

**CLIENTE:** CBH Baía de Guanabara

**SERVIÇO:** Planejamento de Eventos e de Parcerias Corporativas

**DATA:** 6 de junho de 2022

## 1. APRESENTAÇÃO

Os eventos e as parcerias corporativas são dois instrumentos de divulgação muito eficientes tanto para o fortalecimento da imagem e reputação do Comitê da Região Hidrográfica da Baía de Guanabara quanto para criar mais oportunidades de inserções na imprensa. Os eventos são momentos que permitem formação de novos públicos e contatos importantes para as atividades do Comitê.

Nos dois últimos anos, e principalmente impulsionados pelas medidas de isolamento social impostas pela pandemia da Covid-19, os eventos virtuais se popularizaram, as plataformas se desenvolveram e, hoje, têm apresentado uma infinidade de possibilidades, permitindo engajamento do público, criação de mailing e fidelização.

Serão considerados eventos seminários, palestras, discussões, jornadas, workshops, rodada de conversa e de negócios, webinários e lives com dois ou mais convidados.

O Planejamento de Eventos (próprios e de terceiros) e de Parcerias está vinculado ao Plano de Trabalho de Comunicação do CBH Baía de Guanabara e descreve as atividades a serem desenvolvidas ao longo do período de vigência de contrato, que corresponde aos anos de 2022, 2023 e 2024. O documento contempla as especificidades do trabalho da área, previstas em edital, e as expectativas dos membros do colegiado, compartilhadas durante a etapa de Briefing (Produto 1).

## **2. DIAGNÓSTICO E CONTEXTUALIZAÇÃO**

Durante o trabalho de Briefing realizado com os membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês, foi identificada a necessidade de difundir melhor o que é o Comitê e o que ele faz, além de criar relacionamento com vários dos públicos já identificados no estudo.

Há também a carência de parcerias institucionalizadas no Comitê. As relações com outras entidades e com empresas são feitas informalmente, muito apoiadas em relações pessoais. Além disso, para o CBH Baía de Guanabara, é importante o estabelecimento de relações oficiais com institutos de pesquisa e de dados, como por exemplo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que são fontes de informações econômicas, sociais e demográficas vitais para as atividades do Comitê.

Outro ponto sensível identificado durante o briefing é a falta do relacionamento institucional com a academia. O distanciamento da produção científica das universidades e faculdades dificulta o contato do CBH Baía de Guanabara com tecnologias, processos e instrumentos que estão em desenvolvimento e que podem estar em sintonia com os objetivos do comitê. Por outro lado, o CBH Baía de Guanabara também produz informações e dados que podem basear estudos científicos e, assim, gerar credibilidade e visibilidade tanto para o parceiro quanto para o próprio comitê.

Como contrapartida do CBH Baía de Guanabara em uma futura parceria, uma característica importante do CBH Baía de Guanabara é a capilaridade. Estão no território do Comitê 10 milhões dos cerca de 17,5 milhões de habitantes (dados do IBGE, de 2021) do estado do Rio de Janeiro. A capital (cidade do Rio de Janeiro, com 6,7 milhões de habitantes) e alguns dos municípios mais populosos do estado estão na Região Hidrográfica V, como São Gonçalo, Duque de Caxias e Nova Iguaçu. Esta capacidade que o Comitê tem de falar com um público tão numeroso e diverso o torna um parceiro em potencial para vários órgãos,

institutos, entidades, empresas, associações e universidades/escolas que queiram dialogar sobre os temas afins como meio ambiente, urbanismo, cidadania, saneamento e outros.

### **3. OBJETIVOS**

O trabalho institucional com os eventos tem por objetivo macro inserir o CBH Baía de Guanabara nos eventos ambientais, científicos, culturais e etc. locais (em cada um dos 17 municípios da Região Hidrográfica), regionais, estaduais e até nacionais. Como exemplo, temos o Encontro Nacional de Comitês de Bacias Hidrográficas (Encob), evento anual e do qual o Comitê já participa. A exemplo: se olharmos somente para este evento temos dois objetivos: manter a participação qualificada do Comitê e também identificar oportunidades de aumentar a relevância do CBH Baía de Guanabara.

Ao participar de eventos locais, regionais e estaduais, o Comitê se aproxima de diversos públicos e reforça sua presença em atividades promovidas nos municípios de abrangência e no Estado do Rio de Janeiro que ajudarão a torná-lo referência em assuntos relacionados a recursos hídricos.

A presença nos eventos também é um instrumento de divulgação para identificação e estabelecimento de novas parcerias.

### **4. PÚBLICOS PARCEIROS**

Como descrito anteriormente neste documento, não há nenhuma parceria institucional formalizada com o CBH Baía de Guanabara. Mas, a diretoria e os Subcomitês já têm relacionamentos informais com vários órgãos, entidades e instituições, muitos deles com assento dentro do Comitê. Eles são, neste cenário, os parceiros prioritários, listados abaixo:

- Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro;

- Ministério Público Federal;
- Secretaria de Estado do Ambiente e Sustentabilidade do Rio de Janeiro;
- Instituto Estadual do Ambiente do Rio de Janeiro (INEA);
- Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro;
- Prefeitura Municipal de Niterói;
- Águas do Rio;
- Águas de Niterói;
- CEDAE;
- Fiocruz;
- Ordem dos Advogados do Brasil, subseção do Rio de Janeiro;
- Movimento Viva Água (Grupo Boticário);
- Observatório das Águas;
- SOS Lagoa;
- Prefeituras e secretarias de Meio Ambiente de cidades integrantes dos Subcomitês.

Esta lista foi elaborada a partir das reuniões de briefing com a diretoria do CBH Baía de Guanabara e com cada um dos seis Subcomitês e alguns desses parceiros podem estar relacionados a um Subcomitê em específico, e não à totalidade do Comitê.

#### **4.2. PARCEIROS EM POTENCIAL**

No mesmo estudo de briefing, os membros da diretoria do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês apontaram os parceiros institucionais que ainda não têm um relacionamento claro, mas que são importantes estrategicamente seja para o Comitê ou para um ou mais Subcomitês. A lista identificada no briefing é:

- Academia (universidades);
- Prefeituras não atuantes dentro do CBH Baía de Guanabara;

- Casa Fluminense;
- CREA;
- ICMBIO;
- Embrapa;
- IPHAN
- IBGE
- Capitania dos Portos;
- Marinha do Brasil;
- Unidades de conservação e parques;
- Associação de pescadores;
- Associação de moradores de favelas e comunidades;
- Grupos de pesca esportiva e caiaqueiros;
- Clubes de esportes náuticos na Lagoa Rodrigo de Freitas.

## **5. DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS**

Este planejamento irá considerar três tipos de parcerias e dois tipos de eventos, com quatro abrangências.

Como descrito acima neste documento, os parceiros prioritários já estão estabelecidos. E, durante a vigência do contrato, a prospecção de novos parceiros será feita de forma conjunta, envolvendo o Comitê, a AGEVAP e a Prefácio Comunicação, sempre que algum desses identificar uma oportunidade.

Sobre os eventos do CBH Baía de Guanabara, cada um deles terá planejamento próprio, seguindo roteiro-padrão definido e com as informações específicas identificadas no escopo. Para eventos de terceiros, a participação do Comitê será avaliada a cada oportunidade, considerando os prazos, a viabilidade e as demandas da AGEVAP/CBH Baía de Guanabara.

### **5.1. PARCERIAS**

No escopo de trabalho do CBH Baía de Guanabara, é possível categorizar os tipos de parceria em três: as parceiras de dados, as parcerias institucionais e as de dados/institucionais.

**Parceria de Dados:** São consideradas parcerias de dados aquelas feitas junto a órgãos e institutos que têm produção de dados pertinentes às atividades do Comitê. Neste modelo, um dos parceiros mais estratégicos é o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que produz, através do Censo e de outras pesquisas, os dados oficiais socioeconômicos e demográficos dos estados, municípios e da sociedade brasileira.

**Parceria Institucional:** são aquelas que estabelecem um relacionamento institucional, com aproximação de ações, atividades e eventos. Podemos usar como exemplos a Casa Fluminense, entidade sem fins lucrativos e com grande engajamento social.

**Parceria de Dados/Institucional:** são aquelas em que os parceiros podem se relacionar com o Comitê nos dois âmbitos. Como exemplo, temos o INEA e a CEDAE.

Parceiros	Tipo de parceria
Águas de Niterói	Dados/Institucional
Águas do Rio	Dados/Institucional
Associação de moradores de favelas e comunidades	Institucional
Associação de pescadores	Institucional
Capitania dos Portos	Institucional
Casa Fluminense	Institucional
CEDAE	Dados/Institucional
Clubes de esportes náuticos na Lagoa Rodrigo de Freitas	Institucional
CREA	Institucional
Embrapa	Dados/Institucional
Fiocruz	Dados/Institucional
Grupos de pesca esportiva e caiaqueiros	Institucional
IBGE	Dados
ICMBIO	Dados/Institucional
INEA	Dados/Institucional

Iphan	Institucional
Marinha do Brasil	Institucional
Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro	Institucional
Ministério Público Federal	Institucional
OAB-RJ	Institucional
Órgão	Tipo
Prefeituras	Institucional
Secretaria de Estado do Ambiente e Sustentabilidade do Rio de Janeiro	Institucional
Unidades de Conservação e parques	Institucional
Universidades	Dados/Institucional

As parcerias terão como resultado o compartilhamento das informações, com o devido crédito e organização e/ou participação mútua em eventos.

Para o desenvolvimento das parcerias, o trabalho será dividido em duas etapas: Mapeamento e Formalização, como demonstrado abaixo.

### **Mapeamento - realização 2022**

**Criação de mailing:** serão levantados os representantes de cada parceiro (principais e potenciais) que são responsáveis por parcerias;

**Inclusão do mailing de parceiros** nas listas de disparos de e-mail marketing, boletins, revista digital e outras comunicações do Comitê;

**Criação de material institucional** de apresentação do CBH Baía de Guanabara para ser enviado aos parceiros (principais e potenciais);

**Ação em redes sociais:** seguir os perfis oficiais de cada parceiro (principal e potencial) e marcá-los em conteúdos relevantes e afins.

### **Formalização - realização em 2023**

**Redação de carta de intenções** de apoio institucional mútuo (para todos os tipos de parceiros);

**IBGE:** trabalho específico de compartilhamento de dados, com envio preliminar de dados com embargo para que o Comitê reforce a divulgação de pesquisas afins às suas atividades;

**Prefeituras:** ação nos 17 municípios inseridos na região hidrográfica da Baía de Guanabara para estruturação da parceria, em que formato ela será feita, se será extensiva a eventos e, se sim, quais;

**Órgãos estaduais do Rio de Janeiro:** aproximação e estabelecimento de parcerias, prioritariamente, com a Secretaria de Estado do Ambiente e Sustentabilidade do Rio de Janeiro e com o Instituto Estadual do Ambiente do Rio de Janeiro (INEA);

**Ministérios Públicos:** ação específica de contato com o Ministério Público Estadual do Rio de Janeiro e com o Ministério Público Federal para aproximar o Comitê dos dois órgãos nas questões jurídicas que possam envolver a Baía de Guanabara;

**Academia:** contato prioritário com Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Federal Fluminense (UFF), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Universidade do Mar, para aproximação do Comitê com a produção científica desses centros acadêmicos que seja relevante para o trabalho desenvolvimento pelo CBH Baía de Guanabara;  
Identificação de novos possíveis parceiros que não constem do mapeamento inicial.

## 5.2. EVENTOS

Os eventos serão divididos em dois tipos: os próprios, organizados e realizados pelo Comitê ou pelos Subcomitês, e os de terceiros, sendo estes parceiros oficiais ou não. Esses dois tipos de eventos terão a subcategorização locais (municipais), regionais, estaduais e nacionais. Há de se considerar, ainda, a possibilidade de participação em eventos internacionais, caso sejam de interesse estratégico do Comitê.

### 5.2.1. Eventos próprios

- **Rodas de Conversas do Subcomitê Leste**



Desde o primeiro evento, a Prefácio tem sido responsável pela divulgação (redes sociais, site e imprensa), envio de convites virtuais e a transmissão ao vivo com mediação de jornalista. Até a entrega deste documento, foram realizadas duas Rodas de Conversas.

Cada Roda de Conversa em um tema específico e todas convergirão para a elaboração e realização de um workshop sobre o tema macro “Segurança Hídrica” no início de 2023. Os temas e os palestrantes de cada uma das Rodas de Conversa são de responsabilidade do CBH Baía de Guanabara, por meio de seu Subcomitê Leste.

<b>Planejamento das Rodas de Conversa do Subcomitê Leste</b>		
<b>Vulnerabilidades/pressões ambiental, social e econômica da região Leste (contextualização do território)</b>		
1ª Roda	Evento realizado	27/abr
<b>Impacto das mudanças climáticas e soluções com integração regional (PMMAs)</b>		
2ª Roda	Evento realizado	25/mai
<b>Potencial de exploração de águas subterrâneas na região Leste, seus riscos e impactos</b>		
3ª Roda	Confirmação dos participantes	15/jun
	Envio do tutorial da live	15/jun
	Criação das peças de divulgação	20/jun
	Aprovação do release	25/jun
	Criação da transmissão no Youtube	24/jun
	Criação da sala no StreamYard	24/jun
	Evento	30/jun
<b>Potencial de exploração do manancial juturnaíba, seus riscos e impactos</b>		
4ª Roda	Confirmação dos participantes	16/ago
	Envio do tutorial da live	16/ago
	Criação das peças de divulgação	21/ago
	Aprovação do release	26/ago
	Criação da transmissão no Youtube	25/ago
	Criação da sala no StreamYard	25/ago
	Evento pré-agendado	31/ago
<b>Potencial de dessalinização, seus riscos e impactos</b>		
5ª Roda	Confirmação dos participantes	13/set

	Envio do tutorial da live	13/set
	Criação das peças de divulgação	18/set
	Aprovação do release	23/set
	Criação da transmissão no Youtube	22/set
	Criação da sala no StreamYard	22/set
	Evento pré-agendado	28/set
<b>Sítios barráveis na região Leste, potencial, impactos e exemplos correlatos</b>		
6ª Roda	Confirmação dos participantes	11/out
	Envio do tutorial da live	11/out
	Criação das peças de divulgação	16/out
	Aprovação do release	21/out
	Criação da transmissão no Youtube	20/out
	Criação da sala no StreamYard	20/out
	Evento pré-agendado	26/out
<b>Potencial de redução de perdas e consumo per capita/Potencial de aumento de disponibilidade hídrica por reflorestamento</b>		
7ª Roda	Confirmação dos participantes	15/nov
	Envio do tutorial da live	15/nov
	Criação das peças de divulgação	20/nov
	Aprovação do release	25/nov
	Criação da transmissão no Youtube	24/nov
	Criação da sala no StreamYard	24/nov
	Evento pré-agendado	30/nov

Posse da nova diretoria - 2022	
<b>Data do evento</b>	<b>A definir</b>

2023		
<b>Roda de Conversa do CBH Baía de Guanabara</b>		
1ª Roda	Temática acadêmica, com convidados das universidades	1º semestre
<b>Roda de Conversa do CBH Baía de Guanabara sobre Dia Mundial da Água</b>		
2ª Roda	Temática ambiental com convidados de ONGs e associações civis organizadas	mar/2023
<b>Roda de Conversa do CBH Baía de Guanabara</b>		
3ª Roda	Temática Projetos (saneamento e urbanismo) com as prefeituras	2ª semestre

### 5.2.2. Eventos de terceiros

O estado do Rio de Janeiro, por seu destaque no turismo com seus monumentos naturais e paisagens reconhecidas nacional e internacionalmente, tem a tradição de sediar muitos eventos ligados à preservação ambiental, um dos pilares das ações do CBH Baía de Guanabara. O objetivo do planejamento de eventos é monitorar esses eventos, além de outros correlatos às atividades do Comitê, como urbanização, saneamento, produção industrial e agropecuária, por exemplo, e buscar a melhor forma de o CBH Baía de Guanabara ser um ente participativo das discussões mais importantes.

Como descrito anteriormente neste documento, é importante que o Comitê esteja sempre envolvido nos eventos municipais, regionais, estaduais e nacionais.

Relevante ressaltar que este planejamento não se encerra em si, e que as agendas propostas são dinâmicas, podemos ser estendidas ou reduzidas, a depender de um conjunto de fatores externos e internos.

Abaixo, estão detalhados os planejamentos de eventos previstos para 2022 e apontados os eventos, com suas respectivas datas, para 2023 e 2024, e cujos planejamentos serão definidos no início de cada ano.

<b>Eventos de terceiros</b>	
<b>2022</b>	
<b>Campanha Ondas Limpas (Niterói)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>12/jun</b>
Briefing	06/jun
Produção de peças (redes sociais e conteúdo para site)	07 a 09/jun
Publicação de conteúdos	10/jun
<b>Conferência Livre Estadual de Meio Ambiente e Agricultura do Rio de Janeiro</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>29/jun</b>
Definição de participação	08/abr
Criação das Peças gráficas – folder e banner impressos	08/jun
Aprovação das peças gráficas	15/jun
Impressão e entrega ao CBH Baía de Guanabara	27/jun

Texto para site e posts para redes sociais – pré-evento	25/jun
Nota à imprensa	27/jun
Cobertura e publicação no site e redes sociais – pós-evento	30/jun
<b>Encontro Nacional de Comitês de Bacias – ENCOB</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>22 a 26/ago</b>
Definição de participação	Maio
Apresentação da sugestão dos materiais (slideshow e cartão de visitas com QR Code)	27/mai
Orçamento com fornecedores	10/jun
Prazo final para a definição da nova identidade visual	06/jun
Criação das artes para o slideshow e cartão de visitas	11 a 19/jun
Aprovação do slideshow e cartão de visita	20/jun a 1º/jul
Ajustes das peças gráficas	04/jul a 08/jul
Edição do slideshow e impressão do cartão de visitas	09/jul a 29/jul
<b>RIO+30</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>17 a 19/out</b>
Reunião de briefing	15/jul
Planejamento das ações	20/jul
Produção das peças definidas no planejamento	29/jul
Aprovação das peças	05/ago
Publicação de conteúdo no site e primeiras chamadas nas redes	10/ago
Impressão de peças físicas (caso seja decidido no planejamento)	15/set
Release (produção e aprovação)	17/set
Artigo (para site e imprensa)	1º/out
Publicações nas redes sociais sobre o evento	10/out
2º Release para a imprensa	12/out
Cobertura do evento (caso seja definido no Briefing)	17 a 19/out
Pós-evento (conteúdo para site e redes sociais)	21/out
<b>World Cleanup Day (2022)</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>17/set</b>
Reunião de Briefing	18/jul
Planejamento das ações	21/jul
Produção das peças e conteúdo	25 a 20/ago
Correções e aprovação	1º/set
Divulgação e publicação do conteúdo	2 a 15/set
Cobertura do evento	17/set
Pós-evento (resultados, balanço?)	19/set
<b>ExpoMaricá (evento indicado no Briefing, mas não tem agenda futura divulgada)</b>	
<b>2023</b>	
<b>2º Congresso de Trilhas (Niterói) (Amanda Jevaux, do CLIP, é organizadora)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>Sem definição</b>
<b>ENCOB (nacional)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>Sem definição</b>
<b>Hora do Planeta (internacional)</b>	

<b>Data do Evento</b>	<b>26/mar</b>
<b>WEB Summit (internacional) – Evento de tecnologia e inovação - ESG</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>1º a 04/mai</b>
<b>7º Congresso Internacional de Tecnologia para o Meio Ambiente (Bento Gonçalves-RS)</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>9 a 11/mai</b>
<b>Dia Mundial do Meio Ambiente (internacional)</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>05/jun</b>
<b>1º Workshop Nacional de Recursos Hídricos (Espírito Santo)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>25/ago</b>
<b>1º Congresso Mundial de Sustentabilidade Ambiental (Fortaleza-CE)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>14 a 18/11</b>
<b>2024</b>	
<b>ENCOB (nacional)</b>	
<b>Data do evento</b>	<b>Sem definição</b>
<b>Hora do Planeta (internacional)</b>	
<b>Data do Evento</b>	<b>26/mar</b>

## 6. METAS

O contrato prevê planejamento, produção, realização e avaliação de, no mínimo, 6 eventos durante os dois anos de contrato; transmissão ao vivo dos eventos pelo perfil do CBH Baía de Guanabara no YouTube quando houver presença de, no mínimo, 10 pessoas, com ou sem mediação; divulgação dos eventos no site, redes sociais do CBH Baía de Guanabara e na imprensa (a depender de tema, relevância e alcance do evento) e avaliação da participação do CBH Baía de Guanabara em eventos de assuntos correlatos ou de parceiros.

## 7. CRONOGRAMA

<b>Ação</b>	<b>Data</b>
Apresentação do Planejamento de Parcerias e Eventos	06/jun
Aprovação do Planejamento de Parcerias e Eventos	10/jun
Criação de material institucional para parcerias	1º outubro de 2022
Contato com os parceiros	2º semestre de 2022 (ação contínua)
Inclusão dos parceiros no mailing de e-mail marketing	2º semestre de 2022 (ação contínua)

Ação em redes sociais sobre parceiros	2º semestre de 2022 (ação contínua)
Reunião de briefing sobre eventos para 2023	09/jan/2023
Entrega dos planejamentos dos eventos	30/jan/2023
Reunião de briefing sobre novas parcerias para 2023	16/jan/2023
Planejamento sobre novas parcerias para 2023	20/jan/2023
Redação da carta de intenções para parcerias	15/fev/2023
Parcerias (IBGE, Prefeituras, Órgãos estaduais do Rio de Janeiro, Ministérios Públicos Federal e do Rio de Janeiro, Universidades)	A partir de 1º/mar/2023 (ação contínua)
Reunião de briefing sobre eventos para 2024	12/jan/2024
Entrega dos planejamentos dos eventos	31/jan/2024
Reunião de briefing sobre novas parcerias para 2023	18/jan/2024
Planejamento sobre novas parcerias para 2023	30/jan/2024