ações acima referidas, foi definida a realização de uma ação de voluntário que não estava prevista, nomeadamente a de angariação de material tecnológico de forma a promover a inclusão digital dos mais jovens que foram afetados pelas circunstâncias da pandemia CoViD-19 e que não tenham acesso a meios tecnológicos que possibilitem, por exemplo, o acesso digital aos conteúdos escolares. A iniciativa será também alargada aos filhos dos colaboradores.

A responsabilidade pela execução da iniciativa também foi atualizada, sendo agora o Miguel Melo a pessoa responsável pela mesma.

#### a) Ações:

- **Levantamento das ações de voluntariado social:** o INESC TEC já promove, de forma espontânea e “descentralizada”, um conjunto de ações com cariz social. No entanto, muitas vezes as ações carecem de maior divulgação de forma a promover o interesse e adesão às mesmas. Assim, de forma a alavancar o potencial dessas mesmas ações junto de toda a comunidade INESC TEC, será feita uma recolha de dados destas mesmas ações. Esta recolha de informação potenciará também a realização de atividades adicionais de cariz social.
- **Realização de ação de voluntariado** de angariação de material tecnológico, que tem como objetivo promover a inclusão digital de crianças que não possuem meios tecnológicos. Para a realização desta ação serão necessários os seguintes passos:
  - Encetamento de contactos junto das autoridades locais onde se situam os diferentes polos INESC TEC (Porto, Braga e Vila Real) de forma a fazer um levantamento das necessidades locais dos eventuais beneficiários;
  - A iniciativa será primeiro alargada aos filhos dos colaboradores, mediante solicitação devidamente justificada;
  - Auditoria interna junto da instituição, nomeadamente junto das coordenações de centro, para identificar a oferta existente passível de ser oferecido e os procedimentos formais necessários para proceder a uma doação de material institucional;
  - Divulgação da ação angariação junto dos colaboradores de forma a promover a doação de materiais tecnológicos que possam ter em casa;



- Definição e gestão de um espaço dedicado ao armazenamento do material doado;
- Criação de uma ficha técnica de deverá ser preenchida no ato de doação do material tecnológico de forma a identificar as características do equipamento e possíveis reparações ou limitações associadas;
- Separar o material doado que está em bom estado de funcionamento e pronto a ser utilizado, do material que possa estar limitado ou com necessidade de reparação;
- Caso se verifique a existência substancial de material que necessite de reparação, está previsto o planeamento de uma ação futura de voluntariado com os colaboradores internos para reparação desse mesmo equipamento para posterior doação;
- Gerir a entrega de material ao público-alvo da ação de voluntariado.
- **Realização da campanha de solidariedade de Natal:** dando seguimento ao evento anual de Natal organizado de forma espontânea pelo INESC TEC, prevê-se a realização de uma ação de recolha de bens alimentares e vestuário e doação de tempo em lares;
- **Emissão de pareceres** sobre eventuais pedidos de colaboração do INESC TEC em ações de voluntariado (definir políticas para os casos existentes).

**b) Responsabilidade pela execução da iniciativa**

Miguel Melo.

**c) Responsabilidade pela execução dentro da instituição**

Comissão RS, SCOM, SGI, SAS e Secretariado.

**d) Budget**

A avaliar necessidades de reparação do material.

**e) Ações de comunicação**

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.

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.

**f) KPI**

- Nº de ações realizadas.
- Nº de participantes INESC TEC e /ou resultados obtidos na ação voluntária.
- Nº equipamentos doados/recuperados

**g) Cronograma**

- Levantamento das ações existentes – novembro 2020.
- Ação de voluntariado de angariação de material tecnológico – a partir de setembro.
- Campanha de Solidariedade (Natal) – dezembro 2020.
- Projeto “Paredes Educa” - adiado para 2021

*2.3.1.3. Doação de parte do imposto sobre o rendimento*

É sugerido pelo GRACE que as instituições informem os seus colaboradores sobre a possibilidade de doarem, voluntariamente, parte do imposto sobre rendimento (IRS) a entidades devidamente credenciadas para o efeito, sendo que a instituição pode facultar uma lista das instituições abrangidas por este regime e os seus dados, tais como o número fiscal.

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Houve necessidade de reformulação do plano, passando esta iniciativa para execução no plano para 2021.

**a) Ação:**



- **Sensibilização para doação de parte do IRS:** pretende-se informar sobre a existência do mecanismo de consignação de IRS e disponibilizar via e-mail a lista de entidades para as quais os colaboradores podem consignar parte do IRS.

**b) Cronograma**

Adiado para 2021

#### 2.3.1.4. *Apelo à Doação de sangue e medula*

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 as últimas notícias sobre 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.

**Alteração do plano – explicação/plano de mitigação:**

Inicialmente estavam previstas duas sessões de doação de sangue. No entanto, devido às restrições impostas pelo combate à CoViD-19, o plano foi atualizado para consistir apenas num apelo à doação de sangue e de células da medula óssea, simbolicamente para o dia de 19 de setembro de 2020 (dia mundial de doadores de medula óssea).

**a) Ação:**

**Sensibilização para doação de sangue e de células da medula óssea:** pretende-se estabelecer uma parceria com o Instituto Português do Sangue e da Transplantação com o objetivo de:

- Divulgar informações acerca do processo de doação de sangue e de células de medula óssea Colheita de Sangue junto ao INESC TEC, de modo a:
  - criar uma maior consciencialização da necessidade da doação de sangue;
  - incentivar os colaboradores a tornarem-se doadores de sangue e de células de medula óssea.

**b) Responsabilidade pela execução da iniciativa**

Miguel Melo.

**c) Responsabilidade pela execução da iniciativa dentro da instituição**

Comissão RS, RH, SCOM e Instituto Português do Sangue e da Transplantação.

**d) Budget**

Não aplicável.

**e) Ações de comunicação**

Marketing Direto: divulgação via e-mail.

Publicidade: campanha com recurso a suportes gráficos sobre doação de sangue.

Marketing Digital: produção, inserção e partilha de conteúdos intranet, BIP e redes sociais institucionais.

**f) KPI**

Não mensurável.

**g) Cronograma**

- Envio de e-mail de sensibilização e com informações sobre doação de sangue e de células de medula óssea – 19 de setembro de 2020 (dia em que se assinala o dia mundial de doadores de medula óssea).

#### 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, cronograma de implementação e KPIs associados.

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 para atingir os KPIs definidos.

#### **Objetivos gerais do plano de comunicação integrada de marketing:**

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

- Dar a conhecer a Comissão Técnica para a responsabilidade social do INESC TEC;
- 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 (FADEUP, FCNAUP, entre outras.).

#### **Instrumentos de comunicação:**

Começaremos nesta secção por elencar, de forma não estruturada, os instrumentos de comunicação integrada de marketing que serão utilizados ao longo do primeiro ano deste mandato. Apenas na secção seguinte – ‘campanhas de comunicação’ – é que a estratégia integrada será apresentada. São quatro os instrumentos de comunicação integrada de marketing a utilizar – publicidade, marketing digital, marketing direto, relações públicas e merchandising.

##### 1. Publicidade

De modo a comunicar a responsabilidade social de uma forma diferenciadora, está a ser concebida uma **mascote** que funcionará como objeto promocional. A mascote será produzida de modo a ter uma representação física e será também adaptada aos diversos materiais promocionais que possam vir a ser



produzidos, nomeadamente **banners**, **teasers** ou **e-mails** para utilização em comunicação digital, **flyers**, **roll-ups** ou **cartazes** para promoção das iniciativas a realizar.

A criação do **passaporte** para registo das participações nas diferentes ações organizadas pela Comissão de RS será adiada para 2021. Será também nessa altura produzido um **carimbo** e estabelecidos objetivos (ainda a definir) com vista a premiar os colaboradores que os atingirem no final do ano.

## 2. Marketing digital

Está prevista uma total articulação com o Serviço de Comunicação no que diz respeito ao marketing digital, nomeadamente na promoção de algumas iniciativas de dimensão externa através das **redes sociais** e **website** institucionais ou através da **newsletter mensal**, o BIP.

Especificamente, está prevista a criação de uma secção no BIP dedicada à divulgação de ações ligadas à RS com foco no público externo. No que diz respeito ao público interno, os colaboradores, prevê-se a criação de um **espaço na intranet** onde todos possam consultar mais informação sobre os resultados atingidos no diagnóstico, o plano de ação para 2020 e outras informações sobre ações específicas, à medida que estas forem decorrendo.

## 3. Marketing direto

Prevê-se que o lançamento da maioria das iniciativas seja comunicado primeiramente via **e-mail**, uma ação concreta do âmbito do marketing direto. Com a criação de uma secção do BIP específica para as atividades ligadas à RS, prevê-se também que no lançamento da **newsletter** por e-mail aos diversos públicos (internos e externos) seja incluída esta secção.

## 4. Relações públicas

Está prevista a organização de **eventos**, físicos ou virtuais, para comunicar e implementar algumas das ações, começando logo pela sessão pública de apresentação dos objetivos da RS para 2020, mas também de outras iniciativas, como ações de solidariedade com impacto em públicos externos.

Numa ação com um maior potencial de impacto pode eventualmente pensar-se na divulgação de um **press release** aos media, assente numa lógica de comunicação institucional da marca INESC TEC.

## 5. Merchandising

Algumas **ofertas**, tais como garrafas de água reutilizáveis com a marca INESC TEC ou canecas, podem estar entre o merchandising a produzir para oferecer aos colaboradores da instituição.

### **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 e ainda KPIs associados para que o sucesso da ação seja medido.

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

O objetivo principal da primeira campanha de comunicação é informar toda a comunidade INESC TEC acerca do comité técnico para a responsabilidade social e envolver os colaboradores nas respetivas ações a implementar em 2020. Espera-se que esta campanha de comunicação seja implementada entre setembro e outubro, mas existem outros objetivos a atingir, nomeadamente a passagem de mensagens revelantes que digam respeito às áreas do ambiente, colaboradores e sociedade.

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

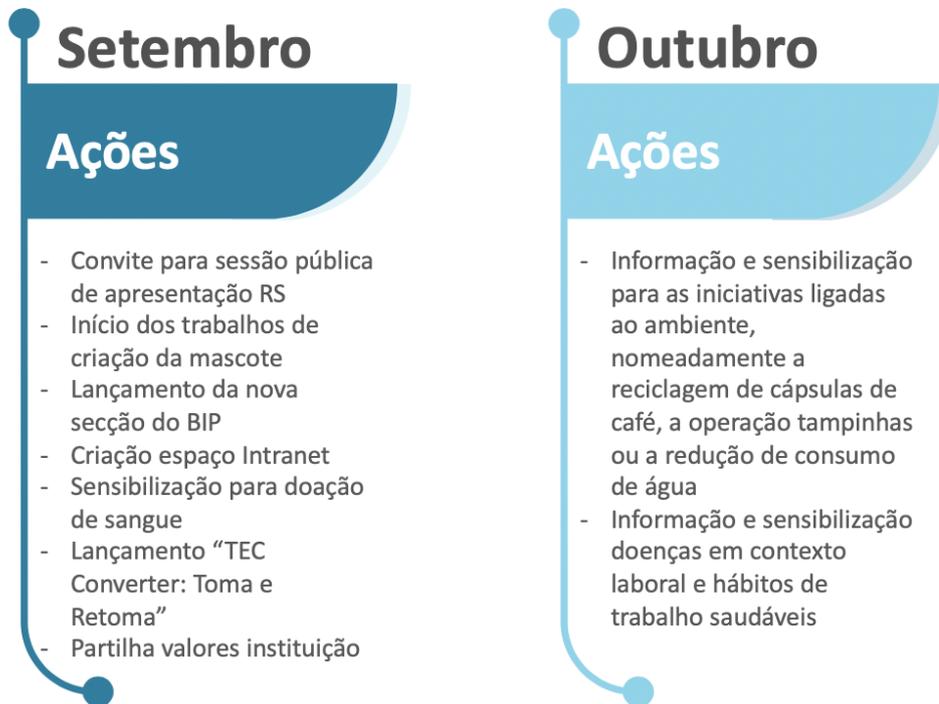


Figura 1 – Sumário 1ª campanha de comunicação

O sucesso das ações a implementar será medido através dos seguintes KPIs:

- BIP (nova secção): cerca 100 visualizações da nova secção por mês.
- Caixa de sugestões: registo e evolução do número de sugestões por trimestre (criação de histórico).
- Redes sociais:
  - Cerca de 1.000 visualizações por publicação no Facebook.
  - Cerca de 50 reações por publicação no LinkedIn.
  - Cerca de 500 impressões por publicação no Twitter.

2. Segunda campanha de comunicação – o impacto que podemos e devemos ter na sociedade  
O objetivo principal da segunda campanha de comunicação é envolver a comunidade INESC TEC em ações de solidariedade e voluntariado. Espera-se que esta campanha de comunicação seja implementada em dezembro.

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

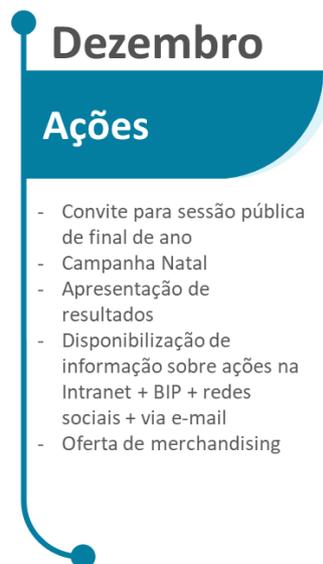


Figura 2 – Sumário 2ª campanha de comunicação

O sucesso das ações a implementar será medido através dos seguintes KPIs:

- BIP (nova secção): 100 visualizações da nova secção por mês.
- Caixa de sugestões: registo e evolução do número de sugestões por trimestre (criação de histórico).
- Redes sociais:
  - Cerca de 1.000 visualizações por publicação no Facebook.
  - Cerca de 50 reações por publicação no LinkedIn.
  - Cerca de 500 impressões por publicação no Twitter.

### 3. Orçamento Global indicativo

NEW

**Budget:**

- 1.000€ ações internas
  - Hábitos saudáveis
  - Novas doenças contexto profissional
  - Ações/reforço RH
  - Boas praticas colaborador
  - Envolvimento na comunidade
  - Ações voluntariado
  - Doação de sangue e medula
- 1.500€ ambiente – carros limpeza separação lixo
- 500€ - mascote, caixa sugestões
- 500€ - material reparação
- 500€ - banners e merchandizing fomentar valores

**TOTAL estimado = 4.000€**

## 4. Sumário dos KPIs

Sumário KPIs		
Dimensão	Ação	KPI
Interna <b>Princípios Organizacionais</b>	Monitorização do código de ética	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Parecer final de acordo com as preocupações definidas no GRACE.</li> <li>⇒ Maior sensibilização à existência do código de ética/conduta (fortalecer caráter e convicções dos colaboradores)</li> </ul>
	Partilhar e dar vida aos valores institucionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Sensibilizar e alinhar as ações dos colaboradores a estes valores.</li> <li>⇒ Resultado apurado no questionário na secção dos valores, sobre a perceção dos colaboradores nesta matéria.</li> </ul>

Sumário KPIs		
Dimensão	Ação	KPI
Interna <b>Colaboradores</b>	Hábitos de trabalho saudáveis	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Relatório de produtos da máquina de <i>vending</i>.</li> <li>⇒ Número de comentários submetidos pelos colaboradores</li> </ul>
	Monitorização do código de ética	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ 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.</li> </ul>
	Novas doenças em contexto laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Nº de conteúdos publicados.</li> </ul>
	Monitorizar as práticas desenvolvidas pelo Serviço de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Parecer final sobre a inclusão das preocupações no âmbito da responsabilidades nas linhas de ação a implementar nos RH no que diz respeito aos colaboradores.</li> <li>⇒ Número de sugestões recebidas na caixa de sugestão/mascote.</li> </ul>
Interna <b>Ambiente</b>	Boas práticas dos colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Nº de cápsulas Nespresso recicladas.</li> <li>⇒ Quantidade de tampinhas recolhidas (em kg).</li> </ul>
	Diagnóstico ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Consumo médio de energia elétrica (kWh/mês/colaborador).</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Consumo médio de gás (m<sup>3</sup>/mês/colaborador).</li> <li>⇒ Emissões médias de CO<sub>2</sub> (kgCO<sub>2</sub>/mês /colaborador)."</li> </ul>

Sumário KPIs		
Dimensão	Ação	KPI
Externa <b>Sociedade</b>	Envolvimento com a comunidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ N.º de participantes na sessão pública.</li> <li>⇒ N.º de projetos sugeridos pelos responsáveis (evolução trimestral).</li> </ul>
	Ações de voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ N.º de ações realizadas</li> <li>⇒ N.º de participantes/resultados voluntariado</li> <li>⇒ N.º equipamentos doados e recuperados.</li> </ul>
Externa <b>Mercado</b>	Política de comunicação oportunidades que apoiem causas sociais e ambientais	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ BIP (nova secção): cerca 100 visualizações por mês.</li> <li>⇒ Caixa de sugestões: registo e evolução do número de sugestões por trimestre (criação de histórico). <u>Redes sociais:</u></li> <li>⇒ Cerca de 1.000 visualizações por publicação no Facebook.</li> <li>⇒ Cerca de 50 reações por publicação no LinkedIn.</li> <li>⇒ Cerca de 500 impressões por publicação no Twitter.</li> </ul>

Figura 3 – Sumário KPIs



## 5. Roadmap das ações

### 5.1. Ações previstas para 2020

**Responsabilidade Social - plano anual 2020**  
Proposta de Roadmap - REVISTO julho 2020

2020	Acções Sensibilização	Elaboração Plano	Princípios Organizacionais	Colaboradores	Ambiente	Sociedade	Mercado
Janeiro		Preparação do Plano Enviar à CE			Diagnóstico de Resíduos Contagem de caixotes e salas		Desenvolver Estratégia de Marketing
Fevereiro		Preparação da Apresentação Aprovação do Plano CE - 28 Feb		Desenhar conceito de Mascote Alimentos saudáveis nas máquinas e sensibilização consumo de açúcar	Emparelhar caixotes - 14 mar Imprimir etiquetas -19 mar	Levantamento/definição dos parâmetros que ditam que um projeto de investigação tem impacto na RS - 19 mar	
Março	Interrupção - COVID 19						
Abril							Desenvolver uma estratégia comunicação integrada de marketing seguindo o calendário e objetivos específicos, alinhados com o conjunto de ações propostas, utilizando um conjunto de instrumentos de comunicação:
Maio		Aprovação novos membros RS					
Junho		Preparação da Revisão do Plano Enviar à CE					
Julho		Preparação da Apresentação Aprovação sessão pública		Confirmar mascote			Marketing Direto Produção de conteúdos e mensagens de incentivo ou informativas Planifetos, banners, decoração de espaços
Agosto				Preparação mascote-caixa sugestões Preparação mascote robô (a decidir)		Preparação iniciativa "TECH CONVERTER- TOMA e ReTOMA"	Marketing Digital Produção e inserção de conteúdos em diferentes formatos: BIP, redes sociais, intranet, website,...
Setembro	1ª Sessão Pública - 25 set "TECH CONVERTER"	Apresentação do novo plano Apresentação da mascote		Caixa de sugestões RH Hábitos saudáveis (SGI)	Sensibilização recolha Nespresso e Tampinhas	Doação de sangue e medula - 19 set	Merchandising Garrafas personalizadas
Outubro			Confirmar valores institucionais Monitorização código ética (I&D); divulgação e implementação. Monitorização código ética (bem estar); divulgação e implementação.	Implementação comida saudável máquinas de vending Divulgação hábitos saudáveis - campanha	Comprar carrinhos de recolha de lixo	Lancamento iniciativa "TECH CONVERTER- TOMA e ReTOMA"	Relações Públicas Preparação e divulgação das sessões públicas, formações, ações de voluntariado,...
Novembro		Preparação do Relatório Final	Divulgação e partilha valores - intervenção espaços comuns Medir valores institucionais no survey RH anual Resultados Valores; Parecer da monitorização do código de ética e eventuais más condutas	Novas doenças em contexto profissional - partilha de conteúdos Monitorizar RH: - integração; carreiras; avaliação desempenho; código de ética; equilíbrio familiar; formação; desenv. competências	Diagnóstico ambiental Sensibilização - Energia - Água - Resíduos	Levantamento das ações voluntárias existentes: - Parcerias com outras organizações Dar pareceres a pedidos externos - política a definir	Publicidade Criação mascote Caixa sugestões Passaporte Suportes gráficos, diretos ou digitais
Dezembro	Sessão Final - dez Destaque I&D - COVID 19	Apresentação resultados preliminares RS		Relatório Colaboradores RH: parecer código de conduta		Aprovação ações de voluntariado com CE	
						Sensibilizar Investigadores APRESENTAR PROJ. INVESTIGAÇÃO Ação de voluntariado - NATAL	

LEGENDA:

- Sessões públicas, ações de formação e voluntariado
- Aprovações com CE
- Ações de marketing, levantamentos de informação e pequenas ações com colaboradores
- Diagnósticos, pareceres e preparação de ações

### 5.1. Ações adiadas para 2021

**Responsabilidade Social - plano anual 2020**  
Proposta de Roadmap - REVISTO julho 2020

#### Actividades adiadas para 2021

	Acções Sensibilização	Elaboração Plano	Princípios Organizacionais	Colaboradores	Ambiente	Sociedade	Mercado
2021	sessão de formação de chefias - saúde ocupacional (CC)	Aprovação Relatórios com CE - Jan 2021		Simulacros - a definir Criar grupo de caminhadas ao almoço Novas doenças laborais - CDUP "Pausa ativa" Hábitos saudáveis - FCNAUP "marmitas saudáveis" Formação Suporte Básico de Vida. Sessão pública de sensibilização a situações de emergência;	Apresentação do plano reciclagem Com desafio: "Recicla o Caixote" Sensibilização s/ Resíduos - LIPOR Sensibilização água - sessão Oferecer garrafa reutilizável Recolha de pilhas Diagnóstico água equacionar a adoção de sistemas ou dispositivos de redução de desperdício de água	Paredes Educa - a definir - 9 de maio Levantamento das ações voluntárias existentes: - Parcerias com outras organizações Enviar email sobre IRS Ações de voluntariado com filhos	

LEGENDA:

- Sessões públicas, ações de formação e voluntariado
- Aprovações com CE
- Ações de marketing, levantamentos de informação e pequenas ações com colaboradores
- Diagnósticos, pareceres e preparação de ações