

WEBINARES 2025

PENSAR E AGIR. UMA AGENDA MOBILIZADORA 2030



Da Palavra à Perceção, como a Linguagem Molda a sua Marca: o Setor dos Resíduos

20.janeiro.2026



WEBINARES 2025

PENSAR E AGIR. UMA AGENDA MOBILIZADORA 2030

lipor 

Da Palavra à Perceção, como a Linguagem Molda a sua Marca: o Setor dos Resíduos

Pedro Gouveia Alves



WEBINARES 2025

PENSAR E AGIR. UMA AGENDA MOBILIZADORA 2030

lipor 

1. *A importância estratégica da marca para as organizações*





Criar Memórias

Storytelling: as pessoas fazem parte da mudança. Inspirar. Orgulho.

Reputação
vs. Cinismo

Coerência
dizer e fazer

Simplicidade e Clareza
de que se lembram as pessoas?

Prova Social

pôr os outros a falar de nós.

Consistência

sempre que comunicamos, somos escutados.

Somos relevantes.

Propósito

Criar Valor

mais do que comunicar valor.

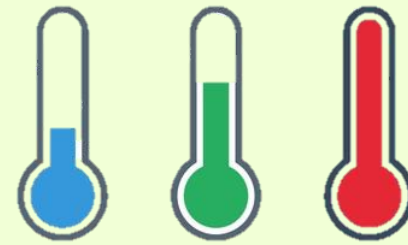
Cultura Interna

os primeiros embaixadores.

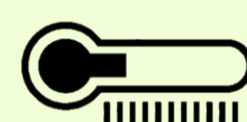
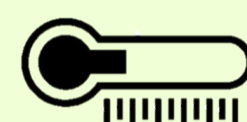
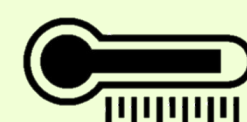
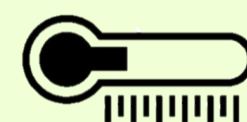
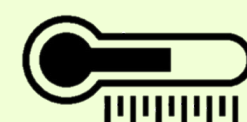
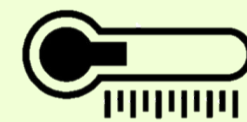
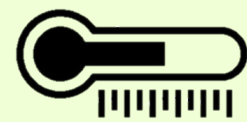
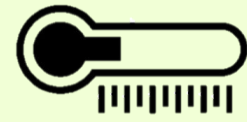
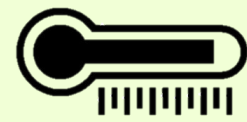
Liderança Presente

aparecemos em todas as ocasiões.

Propositômetro



1. Reputação vs. Cinismo
2. Coerência
3. Simplicidade e Clareza
4. Prova Social
5. Consistência
6. Liderança Presente
7. Cultura Interna
8. Criar Valor
9. Criar Memórias



Stakeholders:



Acionistas



Trabalhadore

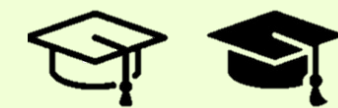


&

Consumidores



Autarquias



Escolas



WEBINARES 2025

PENSAR E AGIR. UMA AGENDA MOBILIZADORA 2030

lipor 

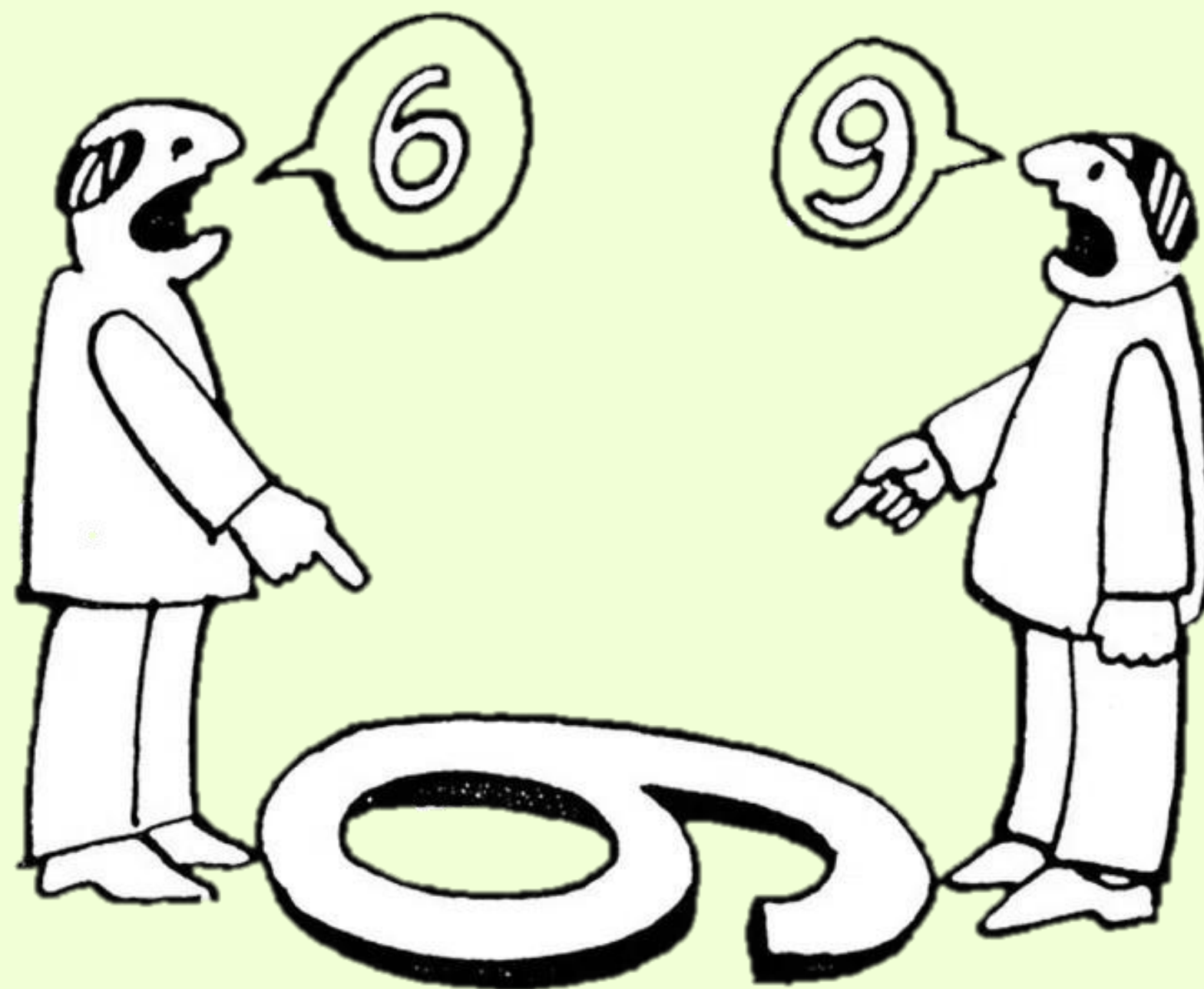
2. O poder da linguagem na construção da perceção

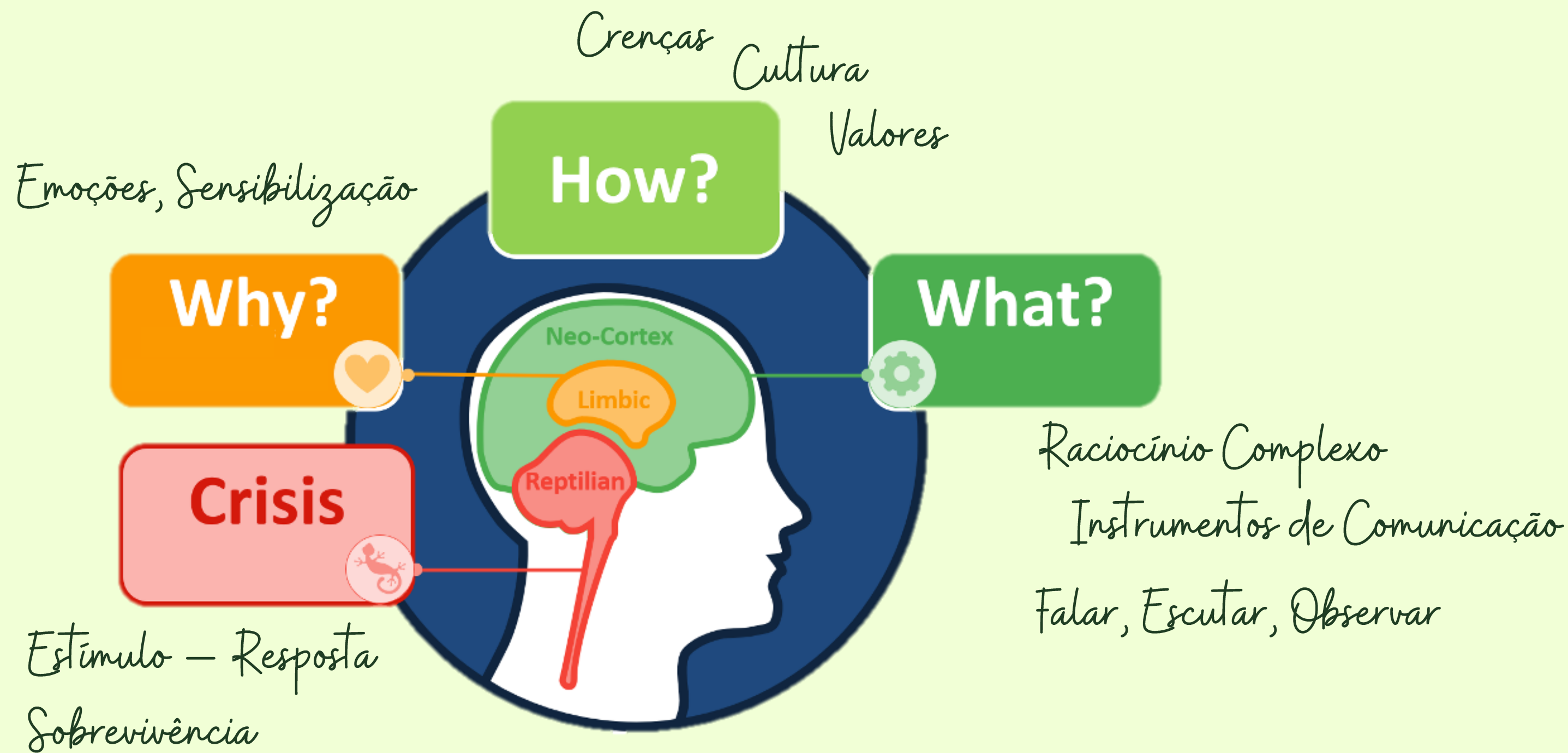


Perceção

Como a empresa, o produto, o serviço, são vistos e compreendidos

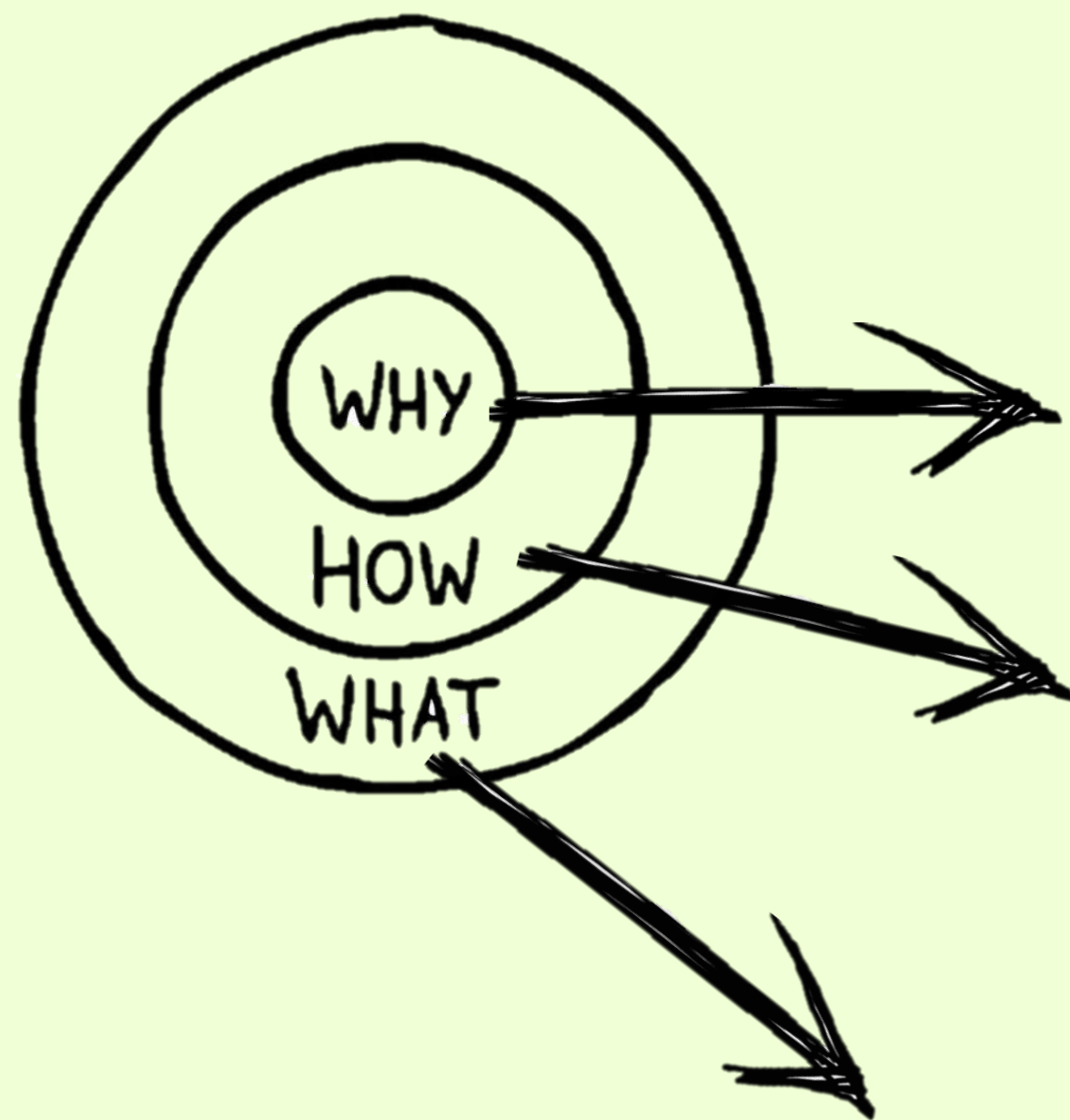






Período	Mortes Totais (Estrada)	Contexto do Álcool
Anos 80	~2.500 a 3.000/ano	Fiscalização quase inexistente; o álcool era um fator culturalmente aceite na condução.





"SÓ VIVEMOS UMA VEZ"

Que a estrada não seja causa de perda de vidas.

CONSCIÊNCIA COMUNITÁRIA.

Se cada um entender o que está em jogo, coletivamente vamos ganhar e reduzir a mortalidade na estrada.

O ÁLCOOL É A PRINCIPAL CAUSA DE MORTE NAS ESTRADAS PORTUGUESAS.



O álcool é a principal causa de morte nas estradas em Portugal.



Os portugueses são consumidores de álcool. Dos maiores consumos "per capita" do mundo.

Conduzir é uma grande responsabilidade. Dirigir uma viatura é um risco.



Conduzir é um prazer e um modo de afirmação social. (anos 80)

Os valores culturais portugueses respeitam a vida.





SE CONDUZIR, NÃO BEBA!



SE BEBER, NÃO CONDUZA!





Período	Mortes Totais (Estrada)	Contexto do Álcool
Anos 80	~2.500 a 3.000/ano	Fiscalização quase inexistente; o álcool era um fator culturalmente aceite na condução.
Anos 90	~2.000 a 2.700/ano	Pico em 1991: mais de 3.200 mortos. Em 1994, o limite de 0,5 g/l torna-se lei.



Período	Mortes Totais (Estrada)	Contexto do Álcool
Anos 80	~2.500 a 3.000/ano	Fiscalização quase inexistente; o álcool era um fator culturalmente aceite na condução.
Anos 90	~2.000 a 2.700/ano	Pico em 1991: mais de 3.200 mortos. Em 1994, o limite de 0,5 g/l torna-se lei.
2000-2010	~800 a 1.800/ano	Forte queda. Em 2005, estimava-se que o álcool causava cerca de 4.000 mortes totais (incluindo doenças e acidentes).
2011-2020	~500 a 700/ano	Estabilização. Cerca de 1/3 dos condutores mortos apresentavam álcool no sangue.
2021-2025	~450 a 600/ano	Atualmente, o álcool é responsável por cerca de 25% de todas as mortes na estrada.



WEBINARES 2025

PENSAR E AGIR. UMA AGENDA MOBILIZADORA 2030



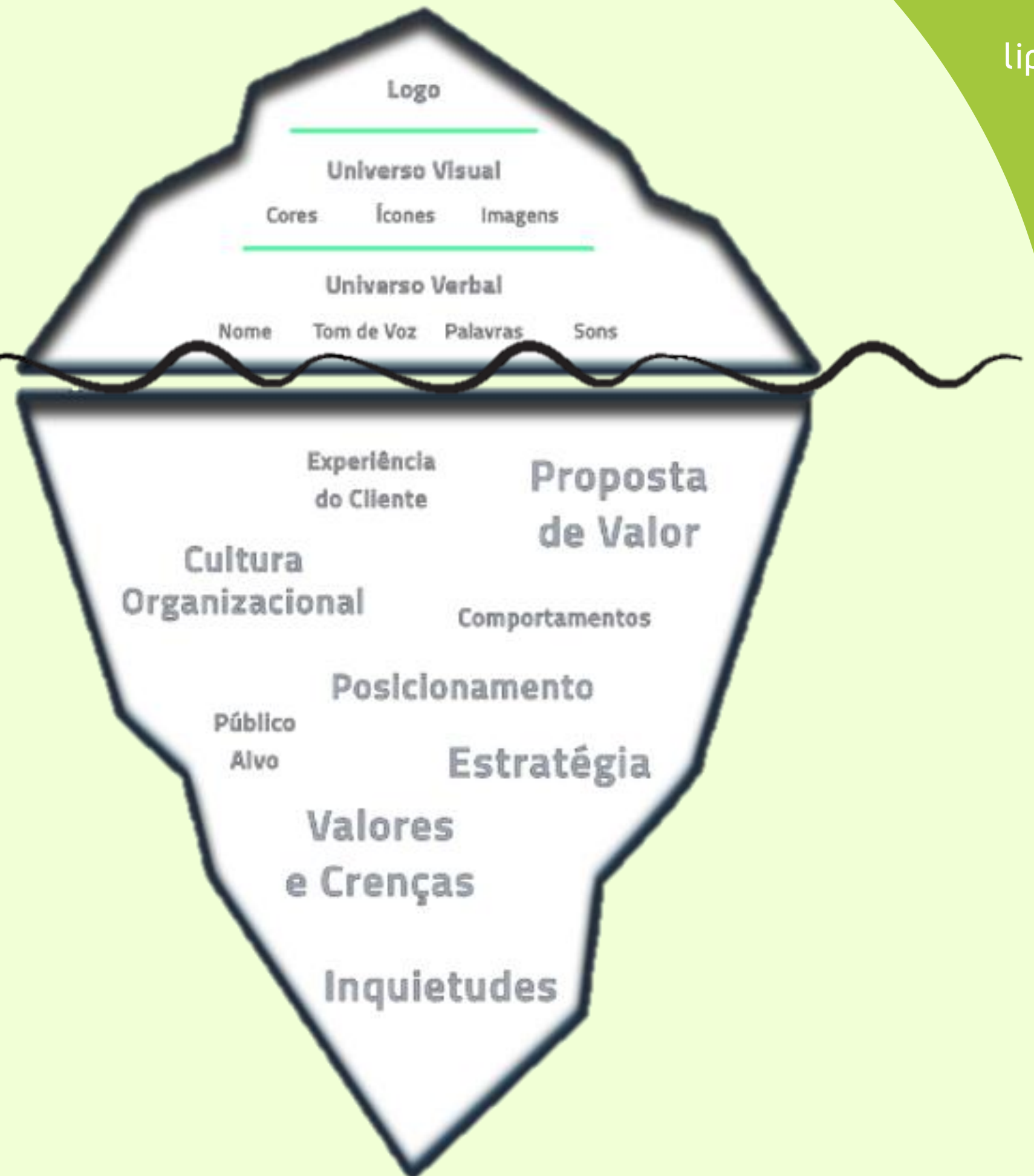
3. *A marca como driver competitivo*



IDENTIDADE DE MARCA

Composta pelas características que a marca transporta, fundadas nos seus:

- Propósito
- Visão
- Missão
- Valores



Consciência na
preservação dos
recursos naturais



Criatividade, Clareza
na Comunicação.
Somos uma marca
universal que chega a
todo o lado.



