

RESUMO:

O conceito contemporâneo de Marketing engloba a construção de um satisfatório relacionamento a longo prazo do tipo *win-win*, no qual indivíduos e grupos obtêm aquilo que desejam e necessitam. O marketing existe para atender as necessidades de mercado, mas não está limitado aos bens de consumo. É também amplamente usado para "vender" ideias e programas sociais. Técnicas de marketing são aplicadas em todos os sistemas políticos e em diversos aspectos da vida e... porque não na integração de Pessoas com Deficiência?

Este foi o mote inspirador do projecto **MARKTHINK**, co-financiado pela Iniciativa Comunitária EQUAL (2001-2005).

O projecto explora o Marketing enquanto ferramenta estratégica de gestão, orientado-o na prática para o indivíduo com necessidades especiais na gestão da sua imagem e comportamento ao nível profissional, conseguindo preparar melhor os indivíduos (que estão a receber formação profissional) na penetração do mercado de trabalho.

Simultaneamente, as Organizações que com estes indivíduos trabalham, são também alvo de incorporação de ferramentas da área do MKT Social.

ResponseAbility mostra-nos que a consulta aos empregadores nas suas práticas e atitudes direccionadas para a Responsabilidade Social e relações com a comunidade local torna possível estabelecer-se uma ponte entre as empresas/organizações e pessoas que procuram emprego, existindo práticas significativas do sucesso desta aliança em todos os parceiros que participaram neste projecto transnacional. Ferramentas de autodiagnóstico e planeamento nas áreas da Comunicação, Marketing e Gestão de Recursos Humanos, foram construídas a pensar nas empresas para uma integração eficaz de Pessoas com Deficiência.

São projectos que trabalham dois campos que se interligam: **Oferta e Procura**. Exploram a riqueza da plasticidade do meio¹ e perspectivam a "mudança de atitudes" focalizando-se na qualidade das relações e na criação de valor para todos.

¹ Segundo Isabel André, o conceito de plasticidade do meio –lugar ou espaço-rede – resulta da conjugação de três condições: a **diversidade**, que assegura a abertura ao exterior e a entrada de ideias, atitudes e práticas novas; a **tolerância**, que permite o risco, possibilitando a emergência de inovação; a **participação**, que promove o debate e o envolvimento dos actores.

Briefing | Comunicação study cases | MARKTH!NK & ResponseAbility

INFORMAÇÃO APCC – INTERLOCUTOR DAS PARCERIAS DE DESENVOLVIMENTO

Missão

Áreas de intervenção – principais serviços Missão

Staff

Estrutura

Deficiência – Objecto da intervenção

Interacção versus Gap | indivíduo - sociedade

OFERTA | PROCURA

O PROJECTO MARKTH!NK

Criação de Valor | Factores de Inovação Social | Sustentabilidade

O PROJECTO ResponseAbility

Criação de Valor | Factores de Inovação Social | Sustentabilidade

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

COMUNICAÇÃO: Suporte POWER POINT

TEMPO: 15 minutos

Formato: A comunicação focalizar-se-á no objecto de intervenção – Integrar pessoas com Deficiência na dupla perspectiva – OFERTA (empresas) e PROCURA (indivíduos) . Os estudos de caso servirão de base para ilustrar de forma concreta os principais aspectos de criação de valor.

Utilizará depoimentos de alguns “stakeholders” envolvidos.