



**COMUNICAR
PARA GERAR
VALOR &
IMPACTO
SOCIAL**

ANIMAR | Vila Franca Xira
25 de Maio 2013



2,8% VAB
(Geração Riqueza)
&
5,5% Emprego

55.383 Orgs
94% Associações
40,1% Acção Social
54,1% VAB
64,9% Emprego

5.022 IPSS
50,1% VAB
42,6% Remuners
38,2% Nec. Finc.

Receitas
14.177,9 M€
62,8% Produção
23,8% Subsídios

Fonte Conta Satélite economia Social, INE | CASES 2013 <http://www.slideshare.net/Dianova/conta-satelite-economia-social-2013>

A atractividade crescente do Terceiro Sector

Profissionalismo | Empregabilidade | Produtividade

Fonte The Johns Hopkins “Comparative Nonprofit Sector Project” e Universidade Católica Portuguesa, 2005

5,4 mil milhões €
=
4,2% PIB

227.000
Empregados
=
4,2% Pop Activa

48% receitas
Próprias
40% governo
12% filantropia

Inovação Organizacional no Terceiro Sector

GESTÃO DA INOVAÇÃO



INOVAÇÃO NAS PRÁTICAS DE TRABALHO



FONTE VANTAGEM COMPETITIVA

Fonte Julian Birkinshaw, co-founder
InnovationLab, London Business School

Que diferencia uma Organização da Sociedade Civil Especialmente Eficaz?

Alinhar Percepções dos Stakeholders com Objectivos da Organização
(Modelo de Múltiplos Constituintes)

- Direcções mais eficazes, tomando decisões certas e fazendo bem as coisas
- Maior uso de procedimentos correctos de gestão (avaliação de necessidades, planeamento estratégico, mensuração de satisfação)
- Maior uso de estratégias de gestão de mudança (procura novas fontes de receitas, incremento de legitimação, controlo de custos)
- Ter Direcção com prestígio social relacionado apenas moderadamente

Fonte “Nonprofit Organizational Effectiveness: contrasts between especially effective and less effective organizations”, Herman & Renz, 1998, *Nonprofit Management and Leadership*

Inovação | Incorporar novos Paradigmas Gestão

Gestão Mudança, Governance, Qualidade, Sustentabilidade | RSO, Gestão Talentos, Conciliação, Reputação, Prestação Contas, Impacto Investimento, Comunicação...



O
B
J
E
C
T
I
V
O

Criar uma marca corporativa fidedigna através da criação de um tipo inspirador de Organização Social...



... que ofereça uma **Proposta de Valor para Clientes, Colaboradores e Sociedade...**



... Garantindo a **Sustentabilidade da Organização!**

Desenvolvendo Relações de Confiança para Eficiência | Eficácia Organizacional

Alinhar percepções e expectativas Stakeholders com objetivos Organizacionais

Confiança é uma construção central no enquadramento e dinâmica da gestão de relacionamentos (Credd & Miles, 1996). Desenvolver e manter a Confiança é tido como especialmente importante para a eficácia organizacional (Davis et al, 2000)

A
R
I
S
T
O
T
E
L
E
S

Credibilidade da Fonte

Ethos → carácter & integridade
Logos → expertise & competência
Pathos → carisma



Brand/Marketing Engagement: Transparência, Honestidade & Interactividade

... em contar a história, experiência através de canais adequados para criar e manter relações de benefícios mútuos

Reputação Ser de Confiança

... através da demonstração de depósitos de boas práticas no “banco da confiança”

Desenvolvendo Relações de Confiança para Eficiência | Eficácia Organizacional

Alinhar percepções e expectativas Stakeholders com objetivos Organizacionais

“Confiança é a crença geral que uma Organização na sua comunicação e comportamentos é competente, aberta e honesta, preocupada, fiável e digna de identificação com os seus objetivos, normas e valores” **Zalabak, 2010**

BARREIRAS → RESULTADOS NEGATIVOS

- Diminuição desejo dos Colaboradores em contribuir para objetivos produtividade
- Alimenta medo e comportamentos destrutivos
- Piora as crises
- A desconfiança é cara

Schokley-Zalabak, 2010

BENEFÍCIOS → RESULTADOS POSITIVOS

Possibilita comportamento cooperativo
Gambetta, 1988

Maiores vendas e lucros, e menor rácio de rotação
Davis et al, 2000

Maior satisfação no trabalho, produt. e compromisso para com a Organização
Flaherty & Pappas, 2000

Roadmap Sustentabilidade & Gestão Mudança: Recreando e Liderando o nosso futuro de dentro para fora...

Uma linguagem, Uma voz, Uma marca



Roadmap Sustentabilidade & Gestão Mudança: Recreando e Liderando o nosso futuro de dentro para fora...

Uma linguagem, Uma voz, Uma marca

SITUAÇÃO ACTUAL

Porque estamos aqui?

Definir a situação e/ou problema

O que queremos alcançar?

Definir alternativas

Onde queremos chegar?

Definir metas, prazos, Indicadores e iniciativas

Como Alinhar?

Convergir plano de acção Global com Unidades

ESTRATÉGIA

Tornar a Organização sustentável

Aumentar o impacto social directo e indirecto

Mobilizar a mudança através da Liderança

Traduzir a estratégia (metas, iniciativas, indicadores)

Alinhar Corporate e Centros

Motivar numa tarefa conjunta (Capacitação, Comunicação, Objectivos, Formação)

Gerir para converter estratégia num processo contínuo

SITUAÇÃO DESEJADA

A acção

Iniciativas e projectos desenvolvidos que consolidem a Reputação

O que alcançámos?

Resultados e Impacto Social Positivo

Próximos passos

Reinvestimento em novas Oportunidades...
... e Melhoria contínua!

Roadmap Sustentabilidade & Gestão Mudança: Recreando e Liderando o nosso futuro de dentro para fora...

Uma linguagem, Uma voz, Uma marca

REPUTAÇÃO | Avaliação colectiva da capacidade de uma Organização entregar resultados positivos a grupos representativos dos seus Stakeholders. **Benefícios:** cria vantagem competitiva | atrai e retém melhores Talentos | atrai investidores e patrocinadores | aumenta fidelização de clientes | incrementa acesso novos segmentos

Processo
Unidireccional de
Difusão de
de Informação
(Media e/ou outros
Canais Off/Online)

**GESTÃO COMUNICAÇÃO
INTEGRADA**

**GESTÃO REPUTAÇÃO |
RESPONSABILIDADE
SOCIAL CORPORATIVA**

Processo
Bidireccional de
Gestão de
Relacionamentos
Win-Win com
Stakeholders
diversos

Mercados =
CONVERSAS!

DIÁLOGO:

- Bidireccional
- Pessoas
- Informação
- Participação

Comunicação Integrada

Social Media: novo processo de Participação | Interação Humana



COMUNICAÇÃO INTEGRADA LOW COST | NO COST

Publicidade

MY WAY



NO WAY

Comunicação
RP |
Sponsoring |
Social Media

“O processo de
comunicação
estratégica
integrada que cria
relações de
benefícios mútuos
entre
Organizações e
seus Públicos”

Acaba de entrar num Elevador...

... e tem 20 segundos para explicar quem é a

Organização:

- ✓ o que faz?,
- ✓ a quem se destina?,
 - ✓ com que objectivos?,
- ✓ qual a proposta de valor?

Já está?
Retenha a
ideia...

Acabou de dar o 1º passo na construção da sua História...

... que irá ajudá-lo a perceber como a sua Organização é percebida e a **(re)POSICIONAR-SE** para maximizar os seus **Objectivos Estratégicos**

GESTÃO DA REPUTAÇÃO CORPORATIVA

REPUTAÇÃO PARA QUÊ?

- Determinar o que é importante para cada grupo de stakeholders

REPUTAÇÃO PARA QUEM?

- Good will criado através das relações com stakeholders

REPUTAÇÃO COM QUE OBJECTIVO?

- Gerar good will é o objectivo último identificando e gerindo issues

E como qualquer História credível, consistente e confiável...

Vantagem Competitiva:

1. Quais são as nossas capacidades ?
2. O que nos distingue?
3. O que necessitamos incorporar / mudar?



Objectivos:

1. O que queremos Ser?
2. Como queremos ser recordados?

Cientes e Mercado:

1. O que esperam os Stakeholders?
2. Como podemos ir ao encontro das suas expectativas?

... tem que ser ALINHADA e CONTADA através de múltiplos Canais de interacção off e online

Para criar Valor para os Stakeholders e ajudar a construir uma opinião informada, através de uma gestão eficaz dos Relacionamentos...

... eis a Missão da Comunicação da Organização

Compreender os objectivos de negócio, issues e barreiras

A percepção é diferente da realidade?

Identificar Stakeholders chave e suas percepções actuais versus desejadas

Comunicamos com os públicos certos?

Desenvolver uma Comunicação estratégica que colmate o gap através de drivers emocionais e racionais

Visão / Capacidades / Expectativas

Modelo Estratégico de Comunicação de Causas



Definir Objectivos SMART

S: Específicos

O que pretende alcançar?

M: Mensuráveis

Que métricas (KPIs) usar?

A: Alcançáveis

Esforço e compromisso são realistas?

R: Relevantes

Qual a importância deste objectivo?

T: Oportunos

Quando será alcançado o objectivo?

Potenciais Obstáculos
/Oportunidades

Pessoas
Responsáveis

Acções

Metas e
Indicadores

(re)Avaliação

Seleccionar e Definir Abordagem Multi-stakeholders (Grupos e Issues)

**DIÁLOGO Autêntico, Transparente, Credível
(Da definição à Gestão de Envolvimento)**

Stakeholder Engagement

Proactively engage critical stakeholders to manage relationships in a more strategic, focused and effective manner to drive reputation and business success.



Third-Party Advocacy Groups

Overall Power / Influence



Favorability Toward Medtronic



Key Members / Potential Participants

Global Health Groups
European Union Groups
U.S. Mega Groups (\$150M+)
DC-Influencers

MDT Platforms

Relevance to this Group

Influence over Others' Perceptions

- Innovation
- Value-based Solutions
- Business Performance
- Quality
- Global Health Stewardship



(re)Definir Posicionamento Longo Prazo

OS 4 PILARES COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

- 1 Pretende-se que as Audiências **CONHEÇAM** a Organização
- 2 Pretende-se que as Audiências compreendam que a Organização é **RELEVANTE** para as suas necessidades
- 3 Pretende-se que as Audiências acreditem na **DIFERENCIAÇÃO** da Organização
- 4 Pretende-se que as Audiências considerem (Satisfação) com elevada **ESTIMA** a Organização

Trabalhar o gap estratégico para contar uma história única

Demonstrar habilidade para fazer melhor do que ninguém como factor crítico

Solução para problemas out of the box que levam à Inovação

eKIT PR Toolbox

Uma **MARCA** ainda é julgada pela sua Liderança + Performance + Cidadania + Governance + Responsabilidade Social + Inovação + Local de Trabalho + Produtos e Serviços

Nova abordagem Media Sociais + PR + Canais Media para melhor operar com intenção de: Comunicar, Construir relações e Influenciar

The New Digital PR Toolbox

- Social media releases
- Podcats / Vodcasts
- Media Relations
- Competitions
- Online reputation management
- Photography
- Viral
- Radio Interviews
- Corporate websites / blogs
- Internal communications
- Stakeholders' relations
- Internal blogs
- Internet radio
- Widgets
- Photography
- Social networking
- Social networks API's
- Press briefings
- Internal communications
- Social tagging
- Guerrilla activity
- Microblogs
- Wiki's
- TV Interviews
- Social blogging
- Brand ambassador activity
- Events
- Online monitoring
- Press briefings
- Webcasts
- Conferences
- RSS feeds
- Crisis management
- Social networking events
- Online storytelling
- Crowdsourcing
- Surveys
- Newsletters
- Product launches
- Foruns / boards / comments
- Reputation Management
- Press Releases
- Online surveytorials
- Press trips
- Investor relations
- Tgged photography
- Skypecasts
- Stakeholder mapping
- Corporate Publications
- Social bookmarking
- Search engine optimization
- Positioning papers
- Vlogs
- Online media relations
- Virtual world events



Conte a sua História Integrada

Estratégia Media activa
com entrevistas, opiniões,
testemunhos, e redes
sociais

Envolvimento com Governo e
Autoridades Locais usando
mensagens chave com
enquadramento específico

Alinhar programa Externo
com Comunicação interna
para envolver e inspirar
Colaboradores e Stakeholders

Gabinete Imprensa para
seleccionar Media chave,
criar Base dados, Identificar
porta-vozes, definir ângulos



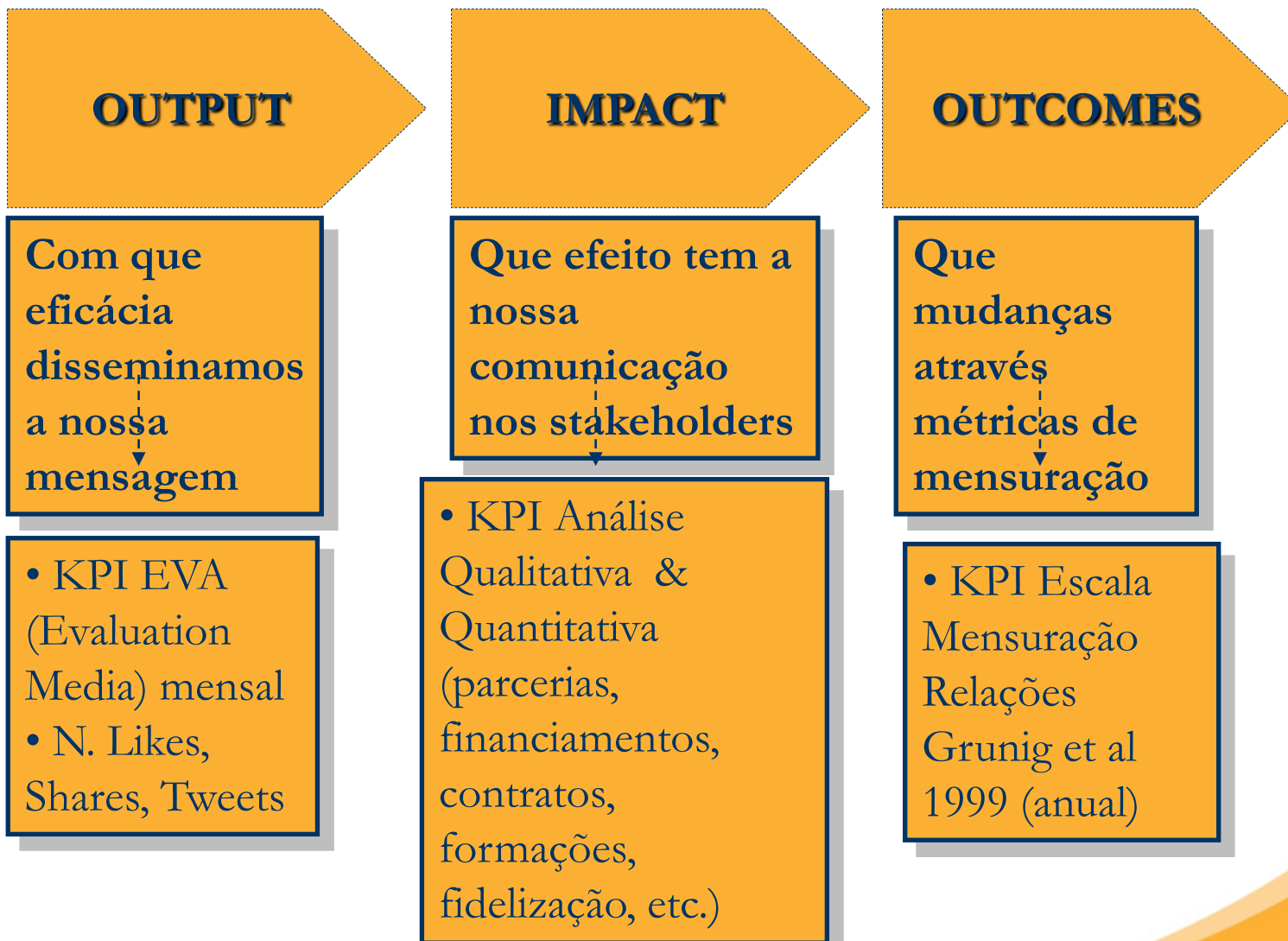
Canais orientados a
interacção
estimulando diálogo,
recursos e respostas

Press Kit com mensagens
(racionais e emocionais) e
materiais chave: eDossier
Corporativo

Diálogo Online
constante para
públicos específicos



Mensuração | Avaliação | Prestação de Contas



Rede Dianova & Hub Internacional de Public Affairs

A nossa MISSÃO: desenvolver programas e acções que contribuam activamente para a autonomia pessoal e o progresso social



3 Continentes | 11 Países

Dianova publicamente reconhecida como Instituição Particular de Solidariedade Social, Associação Utilidade Pública e Organização Não-Governamental para o Desenvolvimento

Educação e Promoção da Saúde

Tratamento Toxicodependências

Reinserção Socioprofissional

Apoio Psicossocial

Formação & Capacitação (Hard | Soft Skills)

PROTÓCOLOS



AFILIAÇÕES



Agente Inovação Organizacional & Social

Promotora Cultura Cooperação & Cooptição

Agente Economia Social e Solidária

Promotora de Transformação Social

Certificações | Acreditações Dianova

ISO
9001:2008



Sistema de Gestão da Qualidade
CTQL (1ª em Portugal)

EFR



Entidade Familiarmente Responsável
Economia Social (1ª em Portugal)

DGERT |
CCPFC



Entidade Formadora Acreditada (CFD)
DGERT – MTSS | CCPFC – ME

Dianova | Unidades Operativas (Lisboa | Oliveira Azeméis | Torres Vedras)



SEDE
Dianova Portugal



Residencial de
Estudantes



Centro de Apoio
Psicossocial CAP+ Saúde



Comunidade Terapêutica
Quinta das Lapas



Projecto Centro de
Emergência Casa Azul



Empresa de Inserção
Viveiros Floricultura



Centro de Formação
Dianova



Apartamento de
Reinserção Social

A Equipa 2012

Retenção
Talento

94%

48

Colaboradores

Empregados

90% Contratos
directos

10% Indirectos

Idade

Média 40,1

Qualificações

31% Universidade

69% 1-3º ciclos

Áreas

77,9% Programas

22,1% Gestão

Género

50% Feminino

50% Masculino

Abordagem Multi-stakeholders Cultura Cooperação e Cooptação

Baseado no Modelo de Relações de Negócio, MacMillan et al (2000)



Comunicação Integrada

Moto Aprender | Crescer | Concretizar

Gestão por Valores: alinhar Cultura Corporativa com Princípios

dianova | 



Comunicação Corporativa

Comunicação Interna

Gestão Marca

Relações Media

Relações Governamentais

Publicidade Social

Comunicação Online & Social Media

Marketing Serviços

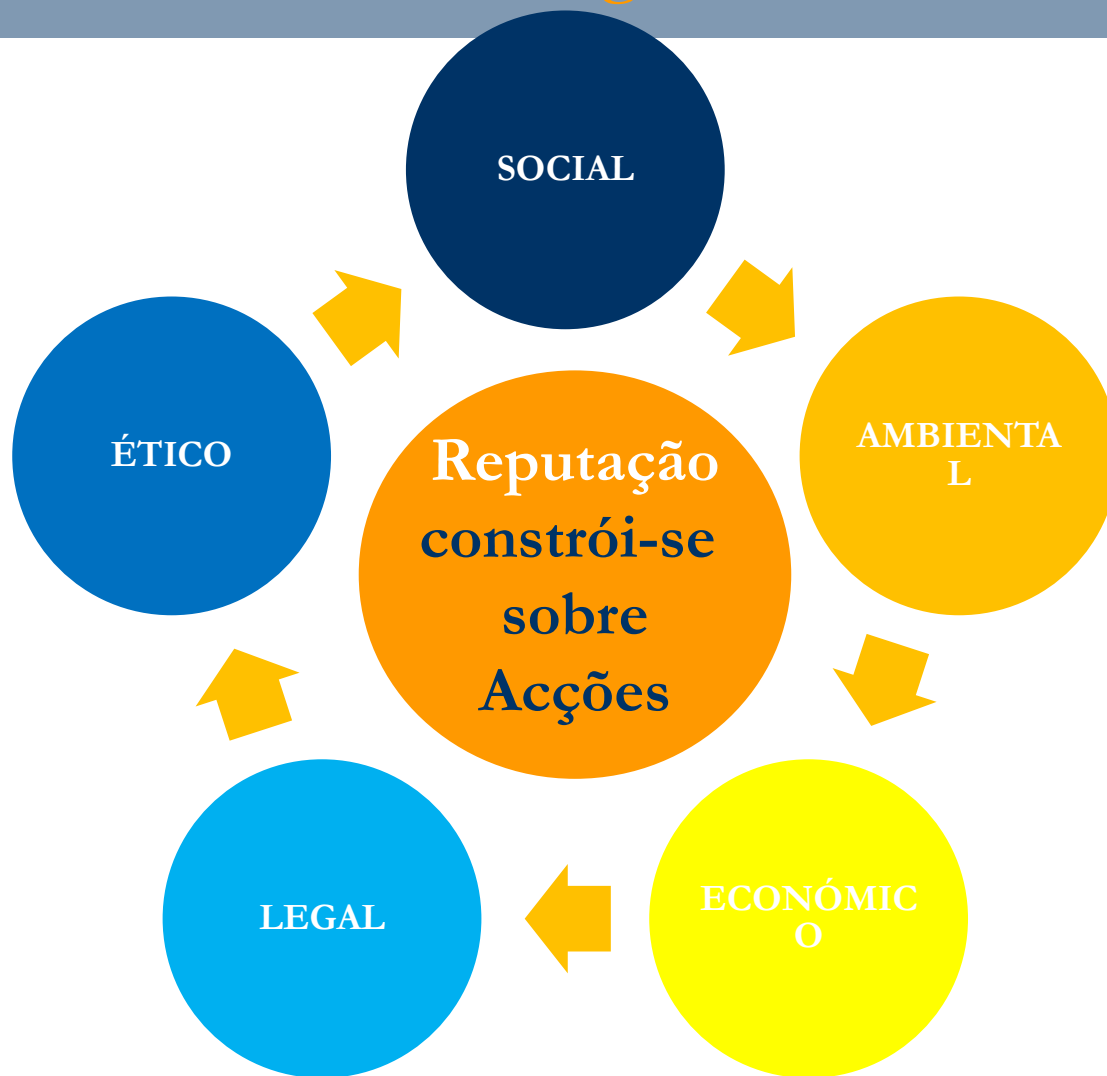
Organização & Participação Eventos

Comunicação & Marketing de Causas

www.dianova.pt

Banco Depósito Confiança & Boas Práticas RSO

Walking the Talk... Everlasting Effects!©



Performance Económica

Económico



**VOLUME EMPREGO
GERADO LOCAL**

+40 / ANO

**REGULARIZAÇÃO
IMPOSTOS**

EM DIA

**PAGAMENTO A
FORNECEDORES**

30 DIAS

Performance Económica rumo à Sustentabilidade

Económico



**FINANCIAMENTO
PÚBLICO**

9,5%

**RECEITAS
GERADAS**

82,2%

FILANTROPIA

8,3%



Delivering the Promise

Impacto Social 2007-2011



Por Áreas de Intervenção



Por Ano de Intervenção



Aumento Eficiência e Impacto Ambiental

Ambiental

IMPLEMENTAÇÃO
PAINÉIS SOLARES
&
REDUÇÃO CUSTO
ENERGÉTICO e
PEGADA ECOLÓGICA





Cumprimento Legislação Internacional, EU & Nacional

Carta de Princípios e Responsabilidades



Propriedade Industrial
13 Marcas
16 Domínios



Plano de Igualdade e Conciliação

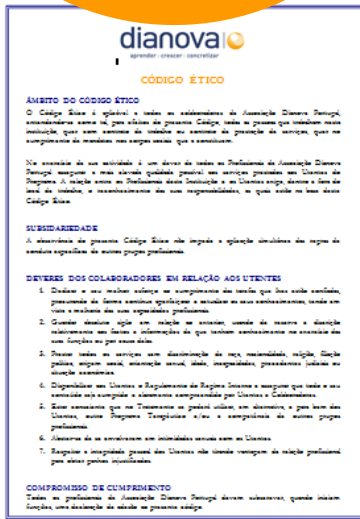


Gestão por Valores e Ética

“Negócio Social”

Ético

Código Ético



Gestão Desempenho
Avaliação comportamentos e atitudes →
Desempenho excelência

Aferição Satisfação Colaborador
Dar voz activa e conhecer grau de satisfação

dianova
aprender crescer concretizar

FICHA DE RESULTADOS AVALIAÇÃO 2004

COLABORADOR _____

IP _____ FUNÇÃO _____

DEPARTAMENTO _____ LOCAL _____

Atitudes e Comportamentos

INDICADORES	Subj.aval. (0-5)	Subj.aval. (0-5)
Identificação com a Missão e Valores da Dianova	ES/VO	ES/VO
Orientação para o Cliente / Utilizador	ES/VO	ES/VO
Relação / Trabalho de Equipa	ES/VO	ES/VO
Disponibilidade	ES/VO	ES/VO
Competências Técnicas	ES/VO	ES/VO

Nota: O Respostado(a) a contribuir para a ponderação das avaliações de Chefes e de Equipa

Modelo de Avaliação de Desempenho

5 = Excelente (5.0)

4 = Muito Bom (4.0)

3 = Bom (3.0)

2 = Regular (2.0)

1 = Insatisfatório (1.0)

0 = Insatisfatório (0.0)

Legend: — 4. Excelente (4.0) — 5. Insatisfatório (1.0)

Gestão de Marca

Identidade Corporativa em Materiais

... irá obter os benefícios em âmbito estratégico a esta Causa Social:

- Agiliza a entrega e posicionamento da Marca de Apoio e a perceção pela sua Marca
- Permite o aumento do seu volume de vendas
- Incentiva a divulgação dos seus clientes para pagar um valor premium pelo produto ou serviço
- Incentiva a sua capacidade de atrair, motivar e reter colaboradores
- Aumenta a sua capacidade de atração de investidores e comunidade financeira
- Diminui a sua % de queixas e partilha de opinião negativa com clientes
- Reduz o impacto de potenciais crises na sua Organização
- Aumenta a sua rentabilidade e tem um verdadeiro impacto social
- Aumenta a sua satisfação em colaborar online e contribui para o crescimento da comunidade!

Seja uma daquelas Pessoas ou Bom Cidadão Corporativo que tanto admiramos no Mundo...



Assim - ou como um Parceiro ou Investidor Socialmente Responsável, um capital social que marca diferencial!

Conta para Diferenciais Milionários! Reg. N.º 4633/0000/0001/2014/250/2

Compreta mais 0,5% do seu IBS (Emprego e 3. do ano em 11 do modelo 3)

Associação Dianova Portugal NIF 501 501 163


... e ainda em www.dianova.pt/Categoria_Projectos_Solidarios

Dianova Promotora de Inovação & Transformação Social

**Compromisso • Confiança • Cooperação...
Inspirando e revelando o potencial de Pessoas e Organizações!**

SIM Sempre - a Inspirar o Mudança... colaborar concretizar!



Na nossa Responsabilidade Social assumimos o compromisso em contribuir para o desenvolvimento "social" do comércio, sociedade, assiste numa abordagem propositiva e inclusiva muito abrangente, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida das Pessoas e Organizações que frequentamos, através de projetos, programas e iniciativas que fomentam a inclusão social e a formação e capacitação.

Partilhar um futuro sustentável significa operar mudanças de atitudes e comportamentos sociais que tenham impacto nas rotinas das Organizações.

Inspirados por uma Gestão por Valores, ao atuar como Organização Socialmente Responsável, a Dianova atua numa unidade orientada à Sustentabilidade, como Base para o trabalho e criação de Impacto Social.

Colaborar conosco... Junta programas e resultados e contribuições para a resolução de problemas globais. No entanto, a sociedade portuguesa, assim como a sociedade brasileira.

... Ao Colaborar e Investir no desenvolvimento dos nossos Programas educativos, empresariais e assistenciais...

VALORES

Compromisso
O compromisso existe quando o toxicodependente decide mudar a sua vida, quando se interveém com solidariedade e profissionalismo e quando a organização se empenha através de ações de interesse público e carácter social.

Solidariedade
Sensibilidade e maneira de ser que motiva as pessoas a auxiliarem outras em situação de marginalização ou discriminação, partilhando conhecimentos, competências e experiências - num envolvimento humanitário.

Internacionalidade
Aspecto multicultural e pluralista do compromisso e da solidariedade traduzido em ações ou comportamentos coletivos flexíveis e dinâmicos, cuja adaptação a situações muito diferentes é necessária para assegurar o êxito dos projectos assumidos.

Tolerância
Respeito pela diferença traduzido na liberdade de escolha e no diálogo, assim como na aplicação de regras e de comportamentos democráticos, no estrito respeito pela legalidade.



MISSÃO

Desenvolver ações e programas que contribuam para a autonomia pessoal e o progresso social.

VISÃO

A Dianova fundamenta a sua ação na convicção de que, com a ajuda adequada, cada pessoa pode encontrar em si mesma os recursos para alcançar o seu desenvolvimento pessoal e a sua integração social.

Confiança • Cooperação • Paixão... Juntos inspiramos a mudança e contribuímos para a resolução de problemas globais numa perspectiva educativa e inclusiva!



CRISTINA LIZARZA
Presidente

Quinta das Lapas 2565-517
Monte Redondo - Torres Vedras
Tel.: +351 261 312 300
Fax: +351 261 312 322
TM.: +351 919 932 126
cristina.lizarza@dianova.pt
www.dianova.pt

Centro Alojamento Temporário | Oliveira de Azeméis | Projecto SOLIS 2005-2010



Entidade Promotora
Câmara Municipal
Oliveira Azeméis

Entidade Executora
Dianova Portugal
+
9 Parceiros Locais

Duração
6 anos
Beneficiários
4.030 Pessoas
Financiamento
1,2 Milhões €

12 Actividades
Dirigidas a Crianças,
Jovens, Adultos
e Idosos

Inclusão Social,
Voluntariado,
Terceira Idade,
Violência Doméstica (170 Utentes),
Realojamento Social,
Reabilitação Habetacional,
Inserção socioprofissional,
Educação Saúde,
...

Centro de Formação Dianova: Capacitar | Empreender | Inovar | Portugal

ACÇÕES
FORMAÇÃO
112

HORAS
FORMAÇÃO
6.724

FORMADORES
16 Internos
750 Externos

FORMANDOS
1.624



Empresa de Inserção Viveiros Floricultura: Principais Acontecimentos

REINSERÇÃO SOCIAL → CAPACITAÇÃO → INTEGRAÇÃO SOCIOPROFISSIONAL → SUSTENTABILIDADE



Qualidade e Inovação ISO 9001:2008

Impacto e Benefícios Comunidade Terapêutica

ORGANIZAÇÃO STAFF



Renovação do SGQ 2011-2014 →
Metodologia dinâmica

Aumento transferência de saber
fazer

Aumento da Motivação →
eficiência e eficácia

BENEFICIÁRIOS



100% Satisfação Cliente

100% População
Recomendaria o Serviço

COMUNIDADE SOCIEDADE



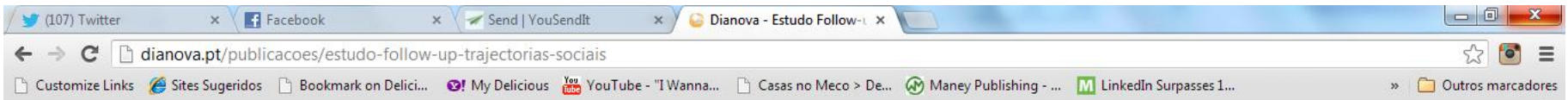
Aumento legitimidade social

Reforço da integração nas
redes sociais (CRI, CLAS)

- Reconhecimento público
Prémio Categoria Privada
Hospital do Futuro'05/06
- Convite para Conferências
Nacionais e Internacionais



Estudo Científico Follow-up “Trajectórias Sociais” 2009-2013 CIES | ISCTE-IUL



MISSÃO & VISÃO | REDE DIANOVA | CONTACTOS | MAPA | HOME

Doar não custa, basta uma simples cruz Solidária



No modelo 3 Anexo H no campo nº 9 do seu IRS, colocando o NIF 501 601 163, e consigna assim **0,5%** do rendimento colectável à Associação Dianova Portugal.

Um **pequeno gesto** para uma **grande causa** que irá ser investido em programas de **Educação, Saúde, Inclusão Social, Desenvolvimento Comunitário e Formação, beneficiando Jovens, Adultos e Idosos.**

Reconhecidos pelas Nações Unidas e UNESCO somos uma voz diferente. Chamamo-nos Dianova e queremos que seja possível acreditar numa nova oportunidade. Colabore connosco a inspirar a mudança!

DIANOVA INSTITUCIONAL QUE FAZEMOS OS NOSSOS SERVIÇOS CENTRO DE CONHECIMENTO CAUSAS QUE INSPIRAM PUBLICAÇÕES IMPRENSA

- PUBLICAÇÕES
- Revista EXIT@
- Relatórios & Contas
- Relatórios de Impacto Social
- Estudo Follow-up Trajectórias Sociais
- Documentos de Comunicação Institucional
- Artigos Contribuídos
- Boletim SOLIS

Estudo Follow-up “TRAJECTÓRIAS, DA DEPENDÊNCIA À REINTEGRAÇÃO

Gosto 0 +1 0 Share 0 Tweetar 0 Share

RELATÓRIO PRELIMINAR 2010: COMUNIDADE TERAPÉUTICA QUINTA DAS LAPAS: CARACTERIZAÇÃO DOS UTENTES COM ALTA TERAPÉUTICA

Coordenadora: Professora Doutora Susana Henriques & Mestrando Pedro Candeias (CIES – IUL)

Para aferir o impacto que o seu Programa Residencial Educativo-Terapêutico em Comunidade Terapêutica, pioneira em Portugal com Sistema de Gestão da Qualidade ISO 9001:2008 certificado desde 2005 pela SGS – ICS, tem na reinserção das Pessoas que dele beneficiam, para além dos indicadores de performance que a CTQL dispõe na actualidade tais como taxa de retenção a 6 e 12 meses e conclusão do programa com alta terapêutica, foi iniciado em Fevereiro de 2010 o estudo longitudinal horizonte 2014 “Trajectórias, da dependência à reintegração - estudo de trajectórias sociais de toxicodependentes após processo terapêutico”.

Este estudo está a ser realizado por uma Equipa de Investigadores do CIES (Centro de Investigação e Estudos de Sociologia) do ISCTE-IUL, sob a coordenação da Professora Doutora Susana Henriques, com financiamento da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia, e será concluído em 2013. Anualmente irão ser elaborados relatórios preliminares que serão objecto de divulgação.

LIGA 261 312 300



Uma Equipa multidisciplinar de profissionais dedicados ajudam-no/a a alcançar a independência/autonomia

mailto:ruimartins@dianova.pt

tenha alguma questão ou dúvida relativamente ao Estudo, envie-nos um email para ruimartins@dianova.pt



Campanha EU European Action On Drugs EAD Lisbon Event



Evento EAD Lisboa 15 de Março, 2011

- 100 participantes
- Universidades, Organismos Públicos diversos, Empresas, ONG/IPSS, Cidadãos e Convidados Especiais
- 10 Órgãos de Comunicação Social
 - 82 notícias Publicadas
- 47 Imprensa (43%), 35 TV & Radio (35%), 24 Social Media (22%)
- 1.200.000 pessoas impactadas pelas notícias
 - ROI 236.596€

Campanha Sensibilização Educação Saúde

Avaliação Impacto 2011

**19 Sponsors
Media**

**1 Sponsor
Publiccards
(271 Locais)**

**1 Sponsor
Metro Lisboa
(500 cartazes)**

**Redes Sociais
Facebook,
LinkedIn,
Twitter**



Produzimos demasiadas coisas de usar e deitar fora.

Não deixamos que te atires para o lixo.

Há mais de 26 anos que estamos próximos de quem encontra problemas de toxicod dependência. Com solidariedade, compromisso, competência e uma aproximação sempre atenta ao indivíduo e aos seus direitos. Somos reconhecidos pelo Serviço Nacional de Saúde, Social e Educativo. Numa sociedade que frequentemente faz da dependência um modelo, somos uma voz diferente. Chamamo-nos Dianova e queremos que seja possível acreditar numa nova oportunidade. Visite-nos em www.dianova.pt. Colabore connosco a inspirar a mudança... basta colocar o nº de contribuinte da Associação Dianova Portugal - 501 601 163 - no campo nº 9 do anexo H do modelo 3.

dianova
aprender | crescer | concretizar

www.dianova.pt


ASSOCIAÇÃO EUROPEIA
SOBRE A DROGA

Campanha Sensibilização Educação Saúde

Avaliação Impacto 2011

**19 Revistas
e Jornais
23 páginas
517.911 tiragem
(5 milhões leitores)
75.779€ ROI**

**500 Cartazes
Metro Lisboa
600.000 passageiros/dia
3 semanas
(14.400.000 pass.)
105.000€ ROI**

**My Tech Notes &
My Finance Notes
Cadernos
Universitários
50.000 exemplares**

Iniciativa Anual Promoção de Saúde “Mocktails” | Torres Vedras



Mocktails

memórias de uma noite divertida

Sê cool... não arrisques o day after

EDUCAÇÃO E PROMOÇÃO DE SAÚDE

Impacto 2009-2012
13.460 Jovens e Adultos

36

Parceiros
Institucionais,
Sponsors e Media

149

Embaixadores de Saúde
de sorriso aberto
e muita energia preventiva

260

Colaboradores
dos Espaços de
Lazer

33

Agentes de Polícia
e Protecção Civil

9574

Cocktails sem álcool
saudavelmente
consumidos

408

Pessoas impactadas
operação auto-stop
com prémio 0% alcoolémia

3000

Alunos em
10 Escolas

Saiba mais sobre comportamentos saudáveis em www.dianova.pt

MOCKTAILS

5ª EDIÇÃO / 2013

dianova
aprender | crescer | concretizar

03 MAIO . 22H30 . TORRES VEDRAS
Bares, Restaurantes e Discotecas aderentes
MOCKTAILS
Oferta de 1 bebida não alcoólica

04 MAIO . 21H30 . TORRES VEDRAS
PAVILHÃO MULTIUSOS / CONCERTO SOLIDÁRIO
**PEDRO ABRUNHOSA
& COMITE CAVIAR**

COM O APOIO:



Slingshot.pt

IMPACTO 2007-2012 13.460 PESSOAS

Celebração Datas Comemorativas

Postal Natal Anual



"Ninguém pode achar que falhou a sua missão neste mundo, se aliviou o fardo de outra pessoa!" Charles Dickens

Seja uma daquelas Pessoas que tanto admiramos no Mundo.
Envolva-se com a Visão Dianova em 2013!

Alicerçados numa Cultura de Cooperação e Transformação Social,
inspirámos a mudança de vida de 21.838 Pessoas!

A Equipa Dianova deseja-lhe um Feliz Natal e Solidário 2013!

dianova
aprender | criar | concretizar

Capitalização Colateral para:

- Incrementar Visibilidade
- Aumentar nível Envolvimento
 - Difundir Mensagens chave

Em conclusão

Obrigado Obrigado

Simplicidade
na Complexidade

Orientação
Aprendizagem

Arrisque.
Encoraje
Inovação

Aceite
Erros

Divirta-se



 www.dianova.pt

 www.formacao.dianova.pt

 www.apoiopsicossocial.dianova.pt



<http://aprendercrescerconcretizar.wordpress.com>



www.youtube.com/user/dianovaportugal



www.flickr.com/photos/dianovaportugal



www.slideshare.net/dianova



[www.twitter.com/ dianovaportugal](http://www.twitter.com/dianovaportugal)



www.facebook.com/dianovaportugal



[www.linkedin.com/company/ dianova-portugal](http://www.linkedin.com/company/dianova-portugal)



www.issuu.com/dianovaportugal



http://pt.wikipedia.org/wiki/Dianova_Portugal