

## COMUNICAÇÃO - UMA VIA PARA A EXCELÊNCIA

### Processo de gestão da informação

#### Responsabilidade da candidatura

##### Organismo/unidade orgânica:

Serviços de Acção Social da Universidade do Minho

##### Pessoa responsável pela apresentação:

Carlos Silva

##### Cargo:

Administrador

##### Categoria a que se candidata:

Comunicação interna

#### Caracterização da entidade candidata

##### Setor de atividade:

Área da Educação - Ensino Superior

##### Tipo de entidade:

Administração Central Indireta, Unidade de Serviços de uma Instituição de Ensino Superior

##### Caracterização sumária da atividade principal:

Os objetivos dos Serviços de Acção Social da Universidade do Minho (SASUM) traduzem-se no proporcionar aos estudantes melhores condições de estudo e de integração académica, mediante a prestação de serviços e a concessão de apoios, nomeadamente:

- Atribuição de bolsas de estudo;
- Conceder auxílios de emergência;
- Promover o acesso à alimentação em cantinas e bares;
- Promover o acesso ao alojamento;
- Promover e apoiar as atividades desportivas e culturais;
- Promover a saúde e o bem-estar da comunidade universitária;
- Conceder apoios específicos aos estudantes nos termos da lei e dos regulamentos da UMinho;
- Desenvolver outras atividades que, pela sua natureza, se enquadrem nos fins gerais de ação social escolar.

##### Caracterização dos RH em 2014/15:

Os Serviços de Acção Social têm os seguintes recursos humanos (M-masculino, F-Feminino)

Dirigente Superior M (1) –1

Dirigente Intermédio M (1), F (3) - 4

Técnico Superior M (7), F (15) - 22

Assistente Técnico M (5), F (19) -24

Assistente Operacional M (68), F (102) -170

Técnicos Informático M (4) - 4

Total M (86), F (139) - 225

#### Descrição sumária da cultura organizacional que identifica esta entidade:

Clima organizacional – Do ponto de vista da avaliação feita pelos nossos colaboradores (quer no âmbito de questionários de satisfação lançados por estes Serviços quer no âmbito de questionários respondidos no âmbito do Prémio Excelência no Trabalho 2014, estudo de clima organizacional e desenvolvimento do capital humano desenvolvido pela Heidrick & Struggles em parceria com o Económico e o INDEG/ISCTE), é de destacar a perceção de existir na Organização um compromisso com a excelência, através da aposta na formação, na motivação, na inovação, na partilha da informação e comunicação.

Salienta-se a atribuição do Prémio Excelência no Trabalho 2013, onde concorreram 222 empresas de vários setores de atividade (público e privado), tendo estes Serviços ficado posicionados no 1º lugar, na categoria de grandes empresas do Setor Público.

Dinâmica Organizacional – Aprendizagem contínua tendo como vetor a orientação estratégica para a satisfação do cliente.

Processos – Aposta na comunicação e partilha de informação, sendo que a tomada de decisões assenta numa excelente coordenação e integração dos colaboradores no desenvolvimento de novas ideias e processos que resultem em produtos com uma excelente relação custo/benefício.

Gestão de Recursos Humanos – Promoção de excelentes condições de trabalho e desenvolvimento de competências de forma transversal a toda a estrutura, através do investimento na formação dos recursos humanos e do incentivo à que os colaboradores partilhem ideias, opiniões e sugestões.

#### Síntese dos 3/4 acontecimentos principais que marcaram a entidade em 2014/15:

- Manutenção das certificações de acordo com o referencial normativo ISO 9001:2008 em todos os seus processos, bem como do referencial normativo ISO 22000:2005 para o processo alimentar em todas as suas unidades (22), sendo que a Universidade do Minho (UMinho) integra os primeiros Serviços de Acção Social (SAS) do país certificados conjuntamente pelos referenciais ISO 22000:2005 e ISO 9001:2008.
- Realização do Campeonato Mundial de Andebol Universitário em Guimarães, organizado em parceria pelos SASUM e a Associação Académica da Universidade do Minho (AAUM).
- Movimento Menos Olhos do que Barriga (MMOB), lançado em parceria com os alunos do curso de Ciências de Comunicação da UMinho, que tem como

objetivo reduzir o desperdício alimentar das cantinas SASUM, dar a conhecer à Comunidade Académica os dados reais sobre os resíduos e sensibilizar para o desperdício alimentar em geral.

- Iniciativas de cariz social e humanitário, desenvolvidas nas instalações da Universidade do Minho junto da comunidade académica:

Ações de recolha de brinquedos e roupa, nos dois polos da Universidade do Minho, em Braga e Guimarães;

Ações de recolha de sangue e medula, nos dois polos da Universidade do Minho, em Braga e Guimarães.

- Em termos de autonomia orçamental dos SASUM, no que se refere à receita própria total arrecadada (receita cobrada líquida) em 2014, a mesma totalizou 5.739.526€ (representando cerca de 66% do total das receitas), sendo que o financiamento total do Orçamento do Estado representa 24% da receita global (2.088.575 €).

## Descrição e Caracterização da Boa Prática

### Designação:

Comunicação – uma via para a excelência

### Síntese:

Processo de gestão da informação

### Para quê:

O desenvolvimento e crescimento de qualquer organização, seja do ponto de vista de eficiência ou da eficácia, só é possível se estiver sustentado num sistema de comunicação consistente, que envolva todos os seus recursos humanos, de forma clara e objetiva para que a mensagem seja compreendida do ponto de vista organizacional.

Uma mensagem mal transmitida e, conseqüentemente, mal compreendida, afeta negativamente todo o ambiente de trabalho, sendo caracterizada como ruído comunicacional. Uma comunicação eficaz no mundo organizacional pode ser entendida como aquela que transforma e muda a atitude das pessoas.

Atualmente estamos cientes que a “boa comunicação” no mundo das organizações não é apenas realizada de forma verbal, em telefonemas e reuniões, sendo que esta deve ser objeto de registo escrito. Por outro lado, as organizações não comunicam apenas internamente, interagindo ainda com um grupo alargado de públicos, dando a conhecer as suas ações e a justificação da sua missão social.

Neste contexto, e no âmbito do sistema de gestão de qualidade dos Serviços de Acção Social da Universidade do Minho (SASUM), desenvolveu-se um processo de gestão da informação e da comunicação para cumprir os objetivos que se pretendem para uma comunicação eficiente, eficaz e de envolvimento de todos os Recursos Humanos em ambiente organizacional.

### Com quem:

Todos os trabalhadores dos SASUM estão envolvidos no processo de gestão de informação e da comuni-

cação, assumindo desempenho e empenho especial neste processo o Administrador dos Serviços Acção Social da Universidade do Minho, os Responsáveis de Departamento e Setor e os Colaboradores, nomeadamente no âmbito da comunicação interna, havendo ainda um setor de comunicação, cuja principal função é comunicar com todos os públicos, internos e externos.

### Com que outros recursos:

A informação e comunicação é desenvolvida através de forma escrita, por meio de Despachos, Atas, Circulares, Avisos, Correio Eletrónico, Fax, Documentação do Sistema de Gestão da Qualidade, Manuais, Ofícios, Informações, Relatórios, Jornal mensal UMDicas, Avisos, Panfletos/Brochuras e de suportes (Placards, Cartazes); de forma presencial, em reuniões formais e informais; e através das novas tecnologia com recurso ao site institucional e página facebook. São ainda realizados questionários de avaliação da satisfação dirigidos aos públicos internos e externos dos SASUM, além do tratamento de sugestões e reclamações, de forma a compreender e dar resposta às necessidades dos nossos utentes. Como complemento da estratégia de comunicação dos SASUM, são organizados com regularidade eventos de responsabilidade social na área alimentar, educação para a saúde e bem estar, e desportivos de caráter local, nacional e internacional.

Os SASUM possuem ainda um setor de comunicação composto por 2 colaboradores com valências em áreas como fotografia, produção de conteúdos em várias plataformas e design, desenvolvendo suportes de comunicação interna e externa, nomeadamente na conceção e produção da imagem em todos os suportes comunicacionais.

### Como (e quando) é executada:

O uso dos suportes e métodos de comunicação é, em regra, de frequência diária. A necessidade de informar e comunicar com o público interno para um bom equilíbrio organizacional e atualização da informação assim o determina. Como ações especiais em termos de planeamento, destaca-se a participação dos recursos humanos, nomeadamente responsáveis de departamento e setor, na elaboração e discussão do plano de atividades no início do ano e fecho desta ação com a elaboração do relatório de atividades. Com periodicidade mensal, o grupo de responsáveis avalia e discute o desempenho dos SASUM em reuniões dedicadas à performance dos objetivos e indicadores. Para além de publicações de caráter anual, destacamos a existência de um jornal mensal que divulga as atividades e eventos dos SASUM e de interesse para a Academia.

### Resultados alcançados:

Para além da prática diária da comunicação interna entre os Recursos Humanos, com uma avaliação de satisfação muito elevada dos recursos humanos da organização, conforme expresso no Relatório da Ativi-

dades 2014 (pág. 176), para uma avaliação da forma como os SASUM comunicam com o exterior, informamos que o jornal UMDicas contou com oito edições impressas, das quais seis foram edições normais e duas especiais, num total de 33.000 exemplares em 2014. Em relação às edições normais, estas contaram com 2.000 exemplares cada, o que totalizou 12.000 exemplares anuais. Em relação às edições especiais, que saíram em fevereiro e agosto, num total de 10.500 exemplares cada (8.500 com o jornal Diário do Minho e 2.000 para distribuir nos Campi e para os contactos da base de dados), perfizeram 21.000 exemplares anuais.

Em termos de Comunicação Externa e mais especificamente, em relação à presença dos SASUM nos media, da qual podemos perceber a nossa visibilidade e impacto, os SASUM tiveram em 2014, 288 notícias escritas publicadas, sendo que destas, cerca de 85% tiveram como fonte o Gabinete de Comunicação. Estas notícias podem ser visualizadas no setor “clipping” do site [www.dicas.sas.uminho.pt](http://www.dicas.sas.uminho.pt).

Foram ainda efetuadas 5 reportagens televisivas, o que fez com que a nossa visibilidade ronde cerca de 0,79 notícias por dia, abrangendo todos os media (jornais, televisão e rádio). Em relação à área da Assessoria de Imprensa, foram enviados pelo Gabinete de Comunicação cerca de 55 Press Releases/Notas de Imprensa aos meios de comunicação social, locais e nacionais. O site UMDicas teve 560.644 acessos. Em relação ao facebook do UMDicas, a página conta já com um total de 6.310 likes, dos quais 1.638 foram em 2014. Ao longo de 2014 a página teve um total de 1.229.641 visitantes/acessos. Foram ainda elaborados 20 cartazes para divulgação e promoção de atividades, campanhas e eventos, tendo sido paginadas 8 edições do Jornal UMDicas, relatório de atividades dos SASUM, brochura dos SASUM e o PODIUM (Revista anual dos êxitos desportivos).

#### **Fatores-chave de êxito:**

Os fatores chave de êxito prendem-se essencialmente com os seguintes aspetos:

a) A orientação definida para a comunicação no programa estratégico da organização, no âmbito da concretização dos projetos e ações planeadas, decorre da capacidade de união de dirigentes e trabalhadores em torno da concretização dos objetivos propostos. Estes são definidos, não de uma forma unidirecional e imposta pela Administração/Direção, mas sim através da partilha e capacidade de integrar e ouvir todos os colaboradores na concretização de uma visão ambiciosa para o futuro, aliando ainda um sentimento de procura constante da melhoria do ambiente e cultura organizacional.

b) Identificação objetiva dos diferentes públicos internos e externos e associação coerente dos conteúdos e suportes de comunicação.

c) Diversificação de meios e suportes nas mensagens de comunicação, nomeadamente no uso das novas tecnologias.

d) Existência de um setor de comunicação, com 2 recursos humanos, que desenvolve todos os suportes de comunicação interna e externa, nomeadamente a conceção e produção da imagem em todos os suportes comunicacionais.

#### **Dificuldades na concretização:**

Pontualmente, ao longo do ano, e em termos internos, a existência de um volume excessivo de informação e comunicação, exige um trabalho atento para que as “mensagens” sejam entendidas e compreendidas por parte de todos os intervenientes e destinatários.

#### **Alguns testemunhos:**

- Ficha de Procedimento do Processo de Comunicação (em anexo)
- Site Institucional (<http://www.sas.uminho.pt/>)
- Facebook (<https://www.facebook.com/UMDicas>)
- Jornal UMDicas e plataforma de Comunicação (<http://www.dicas.sas.uminho.pt/>)
- Brochura dos SASUM ([http://www.sas.uminho.pt/uploads/SASUM\\_2014.pdf](http://www.sas.uminho.pt/uploads/SASUM_2014.pdf))
- Revista PODIUM ([http://www.sas.uminho.pt/uploads/DDC/Podium/Podium14\\_web.pdf](http://www.sas.uminho.pt/uploads/DDC/Podium/Podium14_web.pdf))
- Brochura Serviços extra – Departamento Alimentar ([http://issuu.com/sasum/docs/catering\\_da\\_2014/0](http://issuu.com/sasum/docs/catering_da_2014/0))
- Brochura Alojamento Verão 2014 – Departamento de Apoio Social ([http://www.sas.uminho.pt/uploads/Panfleto\\_Verao\\_UMinho\\_2014\\_digital\\_PT.pdf](http://www.sas.uminho.pt/uploads/Panfleto_Verao_UMinho_2014_digital_PT.pdf))
- Relatório de Atividades 2014 ([http://www.sas.uminho.pt/uploads/Relatorio\\_Atividades\\_e\\_Contas\\_SASUM-2014.pdf](http://www.sas.uminho.pt/uploads/Relatorio_Atividades_e_Contas_SASUM-2014.pdf))