



PLANO DE ACTIVIDADES 2015

Reunião de Assembleia Geral
11 de Novembro de 2014

ÍNDICE

1. Enquadramento	3
2. Estratégia organizacional	
2.1. Missão, visão e valores	4
2.2. Análise da envolvente interna e externa	5
2.3. Definição de eixos e objectivos estratégicos	6
3. Plano operacional para o ano de 2015	8

1 – ENQUADRAMENTO

O ano em curso representa uma importante viragem em termos de dinâmica de funcionamento organizacional, ancorada na constituição da primeira resposta social da Íris Inclusiva, que entrou em funcionamento no início de 2014 no quadro da celebração de um acordo de cooperação atípico com a Segurança Social.

A implementação do Ambulatório coloca novos desafios, chama novos intervenientes, desde logo clientes e colaboradores, e obriga a renovar o registo meramente associativo que até então perpassava as práticas. Desta feita, é o próprio modelo de funcionamento e de gestão que urge reestruturar, obrigando a definir uma estratégia organizacional de médio prazo consubstanciada num conjunto de linhas de orientação que, estando claramente definidas, possam suportar um posicionamento estratégico consistente e conducente à concretização de objectivos que reflectam os interesses, necessidades e expectativas das partes interessadas e que possam gerar valor acrescentado para todos os intervenientes e para a sociedade em geral.

A definição de dinâmicas operacionais e o desenho de um plano anual de actividades cuja construção se pretende participada por associados, colaboradores, clientes, parceiros e outros depende então, necessariamente, da definição transparente de um modelo de gestão estruturante, capaz de conduzir a organização em direcção ao futuro desejado.

No contexto descrito, o plano de actividades para 2015 representa um primeiro esforço nesse sentido, estando a Direcção consciente do muito que há a fazer em defesa da missão da Íris Inclusiva e de que o seu compromisso terá que estender-se a todos os intervenientes internos da organização. O formato de planeamento agora ensaiado, de forma ainda incipiente, terá que basear-se numa definição mais rigorosa e metodologicamente suportada de grandes objectivos estratégicos, no quadro de um modelo de gestão cuja responsabilidade de construção a Direcção assume desde esta hora, no quadro de uma liderança participada que possa incorporar os contributos e perspectivas de todos os interessados.

2. ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL

2.1. Missão, Visão, Valores

MISSÃO

Promover a plena inclusão comunitária e social das pessoas cegas e com baixa visão, através do desenvolvimento de um conjunto diversificado de projectos, serviços e intervenções centrados no desenvolvimento da autonomia e na participação plena, privilegiando uma abordagem multidimensional e integrada da incapacidade e valorizando a interacção entre a pessoa e os contextos ao longo de todo o ciclo vital.

VISÃO

Ambicionamos ser uma Associação de referência na área da deficiência visual, reconhecida pelo seu efectivo contributo para a construção de uma sociedade mais inclusiva, onde as pessoas cegas e com baixa visão são cidadãos de pleno direito e têm acesso a todas as oportunidades, nas diferentes áreas, em igualdade de circunstâncias com os demais.

VALORES

As pessoas

Respeito pela dignidade, individualidade e capacidade de escolha do cliente e da sua família.

Promoção de uma cultura de abertura, transparência, reconhecimento das competências e saberes de cada um, aprendizagem mútua e flexibilidade/adaptabilidade em relação aos nossos colaboradores.

Participação/Inclusão

Ação pautada pela constante defesa dos direitos dos clientes, assente na promoção activa da igualdade de oportunidades, da autodeterminação e da participação e inclusão plenas na sociedade.

Orientação para o cliente

Focalização nas necessidades e expectativas do cliente e promoção do seu envolvimento e participação efectiva no desenho, implementação e avaliação da intervenção.

Cooperação

Intervenção assente no trabalho em rede, sustentado no desenvolvimento de parcerias, na criação de sinergias e na mobilização e aproveitamento de recursos já existentes.

Melhoria contínua

Comprometimento com a aprendizagem, a formação e o desenvolvimento para a inovação contínua, aliados à utilização mais eficiente dos recursos, à eficácia, rigor e transparência de todas as acções, à satisfação dos clientes/partes interessadas e à procura de excelência na prestação dos serviços.

2.2. Análise da Envolvente Interna e Externa (metodologia S.W.O.T.)

Para a definição de objectivos mais estruturais (e estruturantes do plano operacional para 2015), tomou-se como ponto de partida a análise SWOT, uma relevante ferramenta de planeamento estratégico que coloca em relevo as forças e as fraquezas da instituição (análise da envolvente interna ou da organização) e as oportunidades e ameaças do mercado (análise da envolvente externa ou da forma como a organização se relaciona com o meio).

Forças (Strengths):

- Motivação, dinamismo e empenho da equipa técnica.
- Coesão interna e alinhamento com a missão.
- Comprometimento com a qualidade na prestação dos serviços.
- Perfil de competências diversificado.
- Comunicação entre diferentes níveis hierárquicos.
- Flexibilidade na organização do trabalho da equipa.
- Resposta social ajustada às necessidades do público.
- Relação com os parceiros.

Fraquezas (Weaknesses)

- Insuficiente formação específica da equipa.
- Rentabilização insuficiente dos recursos humanos aos diferentes níveis de funcionamento.
- Falta de definição clara de funções dentro da equipa técnica.
- Falta de definição clara de grandes linhas de orientação estratégica.
- Dificuldade em atingir o número de clientes protocolado.
- Dependência do financiamento público.
- Falta de recursos humanos e financeiros.

- Custos elevados associados à mobilidade da equipa.
- Falta de envolvimento dos associados.

Oportunidades (Opportunities)

- Falta de respostas nesta área de atuação.
- Resposta inovadora e modelo de trabalho experimental.
- Visibilidade na comunidade do trabalho desenvolvido.
- Novo quadro comunitário (Portugal 2020).
- Novas parcerias.

Ameaças (Threats)

- Conjuntura económica desfavorável.
- Legislação para o Terceiro Sector desajustada.
- Fraca ligação às empresas.
- Abrangência territorial da resposta.
- Desconhecimento da realidade da deficiência visual pela sociedade em geral.
- Falta de visibilidade social da problemática.
- Fracos recursos das famílias.
- Dispersão geográfica e baixa mobilidade dos clientes.

2.3. Formulação de eixos e objectivos estratégicos

A definição das principais linhas estratégicas de planeamento e intervenção tem em conta a análise anterior e procura tirar o máximo proveito das oportunidades identificadas, potenciar as forças que possam ajudar a reduzir a vulnerabilidade da instituição numa conjuntura social e económica reconhecidamente desfavorável e desenvolver um plano de combate a alguns dos pontos fracos apontados.

Assim, definem-se como principais eixos estratégicos de actuação:

Eixo 1: Qualidade dos Serviços

Eixo 2: Comunicação e Participação

Eixo 3: Parcerias e Articulação com a Comunidade

Eixo 4: Sustentabilidade Financeira

No quadro destes eixos estabelecem-se como objectivos estratégicos (OE) enformadores, numa perspectiva de médio alcance que, inquestionavelmente, não se esgota no ano a que o plano operacional adiante apresentado diz respeito, os seguintes:

OE 1: Procurar a melhoria contínua dos serviços

OE 2: Melhorar a comunicação nos planos interno e externo

OE 3: Melhorar o nível de participação das partes interessadas

OE 4: Reforçar parcerias

OE 5: Incrementar o grau de envolvimento com a comunidade

OE 6: Perseguir um modelo de funcionamento sustentável

3 – PLANO OPERACIONAL PARA 2015

O planeamento das actividades a desenvolver ao longo do ano de 2015 toma como ponto de partida os eixos e objectivos estratégicos atrás definidos e constrói-se a partir de uma estrutura de itens que considera objectivos específicos, indicadores de avaliação da execução e metas a atingir.

OE 1: Procurar a melhoria contínua dos serviços.

Objectivo específico 1.1.: Melhorar a articulação entre os diferentes serviços prestados, no sentido de promover uma resposta mais integrada e eficaz.

Periodicidade das reuniões de equipa / Semanal

Periodicidade do contacto entre os clientes e os respectivos técnicos de referência / Quinzenal

Periodicidade mínima de actualização dos processos dos clientes / Mensal

Objectivo específico 1.2.: Desenvolver e aplicar um modelo de avaliação da satisfação dos clientes.

Inquérito de avaliação do grau de satisfação dos clientes elaborado / Março

Percentagem de clientes a quem é aplicado o inquérito de satisfação / 100%

Taxa de satisfação dos clientes / 70%

Objectivo específico 1.3.: Promover a qualificação dos recursos humanos.

Levantamento de necessidades de formação da equipa / Fevereiro

Nº de colaboradores envolvidos em acções de formação / 6

Grau de satisfação média com as oportunidades de formação proporcionadas / 4 (numa escala de 1 a 5)

Objectivo específico 1.4.: Implementar planos individuais de intervenção (PI).

Taxa de implementação dos PI / 90%

Taxa de cumprimento dos objectivos definidos nos PI implementados / 70%

Percentagem de PI elaborados com a participação dos clientes / 100%

Objectivo específico 1.5.: Assegurar uma taxa de concretização do planeamento satisfatória.

Taxa de concretização do plano anual de actividades / 80%

Objectivo específico 1.6.: Garantir a cobertura da resposta protocolada com a Segurança Social
Nº de clientes da resposta em Ambulatório / 38

OE 2: Melhorar a comunicação nos planos interno e externo

Objectivo específico 2.1.: Optimizar a comunicação interna.

Nº de reuniões gerais realizadas entre a Direcção e os colaboradores / 2

Percentagem de colaboradores que utilizam a plataforma de comunicação interna / 100%

Taxa de acções de melhoria de comunicação implementadas / 80%

Objectivo específico 2.2.: Melhorar a comunicação com os associados e os clientes.

Periodicidade de envio de informação sobre a vida da Instituição aos associados / Mensal

Periodicidade mínima de contacto com clientes que têm contrato pontual / Trimestral

Percentagem de clientes que recebem informação sobre iniciativas e eventos da Instituição / 100%

Periodicidade de actualização da base de dados dos sócios / Mensal

Objectivo específico 2.3.: Consolidar um plano de comunicação com o exterior.

Periodicidade de envio do boletim informativo / Mensal

Percentagem de eventos divulgados na imprensa regional / 80%

Nº de jornais do distrito que noticiam iniciativas da Associação / 10

OE 3: Melhorar o nível de participação das partes interessadas na vida da Instituição

Objectivo específico 3.1.: Fomentar a participação dos clientes e das suas famílias e redes de proximidade em iniciativas da Instituição.

Percentagem de clientes que participam em eventos da Associação / 60%

Objectivo específico 3.2.: Fomentar a participação dos colaboradores no desenvolvimento da Associação.

“Banco de ideias” dinamizado / Março

Percentagem de acções implementadas / 30%

Taxa de sucesso das acções implementadas / 80%

OE 4: Reforçar parcerias

Objectivo específico 4.1.: Estabelecer novas parcerias estratégicas.

Nº de novos parceiros / 3

Nº de concelhos em que a Instituição tem parcerias estabelecidas / 5

Nº de CLAS de que a Associação é membro / 4

Objectivo específico 4.2.: Estreitar relação com parceiros.

Base de dados de parceiros (efectivos e potenciais) por concelho elaborada / Abril

Percentagem de eventos e projectos da Instituição realizados em parceria / 65%

Periodicidade mínima de contacto com parceiros / Anual

OE 5: Incrementar o grau de envolvimento com a comunidade.

Objectivo específico 5.1.: Promover actividades culturais, recreativas e de lazer envolvendo a comunidade.

Nº de actividades realizadas / 9

Objectivo específico 5.2.: Divulgar o trabalho da Instituição e realizar actividades informativas e de sensibilização.

Nº mínimo de acções formativas e de sensibilização realizadas / 30

Abrangência territorial das acções desenvolvidas / 4 concelhos

Nº de alunos abrangidos pelo projecto Sens'UP / 500

Nº de respostas sociais abrangidas na área dos idosos / 10

Nº de eventos da iniciativa da comunidade em que a Instituição participa / 6

OE 6: Perseguir um modelo de funcionamento sustentável

Objectivo específico 6.1.: Desenvolver um plano de acções de angariação de fundos.

Nº de acções de angariação de fundos realizadas / 5

Volume de receita gerado pelas acções realizadas / 4.000,00€

Objectivo específico 6.2.: Estreitar contacto com empresas.

Nº de propostas de financiamento apresentadas a empresas / 3

Nº de eventos realizados com o apoio de empresas / 3

Objectivo específico 6.3. Controlar custos com deslocações da equipa

Crescimento máximo da despesa média mensal com deslocações / 10%

Objectivo específico 6.4.: Promover mudanças ao nível do funcionamento e organização internas que facilitem a construção de um plano de sustentabilidade a longo prazo.

Grupos de trabalho temáticos constituídos / 3

Periodicidade mínima de reunião dos grupos de trabalho / Mensal

Proposta de alteração dos estatutos da Associação apresentada / Dezembro