Mercado Bom Sucesso, 20 de Março de 2015

Programa

16:00 Conferência "Inovação Social e o papel da Responsabilidade Social das Empresas"

Boas-Vindas

Rui Pedroto - Fundação Manuel António da Mota

Paula Guimarães - GRACE

16:10 Portugal Inovação Social

Filipe Santos - Portugal Inovação Social

16:30 Mesa redonda

Moderador: Pedro Carvalho da Silva- Porto Canal

Fernando Leite - LIPOR

Luís Sousa- Biorumo

Miguel Neiva- ColorAdd

Fernando Afonso- Sernis, Soluções Tecnológicas

António Brandão de Vasconcelos - everis

17:40 Debate

17:50 Sessão de Encerramento

Conceição Zagalo – GRACE

Paulo Nunes de Almeida - AEP

Apoios:

Boas-Vindas

Rui Pedroto
Vogal da Direção do GRACE
Presidente da Fundação Manuel António da Mota

Apoios:

Boas-Vindas

Paula Guimarães
Presidente do GRACE
em representação do Montepio

Apoios:

grace
RSE de sucesso

grace 15 anos

FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA

Mercado Bom Sucesso, 20 de Março de 2015

15º Aniversário GRACE – 25/02/2015
Obliteração de selo dos CTT

Apoios:

Europcar

PORTUGÁLIA RESTAURAÇÃO

unicer

Portugal Inovação Social

Filipe Santos
Presidente da Comissão Diretiva da Portugal Inovação Social

Apoios: Apoios:

Filipe Santos
Presidente da Comissão Diretiva

PORTUGAL
INOVAÇÃO SOCIAL

Conferência:
Inovação Social e o
Papel da Responsabilidade Social das Empresas

20 de Março, Porto

Organizado pelo GRACE e Fundação Manuel António da Mota

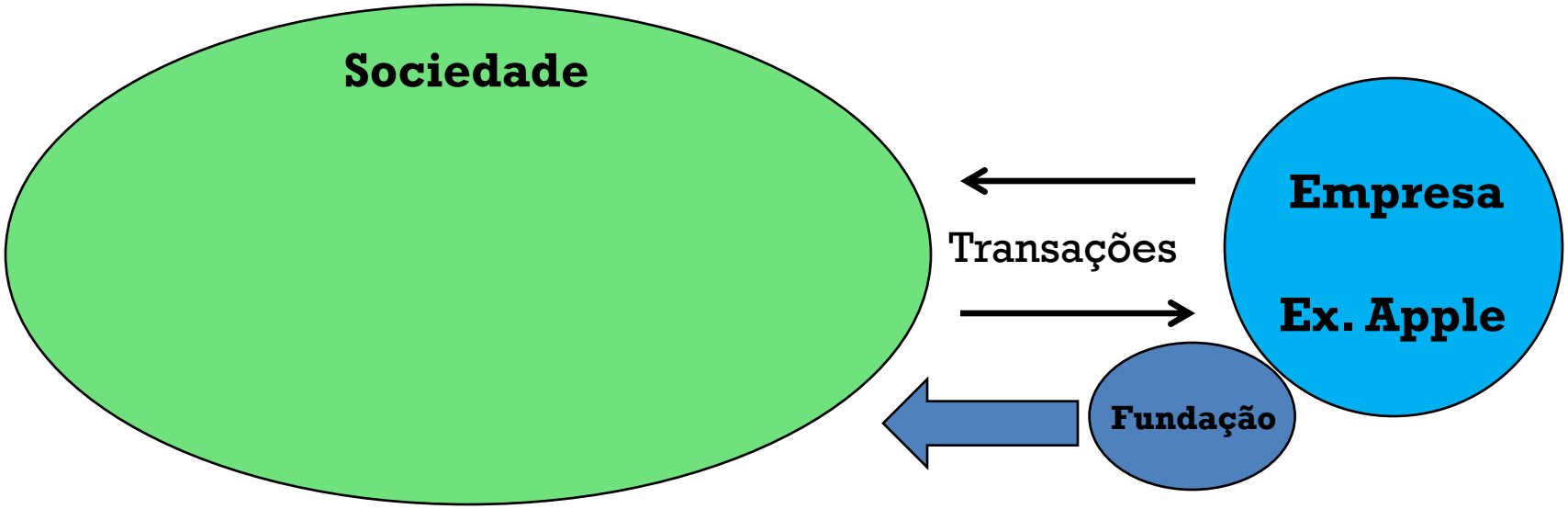
Qual a Ligação entre Empresas e Sociedade?

- **5 modelos de como empresas se relacionam com a sociedade**
- **Modelo descritivos – não há certo ou errado mas escolhas**
  - Que modelo caracteriza melhor a sua organização?
  - Que modelo caracteriza a organização a que gostaria de liderar ou pertencer?

- **Premissa base da abordagem é a de que o lucro é bom**
  - É uma medida do valor capturado pelas empresa através das suas actividades
  - É uma proxy (indicador) do valor criado para a sociedade (a que chamo impacto)
  - Esta proxy é fiável em mercados maduros com boa informação, regulação eficaz, effectivo poder de escolha dos clientes e reduzidas externalidades
  - Mas não é perfeita: lucro não está completamente alinhado com impacto

Como pensam as empresas e resolvem este (des)alinhamento?

1- A Empresa Legalista



Comportamento

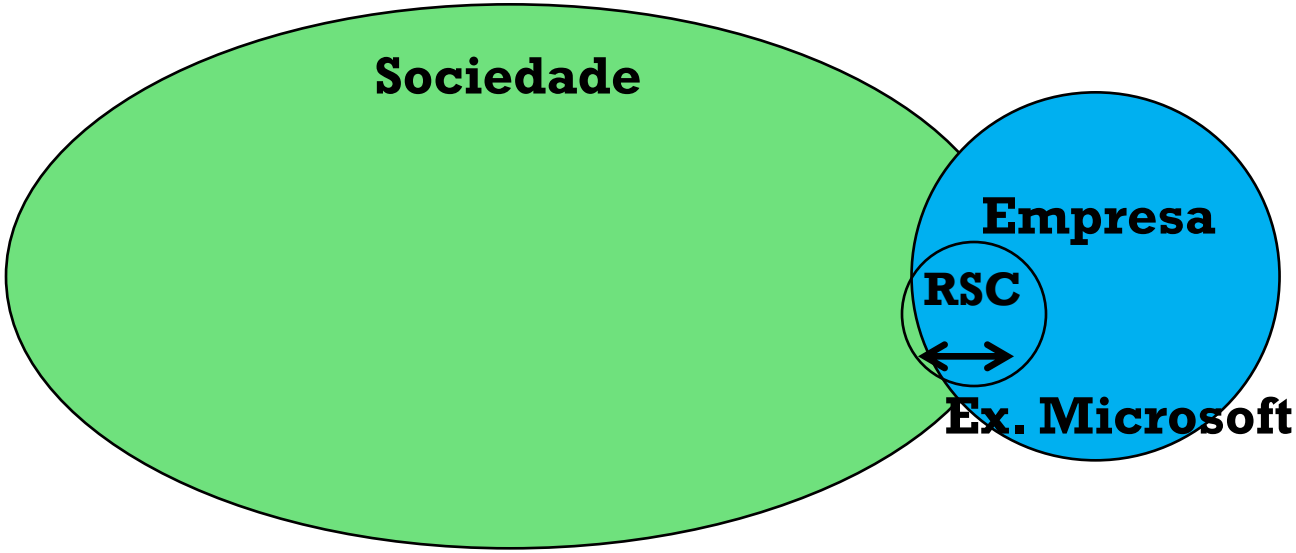
- Interesse Acionista, Reactivo às Crises, Segue as normas legais, **Maximização do lucro**
  http://www.triplepundit.com/2012/05/5-reasons-apples-csr-strategy-doesnt-work/

Desafios

- Aumento das expectativas da sociedade, pontos múltiplos de contacto

Motor da Mudança: Reputação empresarial, necessidade de abordagem integrada às pressões sociais

2- A Empresa Responsável



Comportamento

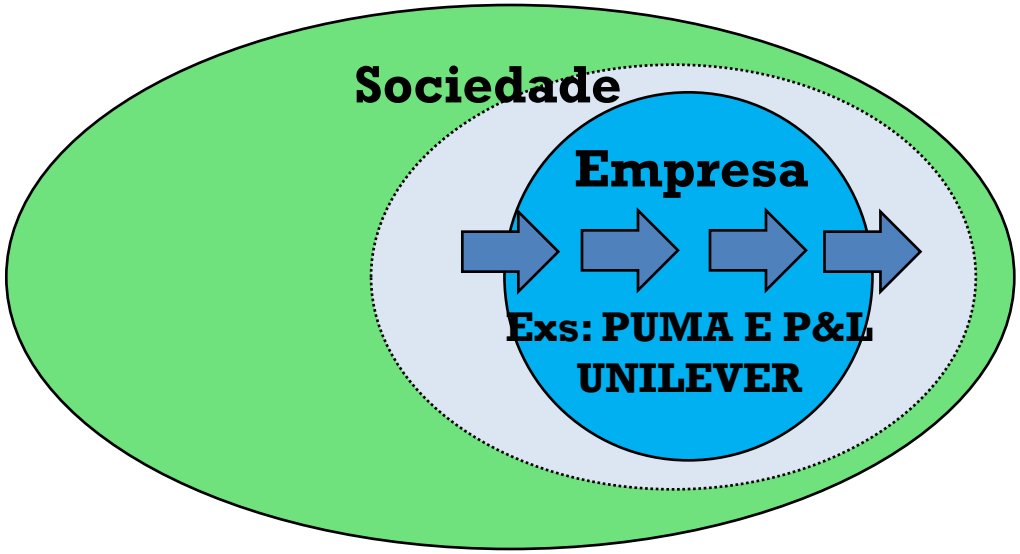
- Sensível às pressões sociais, proteger as operações core, **Lucro associado a Impacto** http://blogs.technet.com/b/boston/archive/2013/01/02/microsoft-ranked-1-in-best-corporate-social-responsibility-programs-continues-dedication-to-citizens-and-communities.aspx

Desafios

- Fraca integração do CSR com as operações da empresa. Reduzido envolvimento do pessoal.

Motor da Mudança: Necessidade de desenvolver competências e apresentar estratégia integrada

A Empresa Sustentável



Wal-Mart (mudança recente)
http://corporate.walmart.com/global-responsibility/environmental-sustainability

- Fornecer-se 100% com energias renováveis
- Criar zero desperdício nas operações
- Vender produtos sustentáveis para as pessoas e o planeta

Comportamento

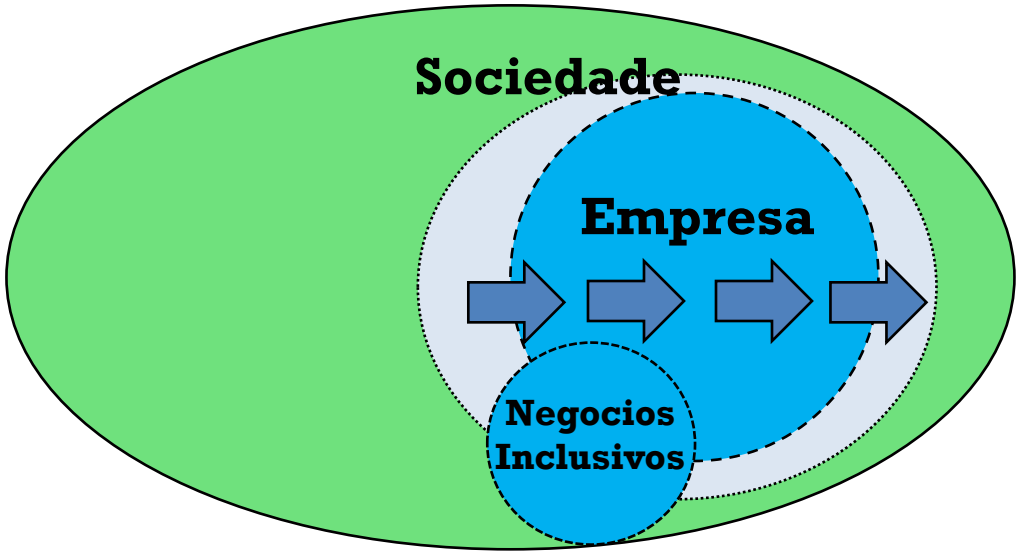
- Abordar problemas sociais em toda a cadeia de valor; Activo em cancelar externalidades negativas com objetivos e alvos bem definidos; **Lucro se Impacto**

Desafios

- Impacto torna-se um objetivo do negócio e tem de ser medido e incentivado. Necessita forte compromisso da liderança; Alcançar coerência estratégica é fundamental

Motor da Mudança: fator e envolvimento humano (líderes e empregados)

A Empresa Inclusiva



Ex. Danone: **"dual economic and social project"**

http://www.danone.com/en/sur-une-route-durable/sur-une-route-durable.html

http://www.danonecommunities.com/en/node/123

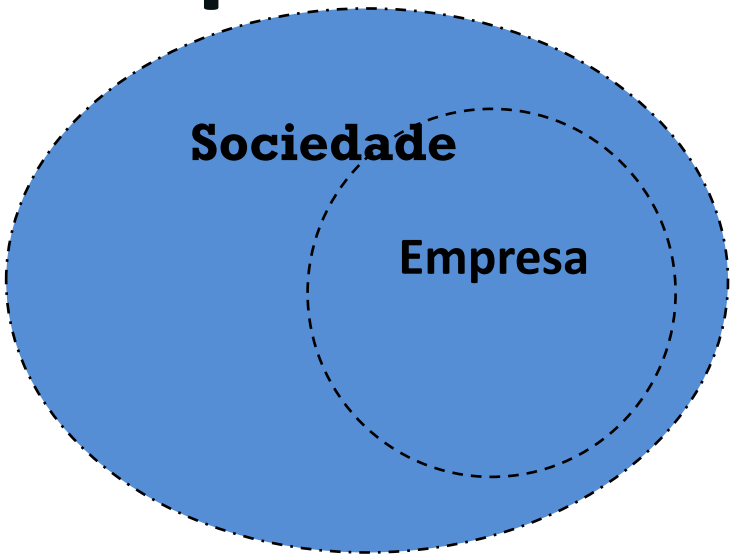
Já existem: 1200 B-Corporations

Comportamento

- Pro-activo em aplicar competências para resolver problemas da sociedade (externalidades positivas); transformar modelo de negócios para aumentar inclusão; impacto torna-se um objectivo central e partilhado: **Lucro e Impacto**

Desafios: Impacto tem que ser monitorado, incentivado e medido tanto quanto o lucro; balanço entre lucro e impacto pode causar conflitos e requer compromisso e atenção constante da liderança

A Empresa Social (Societal)



Exs:

- **Grameen**
- **Aravind Eye Clinics**
- **Impact Hub**
- **Wikipedia**

Comportamento

- Tranformador com objetivo prioritário de melhorar sociedade resolvendo problemas negligenciados com externalidades: **<u>Lucro para Impacto</u>**

Desafios

- Manter sustentabilidade financeira da organização; Reter talento; Evitar que missão seja distorcida pela agenda pessoal e reputação dos líderes

Resumo dos 5 Modelos

Conceito de Empresa	Forma de Entender o Valor	Comportamento face às necessidades sociais
Legalista	Maximização do lucro	Reactivo
Responsável	Lucro associado a impacto	Sensível
Sustentável	Lucro se impacto	Activo
Inclusiva	Lucro e Impacto	Pro-Activo
Societal	Lucro para Impacto	Transformador

Modelo descritivos – não há certo ou errado mas escolhas

- Que modelo caracteriza melhor a sua organização?
- Que modelo caracteriza a organização que gostaria de liderar ou pertencer?

Vantagens do Envolvimento com a Sociedade

- Inovação social traz novas soluções e abordagens (redução de custos, novos modelo de negócio)
- Fundamental para atrair e reter talento (Milennials…)
- Abre horizontes a novas oportunidades de negócio
- Aprendizagens em parcerias com empreendedore sociais

No entanto o aprofundar da relação das empresas com a sociedade não é óbvio nem fácil: requer forte liderança e visão para ultrapassar culturas, processos e estruturas mais tradicionais

PORTUGAL
INOVAÇÃO SOCIAL

PORTUGAL INOVAÇÃO SOCIAL

PORTUGAL 2020

UNIÃO EUROPEIA

Fundos Europeus Estruturais e de Investimento

- Resolução Conselho de Ministros nº 73-A/2014
- Iniciativa transversal ao Portugal2020 centrada na inovação social
- Autorizada a alavancar 150M de fundos comunitários
- Lógica “Grossista” e criação de instrumentos financeiros
- Objectivo: Criação do mercado de investmento social e dinamização do eco-sistema de inovção e empreendedorismo social

Porquê o foco na inovação social?

Qual o Papel das Empresas?

Concretamente o que vamos lançar e que papel vão as empresas / fundações ter?

- **Programa de Capacitação para o Investimento Social**
  - Identificar iniciativas/organizações sociais com elevado potencial de impacto mas que tenham fraquezas de gestão, qualidade, desempenho, planeamento e/ou validação
  - Assumir papel de investidor social / filantropia de impacto
    - Realizar diagnóstico de falhas e propor plano de capacitação com indicação de prestadores de serviço mais adequados
    - Manifestar interesse em apoiar o projecto numa lógica de filantropia de impacto (médio prazo, capacitação, mentoria, medição)
  - Projecto candidata-se para realizar plano de capacitação podendo receber financiamento até 50,000 euros

Concretamente o que vamos lançar e que papel vão as empresas / fundações ter?

- **Parcerias para o Impacto**
  - Identificar iniciativas com elevado potencial de impacto que decidam apoiar numa lógica de filantropia de impacto
  - Comprometer-se a financiar e apoiar (só ou em em parceria) plano de estabelecimento/crescimento/disseminação da iniciativa
  - Iniciativa (Parceria) candidata-se para implementar o seu plano de negócios e o custo desse plano é partilhado entre o investidor social e o Portugal2020 (50/50).

Concretamente o que vamos lançar e que papel vão as empresas / fundações ter?

- **Títulos de Impacto Social**
  - Financiar intervenções sociais de elevado potencial e impacto mensurável, recebendo 100% do financiamento uma vez validados os resultados (payment by results)

- **Fundo para a Inovação Social**
  - **Incentivar a criação de fundos retalhistas de investimento social (que usem crédito, capital ou modelos de quasi-capital) e co-financiar operações que estes fundos realizem.**

O Envolvimento das Empresas na Sociedade é uma ferramenta essencial para a prosperidade

"We have the power within to build the world anew"

- Thomas Paine

Mesa redonda

Moderador: Pedro Carvalho da Silva

Jornalista do Porto Canal

- **Inovação e Ambiente - Fernando Leite,** Administrador-Delegado da LIPOR
- **Inovação e Sustentabilidade - Luís Sousa,** Gerente da Biorumo
- **Inovação e Inclusão - Miguel Neiva,** Fundador do ColorADD
- **Inovação e Tecnologia - Fernando Afonso,** Fundador e Sócio-Gerente da Sernis
- **Inovação e Avaliação - António Brandão de Vasconcelos,** Chairman da everis

Apoios:

Mercado Bom Sucesso, 20 de Março de 2015

Inovação e Ambiente

Fernando Leite
Administrador-delegado da Lipor

Apoios: Apoios:

LIPOR
“Inovação e Ambiente”

II Edição “Responsabilidade Social Empresarial de Sucesso”

Porto, 20 de março de 2015

Apresentação

A LIPOR é uma Associação de Municípios da Área Metropolitana do Porto, especializada em **Soluções Integradas de Gestão de Resíduos** desde 1982.

- **8 Municípios**
- **Área** – 648 km^2
- **População** – 1 milhão habitantes

  - **Produção RU** (2014) – 489.639 ton
  - **Capitação** – 1,38 kg/hab/dia

- **Pegada Carbónica:**

  2013 – 339.846 ton CO2eq

  Capitação - 351 Kg CO2eq/hab

Missão

Conceber, adotar e implementar **soluções sustentáveis de gestão de resíduos**, tendo em consideração as **necessidades** dos nossos **parceiros** e das **comunidades** que servimos.

Visão

“Onde quer que estejamos queremos ser marca de referência na área do ambiente.”

Valores

- **Ser Ambicioso e orientado para resultados**
- **Ser Criativo na procura de soluções inovadores e sustentáveis**
- **Ser Responsável nas nossas atividades**
- **Ser Ético nas nossas relações internas e externas**
- **Ser Equipe**

Inovação
Estratégia de IDI

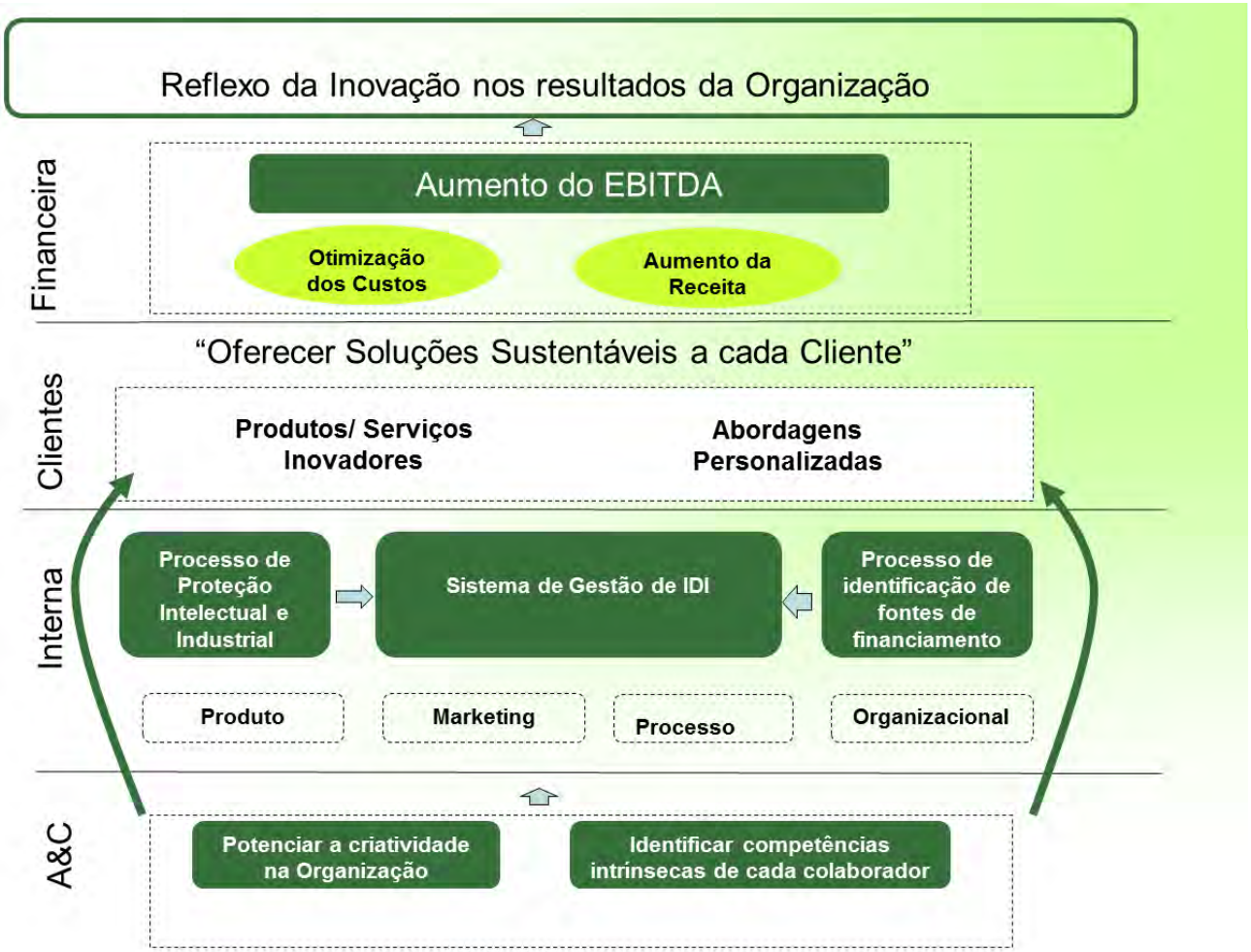
Ação estruturada da Inovação, potenciando o conhecimento interno, promovendo uma cultura de inovação e criatividade, aumentando o valor da Organização

Aumentar os proveitos da Lipor, potenciando produtos e serviços adequados e inovadores, promovendo a inovação na organização e nos parceiros

Utilizar como referência a NP 4457:2007

"Ação estruturada de inovação aos vários níveis da Organização"

Inovação
Estratégia de IDI



Inovação
Núcleo de IDI

Estruturar as atividades de IDI na Organização;

Promoção de ações de **sensibilização** na temática de IDI (conceitos de Inovação, gestão de projetos de IDI, vigilância, gestão do conhecimento,…);

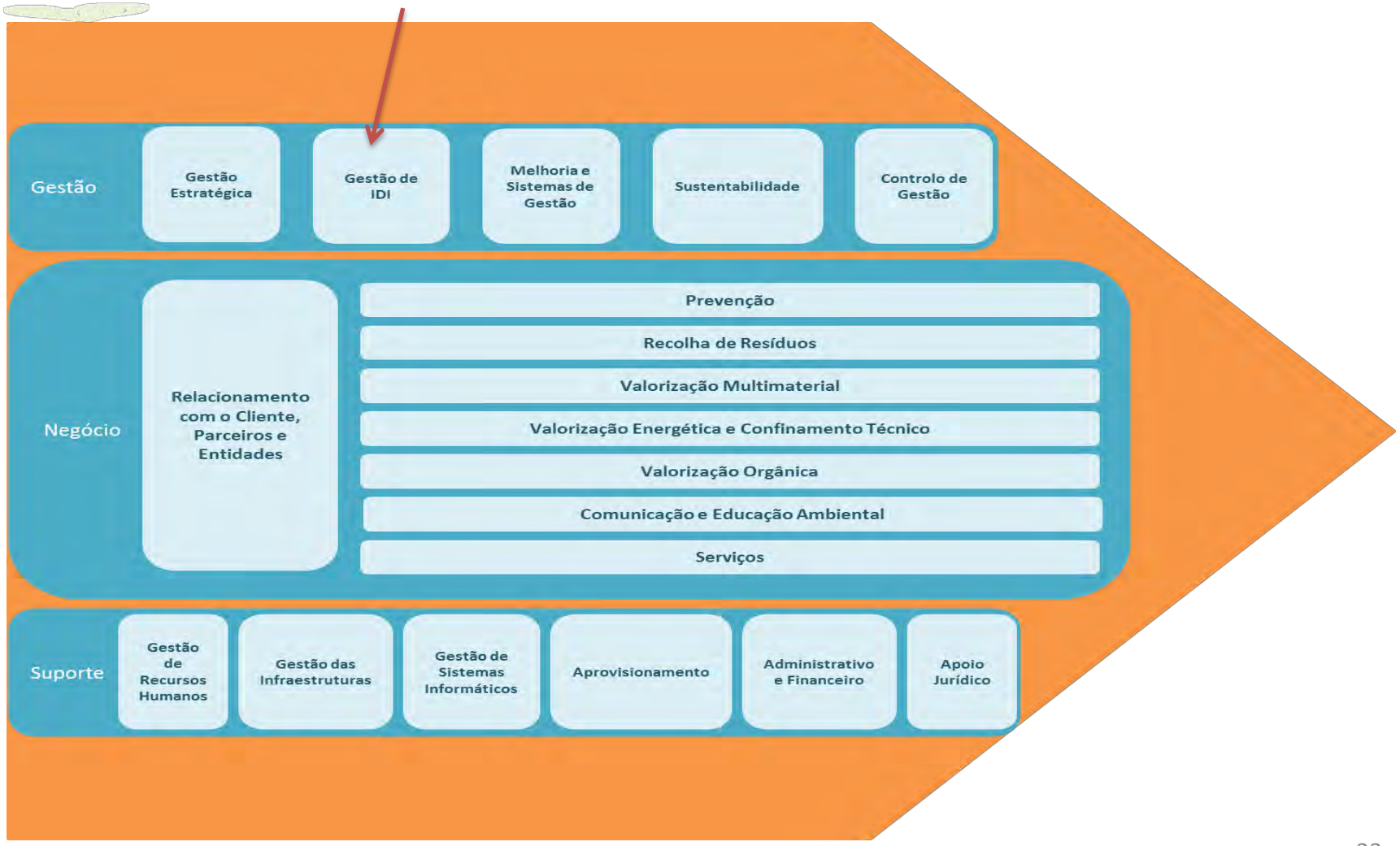
Promover uma cultura orientada para **Projetos;**

Mobilizar **parceiros** em especial do mundo **Científico;**

Potenciação da Criatividade, para provocar submissão de novas e melhores **Ideias;**

Reporte periódico e estruturado do **desempenho** do SGIDI à Administração e Direção.

Inovação inserida na
A cadeia de Valor LIPOR



Inovação
Gestão por Processos

Estão incluídos os seguintes 4 processos na Gestão da IDI: Gestão de Interfaces e de Gestão do Conhecimento; Gestão do Portefólio de Projetos; Desenvolvimento de Projetos; Gestão de Ideias, Desafios e Concursos.

lipor | Processo Desenvolvimento de Projetos

DONO DO PROCESSO	Gabinete de Auditoria Sustentabilidade e Qualidade Total

REQUISITO NORMATIVO	ISO 9001	ISO 14001	OHSAS 18001	NP 4457
	---	---	---	4.3.3

INDICADOR	TIPO	NOME
	Estratégico IDI	N.º de projetos de IDI que resultaram em novos, ou significativamente melhorados, produtos ou serviços
	Operacional IDI	N.º de projetos de IDI que resultaram em novos, ou significativamente melhorados processos organizacionais
	Operacional IDI	Proveitos financeiros recorrentes dos projetos de IDI

FLUXOGRAMA

ENTRADAS	ATIVIDADES	SAÍDAS
Orientações Estratégicas para o Negócio da Lipor e para a área de IDI, assim como orientações da Admnistração e do próprio NIDI. Objetivos de diferentes áreas Ideias aprovadas Oportunidades identificadas na vigilância e aprovadas Decisões da Direção sobre Projetos a executar Lições aprendidas	Deteção de nova oportunidade/ nova necessidade Processos de Planeamento Elaboração do Plano de Gestão de Projeto Processos de Execução Processos de Monitorização e Controlo Processos de Encerramento	Plano de Gestão de Projeto WBS - Work Breakdown structure (Estrutura de decomposição do trabalho) Relatório final (resultados) Lições aprendidas

DOCUMENTOS ASSOCIADOS

CODIFICAÇÃO	NOME
MOD.386	Gestão de Projetos - Acompanhamento, Controlo de Desvios e Medidas Corretivas de Projetos
MOD.429	Gestão de Projetos – Instruções de preenchimento do Plano de Gestão de Projeto
MOD.431	Gestão de Projetos - Identificação e Resolução de Problemas Críticos
MOD.428	Gestão de Projetos - Plano de Gestão de Projeto
MOD.430	Gestão de Projetos - Termo de Abertura do Projeto
MOD.475	Gestão de Projetos - Lições Aprendidas

Mod.361.01 | Processo: PROC.18.03 | Pág. 1 de 3

lipor | Processo Desenvolvimento de Projetos

DESCRIÇÃO DE ATIVIDADES

RESPONSÁVEL	ATIVIDADE
Colaboradores Lipor	**1.1 Deteção de nova oportunidade/ nova necessidade** Os projetos podem ser desencadeados como resultado de um dos seguintes estímulos: procura de mercado, necessidade empresarial, pedido de um cliente, avanço tecnológico, requisito legal, necessidade social, Estratégia da Organização
Pivot, Equipa de Projeto	**1.2 Processos de Planeamento** O planeamento deve começar pelos seguintes processos: - Recolha dos requisitos; - Descrição detalhada do âmbito; - Criação da WBS (Work Breakdown structure - Estrutura de decomposição do trabalho). Desenvolvimento de um Plano de Gestão de Projeto (PGP) de acordo com o documento aprovado para o efeito (Mod.428). Deverá ser planeado: a Qualidade do Projeto, a Gestão do Risco, a Comunicação no Projeto, as Aquisições para o Projeto, Para auxiliar a elaboração do PGP está disponível o "Instruções de preenchimento do Plano de Gestão de Projeto" (Mod.429). O planeamento deve ser efetuado no software pré-definido para a gestão de projetos, sendo que o cronograma/plano de atividades é criado automaticamente neste sistema.
Chefe de Departamento/ Chefe de Divisão Administrador Delegado	**1.3 Aprovação do Plano de Gestão de Projeto** O Plano de Gestão do Projeto baseline (Mod.428) é aprovado pelo Sponsor (Dirigente responsável da área ou Administrador Delegado), sendo este divulgado a todos os Stakeholders e Equipa de Projeto.
Equipa de Projeto, Pivot, Chefe de Departamento/ Chefe de Divisão Administrador Delegado	**1.4 Processos de Execução** São processos usados para realizar as atividades/ tarefas definidas no Plano de Gestão de Projeto, de modo a cumprir os requisitos do projeto. Alterações significativas ocorridas no decorrer da execução do projeto desencadearão a necessidade de rever um ou mais dos processos de planeamento e exigirão uma análise. O resultado dessa análise poderá desencadear pedidos de alteração que, se forem aprovados, modificarão o PGP e exigirão a alteração das baselines do Plano de Gestão do Projeto e do cronograma de trabalhos.
Pivot; Equipa Projeto Chefe de Departamento/ Chefe de Divisão	**1.5 Processos de Monitorização e Controlo** A monitorização e controlo do desenvolvimento do projeto, de acordo com os momentos definidos na fase de planeamento prevê: • Identificação do grau de implementação do projeto; • Identificação e registo de alterações necessárias ao projeto;

Mod.361.02 | Processo: PROC.18.03 | Pág. 2 de 3

Este documento é válido somente na sua versão eletrónica publicada na Intranet da Qualidade (Gestão Documental). Caso esteja a lê-lo em papel, deve assegurar-se que a versão de que dispõe corresponde à disponível na mesma.

Inovação
Reconhecimento

Investigação, Desenvolvimento e Inovação de soluções sustentáveis de gestão de resíduos!

Inovação
Fatores Críticos de Sucesso

Estratégia – Foco: Inovação estruturada – Compromisso e envolvimento;

Formação norma NP 4457 – Gestor de IDI, visitas de estudo, pesquisa;

Conhecimento de outros **sistemas de gestão** – Outras certificações da Lipor;

Conceção e Implementação baseada num projeto - **PGP e WBS** do projeto IDI 1 e IDI 2, IDI 3…;

Constituição do **Núcleo de Inovação.**

Inovação

R+ Equipamentos Amigos das Pessoas

RECICLAR + REABILITAR +

- Projetar, produzir e testar um equipamento revolucionário do ponto de vista de aproximação às pessoas em que se conjugues equipamento e acessibilidades;
- Pensar em novas formas de aproximação às pessoas;
- Promoção de um Concurso Nacional de Ideias;
- Exposição dos Trabalhos apresentados;
- Criação de Ecoponto modelo (Vencedor do Concurso).

Ecopontos

- Adaptação
- Inovação

Parceiros:

lipor · INR reabilitação · OTTO · Agência Portuguesa do Ambiente · amporto · Ordem dos Arquitectos Secção Regional do Norte · ACAPO · sociedade pontoverde

A LIPOR e a Biodiversidade
Enquadramento

Estratégia de Biodiversidade da UE para 2020

Impulsionar novas soluções de negócio
(avaliação dos serviços ecossistémicos)

Consolidação de Práticas Sustentáveis

A LIPOR e a Biodiversidade

Selagem e Recuperação dos Aterros

Ano Internacional da Biodiversidade

Prémio BES Biodiversidade 2011

Projeto Horta à Porta

Projeto Terra à Terra

Iniciativa de Alto Potencial MIES

Projeto Rio Tinto

LIPOR | Biodiversidade 2013-2020

PLANO DE AÇÃO: PROPOSTA DE VETORES E AÇÕES

CIBIO
Centro de Investigação em Biodiversidade e Recursos Genéticos

Vetor 1 - Estudos de caracterização e diagnóstico

Vetor 2 - Intervenções de valorização ecológica dos espaços

Vetor 3 - Ações de comunicação e divulgação de biodiversidade

Vetor 4 - Ações de avaliação e monitorização

A LIPOR e a Biodiversidade
Áreas de estudo

Lipor I

Lipor II

Horta de Crestins

Parque de Aventura

Aterro de Matosinhos

Aterro de Póvoa de Varzim

Aterro de Laúndos

Aterro de Vila do Conde

A LIPOR e a Economia do Carbono

Grupo de trabalho interno Carbono Zero (especializado em estratégias climáticas);

Estratégia de atuação LIPOR:

- Minimização de emissões de GEE pelas quais a LIPOR é responsável, fruto da sua atividade e compensação das emissões inevitáveis
- Contribuição no que respeita aos compromissos que os Municípios do Porto e de Matosinhos assumiram ao assinar o Pato dos Autarcas

Compromisso LIPOR

Ano	Emissões totais	Emissões *per capita*
2012	- 12%	356 kg CO_2e/hab.ano
2016	- 16%	340 kg CO_2e/hab.ano
2020	- 20%	324 kg CO_2e/hab.ano

Relatórios de Sustentabilidade LIPOR

2005

LIPOR edita 1º RS, relativo à atividade 2004

2006

Edição de nº mínimo de exemplares impressos

2007

Edição em papel reciclado, papel proveniente de florestas sustentáveis

2008

Pela 1ª vez, RS LIPOR **verificado externamente**

GRI3 (A+)

2009

Edição a preto e branco

2010

Pela 1ª vez, RS LIPOR
GRI checked
Edição Digital (pen)
Resumo Técnico

2011

DIAGNÓSTICO
AA1000APS2008
Estudos de Caso

2012

1.ª Edição Bilingue

2013

Estratégia 2m –
1ª meta OK

Para saber mais…

www.lipor.pt

Mercado Bom Sucesso, 20 de Março de 2015

Inovação e Sustentabilidade

Luís Sousa
Gerente da Biorumo

Apoios: Apoios:

Certified B Corporation

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

A BIORUMO ENQUANTO UMA DAS PRIMEIRAS EMPRESAS PORTUGUESAS A RECEBER A CERTIFICAÇÃO DE

B CORPORATION

http://www.bcorporation.net/what-are-b-corps

PME líder '12

bio rumo
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Quem somos

PME líder '12

Prémio Valorsul 2007
valorsul

Membro BCSD Portugal

grace

Global Reporting Initiative

Certified B Corporation

A **BioRumo** é uma empresa de **Consultoria em Ambiente e Sustentabilidade** fundada em 1998. Actua na área do desenvolvimento sustentável e da responsabilidade social, auxiliando as organizações na implementação desta filosofia de gestão.

Acreditando que a estratégia de sustentabilidade é indissociável da estratégia de gestão, trabalha em conjunto com as organizações para a definição e desenvolvimento do rumo mais adequado para o equilíbrio das vertentes ambiental, social e económica, sempre em contacto e interligação com todos os seus *stakeholders*.

Com uma rede de parceiros nacionais e internacionais, coloca à disposição das organizações um conjunto de ferramentas que auxiliam na prossecução de uma estratégia de sustentabilidade integrada, sólida e consistente.

Com uma equipa multidisciplinar, a BioRumo marca a sua presença no mercado sendo uma empresa actual, com conhecimento técnico na área ambiental e com elevada experiência em comunicação.

A BioRumo tem ainda investido em alguns dos projectos em que tem desenvolvido o Estudo de Viabilidade e o Plano de Negócios.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

BioRumo

Áreas de Negócio

- Educação e Comunicação Ambiental
- Consultoria em Engenharia e Ambiente
- Consultoria em Sustentabilidade
- Conteúdos
- Formação

bio rumo
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Empresa B

Motivo de orgulho

A BioRumo faz parte de um comunidade de empresas empenhadas nos mesmos fins.

Um **novo tipo de abordagem** por um novo tipo de empresas que utiliza o poder dos negócios para **resolver problemas sociais e/ou ambientais**.

As B Corp são importantes porque inspiram outros negócios a competir não só para serem os melhores do mundo, mas também as **melhores para o mundo**!

Estas empresas certificadas cumprem com exigentes padrões de ***performance*** a nível social e ambiental, assim como de transparência e responsabilidade.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Empresa B

A Certificação como B Corp **é como a Certificação Fair Trade mas para todo o negócio**, não apenas para um saco de café (ou como a Certificação USDA Organic, mas não apenas para um pacote de leite; ou como a Certificação LEED, mas não apenas para um edifício).

Os padrões de *performance* são **rigorosos**, **detalhados** e **transparentes**, avaliando o impacto da empresa em todos os seus *stakeholders* (ex.: colaboradores, fornecedores, comunidade e ambiente).

Empresa B

O que não é:

•As B Corp não são "Negócios Verdes" (*Green Businesses*).

•As B Corp não são negócios responsáveis.

•As B Corp não são uma prática de RSE (Responsabilidade Social Empresarial).

Estas são expressões menos significativas, incompletas e excessivamente utilizadas.

O "B" é de *Benefit*. Isso não significa que a BioRumo seja uma *benefit*, como são designadas as ONG em inglês, mas sim que procura causar benefícios pela sua atividade.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Empresa B

O que é:

As empresas certificadas como **B Corps, cumprem com exigentes e rigorosos padrões de *performance* social e ambiental**, expandindo legalmente as suas responsabilidades de forma a incluírem a consideração dos interesses dos seus *stakeholders*, **criando uma visão coletiva** através do poder da marca B Corp.

Em dezembro de 2014, existiam mais de 1100 B Corps, em 37 países e 121 indústrias, representando um mercado diverso e multibilionário.

Empresa B

O B Lab:

O B Lab é uma organização norte-americana sem fins lucrativos, que está a desenvolver um movimento global para redefinir o sucesso nos negócios, de forma a que todas as empresas passem a concorrer não só para serem as melhores do mundo, como também as melhores *para* o mundo.

O B Lab conduz esta mudança sistemática através de um conjunto de iniciativas interrelacionadas:

1.Construindo uma Comunidade de B Corps, de forma a que **seja clara a diferença entre "um bom negócio" e "um bom *marketing*".**

2.Fazendo *advocacy* e promovendo a adoção de legislação, nos EUA, de forma a acelerar o crescimento do empreendedorismo social e do investimento de impacto (à data já 24 Estados aprovaram esta legislação);

Empresa B

O B Lab (cont.):

3.Desenvolvendo o B Analytics, uma plataforma personalizada **para medir, fazer o *benchmark* e reportar a nível de impacto**; e

4.Disponibilizando gratuitamente ferramentas essenciais às empresas, de forma a que meçam, comparem e melhorem a sua *performance* social e ambiental.

Mais de 18.000 empresas utilizam a Avaliação de Impacto B. Para mais informações, visite:

- www.bcorporation.net
- www.benefitcorp.net
- www.b-analytics.net

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Como funciona:

Começa pela resposta a um **Questionário**:

•A soma das pontuações das respostas às questões é efetuado automaticamente.

•Para se obter a pontuação, é necessário atingir um *score* mínimo de 80/200.

Revisão do questionário:

•O B Lab revê as questões, uma por uma, colocando questões ao candidato quando não entende o âmbito da resposta.

- Por exemplo, a questão do *living wage*, que é um dado **culturalmente** relevante nos Estados Unidos, não tem uma transposição lógica para Portugal.
- Em **algumas empresas**, faz sentido falar de um Conselho Diretivo, noutras não fará, passando todas as questões sobre o funcionamento desse órgão a não ser contabilizadas.

•Perante a revisão, a pontuação é recalculada.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Governança:

Responsabilidade Social | Missão e Envolvimento

Esta seção revê as oportunidades para sua empresa adotar uma **missão social ou ambiental e envolver os seus empregados, membros da direção e a comunidade** para que essa missão seja atingida.

Transparência

Esta seção revê as **oportunidades que a empresa tem para melhorar o relacionamento com os colaboradores, proporcionando maior acesso às informações financeiras, e com os clientes**, dando mais oportunidades de *feedback*.

Métricas de Governança

Esta secção pede que sua empresa providencie **informações financeiras importantes,** que serão consultadas posteriormente na avaliação.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Colaboradores:

Métricas sobre Colaboradores

Esta secção dá a oportunidade de reconhecer os regimes de colaboração com a empresa.

Remuneração e Salários

Revê as oportunidades de atrair mais talentos e **melhorar a produtividade dos colaboradores** oferecendo incentivos financeiros mais abrangentes.

Propriedade do Colaborador

Confere as oportunidades de **envolver os trabalhadores oferecendo uma participação acionista** na empresa.

Gestão e Comunicação com os Colaboradores

Esta secção revê as oportunidades de melhorar o desempenho dos empregados oferecendo mais orientação através de ***feedback* pessoal** e/ou um manual impresso.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Comunidade:

Geração de emprego

Supervisiona o crescimento da empresa e as oportunidades de emprego disponibilizadas para as populações mais expostas ao desemprego e de rendimentos mais baixos.

Diversidade

É uma oportunidade para destacar a diversidade em diversas áreas da organização, como na força de trabalho, direção e fornecedores.

Envolvimento Cívico e Doações

Avalia as oportunidades de encorajar o trabalho voluntário dos colaboradores e a doação de dinheiro ou produtos que possam alavancar os esforços de empresas locais não lucrativas.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Comunidade (cont.):

Envolvimento Local

Esta seção explora como sua empresa pode **engajar ainda mais a comunidade, através da participação nas ações** e dos fornecedores locais.

Fornecedores e Distribuidores:

Aborda as ações para manter os padrões dos principais fornecedores e dos produtos da empresa.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Ambiente:

Escritório, propriedades e instalações

É a oportunidade de apresentar as medidas/meios adotados pela empresa para preservar o meio através da gestão da propriedade.

Entradas e matérias primas

Destaca a conservação de energia, água e materiais nas operações da empresa.

Produção

Esta secção da revisão é uma oportunidade para apresentar informações sobre as reduções de emissão de gases com efeito estufa e de resíduos nas instalações da empresa.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Modelos de Negócio:

Negócios sociais

Modelo(s) de negócios social ou de enfoque ambiental mais relevantes para os objetivos de seu negócio principal.

Modelos de negócios voltados para os colaboradores

Só é relevante se os colaboradores tiverem uma participação na empresa, por exemplo.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Introdução a Produtos e Serviços:

Expressa a forma como os **modelos de negócios e os produtos criam benefícios para a Comunidade**, em especial para os clientes, assim como o Ambiente.

Fixa-se nos produtos, serviços e práticas específicas e ao nível de:

- **Educação**
- **Fluxo de Capitais e Capacitação**
- **Serviços aos mais necessitados**
- **Reforço da Economia Local**

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

Questionário final:

São colocadas algumas questões finais gerias relacionadas com:

- A participação da empresa em áreas de negócio ilícitas e desalinhadas com os propósitos da certificação (p.ex: jogo, pornografia, exploração de vida selvagem);
- A idoneidade dos responsáveis diretivos;
- A conformidade da empresa com os preceitos legalmente exigidos;
- A ocorrência de acidentes e a conformidade das políticas da empresa em termos de saúde e segurança no trabalho;
- A condenação ao pagamento de penalidades por quebras nestas políticas, nestas e noutras políticas.

bio rumo
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Questionário

B Corp Partner New

b-lab.force.com/bcorp2/ImpactAssessment?id=a03C000000Kh8otIAB

b lab certification

Powered by B Lab

B Impact Assessment

Choose Language | Change Password | Logout

Seleccionar idioma

1 Avalie seu impacto
100% COMPLETAR

2 Revisão & Compare seu Relatório de Impacto
83 PTS / 200

3 Melhorar a sua pontuação

4 completar o seu perfil
100% COMPLETAR

5 Carregar documentos
100% COMPLETE

6 Revisão Compartilhamento de

Entre em contato com a Kali Sabo B Lab
kali@bcorporation.net
Office: (610) 293-0299

BioRumo Assessment -
Assessment Track: Service; 10-49; Developed - Global

Imprimir avaliação
Revisit Questions Report
View Scores

Guardar e continuar para a próxima seção | Guardar e sair da avaliação

View Legend

Governança | Funcionários | Comunidade | Meio ambiente | Modelos de impacto de negócios | Questionário de divulgação

Responsabilidade Corporativa | Transparência | Métricas de Governança

Missão & Engajamento:

Esta seção revisa as oportunidades para sua empresa adotar uma missão social ou ambiental e engajar seus empregados, membros da diretoria e a comunidade para que essa missão seja atingida

GV2.1

Revisitar

Select the description that best describes your business. This is an unweighted question that will not impact your score, and is asked only for research/benchmarking purposes.

Detalhes da resposta>

Deixe um comentario>

- Positive social/environmental impact is desirable, but not a particular focus for our business.
- We consider social and environmental impact in some aspects of our business, but infrequently.
- Social and environmental impact is frequently considered, but it isn't a high priority.
- We consistently incorporate social and environmental impact into decision-making because we consider it important to the success and profitability of our business.
- We treat our social/environmental impact as a primary measure of success for our business, and prioritize it even in cases where it may not drive profitability.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Documentos:

Envio de documentos:

•São escolhidos alguns (8-10) documentos que comprovem a resposta a algumas questões.

Revisão dos documentos:

•Os documentos são revistos e, em caso de não apresentarem as evidências necessárias, nova documentação é requerida.

•Perante a comprovação documental, a pontuação é de novo revista.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Alterações e propostas de melhoria:

Se a pontuação mínima não for atingida, são sugeridas alterações que levem a um reforço.

•Por exemplo, é pedido que situações que já aconteçam de forma informal dentro da empresa, passem a ser alvo de um processo de gestão formalizado.

•Se a pontuação estiver longe do mínimo exigido, o trabalho terá que ser mais profundo

Pontuação final:

•Quando é atingida a pontuação, a empresa subscreve a Declaração de Interdependência (documento vinculativo) e torna-se membro desta comunidade.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Declaração de Interdependência:

O compromisso associado à certificação é assumido aquando da assinatura da Declaração de Interdependência:

•Documento legalmente vinculativo.
•Pertença a uma comunidade em que se reconhece a importância de um sistema colaborativo para o crescimento sustentado de cada um.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Declaração de Interdependência (cont.):

Articulado da Declaração:

We envision a new sector of the economy which harnesses the power of private enterprise to **create public benefit**. This sector is comprised of a new type of corporation —the B Corporation — which is purpose-driven, and creates benefit for all stakeholders, not just shareholders.

As members of this emerging sector and as entrepreneurs and investors in B Corporations, we hold these truths to be self-evident:
•That we must be the change we seek in the world.
•That all business ought to be conducted as if people and place mattered.
•That, through their products, practices, and profits, businesses should aspire to do no harm and benefit all.

To do so, requires that we act with the understanding that we are each dependent upon another and thus responsible for each other and future generations.

bio ruma
CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Certificação B

Auditoria:

•10% das empresas certificadas são submetidas, de forma aleatória e sem pré-aviso, a uma auditoria completa que irá rever os dados fornecidos

Recertificação:

•A cada 2 anos, todas as empresas terão que refazer todo o processo de certificação, sendo que a expetativa será que cada processo venha a ser ainda mais exigente que o anterior.

Processo aberto e transparente:

•Um dos objetivos de tornar o processo aberto e transparente é precisamente o de levar qualquer *stakeholder* que tenha informações em contrário, a apontar os dados que lhe levam a questionar as práticas das empresas certificadas.

Principais Clientes

Principais Clientes

bio ruma

CONSULTORIA EM AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE, LDA.

Sede: Rua do Carvalhido, 155
4250-102 Porto • Portugal
tel. +351 228 349 580
fax +351 228 349 589

Matosinhos : Rua Brito e Cunha, nº 254 - 6.º
4450-082 Matosinhos • Portugal

Lisboa : Avenida Estados Unidos da América
Bloco 2 – 1.º - L 24 e 25
1700-174 Lisboa • Portugal

São Paulo : Av. Brigadeiro Luiz Antônio, 3530 cj. 51
01402 001 Jardins • SP • Brasil

e-mail: geral@biorumo.com
www.biorumo.com

Inovação e Inclusão

Miguel Neiva
Fundador do ColorADD

(para aceder à apresentação veja a partir do slide 92)

Apoios: Apoios:

Inovação e Tecnologia

Fernando Afonso
Fundador e Sócio-Gerente da Sernis – Soluções tecnológicas

Apoios: Apoios:

Inovação e Avaliação

António Brandão de Vasconcelos
Chairman da everis

Apoios: Apoios:

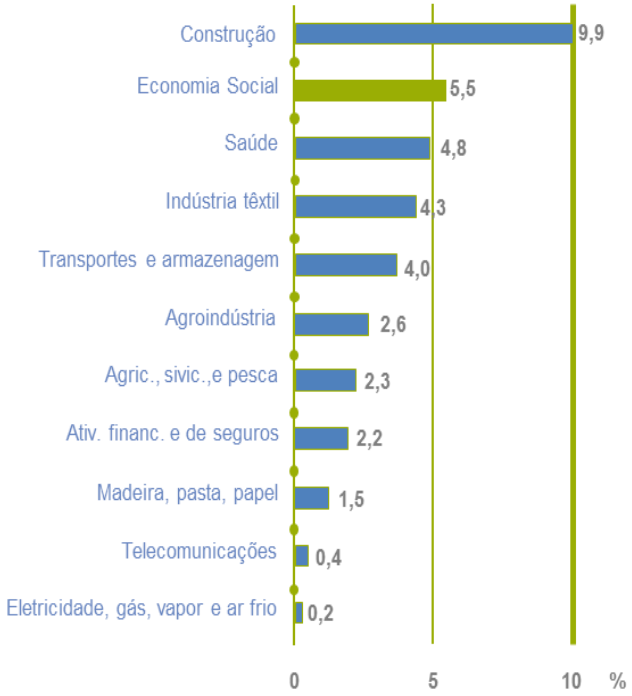
INOVAÇÃO E AVALIAÇÃO

António Brandão de Vasconcelos, Chairman everis Portugal

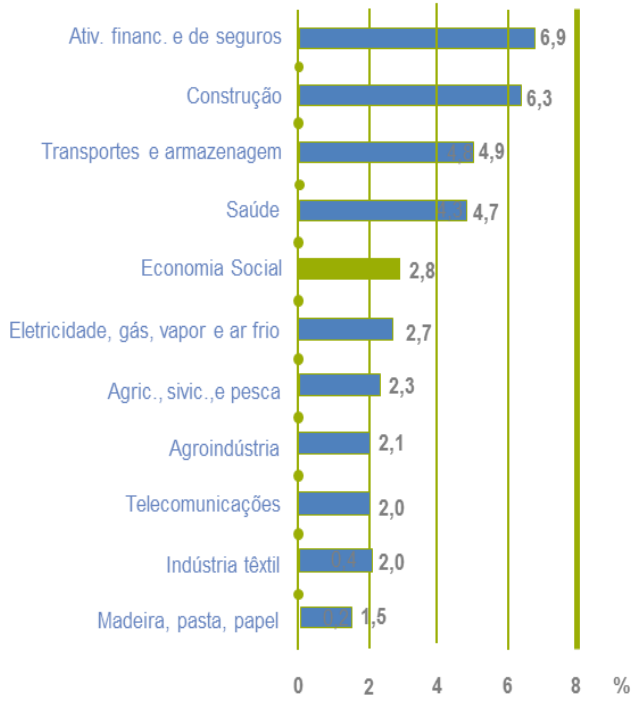
20 de Março, 2015

A ECONOMIA SOCIAL NO PANORAMA DA ECONOMIA NACIONAL

Peso do emprego (ETC remunerado) da ES e de alguns ramos de atividade, na economia nacional



Peso do VAB da Economia Social e de alguns ramos de atividade, na economia nacional



Fonte: INE-Conta satélite da economia social 2010 (2013)

OS DESAFIOS ATUAIS DA ECONOMIA

A INOVAÇÃO É TRANSVERSAL

"Nos anos 80 e 90, a agenda da inovação focava-se apenas no setor empresarial. Houve uma altura em que os assuntos económicos e sociais eram considerados independentes um do outro: a economia produzia riqueza, a sociedade gastava-a/desperdiçava-a.
Na economia do século XXI, esta realidade já não se verifica. Enquanto que setores como o da saúde, serviços sociais ou da educação têm vindo a demonstrar uma tendência de crescimento não só em percentagem do PIB, mas também na criação de emprego, outras indústrias têm vindo a decrescer.
A longo prazo, a inovação no setor dos serviços sociais ou no da educação vai ser tão importante como a inovação na indústria farmacêutica ou aeroespacial."

Diogo Vasconcelos (1968 - 2011)
Chairman of SIX – Social Innovation eXchange

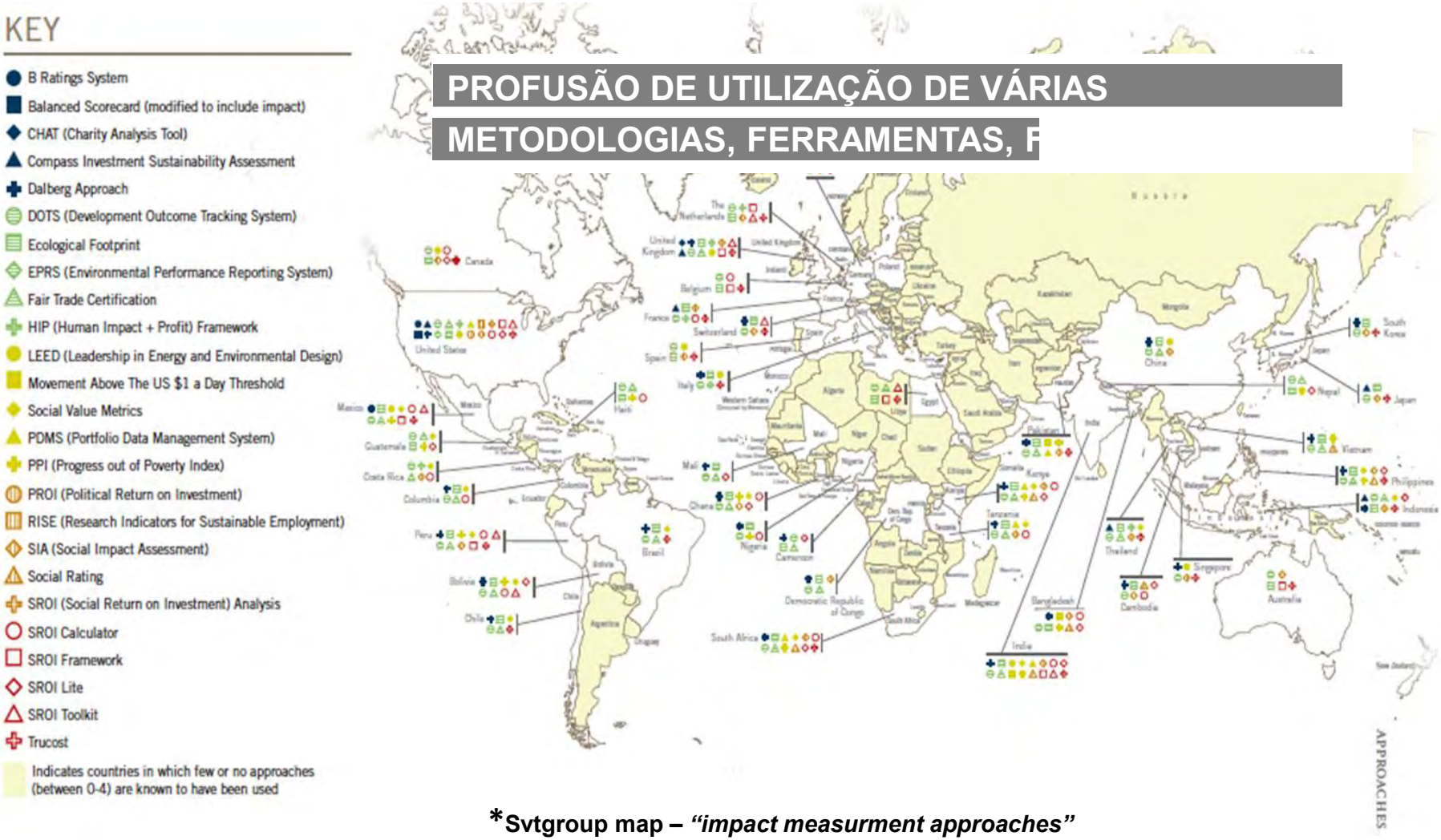
INOVAÇÃO = TRANSFORMAR IDEIAS EM VALOR

COMO MEDIR O VALOR SOCIAL?

MEDIR O VALOR SOCIAL

COMO MEDIR?

PROFUSÃO DE UTILIZAÇÃO DE VÁRIAS METODOLOGIAS, FERRAMENTAS, F



*Svtgroup map – *"impact measurment approaches"*

E EM PORTUGAL?

Como criar as bases necessárias para o desenvolvimento da avaliação de impacto social a uma escala crescente em Portugal?

GRUPO DE REFLEXÃO COMPOSTO POR ENTIDADES REPRESENTANTES DOS VÁRIOS QUADRANTE DESTE CONTEXTO:

- UNIVERSIDADES
- EMPRESAS
- FUNDAÇÕES
- ORG. ECONOMIA SOCIAL
- ESTADO

LINHAS DE ORIENTAÇÃO PARA INVESTIDORES E FINANCIADORES SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS

PRINCIPIOS DO INVESTIDOR /FINANCIADOR SOCIALMENTE RESPONSÁV

TRANSPARÊNCIA

•Informar os requisitos de seleção, condições e etapas da concessão do investimento, bem como quaisquer alterações dos pressupostos verificada ao longo do processo
•Divulgar o investimento e AIS com a anuência do promotor do projeto
•Assegurar a divulgação é feita de forma correta e transparente.

CONTRATUALIZAÇÃO

•Será conveniente a celebração de um protocolo de cooperação que definirá todos os pressupostos de entendimento entre as partes;
•Assegurar o investimento inicialmente definido,
•No caso de não verificação dos pressupostos acordados, ou em caso de força maior, o investidor poderá suspender ou cessar o investimento em curso, antes do momento definido.

CAPACITAÇÃO

•Deverá apoiar os projetos sociais em que investe, nomeadamente ao nível da capacitação dos responsáveis das organizações.
•Deverá partilhar informação e conhecimento, recolhendo e divulgando boas práticas.

AVALIAÇÃO

•Promoverá a realização de uma transparente e rigorosa avaliação do impacto social do projeto, resposta ou negócio social em que investiu, promovendo e apoiando, dentro do possível, a verificação das condições para que a mesma se realize, nomeadamente ao nível do financiamento e do envolvimento dos *stakeholders*.

PROPORCIONALIDADE

•Deverá adaptar as exigências às especificidades das dos diversos projetos, atendendo à natureza, propósito, escala e duração dos mesmos, bem como aos recursos disponíveis nas organizações;
•Ter em conta a relação entre o custo da realização da AIS e o valor acrescentado que a mesma poderá acarretar.

CONCEITOS

AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

AVALIAÇÃO DE IMPACTO SOCIAL

Processo de análise, cálculo e monitorização das mudanças resultantes de determinada intervenção, englobando as mudanças, quer positivas, quer negativas.

UTILIZAÇÃO DE METODOLOGIAS

•Adaptadas às características e objetivos dos projetos;
•A aplicação deverá respeitar os passos metodológicos e ser executada de forma consistente;
•Utilizar metodologias que tenham como base o processo de AIS definido pela EU;
•Baseadas na utilização de uma BD comum de indicadores e proxies adaptados a Portugal.

FINANCIAMENTO/INVESTIMENTO SOCIAL

FINANCIAMENTO DE PROJETOS

•Acautelando as características do projeto e a capacidade de retorno social e/ou financeiro do capital financiado;
•Ser dividido por fases;
•Ser distinto entre verba de financiamento do projeto e verba complementar destinada ao financiamento da AIS:
•Poderá não ser a fundo perdido;

FINANCIAMENTO DA AVALIAÇÃO DE IMPACTO

O investidor/financiador social deve:
•Alocar uma parte da verba especificamente para avaliação do impacto.
•Assegurar uma certa correspondência e coerência entre as avaliações de impacto dos diferentes projetos ou negócios sociais em que investiu.

INVESTIMENTO SOCIAL

Considera- se investimento social a aplicação de capital em atividades, organizações ou fundos, como objetivo de obter, simultaneamente, um retorno social e financeiro, sendo que ambos os tipos de retorno são monitorizados e influenciam a tomada de decisão do investidor.

ANEXO – Recomendação de ferramentas e metodologias de avaliação de impacto social adaptadas à realidade de cada iniciativa social.

LINHAS DE ORIENTAÇÃO PARA INVESTIDORES E FINANCIADORES SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS

CONSULTE E

SUBSCREVA ESTE DOCUMENTO

EM WWW.GRACE.PT

Debate

Apoios:

Encerramento

Conceição Zagalo
Presidente da Assembleia-Geral do GRACE

Apoios:

Encerramento

Paulo Nunes de Almeida
Presidente da AEP

Apoios:

grace
RSE de sucesso

grace 15 anos

FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA

Mercado Bom Sucesso, 20 de Março de 2015

Passatempo GRACE
RSE de Sucesso/Portugália Restauração S.A.

Anúncio do vencedor

Apoios:

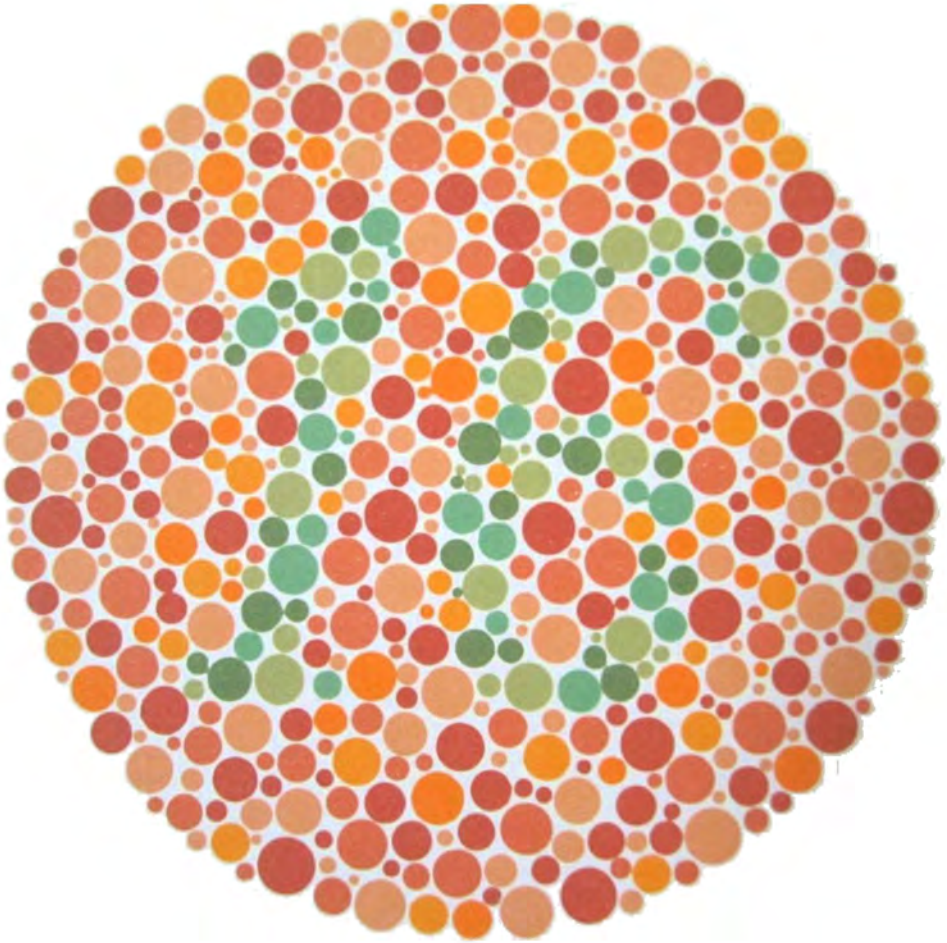
www.grace.pt

Apoios:

ColorADD
Simbolos que *incluem* CORES

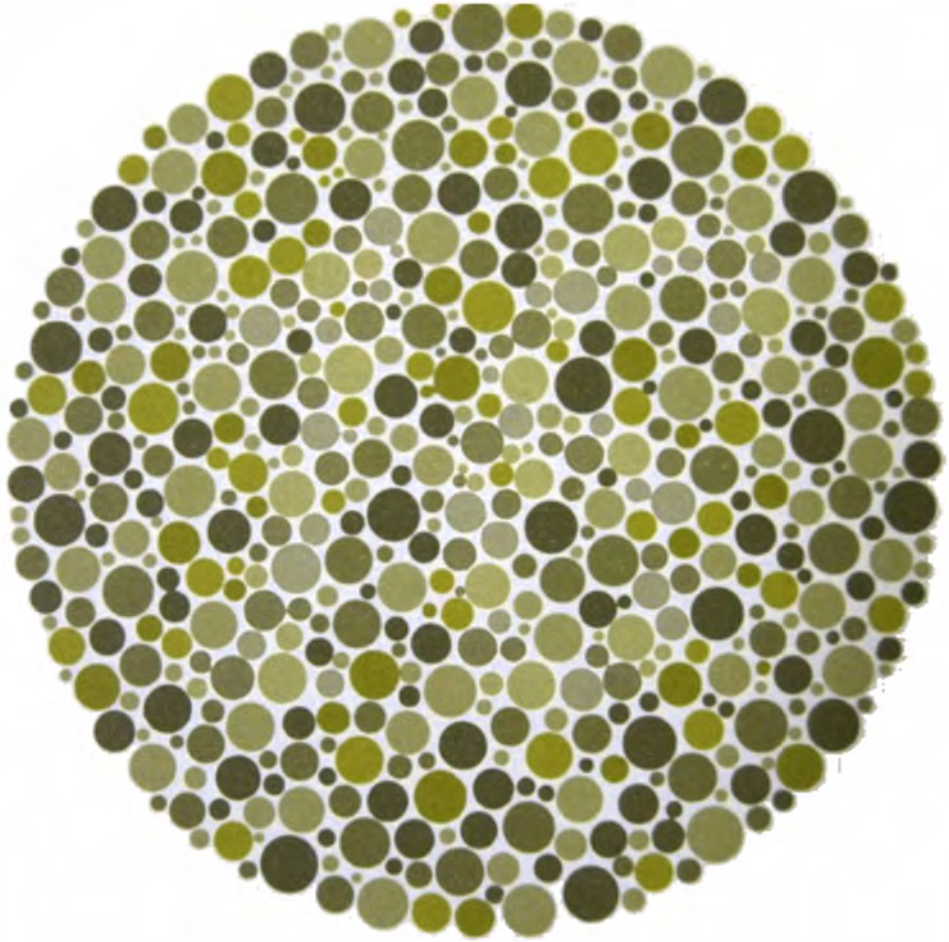
MIGUEL NEIVA

NORMAL VISION



COLORBLIND VISION

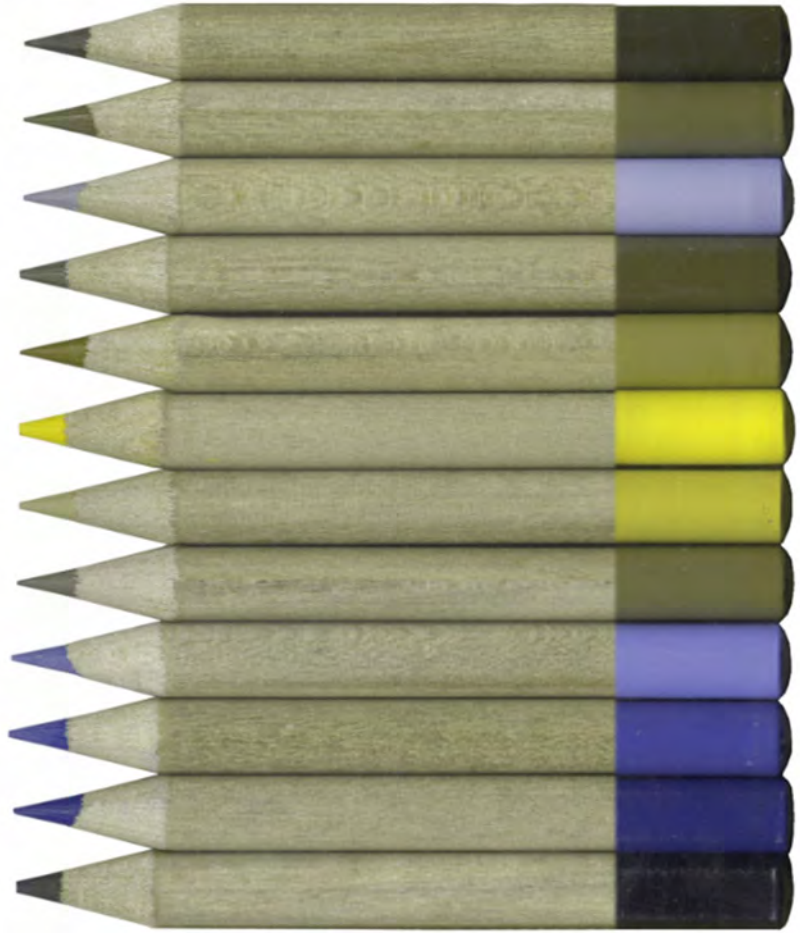
DEUTERANOPIA



NORMAL VISION

COLORBLIND VISION

DEUTERANOPIA



10%

OF THE WORLD'S MALE POPULATION

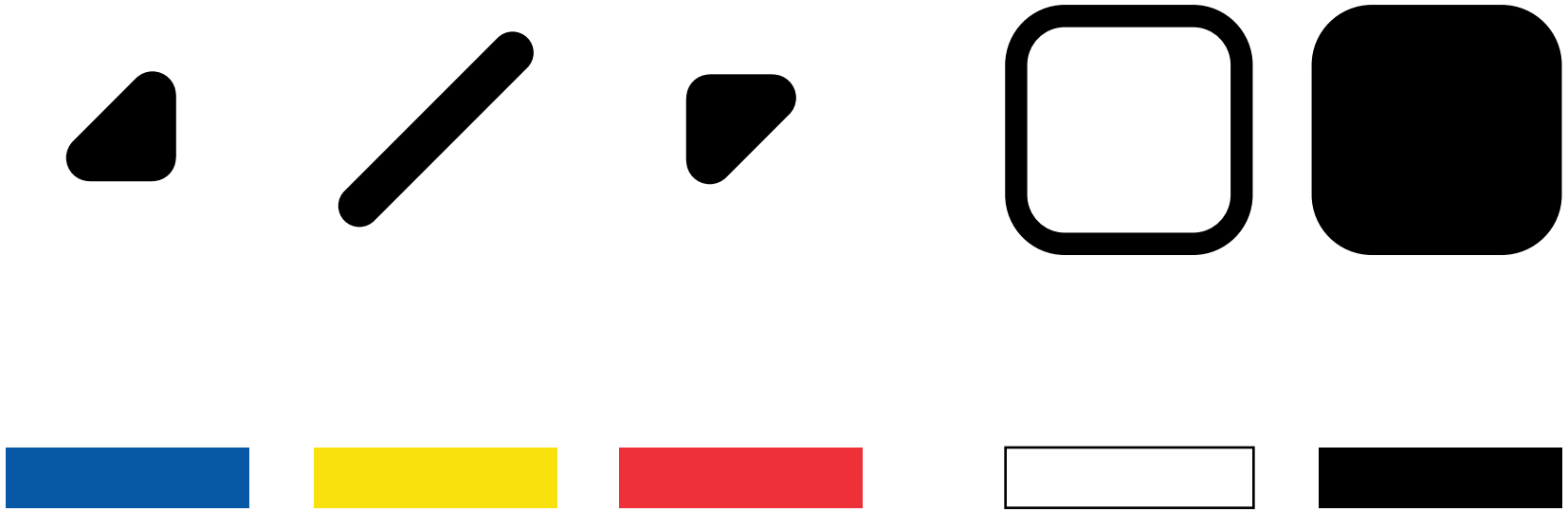
350 MILLION COLORBLINDS

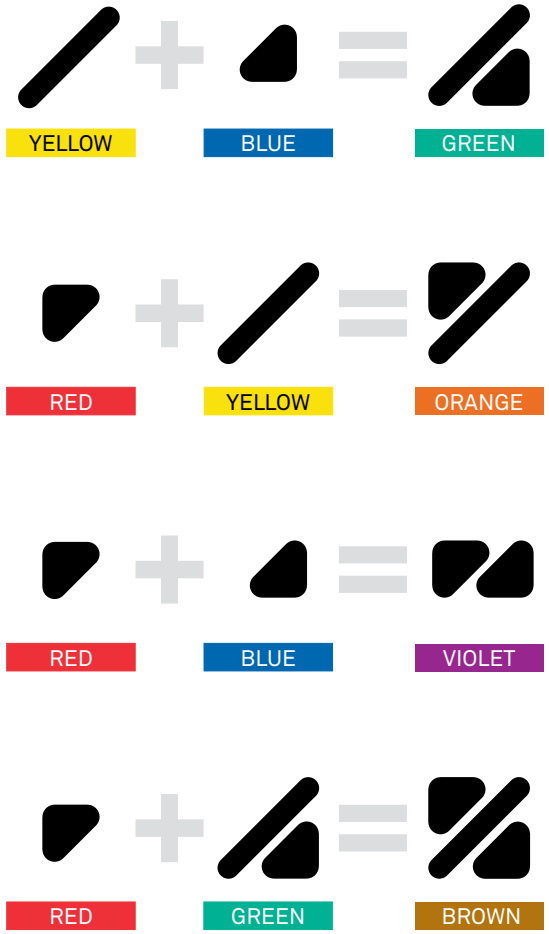
90%

OF THE COMMUNICATION IS BASED ON

COLOR

CONCEPT




YELLOW
BLUE
GREEN
RED
YELLOW
ORANGE
RED
BLUE
VIOLET
RED
GREEN
BROWN

COLOR | SYMBOLS

LIGHT TONES

DARK TONES

RECOGNITION

ASHOKA

Making more health

Boehringer Ingelheim

ZERMATT SUMMIT
HUMANIZING GLOBALIZATION

SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION 2014

Zero Project
for a world without barriers

INNOVATIVE PRACTICE 2014

WSA
WORLD SUMMIT AWARD
MOBILE CONTENT
WINNER 2014

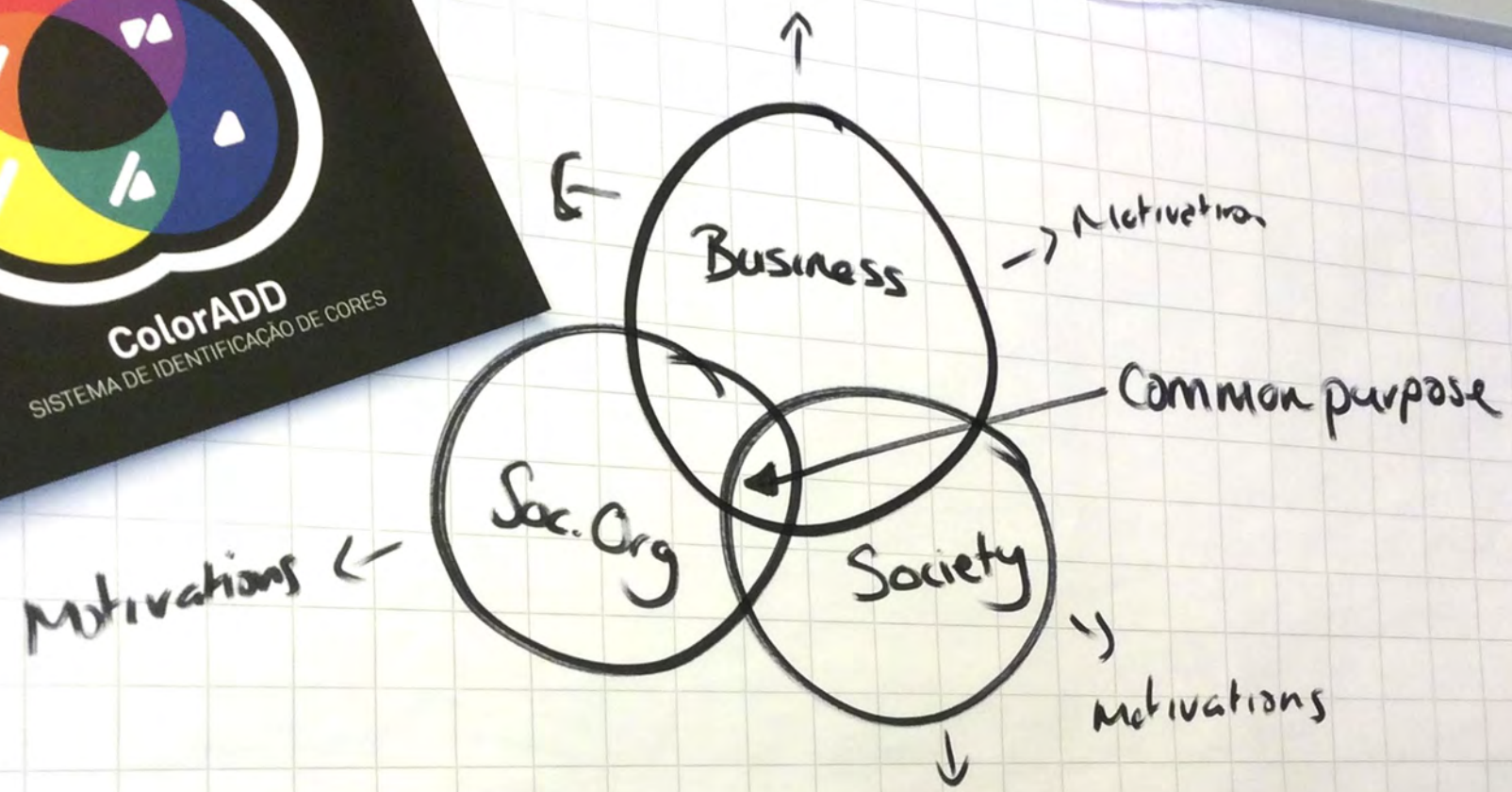
UN AWARD FOR BEST PRACTICES
World's Best in Inclusion & Empowerment Product

Vodafone Foundation
Mobile for Good

GOOD AWARDS EUROPE 2013

GOOD PRACTICE 2014

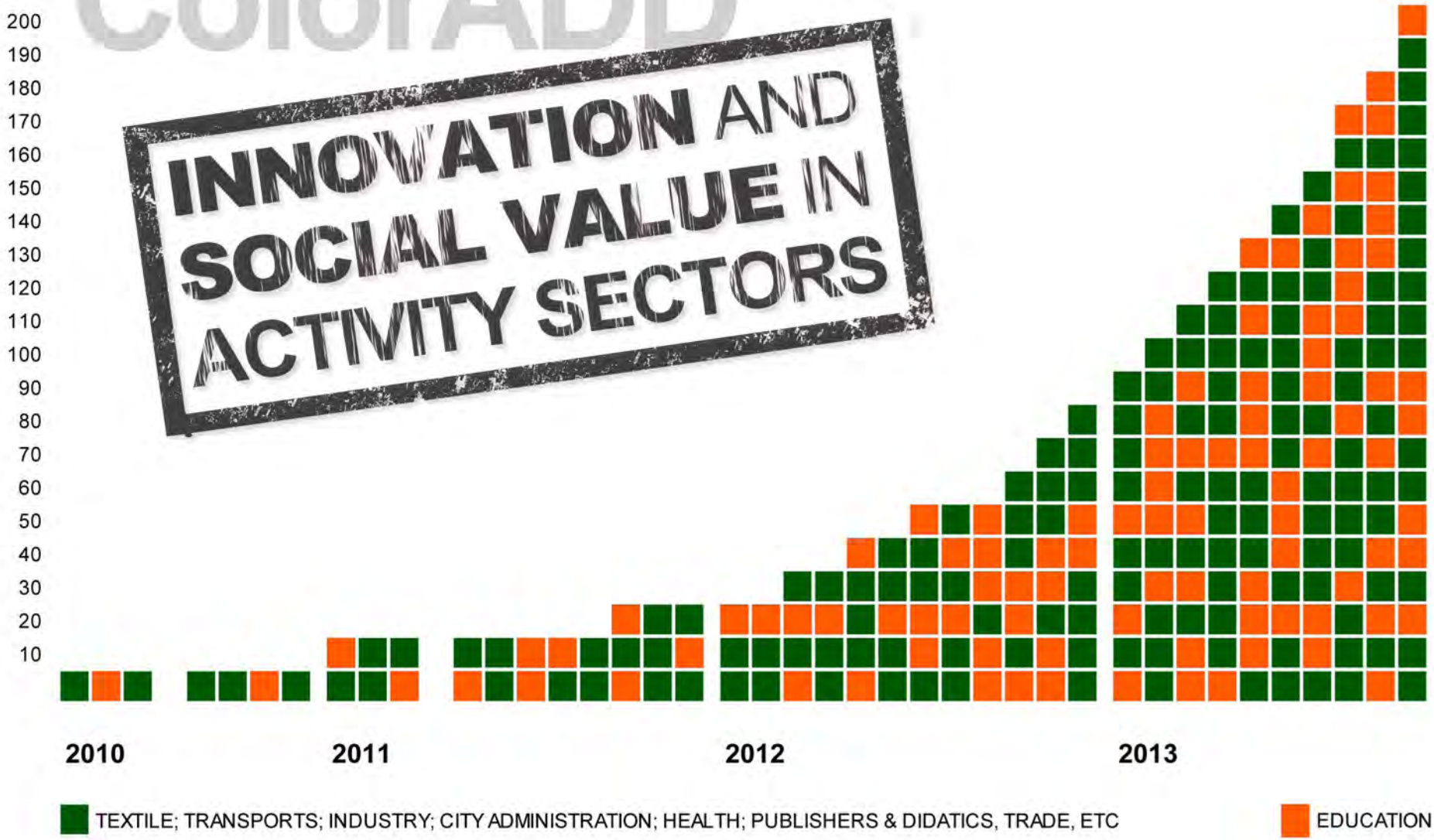
Certified B Corporation

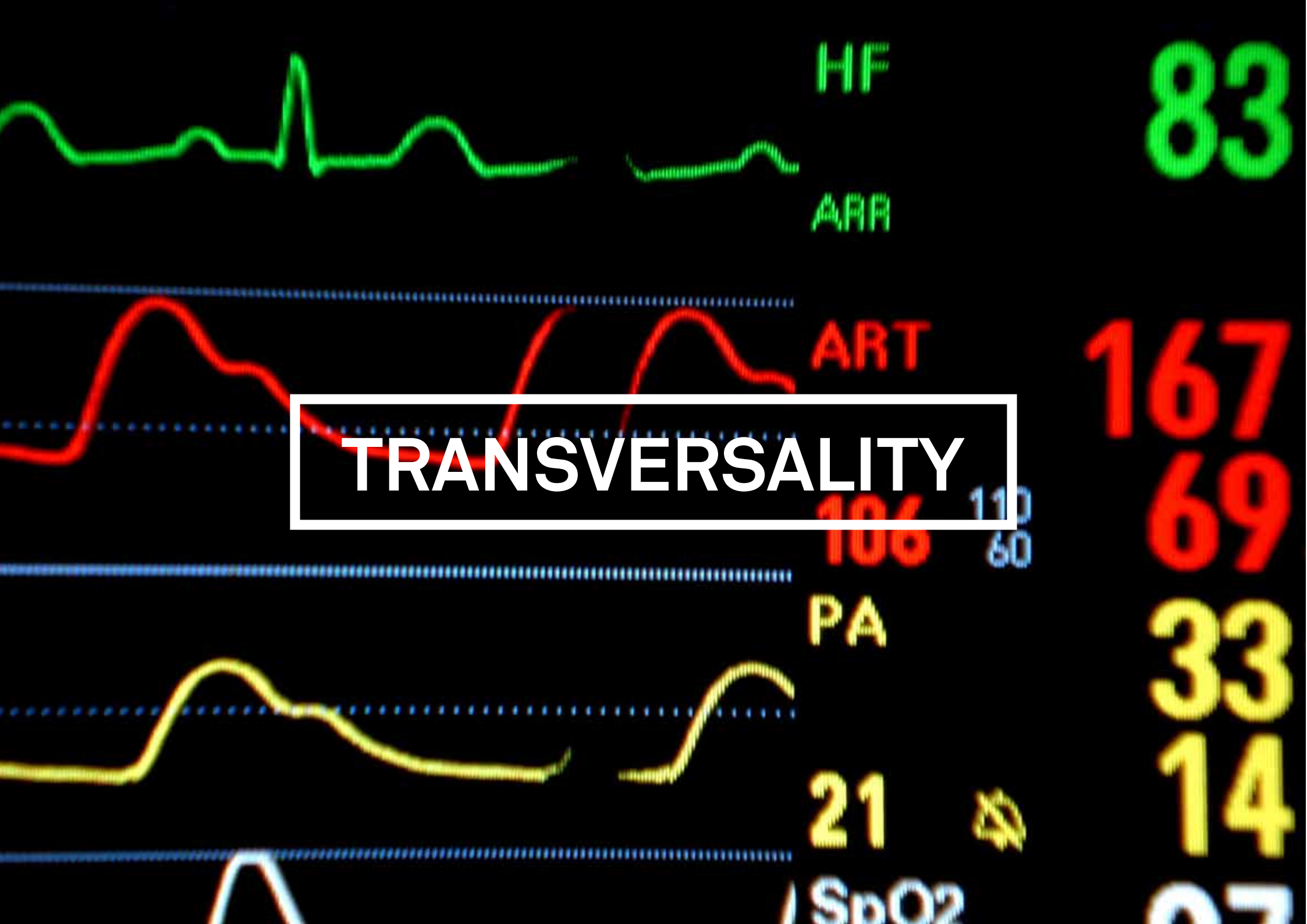


- Win-win-win
- Sustainable.
- Not a project, but a process towards a common goal

ColorADD

INNOVATION AND SOCIAL VALUE IN ACTIVITY SECTORS





TRANSVERSALITY

Exemplo de aplicação do código ColorADD em provas de avaliação externa.

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

GABINETE DE AVALIAÇÃO EDUCACIONAL

EXAME NACIONAL DO ENSINO SECUNDÁRIO

[Enquadramento legal]

Prova Escrita de [Disciplina]

___ Ano de Escolaridade

Prova [código]/___ Fase ___ Páginas

Duração da Prova: _____. Tolerância: _____.

2013

Odi qui simolescil ea eum ent, nus et aliquiat miliquat est estiunt.
Omniend itius, ut eos excearcim eos earum quodiam eatatem es reribus erspicae etur re voluptas

ea elibus exerem qui nulluptas enis alibuscidem eos dolupta temoluptat.
Est utam eostruptas sunt ut adis net minctat usandande volorum autas ipsam quam, si officip susaectur? Faccullest is reium eaquidi unt faccae ad que eossequibus eremquae net lam delest

is nullaut excearuptae esci a que quam, te volest, sam, nis eum quis ea cum expliquianda volenis sinvele strum, sum et et volores tiusdam quia des volenti nturibu sdaeped quiste ipsam im aut ab

imporiatqui dio optatemque imporeperrum que quibea si ut eum alic to qui dem facerum, sit quo id qui repudis imusant liquasperae sit mo tem quia dis coraecesed unt.
Ra parchiciet res doluptas dolupta ssimolor maionsequos siti abori dis aborenis et et volorem.

ColorADD
Sistema de Identificação de Cores

CORES PRIMÁRIAS | BRANCO E PRETO

AZUL | AMARELO | VERMELHO | BRANCO | PRETO

AZUL | VERDE | AMARELO | LARANJA | VERMELHO | ROSEO | CASTANHO

BRANCO | PRETO | CINZENTOS | TONS METALIZADOS

BRANCO | PRETO | CINZA CLARO | CINZA ESC. | DOURADO | PRATA

TONS CLAROS

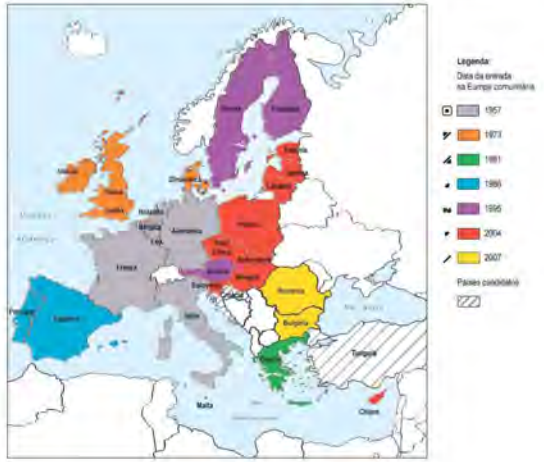
TONS ESCUROS

Prova [código]/___Fase • **Página 7**

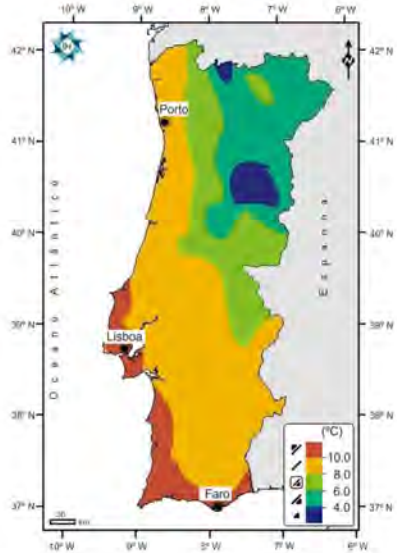
INSTRUÇÕES

GOVERNO DE PORTUGAL | MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA | direção-geral da educação | GABINETE DE AVALIAÇÃO EDUCACIONAL

Exemplo de aplicação do código ColorADD
Prova de História A 623 – 2.ª Fase/2011

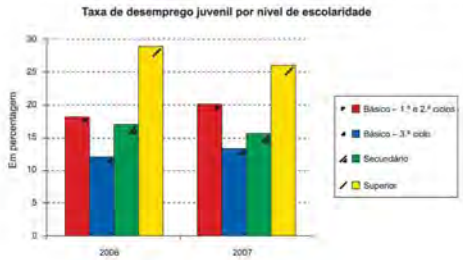


Exemplo de aplicação do código ColorADD
Prova de Geografia A 719 – 1.ª Fase/2011



Exemplo de aplicação do código ColorADD
Prova de Biologia e Geologia 702 – 1.ª Fase/2011

Exemplo de aplicação do código ColorADD
Prova de Economia 712 – 1.ª Fase/2011



NATIONAL EXAMS
+410.000
STUDENTS IN SECUNDARY SCHOOL

PLÁTANO EDITORA

manual escolar 2.0

SEBENTA

+210.000
PASSENGERS / DAY
Bolhão
Campo 24 Agosto
Heroísmo
Campanhã
Estádio do
Contumil
ZONA C1
ZONA C1 | ZONA C6

OPIÓIDES
TRAMADOL ____mg/_____ml

AGENTES ANTI-EMÉTICOS
ONDANSETRON ____mg/_____ml

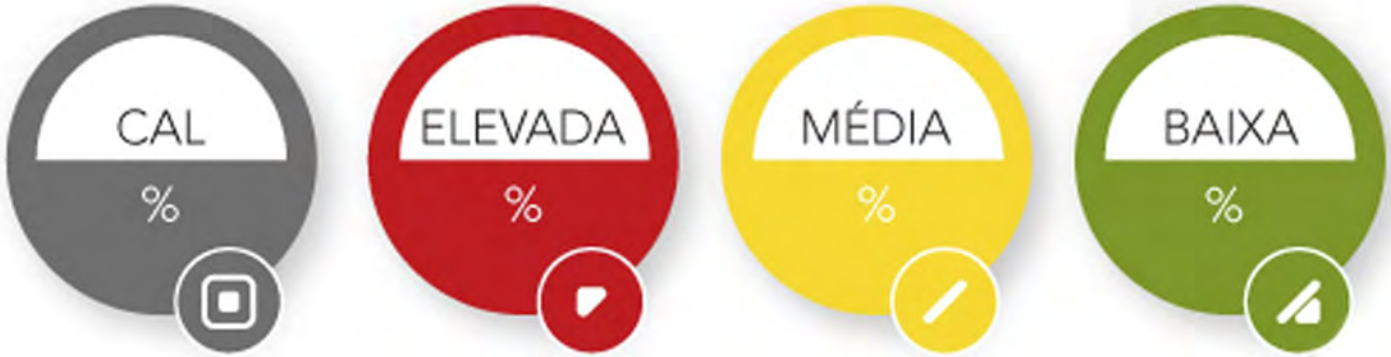
AGENTES SEDATIVOS/HIPNÓTICOS
DIAZEPAM ____mg/_____ml

ANESTÉSICOS LOCAIS
LIDOCAÍNA _____%

AGENTES ANTICOLINÉRGICOS
ATROPINA ____mg/_____ml

RELAXANTES MUSCULARES
SUCCINILCOLINA ____mg/_____ml

+2.2 MILLIONS
TOURISTS IN 2013
RIO DOURO
KM
N
PERCURSO PEDESTRE
WALK
CICLOVIA
CYCLEWAY
HELIPORTO
HELIPORT
CRUZEIROS BARCOS RABELO
CRUISE ON A "RABELO" (PORT WINE BOAT)
CRUZEIROS
CRUISES
ELÉTRICO
TRAMWAY
CIRCUITO DO ELÉTRICO
TRAMWAY TOUR
FUNICULAR
AEROPORTO
AIRPORT
CRUZEIROS INTERNACIONAIS PORTO-LEIXÕES
INTERNATIONAL CRUISES LEIXÕES HARBOUR
METRO
METRO NETWORK
ESTAÇÃO DE CAMINHO DE FERRO
RAILWAY STATION
HOTEL
PARQUE
PARKING
INTERNET WIRELESS
WIRELESS INTERNET
TEATRO
THEATRE
PISCINA
SWIMMING POOL
HOSPITAL
MUSEU
MUSEUM
TELEFÉRICO DE GAIA
GAIA AERIAL LIFT
IGREJA
CHURCH
CEMITÉRIO
CEMETERY
POUSADA DA JUVENTUDE
YOUTH HOSTEL
CIRCUITO DA BOAVISTA
BOAVISTA CIRCUIT
GALERIAS DE ARTE
ART GALLERIES
ZONA COMERCIAL
COMMERCIAL AREA
BARES
BARS
PRAIA
BEACH
SURFING
MINI-GOLF
MARINA
ESPLANADAS
TERRACES
ZONAS TEMÁTICAS
THEMATIC AREAS
PARQUE DE CAMPISMO
CAMPING
POSTOS DE TURISMO DO PORTO
PORTO TOURISM OFFICES
ATC - PORTO TOURS
CIRCUITOS TURÍSTICOS
SIGHTSEEING TOURS
TERMINAL DE CAMIONAGEM
BUS STOP
ACESSO A PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA
ACCESS FOR PEOPLE WITH REDUCED MOBILITY
CAVES DO VINHO DO PORTO
PORT WINE CELLARS
PERCURSOS TEMÁTICOS
THEMATIC TOURS
MEDIEVAL MEDIEVAL
BARROCO BAROQUE
NEOCLÁSSICO NEOCLASSICAL
AZULEJOS TILES
ARTE NOVA ART NOUVEAU
COLORadd
Sistema de Identificação de Cores - Desenvolvido com base nas três cores primárias representadas através de símbolos gráficos, o código ColorADD assenta no conceito de "adição de cores", permitindo ao daltónico relacionar os símbolos e facilmente identificar toda a paleta. Ve mais www.coloradd.net
Symbols that include color - This code was develo based on the traditional three primary colors represe by means of graphic symbols. The ColorADD sys built on the concept of adding in colors, allow color blind to associate the symbols, easily ide the basic color combinations. For more in www.coloradd.net


CAL
%
ELEVADA
%
MÉDIA
%
BAIXA
%

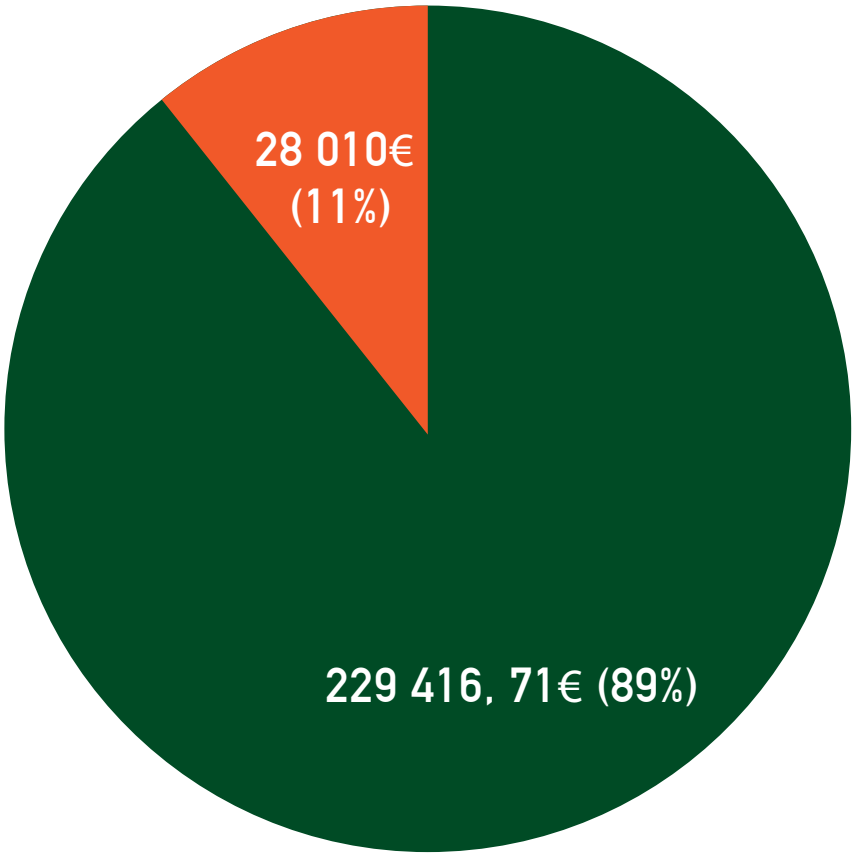
+ 150 PRODUCTS

+200.000
COLORED PENCIL
WWW.VIARCO.PT
Viarco
12 LÁPIS DE COR
SISTEMA DE IDENTIFICAÇÃO DE CORES
COLORadd
Viarco
6 LÁPIS
COM SISTEMA DE IDENTIFICAÇÃO DE COR PARA DALTÓNICOS
VIARCO PORTUGAL · ColorADD

ART GRAF®
VIARCO® TAILOR SHAPE
WATER-SOLUBLE
PORTUGUESE PENCIL FACTORY
ART GRAF
VIARCO® FÁBRICA PORTUGUESA DE LÁPIS
TAILOR SHAPE, TONS TERRA
SANGUÍNEA
OCRE
SÉPIA
CASTANHO
CASTANHO ESCURO
BLACK CARBON
WWW.VIARCO.PT
ART GRAF
BROWN
ART GRAF
DARK BROWN
VIARCO® PORTUGUESE PENCIL FACTORY
CONFORMS TO
ASTM-D4236
NP EN71-3
NON TOXIC
NÃO TÓXICO
WWW.VIARCO.PT
MADE IN PORTUGAL
COD 560470505412
ART GRAF
SANGUINE
VIARCO® PORTUGUESE PENCIL FACTORY
CONFORMS TO
ASTM-D4236
NP EN71-3
NON TOXIC
NÃO TÓXICO
WWW.VIARCO.PT
Viarco®

MEDIA_RESULTS

Advertising Value Equivalency



	NEWS	NET AVE
TV	2	229 416, 71€
PRESS	3	28 010€
TOTAL	5	257 426, 71€

Oliveira, C., Manuel, F., Osório, M., Carvalho, J., Macedo, T., (2014), "ColorADD_Viarco analysis of the impact", Faculdade de Economia e Gestão Universidade Católica do Porto, pp. 8-9

colorADD
ZY
2/3
9.99

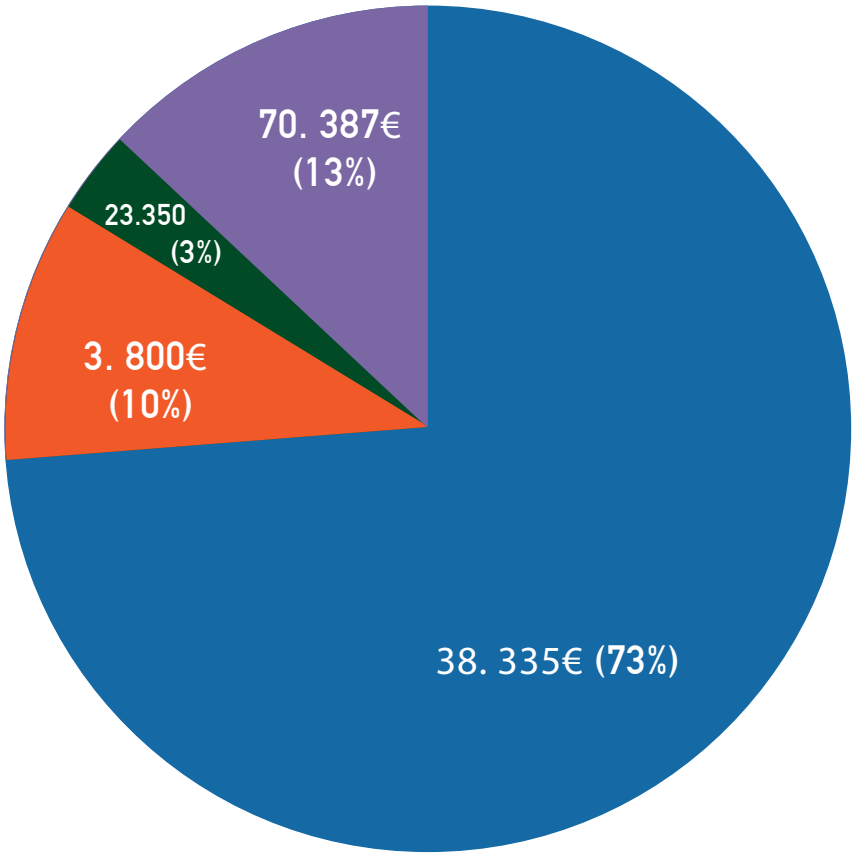
+23
MILLIONS
ColorADD LABELS
2012 | 2013
ZIPPY

609217 251615
colorADD

O SOL É
A ÁRVORE É
A NEVE É
O MAR É
O CORAÇÃO É

MEDIA_RESULTS

Advertising Value Equivalency



	NEWS	NET AVE
ONLINE	22	38. 335€
PRESS	3	3.800€
TV	1	23.350€
RADIO	4	70.387€
TOTAL	30	135.872€

FONTE: Zippy Marketing Department

ColorADD SOCIAL

SAGA
PADRE ANTÓNIO VIEIRA E A CULTURA PORTUGU
PADRE ANTÓNIO VIEIRA E A CULTURA PORTUGU
CÉSAR
BUDA
GALILEU GALILEI
ALEXANDER FLEMING
GUGLIELMO MARCONI
CHARLES DARWIN
ISAAC NEWTON
Michael White
Anna Sprot
Beverley Bir
Beverley Bir
Michael W
LINCOLN

C.D.U
C.D.U
C.D.U

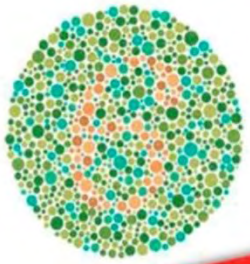
GENERALIDADES/ INFORMAÇÃO/ ORGANIZAÇÃO
C.D.U.

SESSÕES DE SENSIBILIZAÇÃO

ColorADD SOCIAL

RASTREIO NAS ESCOLAS

ColorADD SOCIAL



+455.000
KIDS IN PRIMARY SCHOOL

ColorADD KITS ALUNOS

ColorADD . Color Identification System

SOCIAL INNOVATION, ACCESSIBILITY
AND INCLUSION FOR ALL!