PRODUTO 2
PLANO DE TRABALHO AJUSTADO
CBH BAÍA DE GUANABARA

2022/2024

ABRIL | 2022

Sumário

1. Apresentação 3

2. Metodologia 3

2.1. Ferramentas 6

2.1.1. Diagnóstico 6

2.1.2. Arquétipo de marca 6

2.1.3. Definição de personas 7

2.1.4. Golden Circle 8

2.1.5. Mailing 9

2.1.6. Matriz de Stakeholders 10

2.1.7. Análise SWOT 11

2.1.8. Media Training 12

2.1.9. Clipping 12

2.1.10. Monitoramento de crises 12

2.1.11. Monitoramento digital 14

3. Stakeholders ou públicos-alvo 15

3.1. Públicos-Foco 15

3.2. Públicos Secundários 15

4. Fluxos de Trabalho 15

4.1. Fluxos de Ações Planejadas – Plano de Trabalho 16

4.2. Fluxos de Novas Demandas (ações não planejadas) 17

4.3. Definição de reuniões 19

5. Equipe Permanente e de Consultores 20

6. Entregas previstas 21

6.1. Briefing 22

6.2. Plano de trabalho de Assessoria de Comunicação Integrada 23

6.3. Workshop de Posicionamento Estratégico 24

6.4. Nova Identidade Visual e Manual de Marca 26

6.5. Novo Site 28

6.6. Boletins Informativos 29

6.7. Revista Digital 31

6.8. Relatório Digital sobre o cenário ambiental da bacia 33

6.9. Relatório Periódico da Prestação de Serviços de Assessoria de Comunicação Integrada 34

6.10. Banco de Imagens da Região Hidrográfica V 35

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

6.11. Vídeos de Sensibilização e Fortalecimento Institucional da Região Hidrográfica V.....36
7. Conjunto de Serviços de Comunicação Integrada.....37
7.1. Aprimoramento do Plano de Trabalho de Comunicação Social.....37
7.2. Briefing das atividades.....39
7.3. Planejamento e gestão em assessoria de imprensa.....39
7.4. Media Training.....42
7.5. Planejamento e gestão de presença digital.....42
7.6. Planejamento e Gestão de Eventos.....44
7.7. Planejamento e Gestão de Comunicação Visual.....46
7.8. Planejamento, assessoria e gestão de Comunicação Integrada.....47
7.9. Planejamento e Gestão de Comunicação Interna.....48
8. Cronogramas macro.....49
9. Alocação de Recursos.....51
10. Monitoramento de Indicadores e Metas.....52

1. Apresentação

O presente documento tem como objetivo apresentar o planejamento de como a Prefácio Comunicação – empresa responsável pela prestação de serviços especializados de comunicação na operacionalização do Plano de Trabalho de Comunicação Social do CBH Baía de Guanabara – irá executar as atividades previstas no termo de referência e sistematizar os dados que subsidiarão a elaboração de todos os 12 (Doze) Produtos, planejando e executando atividades, a fim de dar visibilidade às ações do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) subcomitês. A Comunicação Social é uma ação prioritária na gestão dos recursos hídricos, estando apresentada no Plano de Aplicação Plurianual do CBH Baía de Guanabara 2019-2022 (Resolução CBH-BG nº 93/20) como Macroprograma 7: Comunicação e Fortalecimento Institucional.

2. Metodologia

Este Plano baseia-se no conceito de comunicação integrada. Para a Profª. Drª. Margarida Khroling Kunsch, a comunicação integrada "precisa ser entendida como uma filosofia capaz de nortear e orientar toda a comunicação que é gerada na

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

organização, como um fator estratégico para o desenvolvimento organizacional na sociedade". Ressalte-se que, em sua origem, a comunicação integrada contempla e reúne, em sinergia, as áreas administrativa, institucional e mercadológica.

Tipos e conceitos de comunicação

Figura 1 Tipos e Conceitos de Comunicação

Para facilitar o entendimento, é preciso esclarecer os principais conceitos de comunicação, destacando que o escopo de trabalho delegado à área de comunicação do CBH Baía de Guanabara contempla especificamente a **Comunicação Institucional** e a **Comunicação Interna**.

A partir da visão elaborada por Margarida Kunsch, a comunicação integrada do CBH Baía de Guanabara considera o cenário e as necessidades do Comitê. Dessa forma, as ações estratégicas serão realizadas, em conjunto, por meio dos produtos e das atividades de comunicação distribuídas nas seguintes áreas da comunicação institucional e interna:

- Assessoria de Imprensa

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

- Comunicação Digital
- Publicações
- Relações Públicas

À **Assessoria de Imprensa** (AI) cabe a construção de estratégias de fortalecimento da imagem e relacionamento junto à imprensa, aos formadores de opinião, aos influenciadores e aos veículos de comunicação da região hidrográfica (local e regional), assim como especializada (nacional e internacional), gerenciando a visibilidade da instituição.

A gestão da presença nas mídias sociais, site e demais canais digitais será conduzida pela **Comunicação Digital**, que tem o desafio de, no ambiente web, gerar valor e fortalecimento institucional às ações do CBH Baía de Guanabara, imprimir um relacionamento com os públicos estratégicos, além de atuar como mídia replicadora das ações e manifestações pertinentes aos propósitos da comunicação integrada.

Cabe também à Comunicação Digital a aplicação de inteligência estratégica para monitorar e classificar o comportamento do público e as notícias do segmento, a fim de entender e antever cenários positivos ou negativos que possam gerar algum tipo de impacto para a imagem da instituição. É por meio desse acompanhamento que obteremos os insumos necessários para produção de conteúdo de interesse e para compreensão do cenário, expectativas e ações relevantes.

A área de **Publicações** abrange a produção de boletins, da revista e do relatório digital sobre o cenário ambiental da bacia e garantirá que os conteúdos nos diversos canais do Comitê estejam em consonância com os objetivos, os meios (mídias) e a mensagem institucional estabelecida pelo CBH Baía de Guanabara.

A área de **Relações Públicas** atua estrategicamente na articulação das demais frentes, visando a todos os públicos de interesse e priorizando a unidade do discurso, a integração e a convergência das ações de comunicação. O relacionamento com públicos-foco será fortalecido com a realização de eventos, gestão de contatos e promoção de ações dirigidas de aproximação com organizações e pessoas e, especificamente, com públicos estratégicos. Engloba a Comunicação Interna, que busca identificar, estruturar e preservar os melhores canais de comunicação com os

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

públicos que atuam internamente junto ao CBH Baía de Guanabara/AGEVAP, mantendo uma comunicação informativa e permanente, em caráter de alinhamento e engajamento; e a Comunicação Visual, que faz a gestão da identidade visual do CBH Baía de Guanabara, de modo que os materiais de comunicação atendam às regras de utilização da marca e identidade, para que os elementos visuais se comuniquem, junto aos conteúdos verbais, valores, posicionamento, inspirações e atitude do Comitê.

Com sinergia é possível ampliar o alcance das ações de comunicação, tanto pelo reforço às mensagens em diversas plataformas comunicacionais quanto pela unidade e coerência do posicionamento do Comitê.

2.1. Ferramentas

2.1.1. Diagnóstico

A elaboração de um diagnóstico de comunicação envolve a análise de dados vindos das mais variadas fontes. Para cada objeto a ser analisado, há pelo menos um método capaz de conduzir o investigador à resposta que mais se aproxima da realidade. Esse é um processo que tem potencial de expandir e aprofundar o conhecimento sobre o objeto de estudo.

O uso combinado de diferentes metodologias é uma forma de ampliar as perspectivas de observação, aumentando as possibilidades de análise e reduzindo incertezas. Para os estudiosos Alda Judith Alves-Mazzotti e Fernando Gewandsznajder, “não há um modelo único para se construir conhecimentos confiáveis, assim como não há modelos bons ou maus em si mesmos, e sim modelos adequados ou inadequados ao que se pretende investigar”.

2.1.2. Arquétipo de marca

Segundo Carl Jung, discípulo de Freud, os arquétipos constituem um correlato indispensável do inconsciente coletivo e indicam “a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar”. Ou seja, os arquétipos são imagens pré-definidas, originadas de uma repetição progressiva de

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

uma mesma experiência durante muitas gerações, armazenadas no inconsciente coletivo.

Partindo deste princípio, as autoras Margaret Mark e Carol S. Pearson produziram a obra “O Herói e o Fora da Lei”. Nela, a estrutura de arquétipos foi transportada para a classificação das marcas, de forma a criar uma estrutura organizada para que elas possam definir seus próprios arquétipos. Dessa forma, é possível compreender, de forma mais profunda, qual estilo, linguagem e comportamento que a instituição deve adotar para estar bem representada.

Figura 2 Arquétipo das marcas, proposto por Mark e Pearson

2.1.3. Definição de personas

Após entender quem é a marca, também é preciso entender para quem será destinada a comunicação. Para isso, são construídas as personas, representações fictícias do público ideal. Elas são baseadas em dados sobre o comportamento e as características demográficas do público, de modo a criar uma história pessoal, motivação, objetivos e desafios para essas pessoas.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

2.1.4. Golden Circle

O modelo do Golden Circle é uma metodologia criada por Simon Sinek, autor do livro “Comece com o Por quê?”, para sistematizar os modos de pensar, agir e comunicar das empresas.

Sinek observou que todos os empreendimentos de sucesso tinham um propósito ou um ideal muito claro e forte, que impedia os empresários de desistirem mesmo nos momentos mais difíceis. Eram pessoas que se inspiravam no “por quê?”, que seguiam em frente porque assim queriam, não porque precisavam.

Figura 3 Golden Circle, idealizado por Simon Sinek

Com isso, o autor montou o diagrama representado na figura acima. É preciso partir do centro para as extremidades, de forma a determinar qual a motivação da empresa, como ela fará para atingi-la e o que será feito.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

2.1.5. Mailing

O termo *mailing list*, originário do inglês, surgiu em ações de marketing direto e foi, aos poucos, incorporado em estratégias de Comunicação, com foco na construção e manutenção do relacionamento direto entre uma entidade e seus públicos. Trata-se de um banco de dados, composto por informações como nome, telefone, endereço físico e eletrônico de públicos de interesse.

Com a implementação da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil, em agosto de 2020, o mailing de relacionamento será criado em conformidade com a legislação vigente e seguindo as orientações jurídicas da AGEVAP, garantindo a privacidade dos contatos.

Para isso, as listas de contato serão armazenadas em uma plataforma de disparo, que garantirá a atualização automática de descadastramentos, assim como a segurança dos dados. O gestor do contrato na AGEVAP terá acesso ao mailing do disparador, com login e senha específico, uma vez que os mailings são de propriedade do Comitê, permitindo seu uso, inclusive exportação em excel para geração de etiquetas.

Já os contatos do mailing de imprensa serão hierarquizados conforme grau de relacionamento, relevância e alcance, de forma a nortear as ações de fortalecimento do relacionamento com jornalistas de interesse.

A metodologia de gestão do mailing seguirá as orientações jurídicas da AGEVAP em relação à Lei de Proteção e Uso de dados.

Veículo	Nome do jornalista	telefone	e-mail	Tipo de veículo	Grau de relacionamento com o jornalista (1 - Inicial | 2 - Demandas ocasionais | 3 - Demandas recorrentes)	Grau de importância do veículo	Data de inclusão	Observações
O Tempo	Rafael Rocha - repórter	(31) 98628-6062	rafarocha@gmail.com	Estadual	1	3	jun/21	Nos procurou para uma pauta sobre c por não participar do material por re informações fossem distorcidas.
Estadão	Ludimila Honorato - repórter	(11) 98393-4695 (11) 3856-2513	ludimila.honorato@estadao.com	Nacional	1	3	jun/21	
S&P Global	Mayara Baggio	(11) 95891.1171	mayara.baggio@spglobal.com	Especializado	1	1	jun/21	
G1	Rafaela Mansur - repórter	(31) 99380-8819 (31) 3469-4845	rafaela.mansur@g.globo; apuracaomg@g.globo;	Estadual	1	3	jun/21	
O Tempo	Natália Oliveira - repórter	(31) 99386-3173	natalialoliver89@gmail.com	Estadual	1	3	jun/21	
Le Monde	Bruno Meyerfeld - repórter	(21) 98340-2029	b.meyerfeld@gmail.com	Internacional	1	3	jun/21	
Rádio Itatiaia	Chiara Ribeiro - repórter	(31) 98513-0010	chiararibeiro@itatiaiadigital.com.br; web@itatiaia.com.br;	Estadual	1	3	jun/21	
Portal da Cidade (Brumadinho)	Antônio Vieira (Toninho) - diretor	(31) 99836-1238 (31) 99798-5141		Local	0	1	jun/21	
Valor Econômico	Cibelle Bouças - repórter em BH	(31) 9 9886-1706	cibelle.boucas@valor.com.br	Nacional	1	3	jun/21	
R7 Minas	Lucas Pavanelli - repórter	(31) 98633-9668	lmoura@recordminas.tv.br; r7@recordminas.tv.br	Estadual	1	2	jun/21	
R7 Minas	Pablo Nascimento - repórter	(31) 97361-5749	r7@recordminas.tv.br	Estadual	1	2	jun/21	
CBN	Victor Silva Veloso - Trainee	(31) 99443-3060 (31) 99236-0717 (pautas CBN)	victorveloso@cbn.com.br	Nacional	1	3	jun/21	
Rios Ática Lemos	Ática Lemos - diretor	(31) 98575-2004	atialemos10@gmail.com	Regional	1	1	jun/21	

Figura 4 Modelo de mailing de relacionamento com a imprensa

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

2.1.6. Matriz de Stakeholders

O Mapa de Stakeholders é uma ferramenta da comunicação integrada utilizada para sinalizar e classificar os públicos prioritários para a atuação da comunicação.

Baseada na metodologia Mendelow's matrix, o mapa apresenta as seguintes informações: tipo do público, público (stakeholder), impacto favorável e desfavorável gerado em relação ao cliente, grau de influência sobre as ações do Comitê, grau de interesse pelas ações desenvolvidas, perfil (promotor, latente, defensor ou apático), atitude a ser tomada a partir da classificação do perfil e ação de comunicação direcionada.

O conjunto de públicos identificado no Mapa de Stakeholders vai apresentar diferentes níveis de interesse e de influência nas questões de competência do Comitê. No Mapa poderá ser atribuída a cada um dos públicos a natureza de sua conexão com o CBH Baía de Guanabara e seus Subcomitês, discriminando-os em dois tipos principais: público direto, aquele diretamente conectado ao Comitê, e público indireto, caracterizado como genérico, por sua conexão indireta com os colegiados.

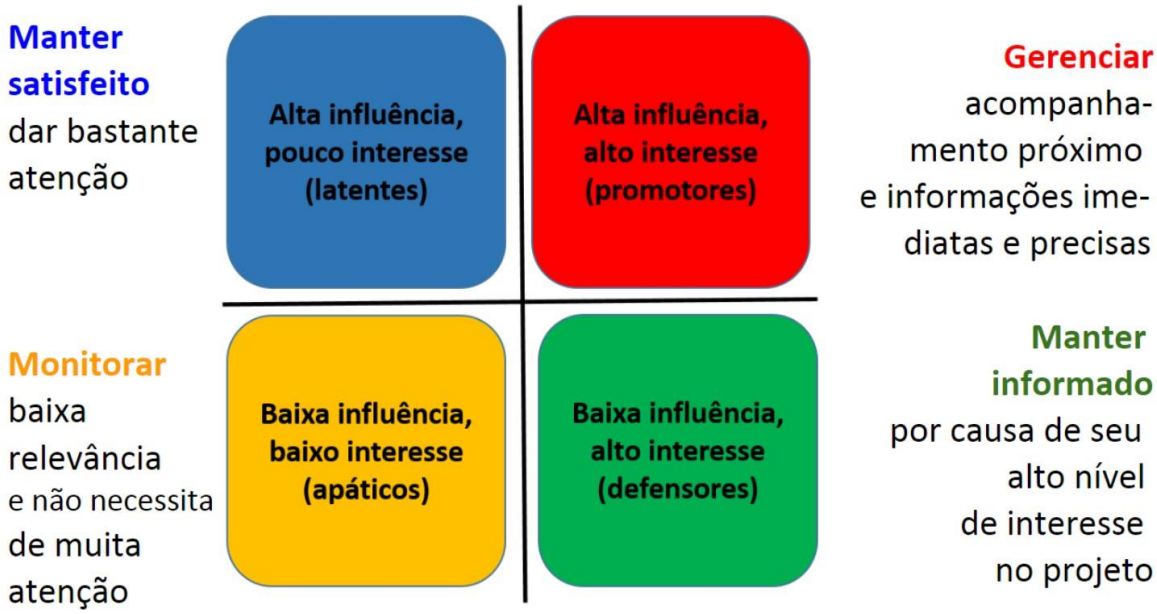


Figura 5 Modelo de Mapa de Stakeholders

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

2.1.7. Análise SWOT

A análise SWOT ou FOFA é uma ferramenta de identificação de cenário interno e externo, que auxilia na construção de planejamentos estratégicos a partir do levantamento de Forças (*Strenghts*), Fraquezas (*Weakenesses*), Oportunidades (*Opportunities*) e Ameaças (*Threats*).

A ferramenta foi criada entre as décadas de 1960 e 1970, por Albert Humphrey, professor da universidade de Stanford, e começou a ganhar notoriedade mundial quando passou a ser citada por autores como Michael Porter e a ser utilizada em materiais de importantes corporações, como a Boston Consulting Group (BCG).

A análise SWOT permite ter uma visão interna e externa estratégica do contexto em que o CBH Baía de Guanabara e os Subcomitês estão inseridos, identificar os elementos-chave para a gestão, além de estabelecer prioridades de atuação e de decisões a serem tomadas. A ferramenta também auxilia no diagnóstico de pontos de atenção e potenciais de atuação para fortalecimento da imagem institucional e aumento da visibilidade dos colegiados.

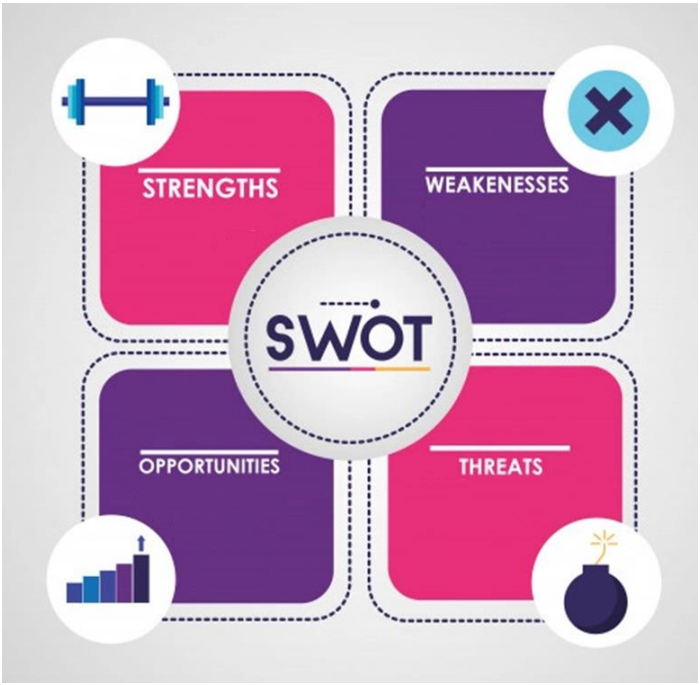


Figura 6 Matriz da análise SWOT

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

2.1.8. Media Training

O Media Training é um treinamento para esclarecer a dinâmica dos veículos de imprensa e a importância do relacionamento com a mídia, assim como para preparação dos porta-vozes quando estiverem representando o Comitê, com foco no fortalecimento da imagem e da reputação dos colegiados. É um treinamento importante também para alinhamento do posicionamento estratégico, de modo a que todos os porta-vozes tenham um discurso coeso e convergente.

O treinamento seguirá conteúdo programático pré-definido e contará com manual produzido pela Prefácio, adequados de acordo com a necessidade e aplicados sempre que houver treinamento para novos porta-vozes.

2.1.9. Clipping

O monitoramento de assuntos na imprensa será feito por meio do clipping, que tem como objetivo munir os membros do CBH Baía de Guanabara e AGEVAP de informações sobre a atual conjuntura e assuntos de interesse, relacionados à gestão hídrica e à região hidrográfica da Baía de Guanabara, permitindo a identificação de oportunidades e riscos em assuntos de destaque na imprensa.

Serão levantados dois tipos de informação por meio do:

1) Clipping de interesse: e-mail marketing, em HTML, com as principais notícias do segmento e notícias da conjuntura nacional e regional que impactam ou são relevantes para o comitê.

2) Clipping do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês: e-mail com notícias veiculadas na imprensa em que os colegiados são citados, com link para acesso à notícia completa (quando o conteúdo é disponibilizado online).

2.1.10. Monitoramento de crises

Nenhuma instituição está imune a situações em que terá que se posicionar diante de seus públicos estratégicos e da sociedade sobre eventuais falhas ou fornecer informações sobre acontecimentos imprevistos que possam afetar negativamente a

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

sua imagem. Afinal, não há como prever todas as possibilidades, nem saber o que acontecerá no futuro.

Por isso, uma coisa é certa: toda organização precisa estar preparada para lidar com crises. E essa preparação passa pelo entendimento do papel que a organização tem a desempenhar e dos possíveis cenários com os quais pode vir a se deparar. É preciso criar estratégias alinhadas às diretrizes, que permitam recorrer a ações imediatas em momentos de adversidade e turbulência, que comprovarão a seriedade de seus propósitos, assim como a transparência no relacionamento com os públicos. Isso não garante que a imagem da instituição não sofrerá danos, mas os impactos podem ser minimizados e até transformados em oportunidades futuras de uma exposição positiva.

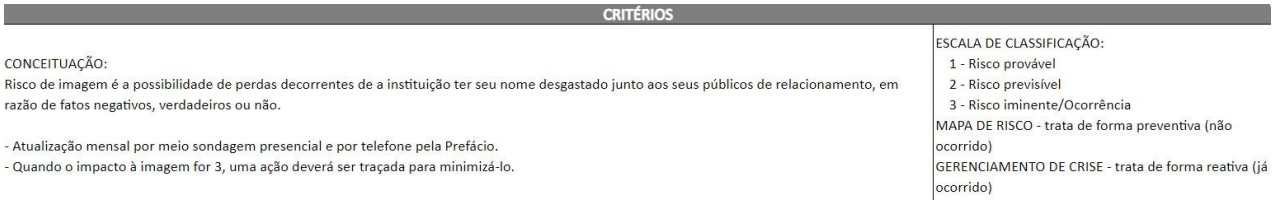
A gestão de crise envolve esse planejamento prévio, com ações e estratégias que ajudarão no enfrentamento dos momentos adversos, fortalecendo o CBH Baía de Guanabara e a AGEVAP até mesmo em situações inesperadas. Seus objetivos são:

- Garantir uma estrutura eficiente para gerir crises, com definição de papéis e responsabilidades;
- Desenvolver um processo de tomada de decisão claro e coerente;
- Contar com uma liderança efetiva em todos os níveis da organização;
- Registrar ações e políticas para todas as decisões tomadas;
- Minimizar os impactos negativos das crises, obtendo o controle da situação o mais breve possível;
- Garantir respostas rápidas e estratégicas, que reforcem a transparência do comitê com todos os públicos de interesse;
- Resguardar a vida pessoal dos dirigentes e membros e o bem-estar da organização.
- Gerar oportunidades de inserções positivas na mídia;
- Aprender com os erros e efetuar mudanças para evitar sua recorrência.

O planejamento exigirá diversas ações estruturais, como a criação do mapa de risco, a definição da estrutura para monitoramento, a formação do Comitê de Gestão de Crise, a formalização de políticas institucionais e a qualificação dos porta-vozes. Tudo

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

para que, caso haja alguma crise, esse alicerce possa sustentar as ações a serem realizadas.



CRITÉRIOS	
CONCEITUAÇÃO: Risco de imagem é a possibilidade de perdas decorrentes de a instituição ter seu nome desgastado junto aos seus públicos de relacionamento, em razão de fatos negativos, verdadeiros ou não. - Atualização mensal por meio sondagem presencial e por telefone pela Prefácio. - Quando o impacto à imagem for 3, uma ação deverá ser traçada para minimizá-lo.	ESCALA DE CLASSIFICAÇÃO: 1 - Risco provável 2 - Risco previsível 3 - Risco iminente/Ocorrência MAPA DE RISCO - trata de forma preventiva (não ocorrido) GERENCIAMENTO DE CRISE - trata de forma reativa (já ocorrido)

Figura 6 Modelo de mapa de risco de imagem

2.1.11. Monitoramento digital

O monitoramento digital será executado por meio de ferramentas que realizam buscas de termos-chave cadastrados em sites, redes sociais e vídeos. No sistema, as menções e os termos podem ser classificados como neutro, positivo e negativo, para posterior emissão de relatórios a ser repassados para a equipe de comunicação da Prefácio, para ação em caso de risco e crise identificados.

A classificação varia conforme o teor do conteúdo. Se a publicação reforça os objetivos do Comitê e dissemina seus trabalhos de forma positiva, gerando bom impacto para a reputação da instituição em forma de elogio e/ou divulgação, é classificada como positiva. Considera-se, no entanto, para avaliação das menções, apenas citações de terceiros. As publicações do próprio comitê e da agência de água serão atribuídas como neutras, assim como todas aquelas que não impactam de forma positiva ou negativa a imagem do CBH Baía de Guanabara e seus Subcomitês. Caso o conteúdo traga informações prejudiciais à marca, é classificado como negativo. Nessa última situação, a citação é imediatamente comunicada à equipe da AGEVAP para análise e identificação das melhores soluções, caso a caso.

Durante a execução das atividades de comunicação, outras ferramentas podem ser identificadas e seu uso considerado importante para a estratégia de comunicação do CBH Baía de Guanabara.

3. Stakeholders ou públicos-alvo

A identificação dos públicos prioritários, secundários e específicos é uma tarefa básica das organizações contemporâneas. Embora não haja consenso quanto à classificação

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

de públicos, segundo o professor e pesquisador Fábio França, há uma clara orientação para que o relacionamento da instituição com seus *stakeholders* seja sempre planejado sob a ótica da comunicação dirigida, que considera o perfil de cada público na elaboração das mensagens, na escolha da mídia, da posição e do momento de enviar a mensagem.

3.1. Públicos-foco

a) Membros do CBH Baía de Guanabara
b) Membros dos 6 (seis) Subcomitês
c) Equipe da AGEVAP que atende o CBH Baía de Guanabara
d) Poder Público Federal, Estadual e Municipal (nos âmbitos Executivo, Legislativo e Judiciário)
e) Usuários da bacia da Baía da Guanabara
f) Sociedade Civil organizada
g) Moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara

3.2. Públicos secundários

a) Imprensa local, regional, nacional e internacional geral
b) Imprensa local, regional, nacional e internacional especializada
c) Formadores de opinião e influenciadores digitais
d) Entidades ligadas a recursos hídricos

4. Fluxos de Trabalho

Os fluxos de trabalhos buscam apresentar os passos do processo de realização do trabalho da comunicação. Para cada produto ou atividade a ser realizada, deve-se considerar em seu fluxo natural os quatro momentos da realização: o *briefing* específico, o planejamento, a implantação e o relatório para avaliação do processo ou para subsidiar adequações ou novos planos. O fluxo de trabalho é assim lustrado:

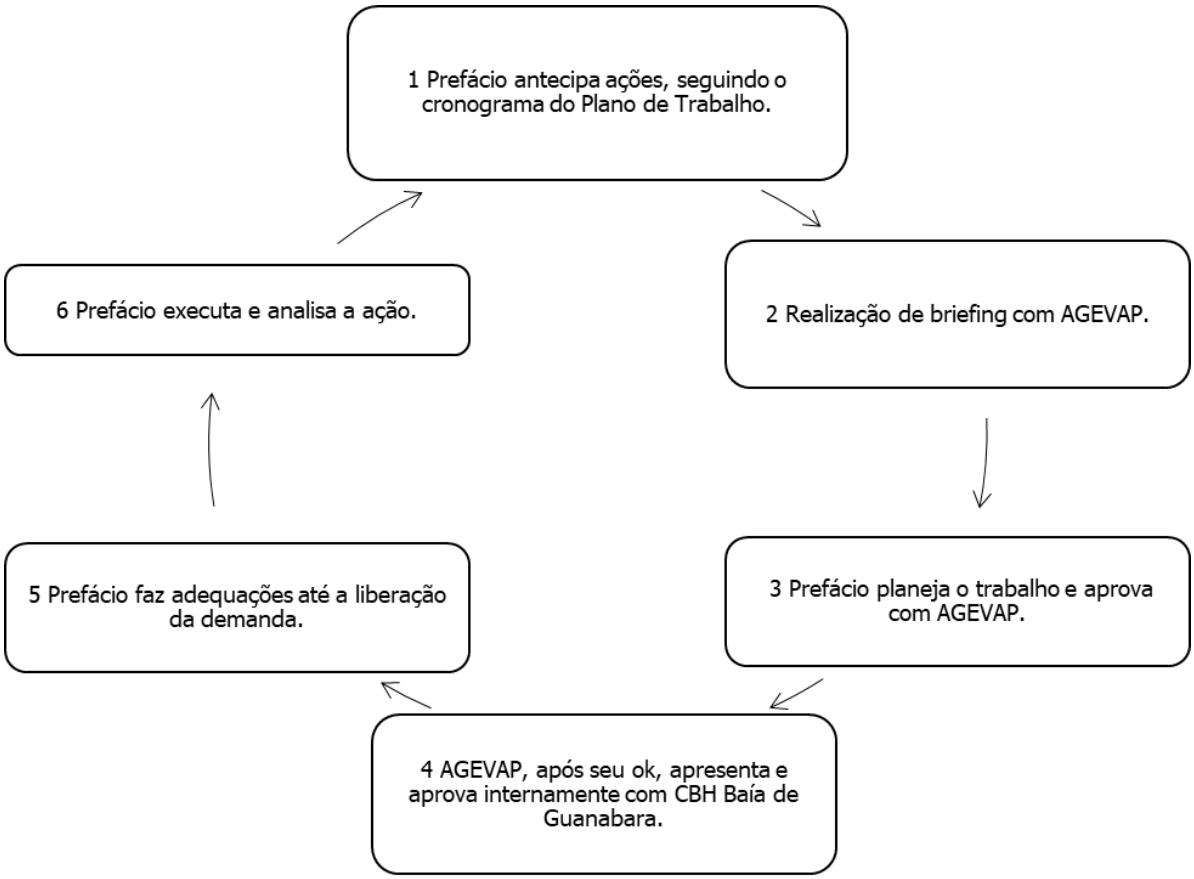
Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

4.1. Fluxo das Ações Planejadas – Plano de Trabalho

Produtos e atividades constantes no Plano de Trabalho fazem parte do "fluxo de ações planejadas". Esse fluxo descreve os seis passos para realizar ações previstas, pautadas e planejadas no documento. Todas as demandas serão acompanhadas e supervisionadas pelo especialista de Comunicação da AGEVAP. O modelo visual do fluxo é representado a seguir:

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Fluxo de Ações Planejadas



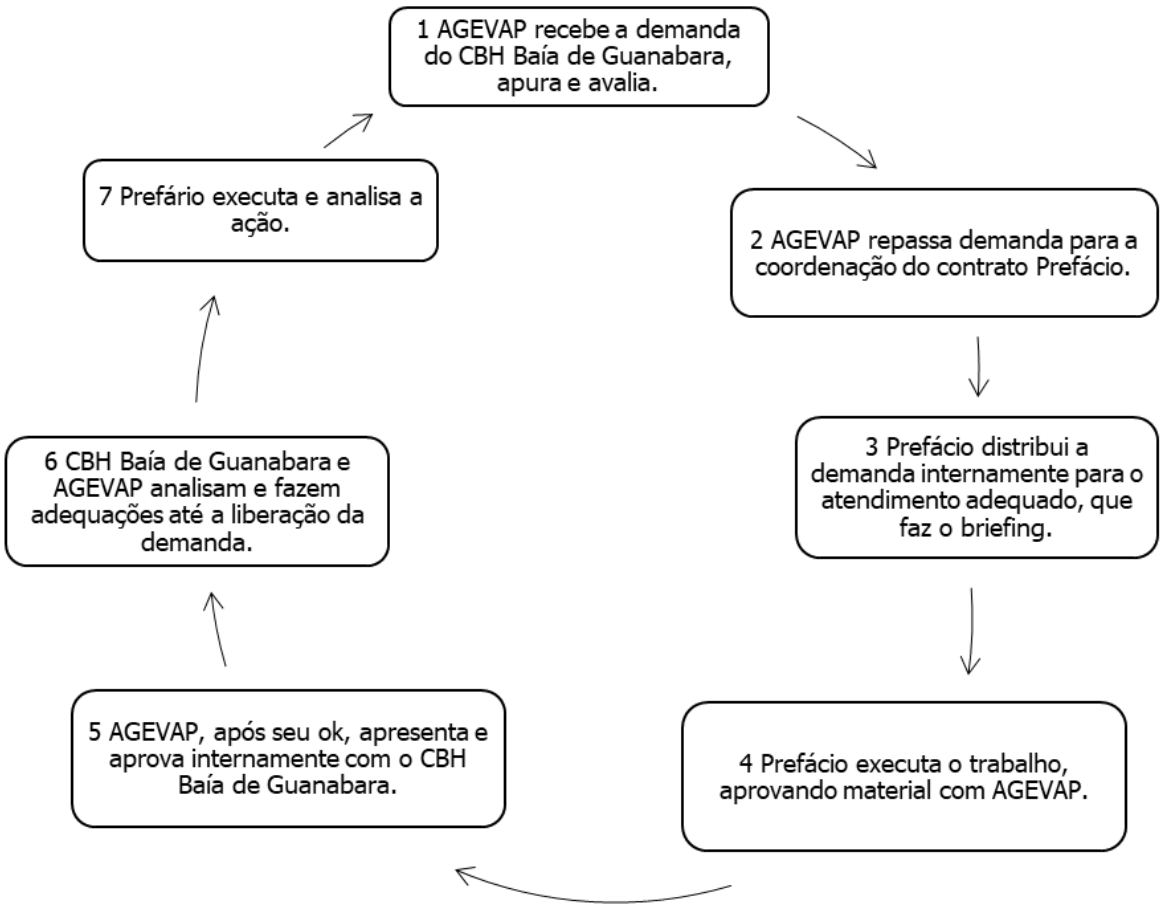
Fonte: Elaborado pela Prefácio

4.2. Fluxo de Novas Demandas (ações não planejadas)

A rotina da comunicação institucional é sempre planejada. No entanto, é sabido que a dinâmica natural da comunicação faz com que novas demandas se imponham ao planejamento prévio, exigindo a flexibilidade necessária para inclusão de novas ações e novos processos, com vistas a preservar os objetivos da organização. Porém, para essas demandas não planejadas, a instituição deve ter previsto o fluxo, de forma a não desperdiçar tempo em decisões de rotina e a minimizar eventuais transtornos decorrentes da nova demanda, como mostrado nos seis passos da ilustração a seguir:

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

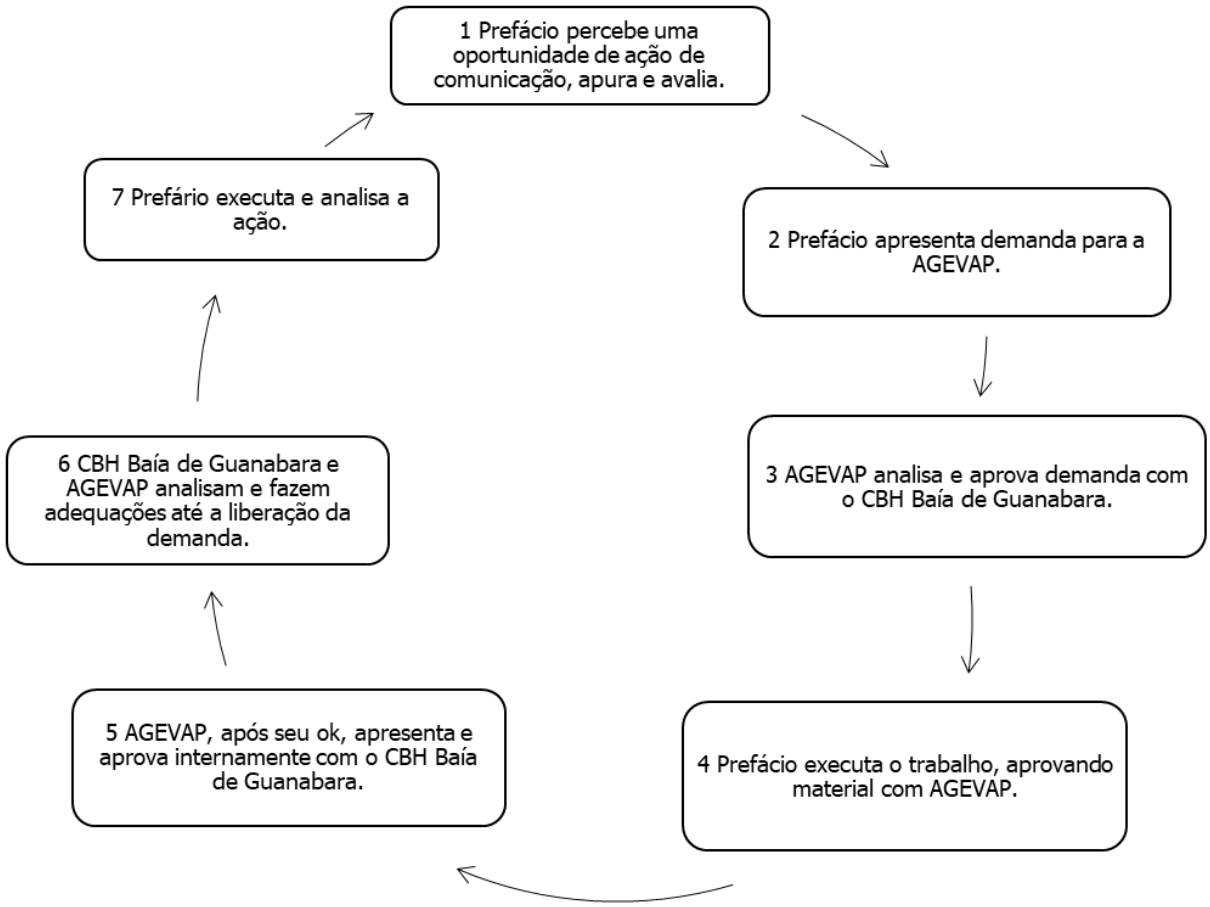
Fluxo de Ações Não Planejadas (novas demandas identificadas pela AGEVAP ou pelo Comitê)



Fonte: Elaborado pela Prefácio

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Fluxo de Ações Não Planejadas (novas demandas identificadas pela Prefácio)



Fonte: Elaborado pela Prefácio

4.3. Definição de reuniões

Para imprimir dinâmica própria às ações de comunicação, foram definidas as seguintes reuniões estratégicas para a consecução dos objetivos.

- Reunião mensal de repasse gerencial e de comunicação: no dia de envio do relatório mensal, que acontece no dia 4 de cada mês ou todo 1º dia útil após essa data. Nessa reunião são apresentados os resultados e análises das ações do mês anterior e alinhadas as ações do próximo período.
- Reunião de *briefing* (a cada nova ação).
- Reunião de alinhamento (quando necessário).

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

5. Equipes Permanente e de Consultores

A equipe formada pela Prefácio para atender ao CBH Baía de Guanabara e AGEVAP tem profissionais especialistas em várias áreas da comunicação e é dividida entre Permanente e Consultores.

Entende-se por equipe Permanente o conjunto de profissionais que estarão à frente de todas as atividades contratadas e participarão da execução de todos os produtos contratados. Já os que formam a equipe de Consultores atuarão em ações pontuais, mais especializadas.

Abaixo, as atribuições e atividades de cada profissional dentro do trabalho do CBH Baía de Guanabara:

Equipe Permanente

Ana Luiza Purri – diretora da conta e responsável pela validação dos planejamentos, realização de treinamentos e participação nas reuniões estratégicas.

Isabela Lobo – coordenadora da conta e responsável pelo planejamento das ações, validação com AGEVAP/CBH Baía de Guanabara, relatórios e reuniões estratégicas e de pauta.

Cíntia Paes – principal atendimento da conta e responsável por acompanhar a execução das atividades dentro da Prefácio, redação de textos, release e artigos de opinião, redação de conteúdo para publicações e para o site e participação em reuniões sempre que necessário.

Ana Carolina Duarte – atendimento digital – planejamento e redação de conteúdos para o site e para as mídias digitais e participação em reuniões sempre que necessário.

Paula Ferreira / **Luciene Estevam** – social media – desenvolvimento de estratégias para as mídias digitais.

Cristina Mota – editora de publicações – edição de reportagens, notas e produção jornalística para as publicações do CBH Baía de Guanabara (boletins, Revista e Relatório de Cenário Ambiental).

Alexandre Magalhães – editor de textos – revisão de todos os textos e conteúdos que forem publicados em ambientes e publicações do CBH Baía de Guanabara.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Leandro Garibaldi – designer gráfico/digital – responsável pelo desenvolvimento de peças gráficas e digitais.

Equipe de consultores
Débora Santana – coordenadora de relações públicas
Tércio Lemos – produtor gráfico
Rodrigo Valente – programador audiovisual
Pedro Bartulihe – web designer
Lorena Dutra – fotógrafa
Diego Miranda – cinegrafista
Felipe Assunção – tecnologia da informação
Poliana Gonçalves – assistente administrativo

O contrato com AGEVAP/CBH Baía de Guanabara conta com o apoio dos demais especialistas da agência nas diversas áreas da comunicação sempre que a atividade demandar.

6. Entregas previstas

Em um horizonte de 24 meses, serão desenvolvidas ações de Comunicação Integrada de curto e médio prazo, conforme previsto no termo de referência e a partir de demandas e oportunidades identificadas pelo CBH Baía de Guanabara e pela Prefácio no decorrer dos trabalhos. Algumas das ações de rotina já estão sendo implementadas desde o início dos trabalhos e passarão a ser realizadas de forma ordenada e planejada a partir da aprovação deste Plano de Trabalho e dos manuais de área.

As estratégias, metodologias e ferramentas utilizadas em cada uma das atividades contempladas no termo de referência serão descritas em planejamentos específicos (manuais de área), que serão apresentados conforme cronograma estabelecido neste Plano de Trabalho. Após a realização do Workshop de Posicionamento Estratégico, o Plano de Trabalho do CBH Baía de Guanabara será atualizado. Somente a partir da validação da nova diretoria das diretrizes propostas para a Comunicação do CBH Baía

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

de Guanabara será possível estabelecer a forma como o colegiado pretende dialogar e se posicionar frente aos seus diferentes públicos de interesse nos próximos 24 meses e, assim, construir estratégias assertivas e condizentes com os reais anseios e especificidades do comitê. O plano deve ser atualizado sempre que houver mudanças nos planejamentos dos canais ou dos públicos-foco.

6.1. Briefing

Objetivo

Identificar expectativas e anseios, assim como cenários e oportunidades, para proposição das melhores estratégias e ferramentas para desenvolvimento das ações de Comunicação Integrada de curto e médio prazo.

Ações realizadas

Foram realizadas entrevistas e reuniões de alinhamento com representantes da diretoria do CBH Baía de Guanabara e subcomitês, além de representantes da AGEVAP, para levantamento de informações com vistas ao desenvolvimento do Plano de Trabalho do CBH Baía de Guanabara e demais atividades de rotina para a prestação do serviço de Comunicação Integrada. Os encontros resultaram na criação de um documento contendo os principais pontos compartilhados durante o briefing, que nortearão o trabalho de Comunicação Integrada.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Representantes do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.

Metodologia

Utilização da ferramenta denominada “Matriz SWOT”, que permitiu a identificação de Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças nos cenários interno e externo.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Cronograma

Ação	Público	Data
Reunião de alinhamento inicial	Representantes do CBH Baía de Guanabara, subcomitês e da AGEVAP	04/03/2022
Reunião de briefing	Diretoria CBH Baía de Guanabara	18/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê das Lagoas de Itaipu e Piratininga	24/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê Leste	25/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê Maricá	25/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê Jacarepaguá	29/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê Oeste	30/03/2022
Reunião de briefing	Subcomitê Lagoa Rodrigo de Freitas	31/03/2022
Entrega do documento contendo as informações consolidadas durante o briefing		06/04/2022

6.2. Plano de trabalho de Assessoria de Comunicação Integrada

Objetivo

Dispor de um instrumento que norteie, em curto e médio prazo, as atividades a serem desenvolvidas pela equipe técnica responsável pela operacionalização do Plano de Comunicação do CBH Baía de Guanabara.

Ações realizadas

Por meio deste Plano de Trabalho, a Prefácio detalhará o escopo de cada uma das ações previstas em um horizonte de 24 meses, com indicativo de prazos, metodologias, identificação de stakeholders, equipe responsável e objetivo da ação. Neste documento também estarão contidas as atribuições e responsabilidades de cada membro da equipe, a rotina e o fluxo de relacionamento com a equipe da AGEVAP, além de informações relativas à alocação de recursos.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; equipe da AGEVAP que atende o CBH Baía de Guanabara; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada; moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara; imprensa local, regional, nacional e internacional geral; imprensa local, regional, nacional e internacional especializada; formadores de opinião e influenciadores digitais e entidades ligadas a recursos hídricos.

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre o comitê e sobre o cenário socioambiental da bacia realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

Ação	Data
Entrega do Plano de Trabalho em formato digital	19/04/2022
Reunião de apresentação do Plano de Trabalho para a Diretoria do CBH Baía de Guanabara e representantes da AGEVAP	Data a ser definida pela AGEVAP

6.3. Workshop de Posicionamento Estratégico

Objetivo

Levar ao conhecimento da diretoria e membros da Câmara Técnica Consultiva ou GT de Articulação Institucional do CBH Baía de Guanabara o que está sendo desenvolvido e planejado no Plano de Trabalho e aspectos estratégicos da Comunicação do CBH Baía de Guanabara para o período de trabalho e, a partir da validação final das estratégias, construir o Manual de Comunicação do CBH Baía de Guanabara.

Ações previstas

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Será elaborado, organizado e realizado pela Prefácio um workshop remoto de 1 (um) dia para apresentação das ferramentas, ações previstas no Plano de Trabalho e estratégias propostas para o desenvolvimento das ações ao longo dos 24 meses de atividades.

Durante o Workshop, a Prefácio validará com os membros propostas de Missão, Visão e Valores e compartilhará resultados de estudos e análises realizados a partir de metodologias de trabalho como:

- Matriz de Stakeholders
- Golden Circle
- Definição de Personas
- Arquétipo de marca
- Mapa de risco de imagem

Depois do encontro será realizado o aprimoramento do Plano de Trabalho de Comunicação Social do CBH Baía de Guanabara.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Diretoria e membros da Câmara Técnica Consultiva ou GT de Articulação Institucional do CBH Baía de Guanabara.

Metodologia

Apresentação e validação de estratégias e ferramentas propostas para o desenvolvimento das ações de Comunicação Integrada e construção do Plano de Comunicação do CBH Baía de Guanabara.

Cronograma

Ação	Data
Planejamento do Workshop de Posicionamento Estratégico	4/7/2022

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Realização do Workshop de Posicionamento Estratégico	Até um mês após a posse da nova diretoria do CBH Baía de Guanabara, prevista para o 2º semestre de 2022 (prazo limite: setembro de 2022)
Entrega do relatório final do evento, contendo o resultado da avaliação dos membros quanto à satisfação e efetividade do encontro	Até duas semanas após a realização do Workshop de Posicionamento Estratégico
Entrega do Manual de Comunicação do CBH Baía de Guanabara	Até duas semanas após a realização do Workshop de Posicionamento Estratégico

6.4. Nova Identidade Visual e Manual de Marca

Objetivo

Aprimorar a Identidade Visual do CBH Baía de Guanabara e garantir que a marca e seus elementos visuais sejam utilizados de maneira correta e que a linguagem visual transmita os valores e objetivos da Comunicação Integrada.

Ações realizadas

Foi desenvolvida a nova Identidade Visual do CBH Baía de Guanabara e criado um Manual de Marca, que norteará toda a comunicação visual do colegiado, além de um mascote.

Para tanto, foram enviadas três opções de logo para a escolha dos especialistas da AGEVAP e de representantes do CBH Baía de Guanabara e, após a definição da proposta mais adequada aos anseios do CBH, foi criado o Manual de Marca, incluindo a aplicação da identidade visual em peças como apresentações para PowerPoint, redes sociais, cartões e assinaturas, além da criação de ícones e definição de fontes, cores e elementos gráficos.

No Manual de Marca também está contemplado o mascote Guaná e as formas corretas de aplicação do mascote em peças gráficas e campanhas.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Tércio Lemos (produtor gráfico) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Públicos-foco (membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; equipe da AGEVAP que atende o CBH Baía de Guanabara; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada; moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara) e públicos secundários (imprensa local, regional, nacional e internacional geral; imprensa local, regional, nacional e internacional especializada; formadores de opinião e influenciadores digitais e entidades ligadas a recursos hídricos).

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre os elementos que representam o comitê e a bacia, realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

Ação	**Data**
Briefing com o cliente	29/03
Criação de 3 opções de logo e do mascote	30/03 a 04/04
Apresentação ao cliente	05/04
Análise/avaliação do cliente	06/04
Ajustes/correções	07/04
Aprovação da logo e do mascote pelo cliente	08/04
Criação do manual da marca	11 a 13/04
Entrega final dos arquivos	14/04

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

6.5. Novo site

Objetivo

Ampliação estratégica dos públicos-alvo e de suas possibilidades de interação com o CBH Baía de Guanabara por meio de um site que permita o acesso fácil a informações práticas sobre as atividades do comitê e afins.

Ações realizadas e previstas

Reformulação visual, reorganização de informações e atualização de conteúdos sobre o CBH Baía de Guanabara e os seis subcomitês, visando melhorar a navegabilidade, usabilidade, responsividade e adequação visual e textual das informações aos objetivos comunicacionais do colegiado.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Leandro Garibaldi (designer gráfico) e Felipe Assunção (Tecnologia da Informação).

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada; moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara e imprensa.

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre os anseios do público interno em relação ao site e sobre o comitê e a bacia realizados por meio de entrevistas e reuniões de briefing, benchmarking e análise de exigências legais dos órgãos gestores.

Cronograma

Ação	Data

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Coleta de informações durante a realização das entrevistas de briefing	18 e 31/03/2022
Alinhamentos gerais com TI	14/04/2022
Entrega proposta de menu e formato de organização geral dos conteúdos	25/04/2022
Entrega proposta wireframe	20/05/2022
Aprovação wireframe	30/05/2022
Entrega proposta projeto gráfico	14/06/2022
Aprovação projeto gráfico	24/06/2022
Entrega da Revisão e atualização do conteúdo textual	De 02/07 a 02/08
Aprovação conteúdo	Até 12/08
Desenvolvimento do site (páginas web e banco de dados) e migração para servidor de hospedagem	De 24/06 a 20/08
Testes	De 24/08 a 31/08
Virada do site	04/09/2022

6.6. Boletins Informativos

Objetivo

Desenvolver para o CBH Baía de Guanabara e os seis subcomitês material informativo digital periódico, capaz de fornecer informações institucionais que facilitem a unificação do discurso e a divulgação de ações do Comitê.

Ações previstas

Será realizada a produção jornalística, desenvolvimento de conteúdo (verbal e imagético, como matérias, fotos e infográficos), editoração, revisão, projeto gráfico, diagramação e gestão da distribuição digital do PDF por e-mail, redes sociais e em área do site do CBH Baía de Guanabara de boletins institucionais digitais do CBH Baía de Guanabara (periodicidade trimestral, sendo produzidas oito edições ao longo de 24 meses) e dos seis subcomitês (no total de 36 edições, sendo uma por quadrimestre para cada um dos seis subcomitês).

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Alexandre Magalhães (editor de texto), Tércio Lemos (produtor gráfico) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada e moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara.

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre o comitê e a bacia realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

Ação	Data
Apresentação do projeto editorial e gráfico dos boletins do CBH Baia de Guanabara e subcomitês	04/05/2022
Pauta da 1ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	04/05/2022
Entrega da 1ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Até 31/05/2022
Pauta da 1ª edição dos boletins dos subcomitês	Maio/22
Entrega da 1ª edição dos boletins dos subcomitês	Junho/22
Pauta da 2ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Julho/22
Entrega da 2ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Agosto/2022
Pauta da 2ª edição dos boletins dos subcomitês	Setembro/22
Entrega da 2ª edição dos boletins dos subcomitês	Outubro/22
Pauta da 3ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Outubro/22

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Entrega da 3ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Novembro/22
Pauta da 3ª edição dos boletins dos subcomitês	Janeiro/23
Entrega da 3ª edição dos boletins dos subcomitês	Fevereiro/23
Pauta da 4ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Janeiro/23
Entrega da 4ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Fevereiro/23
Pauta da 4ª edição dos boletins dos subcomitês	Maio/23
Entrega da 4ª edição dos boletins dos subcomitês	Junho/23
Pauta da 5ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Abril/23
Entrega da 5ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Maio/23
Pauta da 5ª edição dos boletins dos subcomitês	Setembro/23
Entrega da 5ª edição dos boletins dos subcomitês	Outubro/23
Pauta da 6ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Julho/23
Entrega da 6ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Agosto/23
Pauta da 6ª edição dos boletins dos subcomitês	Janeiro/24
Entrega da 6ª edição dos boletins dos subcomitês	Fevereiro/24
Pauta da 7ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Outubro/23
Entrega da 7ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Novembro/23
Pauta da 8ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Janeiro/24
Entrega da 8ª edição do boletim do CBH Baía de Guanabara	Fevereiro/24

6.7. Revista Digital

Objetivo

Ter uma publicação institucional periódica que possibilite a divulgação de ações/investimentos do CBH Baía de Guanabara, com enfoque no balanço

quantitativo e qualitativo das ações, que contenha informações sobre os instrumentos de gestão de recursos hídricos, sobre o abastecimento de água e esgotamento sanitário e dê visibilidade aos investimentos na bacia.

Ações previstas

Desenvolvimento de projeto gráfico-editorial, bem como política de distribuição, com produção jornalística, desenvolvimento de conteúdo em texto, projeto gráfico e diagramação (verbal e imagético, como matérias, fotos e infográficos), editoração, revisão, acompanhamento de produção gráfica, conforme política estabelecida de publicação em formato de revista contendo de 40 (quarenta) a 44 (quarenta e quatro) páginas.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Alexandre Magalhães (editor de texto), Tércio Lemos (produtor gráfico) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada e moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara.

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre o comitê e a bacia, realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

Ação	Data
Apresentação do projeto editorial e gráfico	04/08/22
Pauta da 1ª edição da revista	Setembro/22

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Entrega da 1ª edição da revista	1ª quinzena de dezembro/22
Pauta da 2ª edição da revista	Setembro/23
Entrega da 2ª edição da revista	1ª quinzena de dezembro/23

6.8. Relatório Digital sobre o cenário ambiental da bacia

Objetivo

Criação de publicação anual sobre o cenário ambiental da Bacia, em formato digital, com enfoque no balanço quantitativo e qualitativo das ações, que contenha informações sobre os instrumentos de gestão de recursos hídricos, sobre o abastecimento de água e esgotamento sanitário e dê visibilidade aos investimentos na bacia, visando a divulgação de informações voltadas para a consulta de especialistas e interessados em se aprofundar no tema.

Ações previstas

Entrega de relatório digital editado, revisado e diagramado com fotos, mapas, gráficos, tabelas etc. (arquivos abertos, fechados e fontes), com versão em PDF para disponibilização no site do CBH Baía de Guanabara.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Alexandre Magalhães (editor de texto), Tércio Lemos (produtor gráfico) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Especialistas e interessados em se aprofundar em temas ligados ao cenário ambiental da Bacia.

Metodologia

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Levantamento e hierarquização de informações sobre o comitê e a bacia, realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

Ação	Data
Briefing	17/07
Apresentação do projeto editorial e gráfico	04/08
Entrega da 1ª edição do relatório	novembro/22
Levantamento de informações junto à AGEVAP para produção da 2ª edição do relatório	Agosto/23
Entrega da 2ª edição do relatório	novembro/23

6.9. Relatório Periódico da Prestação de Serviços de Assessoria de Comunicação Integrada

Objetivo

Avaliar o alcance dos objetivos do Plano, a eficiência de suas estratégias e táticas e o resultado das ações operacionais, visando a correção de processos adotados no planejamento.

Ações realizadas e previstas

Elaboração de relatórios de atividades mensais, incluindo as iniciativas desenvolvidas para todos os produtos, estratégias e ações realizados na Comunicação Integrada.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Equipe AGEVAP e diretoria do CBH Baía de Guanabara.

Metodologia

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Análise estratégica de objetivos propostos e resultados, para avaliação constante sobre a efetividade dos canais e pertinência das ferramentas utilizadas para implementação das ações de Comunicação Integrada.

Cronograma

Os relatórios periódicos serão entregues todo 4º dia útil do mês, a partir do mês de assinatura do contrato (4 de março de 2022), sendo que o 12º (décimo segundo) e o 24º (vigésimo quarto) apresentarão uma análise crítica do projeto ao longo dos 12 (doze) primeiros meses e depois do 13º (décimo terceiro) mês até o 24º (vigésimo quarto) mês, incluindo gráficos quantitativos e análise qualitativa com os destaques.

6.10. Banco de Imagens da Região Hidrográfica V

Objetivo

Ter um banco de imagens profissional, que servirá de material base para produção de materiais gráficos e artes com paisagens objetivas.

Ações realizadas

Criação de um Banco de Imagens da Região Hidrográfica V, contendo no mínimo 200 fotografias dos corpos hídricos das bacias (incluindo todas as cidades da Região Hidrográfica V, com a distribuição das quantidades e pontos designados segundo critérios técnicos e institucionais) em alta resolução, incluindo fotos panorâmicas, realizadas com o uso de drones, no formato 360°, olho de peixe e outras técnicas aplicadas por fotógrafo profissional.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital) e Lorena Dutra (fotógrafa).

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; equipe da AGEVAP que atende o CBH Baía de Guanabara; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada; moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara; imprensa local, regional, nacional e

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

internacional geral; imprensa local, regional, nacional e internacional especializada; formadores de opinião e influenciadores digitais e entidades ligadas a recursos hídricos.

Metodologia

Levantamento de informações por meio de reuniões de briefing sobre pontos estratégicos da Região Hidrográfica V, para hierarquização e definição dos pontos de registro das fotografias.

Cronograma

Ação	Data
Reunião de briefing para alinhamento dos pontos estratégicos da bacia	06/05/2022
Realização das fotografias	16 a 27/05/2022
Entrega do produto final	06/06/2022

6.11. Vídeos de Sensibilização e Fortalecimento Institucional da Região Hidrográfica V

Objetivo

Sensibilizar e fortalecer a gestão do território, destacando a importância das ações do CBH Baía de Guanabara e as aproximando da população.

Ações realizadas

Desenvolver briefing para vídeos com representantes do CBH Baía de Guanabara e AGEVAP, além de roteiro de cada vídeo, e validá-los antes do início das gravações; realizar gravações online para entrevistar as pessoas indicadas; realizar gravações de paisagens nos municípios que integram a Região Hidrográfica V em pontos definidos por representantes do CBH Baía de Guanabara e da AGEVAP, incluindo imagens com uso de drones, primando pela beleza e fácil identificação do lugar.

Equipe envolvida

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Diego Miranda (cinegrafista) e Rodrigo Valente (programador audiovisual).

Público-alvo

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos 6 (seis) Subcomitês; Poder Público Federal, Estadual e Municipal; usuários da bacia da Baía da Guanabara; sociedade civil organizada e moradores da região hidrográfica da Baía de Guanabara.

Metodologia

Levantamento e hierarquização de informações sobre o comitê e a bacia, realizados por meio de entrevistas de briefing e buscas em documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos, além da realização de entrevistas em vídeo.

Cronograma

Ação	Data
Entrega dos roteiros dos vídeos	30/6/2022
Captação das imagens	4 a 22/07/2022
Entrega dos vídeos editados	o 1º (primeiro) deve ser entregue até 4 de outubro de 2022, sendo os demais até 4 de janeiro de 2023.
Arquivos de imagens brutos	Até 4 de outubro de 2022.

7. Conjunto de Serviços de Comunicação Integrada

7.1. Aprimoramento do Plano de Trabalho de Comunicação Social

Objetivo

Definir conceitos de gestão e de comunicação institucional para o período do contrato vigente, conforme especificado no Item “Workshop Online de Posicionamento Estratégico”.

Ações previstas

- Reavaliar a redação do conceito “Missão”;

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

- Redigir o conceito “Visão”;
- Redigir os conceitos “Valores”;
- Definir dos objetivos de comunicação para os 24 meses de contrato;
- Mapear os stakeholders, com definição de públicos primário e secundário;
- Definir das diretrizes estratégicas da comunicação;
- Delinear as macroações e ações, apontando planejamento mínimo, objetivos e públicos específicos;
- Definir, para cada uma das macroações e ações, metodologias e prazos;
- Apontar quais serão as métricas e indicações de avaliação e melhoria para todas as atividades;
- Desenhar a estrutura de organização da Comunicação, contendo organograma, composição, fluxos e outros elementos que se mostrarem importantes.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Representantes do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.

Metodologia

Levantamento de informações, por meio de entrevista de briefing, busca de documentos oficiais e canais de comunicação já estabelecidos.

Cronograma

A entrega será realizada em até duas semanas após a realização do Workshop de Posicionamento Estratégico.

7.2. Briefings das atividades

Objetivo

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Realizar briefings a respeito de cada atividade ou ação de comunicação com a AGEVAP/CBH Baía de Guanabara, de modo a reunir as informações principais para o desenvolvimento de cada uma delas.

Ações previstas

Briefing feito a partir de reuniões remotas ou por informações enviadas por e-mail para diagnóstico das necessidades pertinentes a cada ação.

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Representantes da AGEVAP, do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.

Metodologia

Reuniões ou compartilhamento de informações por e-mail para realização do diagnóstico, planejamento, produção, implantação e avaliação das demandas.

Cronograma

Primeira etapa de todas as atividades previstas nos planejamentos.

7.3. Planejamento e gestão em assessoria de imprensa

Objetivos

O trabalho de assessoria de imprensa do CBH Baía de Guanabara tem como objetivos: aumentar a credibilidade da entidade diante dos veículos de comunicação de maior circulação ou influência (local, regional e nacional) e em canais de mídia especializada (tradicionais e digitais); despertar no público em geral o entendimento de que o CBH Baía de Guanabara é uma entidade tripartite (Poder Público, Usuários e Sociedade Civil) e que é gerida com recursos públicos; e criar no público em geral, especialmente nos moradores da Região Hidrográfica V (Rio de Janeiro), sensação de pertencimento.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Ações previstas

- Produção de releases e artigos de opinião, acompanhados de imagens, com sobre assuntos relevantes ao Comitê e aos Subcomitês ou sobre assuntos mais estratégicos, como meio ambiente, sustentabilidade, gestão de recursos hídricos, gestão das águas, economia, gestão de resíduos sólidos, saneamento hídricos, esgotamento e outros que possam ser identificados ao longo do contrato;
- Divulgação dessa produção jornalística para os veículos de comunicação, que serão definidos de acordo com o assunto e o alcance (local, regional, nacional e, eventualmente, internacional);
- Gestão de relacionamento estratégico com veículos, canais e jornalistas que estejam alinhados às estratégicas de comunicação geral e especializada;
- Cobertura de eventos e ações estratégicas do CBH Baía de Guanabara;
- Construção de mailing de imprensa, incluindo veículos e canais locais dos 17 municípios que compõem a Região Hidrográfica V (jornais, revistas, sites, blogs, influenciadores digitais, jornalistas freelancers, televisão, rádio, podcasts e perfis em redes sociais);
- Prevenção e gestão de crise de comunicação.

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais.

Metodologia

Para a realização dos trabalhos de assessoria de imprensa serão utilizadas ferramentas como mailing de imprensa, com monitoramento de farol de relacionamento com os jornalistas, monitoramento de temas de interesse, criação e

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

gestão de mapa de risco, clipping, além do levantamento de datas de relevância para o colegiado, para a bacia e para o cenário de gestão das águas e ambiental.

Cronograma

Ação	Público	Data
Apresentação do Planejamento de Assessoria de Imprensa	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais.	04/05/2022
Aprovação do material	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais	Até 10 dias após o envio do material
Releases e artigos de opinião (redação, divulgação)	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais.	Atividade rotineira
Relacionamento com veículos, canais e jornalísticas/influenciadores estratégicos	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais.	Atividade rotineira
Cobertura de eventos e ações estratégicas do CBH Baía de Guanabara	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais.	Atividade atrelada ao calendário de eventos do CBH Baía de Guanabara
Construção de mailing de imprensa	Representantes do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.	Atividade rotineira
Plano de Prevenção e gestão de crise de comunicação	Representantes do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.	04/05/2022

7.4. Media Training

Objetivos

Sensibilizar e orientar a diretoria e os porta-vozes oficiais para o atendimento à imprensa, sobretudo considerando as novas tendências de comunicação para este e próximos anos. O Media Training é um treinamento para esclarecer a dinâmica dos

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

veículos de imprensa e a importância do relacionamento com a mídia, assim como preparar os porta-vozes quando estiverem representando o Comitê, com foco no fortalecimento da imagem e da reputação do CBH Baía de Guanabara. Também tem o objetivo de alinhar o discurso estratégico, para que todos os porta-vozes tenham um discurso coeso e convergente.

Ações previstas

Realização de evento (presencial ou remoto) com os porta-vozes do CBH Baía de Guanabara para apresentação de informações técnicas sobre a imprensa e as melhores práticas para o relacionamento, simulação de entrevistas e entrega de manual sobre como aproveitar as oportunidades junto à imprensa; gravação do evento e futura disponibilização do vídeo; avaliação individual de cada participante, com detalhamento dos pontos de melhoria e realização de novo treinamento sempre que houver mudança de porta-voz.

Equipe envolvida

Ana Luiza Purri (diretora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Diretoria e/ou outros porta-vozes do CBH Baía de Guanabara.

Metodologia

Conteúdo: apresentação de conteúdo programático pré-definido e manual produzido pela Prefácio, adequados de acordo com a necessidade e aplicados sempre que houver treinamento para novos porta-vozes da diretoria.

Cronograma

A definir em data após a posse da nova diretoria do CBH Baía de Guanabara.

7.5. Planejamento e gestão de presença digital

Objetivos

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Aumentar a presença do CBH Baía de Guanabara nas redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp, LinkedIn, YouTube, Twitter, E-mail) e outras que possam se mostrar relevantes durante a vigência do contrato, considerando campanhas de engajamento e ações específicas para chamar a atenção do público em geral e atrair seguidores/amigos/contatos. As ações da presença digital também vão contemplar o site do CBH Baía de Guanabara (descrito no Item Site).

Ações previstas

- Produzir conteúdo (redação e diagramação de arte com a Nova Identidade Visual do Comitê e obedecendo as aplicações indicadas no Manual de Marca e também uso do Mascote) para ser publicado sete dias por semana nas redes sociais, seguindo as melhores práticas de conteúdo e comportamento dos públicos específicos de cada uma delas;
- Planejamento e produção de lives em plataformas diversas, com participantes do CBH Baía de Guanabara;
- Registrar conteúdo específico em datas comemorativas relacionadas ao CBH Baía de Guanabara, Subcomitês ou assuntos correlatos;
- Mínimo de 8 (oito) campanhas de engajamento ao longo do contrato para públicos diferentes;
- Ações para criação de leads e relacionamento com públicos específicos, como os 17 municípios que compõem a região hidrográfica, universidades, parceiros e lideranças comunitárias e moradores, para ampliação do público de e-mail marketing;
- Respostas a perguntas e comentários do público nos perfis das redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp, LinkedIn, YouTube, Twitter, E-mail) durante os 7 dias da semana;
- Desenvolvimento de folders e peças digitais sobre o CBH Baía de Guanabara;
- Gestão de identidade visual, conteúdo e publicações de materiais diversos no site do CBH Baía de Guanabara (detalhado no Item Site).

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital) e Luciene Estevam/Paula Ferreira (mídias sociais).

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Público-alvo

Público em geral.

Metodologia

Para a estruturação dos perfis do CBH Baía de Guanabara nas redes sociais, será feita avaliação de comportamento do usuário, alcance, relevância e melhores práticas em cada uma. A produção de conteúdo (post, feed, stories, vídeos) e publicação também levará em conta o perfil de cada rede.

Cronograma

Ação	Data
Produção de conteúdo para Instagram e para o site do CBH Baía de Guanabara	Março/2022
Apresentação do planejamento da presença digital do CBH Baía de Guanabara	04/05/2022
Aprovação	Em até dez dias após o envio do documento final
Implementação	Duas semanas após a aprovação final, para que haja tempo para criação de peças e conteúdos e aprovação pela diretoria

7.6. Planejamento e Gestão de Eventos

Objetivos

Fortalecer as relações com o público em geral e melhorar a reputação institucional do CBH Baía de Guanabara. Serão considerados eventos seminários, palestras, discussões, jornadas, workshops, rodada de conversa e de negócios, webinários e lives com dois ou mais convidados.

Ações previstas

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

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.

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Débora Santana (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Felipe Assunção (suporte TI) e Paula Ferreira/Luciene Estevam (mídias sociais).

Público-alvo

Público em geral, parceiros e veículos de comunicação.

Metodologia

Avaliar com a AGEVAP o formato de cada evento, objetivos institucionais, levantamento de recursos, prazos, convites, definição de mediação e apoio, recepção de público (em caso de eventos presenciais), segurança e equipe de suporte. Após cada evento, avaliação quantitativa de participantes/público e aplicação de formulário de satisfação (com metas a serem definidas a cada briefing).

Cronograma

Ação	Data
Briefing para alinhamentos gerais	Até 20/05/2022
Apresentação do planejamento de eventos do CBH Baía de Guanabara e participação em eventos de terceiros	04/06/2022

7.7. Planejamento e Gestão de Comunicação Visual

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Objetivos

Fortalecer a reputação institucional do CBH Baía de Guanabara.

Ações previstas

- Produção de peças gráficas impressas ou digitais com a Nova Identidade Visual do CBH Baía de Guanabara;
- No caso de peças impressas, produção e acompanhamento de impressão e distribuição;
- Produção de materiais audiovisuais de curta duração sem captação de imagens para apoio de macroações ou ações.

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Público em geral.

Metodologia

Realização de briefing e definição do uso das peças visuais nas macroações e ações definidas neste plano de trabalho ou em demandas novas ao longo dos dois anos de contrato.

Cronograma

Briefing, produção, acompanhamento e distribuição das peças de acordo com cada evento/ação a que a peça estiver relacionada.

7.8. Planejamento, assessoria e gestão de Comunicação Integrada

Objetivos

Estabelecer estratégias, projetos e parcerias que reforcem a identidade institucional do CBH Baía de Guanabara com os stakeholders definidos neste Plano de Trabalho.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Ações previstas

Planejamento de projetos e de parcerias com instituições, empresas e atores estratégicos para o CBH Baía de Guanabara e monitoramento de crises e riscos de imagens.

Equipe envolvida

Débora Santana (coordenadora), Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento) e Ana Carolina Duarte (atendimento digital).

Público-alvo

Poder Público (municipal, estadual e federal), autarquias, instituições, entidades, organizações, empresas e associações correlatas ou estratégicas.

Metodologia

Identificação de oportunidade de parcerias para ações, campanhas e eventos, contato com parceiros-alvo e estabelecimento das parcerias.

Cronograma

Ação	Data
Reunião de briefing para alinhamentos sobre o planejamento de parcerias	Até 20/05/2022
Apresentação do planejamento de parcerias para o CBH Baía de Guanabara	Até 30/06/2022

7.9. Planejamento e Gestão de Comunicação Interna

Objetivos

Estabelecer fluxos organizados de distribuição de comunicação interna dentro do CBH Baía de Guanabara, entre o Comitê e os Subcomitês e entre os Subcomitês.

Ações previstas

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

- Criação de rotina de e-mail marketing com informações do CBH Baía de Guanabara para envio aos integrantes do próprio Comitê e dos Subcomitês;
- Criação de clipping de assuntos correlatos ao CBH Baía de Guanabara para divulgação interna;
- Criação de clipping de notícias sobre o CBH Baía de Guanabara para divulgação interna;
- Criação de lista de transmissão de integrantes do Comitê e dos Subcomitês para comunicados oficiais, documentos e divulgação de clippings;
- Planejamento e produção de quatro treinamentos sobre boas práticas de comunicação em grupo, conceito de comunicação não-violenta e de criação de ambiente respeitoso de troca de ideias.
- Publicação dos treinamentos no YouTube como material não-listado para consulta livre dos membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês.

Equipe envolvida

Isabela Lobo (coordenadora), Cíntia Paes (atendimento), Ana Carolina Duarte (atendimento digital), Paula Ferreira/Luciene Estevam (mídias sociais) e Leandro Garibaldi (designer gráfico).

Público-alvo

Equipe e membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês.

Metodologia

Uso de ferramenta de disparo de e-mail marketing com mailing de contatos internos e criação de Lista de Transmissão de WhatsApp e administração de disparo de conteúdo com mailing indicado pela AGEVAP.

Cronograma

Ação	Data
Planejamento comunicação interna	04/06
Criação de peça piloto do clipping de notícias do CBH Baía de Guanabara	14/05/2022

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Implementação do clipping de notícias, com periodicidade semanal	Junho/22
Criação de clipping de notícias correlatas ao CBH Baía de Guanabara	14/05/2022
Implementação do clipping de notícias, com periodicidade semanal	Junho/22
Planejamento dos treinamentos	14/05/2022
Publicação dos treinamentos no YouTube	Até 5 dias após a realização dos treinamentos

8. Cronogramas macro

Primeiro ano de contrato (em meses)												
Produto	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**
Assinatura do contrato												
Briefing												
Plano de Trabalho												
Workshop												
Identidade Visual e Manual												
Site												
Boletins do Comitê												
Boletins dos Subcomitês												
Revista Digital												
Relatório de Cenário Ambiental												
Relatório Periódico												
Banco de Imagens												

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Vídeos												
Ações da Comunicação Integrada												

Segundo ano de contrato (em meses)												
Produto	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**	**18**	**19**	**20**	**21**	**22**	**23**	**24**
Assinatura do contrato												
Briefing												
Plano de Trabalho												
Workshop												
Identidade Visual e Manual												
Site												
Boletins do Comitê												
Boletins dos Subcomitês												
Revista Digital												
Relatório de Cenário Ambiental												
Relatório Periódico												
Banco de Imagens												
Vídeos												
Ações da Comunicação Integrada												

9. Alocação de Recursos

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

As ações citadas neste Plano de Trabalho serão realizadas pelas equipes permanentes ou de consultores da Prefácio e, quando necessário, será contratado pela empresa de comunicação profissional especializado para a atividade em questão.

O detalhamento do custo de cada Produto de Comunicação está descrito abaixo, considerando o valor total do contrato com a AGEVAP:

CRONOGRAMA FÍSICO FINANCEIRO		
PRODUTO	**ESPECIFICAÇÃO**	**Valor %**
1	Produto 1 - Briefing para o início do trabalho	0,47%
2	Produto 2 - Apresentar Plano de Trabalho da Assessoria de Comunicação Integrada	0,67%
3	Produto 3 - Workshop Online de Posicionamento Estratégico	0,30%
4	Produto 4 – Nova Identidade Visual para o CBH Baía de Guanabara com Manual de Marca	0,54%
5	Produto 5 – Novo site do CBH Baía de Guanabara	3,20%
6	Produto 6.1 - Boletim Informativo Digital com as Ações do Comitê Geral	1,57%
	Produto 6.2 -Boletim Informativo Digital para cada Subcomitê	6,99%
7	Produto 7 – Revista Digital	1,80%
8	Produto 8 - Elaboração e Divulgação de Relatório Digital sobre o cenário ambiental da bacia	0,67%
9	Produto 9 - Relatório Periódico da Prestação de Serviços de Assessoria de Comunicação Integrada	16,46%
10	Produto 10 – Banco de Imagens da Região Hidrográfica V	2,53%
11	Produto 11 – Conjunto de Dez Vídeos de Sensibilização e Fortalecimento Institucional da Região Hidrográfica V	5,67%
12	Conjunto de serviços de Comunicação Integrada realizados em horário comercial pela contratada com equipe permanente durante os 2 anos	59,13%
TOTAL		**100,00 %**

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

10. Monitoramento de Indicadores e Metas

AÇÃO	MONITORAMENTO	META
Workshop Online de Posicionamento Estratégico	Avaliação quantitativa de membros da diretoria, da Câmara Técnica Consultiva ou Grupo de Trabalho de Articulação Institucional do CBH Baía de Guanabara.	Participação de 75% dos convidados.
Criação da Identidade Visual e Manual de Marca	Aprovação da Identidade Visual e do Manual de Marca por parte do CBH Baía de Guanabara/AGEVAP.	Não se aplica.
Site (reformulação estrutural e de layout)	Aprovação do novo site pelo CBH Baía de Guanabara/AGEVAP.	Não se aplica.
Site (conteúdo)	Inserção de, no mínimo, 5 notícias por mês e monitoramento pela quantidade de cliques nas notícias (dados do sistema do próprio site).	Meta de acessos será estabelecida após 3 meses de trabalho, com base nos dados do Google Analytics.
Site (CTA para captação de lead)	Relatório de cadastro e implementação da ação.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Boletim Informativo Digital do CBH Baía de Guanabara (trimestral)	Avaliação quantitativa de acessos e de cliques em cada um dos links.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Boletins Informativos Digitais de cada um dos 6 Subcomitês (quadrimestral)	Avaliação quantitativa de acessos e de cliques em cada um dos links.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Revista Digital (anual)	Avaliação quantitativa de acessos à página no site.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Relatório Digital sobre o Cenário Ambiental (anual)	Avaliação quantitativa de acessos à página no site.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Relatório Periódico (mensal)	Recebimento do relatório por parte do CBH Baía de Guanabara/AGEVAP.	Não se aplica.
Banco de Imagens	Entrega das 200 imagens que representem todo o território do CBH Baía de Guanabara.	Não se aplica.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Vídeos Institucionais	Entrega dos 10 vídeos institucionais sobre o CBH Baía de Guanabara editados.	Não se aplica.
Definição de Missão, Visão, Valores e Objetivos	Aprovação dos textos por parte do CBH Baía de Guanabara/AGEVAP.	Não se aplica.
Assessoria de imprensa (releases)	Avaliação quantitativa de inserções nos veículos de comunicação.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Assessoria de imprensa (artigos)	Avaliação quantitativa de publicações nos veículos de comunicação.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Assessoria de imprensa (atendimento)	Avaliação quantitativa de atendimento das demandas da imprensa.	100% de atendimento às demandas da imprensa.
Assessoria de imprensa (cobertura de eventos)	Avaliação qualitativa da cobertura jornalística de eventos por parte da Prefácio, considerando, além da imprensa, todos os canais de comunicação e mídias digitais.	No mínimo, publicação nas mídias digitais do CBH Baía de Guanabara, no canal mais adequado ao conteúdo.
Construção de mailing de imprensa	Ação contínua de relacionamento com a imprensa.	Não se aplica.
Media Training da diretoria do CBH Baía de Guanabara	Avaliação qualitativa por parte dos participantes do Media Training, no relatório específico da ação.	Participação de 2/3 dos porta-vozes e avaliação positiva mínima da capacitação de 80%.
Mídias Digitais (Facebook)	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Mídias Digitais (Instagram)	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de trabalho.
Mídias Digitais (YouTube)	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de criação do canal.
Mídias Digitais (LinkedIn)	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de criação do perfil.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br

Mídias Digitais (Twitter)	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de criação do perfil.
WhatsApp	Relatório mensal com os indicadores disponibilizados pela ferramenta disponível no relatório mensal.	Meta será estabelecida após 3 meses de criação do usuário para lista de transmissão.
E-mail Marketing Externo	Taxa de recebimento, abertura de e-mail e cliques.	Taxa de recebimento: 75% Taxa de abertura: 20% Taxa de cliques: 2%
Planejamento e Gestão de Eventos	Aplicação de formulário de satisfação com os presentes.	Preenchimento de 50% dos formulários e 80% de satisfação boa ou ótima.
Criação de peças gráficas	Não se aplica.	Não se aplica.
E-mail Marketing Interno	Taxa de recebimento, abertura de e-mail e cliques.	Taxa de recebimento: 75% Taxa de abertura: 50% Taxa de cliques: 5%
Lista de Transmissão no WhatsApp (Comunicação Interna)	Avaliação quantitativa de visualizações.	75% de visualizações.
Palestras internas sobre a Comunicação Social	Aplicação de formulário de satisfação com os presentes.	Preenchimento de 50% dos formulários e 80% de satisfação boa ou ótima.

Prefácio Comunicação Ltda. - CNPJ: 86.713.211/0001-97
Rua Dr. Sette Câmara, 75 - Luxemburgo - 30380-360 - Belo Horizonte - MG - Tel.: (31) 3292 8660 - prefacio@prefacio.com.br
www.prefacio.com.br