

RELATÓRIO MENSAL 14/24

4 de abril a 3 de maio de 2023



ÁREAS DE ATUAÇÃO



Relações
públicas



Assessoria
de imprensa



Publicações



Comunicação
digital

Equipe

Diretora: Ana Luiza Purri

Coordenadora: Isabela Lobo

Atendimentos: Thaís Nascimento e Ana Carolina Duarte

ABRIL/2023



CONTEÚDO

24/04

"CBH Baía de Guanabara participa do lançamento do programa Blue Rio"

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/cbh-baia-de-guanabara-participa-do-lancamento-do-programa-blue-rio/>



CBH Baía de Guanabara participa do lançamento do programa Blue Rio

24 de abril, 2023

O Governo do Estado do Rio de Janeiro lançou na última segunda-feira (17/04) o programa Blue Rio, hub de inovação da economia marítima. O objetivo do projeto é fomentar a economia marítima como uma política pública estratégica para o Rio de Janeiro. O programa vai trabalhar com soluções para cinco áreas: Saneamento, Portos e Logística, Navegação, Sustentabilidade e Energia.

A Iniciativa é pioneira na América Latina e está sendo realizada em parceria com a Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com a consultoria Beta-I Brasil e com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que realizou investimento de R\$ 14 milhões no projeto.

Na foto (da esq. para dir.): Ana Asti, subsecretária de recursos hídricos, saneamento e sustentabilidade do Governo do Estado do Rio de Janeiro; Mayná Coutinho, diretora-geral do Comitê Guandu; e Adriana Bocaluva, presidente do CBH Baía de Guanabara

O Comitê da Região Hidrográfica da Baía de Guanabara e dos Sistemas Lagunares de Maricá e Jacarepaguá (CBH Baía de Guanabara) esteve presente no lançamento do Blue Rio. A presidente do CBH Baía de Guanabara, Adriana Bocaluva, enfatizou na ocasião a importância da Iniciativa para o incentivo do desenvolvimento sustentável. "Ficamos felizes em participar e contribuir para a construção coletiva de respostas aos desafios do setor. Como colegiado, ver iniciativas inovadoras e sustentáveis como essa só fortalece o nosso compromisso com a articulação entre a gestão de recursos hídricos e a gestão costeira."



CONTEÚDO

25/04

“Sanear o Brasil é possível”

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/sanear-o-brasil-e-possivel/>

Sanear o Brasil é possível
25 de abril, 2023

Por Marilene Ramos*

Diretora de Sustentabilidade e Relações Institucionais do Grupo Águas do Brasil

Um cenário com mais de 100 milhões de pessoas sem coleta de esgoto e 30 milhões em acesso a água tratada é devastador. Vivemos uma tragédia no Brasil, quanto falamos em saneamento. A falta de coleta adequada de esgoto, tratamento e abastecimento de água não pode ser reunida em um problema de infraestrutura. É uma catástrofe que pode representar o aumento da contaminação de águas transmissíveis por vetores que vivem ou se reproduzem na água, especialmente água subterrânea, além das consequências ambientais que a ausência do esgotamento sanitário provoca, como a poluição de corpos hídricos e, em uma cadeia de efeitos, eventos e eliminação da fauna e da flora.

É uma catástrofe, mas com um horizonte bastante otimista. A entrada de iniciativas privadas nas concessões de saneamento, que passa por um boom desde 2000, mostra que o futuro pode ser bem diferente do presente.

Ha 25 anos no mercado, o Grupo Águas do Brasil acumula casos de sucesso, com resultados que apontam que a concessão de saneamento à iniciativa privada pode ser uma saída para atender às dezenas de milhões de brasileiros sem acesso à infraestrutura de esgotamento e abastecimento de água. De 1988, ano em que conquistamos a primeira concessão, até 2019, o mercado cresceu lentamente. 2020 foi um ano de virada no saneamento, com o aumento das concessões de saneamento e melhorias relevantes na prestação de serviço para a população. Nesse ano, apenas 6% da população brasileira era atendida pela iniciativa privada. Hoje já são 26% da população, um crescimento impressionante de 20 pontos percentuais em dois anos.

A iniciativa privada tem condições de oferecer investimento/financiamento para obras e manutenção de redes e equipamentos, capacidade de gerir abastecimento e desperdício de água e ainda uma tarifa justa para o consumidor.

Os exemplos que construímos em Minas são emblemáticos. Surtimos o saneamento em Itabira em 1999 e, dentro de 10 anos, alcançamos a universalização de abastecimento de água e esgoto. No mesmo ano, a cidade recebia 1,8 ml litro de água para abastecer 360 mil habitantes. Atualmente, a mesma cidade, no seja 1,8 ml litro abastecer 500 mil moradores. É um exemplo de como uma gestão eficiente, baseada na eliminação do desperdício, pode trazer grandes benefícios. Vinte anos depois, a Região Oesteira, que dependia de carros pipa, hoje tem pleno acesso à rede de água.

Outro exemplo que é importante citar é a cidade turística de Paraty. Antes de 2014, quando foi implantada a concessão privada, a mortalidade infantil chegava a 9 dólares por mil nascidos vivos. Já em 2017, somente três anos depois, esse mesmo índice chegou a 1,6 morte por mil nascidos vivos na cidade. Em Araruama, o lago de mesmo nome da cidade apresentava com frequência mortandade de peixes. Em 10 anos, o lago está revitalizado e tem até caiaque-marinho, esporte que é um indicador de qualidade de água. Nas duas cidades, os avanços sociais e ambientais estão intrinsecamente ligados à coleta e tratamento adequado de esgoto.

O Rio de Janeiro é o estado onde temos o maior número de municípios atendidos, 28 ao todo. Além deles, estamos em três de São Paulo e em um em Minas Gerais. Demandando todas as concessionárias, o grupo tem o previsto de investimento de mais de R\$ 50 bilhões assegurados para os próximos 10 anos. É uma cifra que não se vê no Poder Público, que tem, até por força de lei, amarras para investimentos. Já o setor privado consegue ter uma velocidade e volume de recursos financeiros muito maior.

Como aliado, temos o Novo Marco Legal do Saneamento, que permite um processo mais transparente e eficiente de concessão a empresas privadas. Concessionários e profissões não são obrigados a deixar os serviços de abastecimento de água e coleta e tratamento de esgoto, mas procuram, na medida do possível, fazê-lo assim que acharem que é o melhor momento.

Falando especificamente sobre o Grupo Águas do Brasil, os benefícios vão além do atendimento direto à população. Cerca de 80% da energia utilizada por todo o Grupo já é de fonte renovável, evitando a emissão de equivalente a 22 mil toneladas de CO₂ na atmosfera somente no ano passado. Já o programa Água do Valor evita a perda anual de 775 milhões de m³ de água, o suficiente para abastecer uma cidade de 250 mil habitantes, deixando as concessionárias do grupo com perdas menores do que a média do país.

Olhando para o próximo ano e para um futuro próximo, acredito que o sucesso das concessões de saneamento e água está bem estabelecido e o caminho é para frente. O início de um novo governo traz a clara expectativa de melhorias no setor. Não acho que, diante de tudo o que já recebemos como resultados, o Congresso possa retroceder. O setor privado está aí, pronto para assumir essa responsabilidade e atender cada vez mais brasileiros.

*Marilene Ramos é diretora de Relações Institucionais e Sustentabilidade do Grupo Águas do Brasil. Foi diretora de Infraestrutura e Sustentabilidade do SANEIS e também presidente do SANEIS e do Instituto Estadual do Ambiente do Rio de Janeiro. É engenheira civil, doutora em Engenharia Ambiental pelo COPPE/UFRJ, coordenadora do Comitê de Sustentabilidade da Associação Brasileira de Infraestrutura e Indústrias de Base (ABIPIB) e membro do Conselho de Administração do Instituto CIMA e Sociedade.



CONTEÚDO

28/04

"Alerj aprova medida que altera a alocação dos investimentos em saneamento pelos comitês de bacia"

<https://comitebaiadeguanabara.org.br/alerj-aprova-medida-que-altera-a-allocacao-dos-investimentos-em-saneamento-pelos-comites-de-bacia/>



NOVA ÁREA RESTRITA A MEMBROS

No dia 29/03, recebemos uma demanda para avaliar a criação de uma área exclusiva no site do CBH Baía de Guanabara, a exemplo do que existe no site do Comitê Guandu. O objetivo é que essa área ofereça aos membros "acesso a arquivos que não podem ser disponibilizados publicamente, por exemplo, minutas de documentos, manuais internos, formulários internos e afins, que hoje em dia são armazenados em Drives despadronizados. Ou seja, seria uma espécie de Fórum onde seria possível anexar documentos, deixar avisos em uma espécie de mural e fazer comentários".

The screenshot shows the footer of the website with the following sections:

- MAPA DO SITE**
 - Home
 - Comitê ▾
 - Gestão ▾
 - Transparência
 - Plano de Recursos Hídricos
 - Siga Guandu
 - Comunicação
 - Contato
- ENDEREÇO**
 - Atendimento ao Público / Correspondências**
Avenida Ministro Fernando Costa,
775 (sala 203) Fazenda Caxias –
Seropédica/RJ – CEP 23895-265
(Altos da Farmácia Universitária)
 - APA Guandu / CAR / Reuniões do Comitê**
Rodovia BR 465, km 7
(Campus da UFRRJ) Prédio da
Prefeitura Universitária
Seropédica/RJ – CEP 23897-
000
- Telefone:** (21) 3787 3729
E-mail: guandu@agevap.org.br
- FAQ**
- ASSINE NOSSA NEWSLETTER**
 - Email input field
 - Enviar button
- Área exclusiva para membros do Comitê Guandu-RJ**
 - Nome do Usuário input field
 - Senha input field
 - Esqueceu sua senha? link
 - Entrar button
- LGPD**
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais
- AGEVAP**
AGÊNCIA DE BACIA
- Social media icons: LinkedIn, Instagram, Facebook
- VOLTE AO TOPO** button with an upward arrow icon

A demanda está em fase de avaliação com o programador para análise de prazo e viabilidade técnica.



BOLETIM EM CURSO

A 4ª edição do Boletim em Curso está em fase de produção das pautas e de definição do cronograma dos trabalhos.



BOLETINS DIGITAIS REDE BAÍA 2ª EDIÇÃO

Os boletins foram enviados para aprovação e, após ajustes solicitados no boletim do Subcomitê Maricá, os materiais foram disparados no dia 03/04. Os resultados de leitura desses boletins está disponível nos próximos slides.



JACAREPAGUÁ



CBH Baía de Guanabara tem nova gestão colegiada

26 entregues
25 aberturas totais
14 (53,8%) taxa de abertura
9 (23,1%) taxa de cliques

LAGOA RODRIGO DE FREITAS



Novo site do CBH Baía de Guanabara oferece facilidade no acesso a informações

29 entregues
24 aberturas totais
13 (44,8%) taxa de abertura
4 (13,8%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Dados de referência:
Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%



LAGOAS DE ITAIPU E PIRATININGA



Obras de saneamento ambiental da Comunidade do Cabrito são finalizadas

21 entregues
14 aberturas totais
8 (38,1%) taxa de abertura
1 (4,8%) taxa de cliques

LESTE



Novo site do CBH Baía de Guanabara oferece facilidade no acesso a informações

26 entregues
23 aberturas totais
12 (46,2%) taxa de abertura
4 (15,4%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Dados de referência:
Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%



MARICÁ



Novo site do CBH Baía de Guanabara oferece facilidade no acesso a informações

19 entregues
11 aberturas totais
6 (31,6%) taxa de abertura
1 (5,3%) taxa de cliques

OESTE



Novo site do CBH Baía de Guanabara oferece facilidade no acesso a informações

47 entregues
23 aberturas totais
13 (27,7%) taxa de abertura
3 (6,4%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Dados de referência:
Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%



BOLETINS DIGITAIS REDE BAÍA 3ª Edição

As pautas da 3ª edição do Boletim Rede Baía foram ajustadas de acordo com as sugestões enviadas pelos membros dos Subcomitês, aprovadas pela AGEVAP e o processo de apuração e redação já foi iniciado.

ETAPA	DATA
Pauta	08/03
Aprovação da pauta pelo CBH Baía de Guanabara	13/03
Entrevistas e redação	Até 12/05
Edição	17/05
Revisão	Entre 17 e 22/05
Diagramação	22/05 a 25/05
Envio arte para o cliente	26/05
Aprovação final	30/05
Publicação/disparo	31/05

PAUTA PUBLICAÇÃO CBH Baía de Guanabara		prefácio EDITORAÇÃO	
Cliente:	CBH Baía de Guanabara		
Publicação:	Boletim Quadrimestral do Subcomitê Maricá		
Edição:	3ª edição – <u>Novembro</u> , Dezembro, Janeiro e Fevereiro		
Especificidades da publicação/edição:	Publicação		
1. PAUTA			
ASSUNTO (TEMA E ABORDAGEM)	FONTE	IMAGENS	Repórter
Editoria: Integração Tema: O aumento dos grandes condomínios na região fez a demanda por água tratada aumentar Abordagem: Como evitar que ocorra escassez de água futuramente? Número de páginas em Word: 2	Representante de concessionária de água	Imagens de banco	
Editoria: Integração Tema: Empreendimentos turísticos ameaçam a restinga de Maricá Abordagem: Detalhar o problema Número de páginas em Word: 1	Flávia Lanari		
Editoria: Integração Tema: A luta pela <u>Revis</u> da Lagoa de São Bento Abordagem: Descrever a questão e pegar depoimento da fonte	Felipe Lima, membro do Subcomitê de Maricá Tel: (21) 98196- 2954 felipelimaqueiroz@gmail.com		



1ª EDIÇÃO DA REVISTA 'O GUANABARA'

A publicação da [Revista Digital Anual do CBH Baía de Guanabara, que levou o nome de "O Guanabara"](#), foi concluída no dia 30/03.

Porém, no dia 12/04 recebemos da Flávia Lanari, membro do Comitê, um pedido de ajuste na matéria que citava o Subcomitê Maricá-Guarapina e a solicitação da retirada da revista do site – após alinhamento com a AGEVAP, ficou decidido que seria colocada no ar apenas a versão preliminar da publicação. Mesmo após a realização dos ajustes por parte da equipe da Prefácio, a Flávia não aprovou a nova versão do conteúdo e pediu a inserção de outros temas, que não estavam dentro da pauta e temática da matéria.

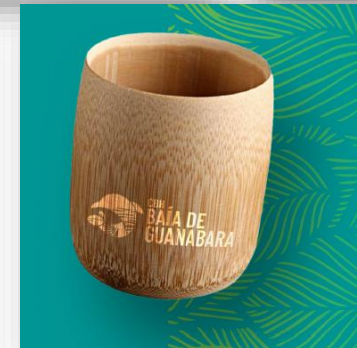
Enviamos a sugestão de que o material se torne um artigo assinado pela Flávia ou de fazermos uma reportagem com dados e fontes oficiais, para dar respaldo às novas informações compartilhadas, para publicação na 2ª edição da revista ou no Boletim Rede Baía. A demanda está sendo analisada pela diretoria do comitê.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

BRINDES

À pedido do Comitê, a Prefácio está fazendo o orçamento para produção dos brindes do ENCOB. A ideia é que os materiais sejam contratados à parte, como aditivo ao contrato, para que seja possível produzir os brindes à tempo do evento. Os valores já foram levantados, mas serão discriminados por produto e reenviados à AGEVAP para aprovação do Comitê.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

E-MAIL MARKETING

Com a mudança no dia de disparo do Clipping de Interesse, conseguimos aumentar as métricas de aberturas totais, que era o nosso objetivo. Os números gerais dessa ferramenta seguem dentro do padrão considerado “muito bom” pela ferramenta.

De acordo com sites especializados em Inbound Marketing, como Rock Content e Resultados Digitais, a taxa de abertura de e-mails são classificadas como:

- Acima de 20% é muito bom;
- Entre 10 e 20% é bom;
- Entre 6 e 10% é considerado normal;
- Abaixo de 6% começa-se a ter um desempenho fraco.



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS DE INTERESSE



27/3

71 entregues

38 aberturas totais

26 (36,6%) taxa de abertura

3 (4,2%) taxa de clique

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%

3/4

71 entregues

44 aberturas totais

22 (31,4%) taxa de abertura

0 (0%) taxa de cliques



RELAÇÕES PÚBLICAS | Produto 12

CLIPPINGS DE INTERESSE



10/4

71 entregues

46 aberturas totais

24 (34,8%) taxa de abertura

4 (5,8%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%

Taxa de cliques – 3,99%

17/4

70 entregues

32 aberturas totais

21 (30%) taxa de abertura

4 (5,7%) taxa de cliques



ABRIL/2023



CLIPPINGS DE INTERESSE



24/4

69 entregues

29 aberturas totais

25 (36,2%) taxa de abertura

2 (2,9%) taxa de cliques

Análise

Para a análise dos dados, usamos com referência dados do Mailchimp.

Taxa de abertura – 28,77%
Taxa de cliques – 3,99%



FORMULÁRIO DE SUGESTÕES DE PAUTA

No mês de abril iniciamos uma campanha voltada aos membros do Comitê para incentivar o envio de sugestões de pauta. Criamos um formulário no Google Forms, onde pedimos sugestões de pauta para trabalharmos em nossos canais (redes sociais, site, boletins e revista) e com a imprensa. Esse formulário foi enviado por e-mail e no grupo de WhatsApp do Comitê.

Até o momento recebemos **duas sugestões de pauta**: uma sobre o Plano de Manejo do Mosaico do Sertão Carioca e outra sobre o Congresso Nacional de Manguezais. As pautas já foram aprovadas e realizaremos a apuração delas o mais brevemente possível, para publicação no site e redes sociais.

Seguimos no reforço da divulgação desse formulário.

CBH Baía de Guanabara - Formulário para sugestões de matérias

A AGEVAP e a Prefácio Comunicação querem te ouvir! Você tem alguma sugestão de pauta (assunto/tema) para sugerir para nosso canais de comunicação (redes sociais, site, assessoria de imprensa)?

Preencha este formulário com o máximo de informações que tiver. Você pode sugerir fatos recentes ou futuros. Se tiver fotos e/ou vídeos, vamos entrar em contato para receber o material.

Os campos que não souber, preencha com "não sei".

Vamos juntos construir uma comunicação fortalecida para o CBH Baía de Guanabara!

Seu nome *

A sua resposta

Nome da instituição que representa *

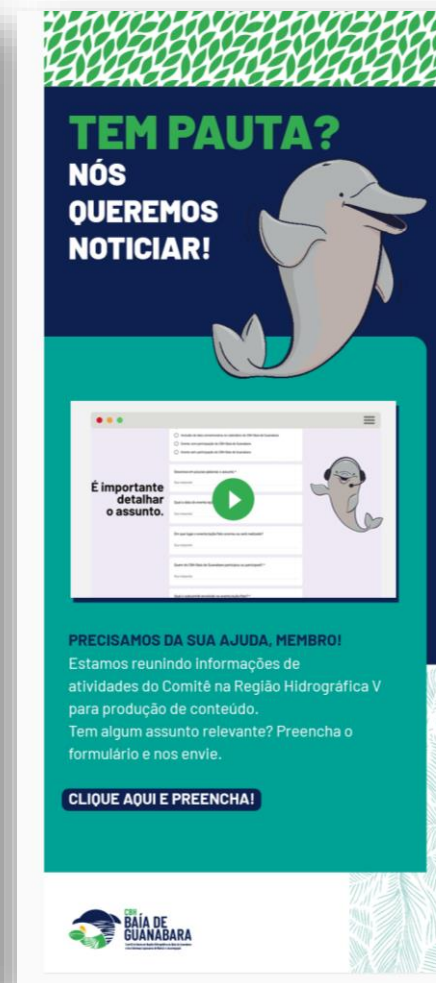
A sua resposta

Links das redes da sua instituição (caso não tenha escreva "não tem") *

A sua resposta

Telefone *

A sua resposta




TEM PAUTA?
NÓS QUEREMOS NOTICIAR!

É importante detalhar o assunto.

PRECISAMOS DA SUA AJUDA, MEMBRO!
Estamos reunindo informações de atividades do Comitê na Região Hidrográfica V para produção de conteúdo. Tem algum assunto relevante? Preencha o formulário e nos envie.

CLIQUE AQUI E PREENCHA!



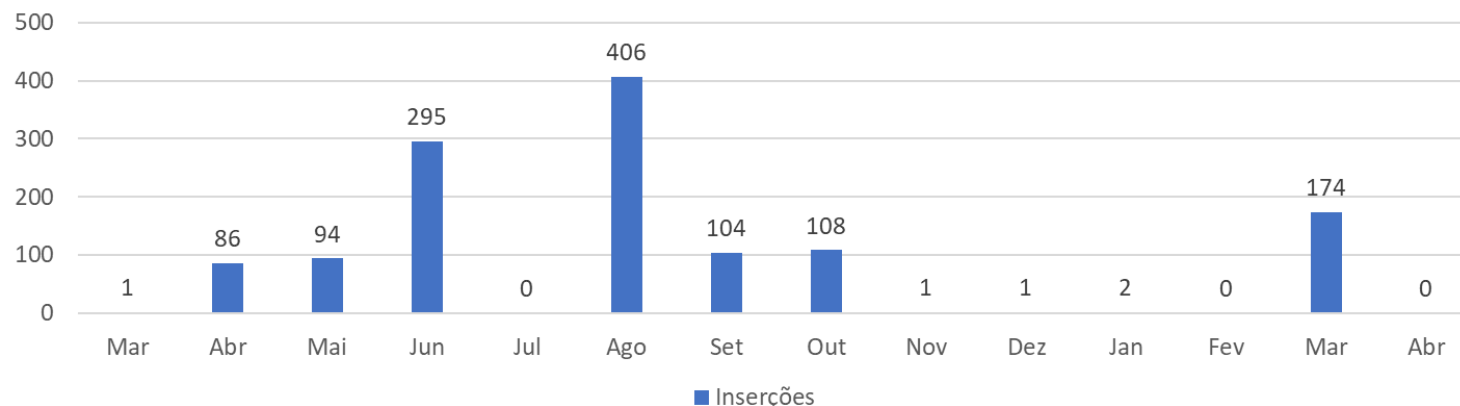


ASSESSORIA DE IMPRENSA | DADOS E PRINCIPAIS RESULTADOS

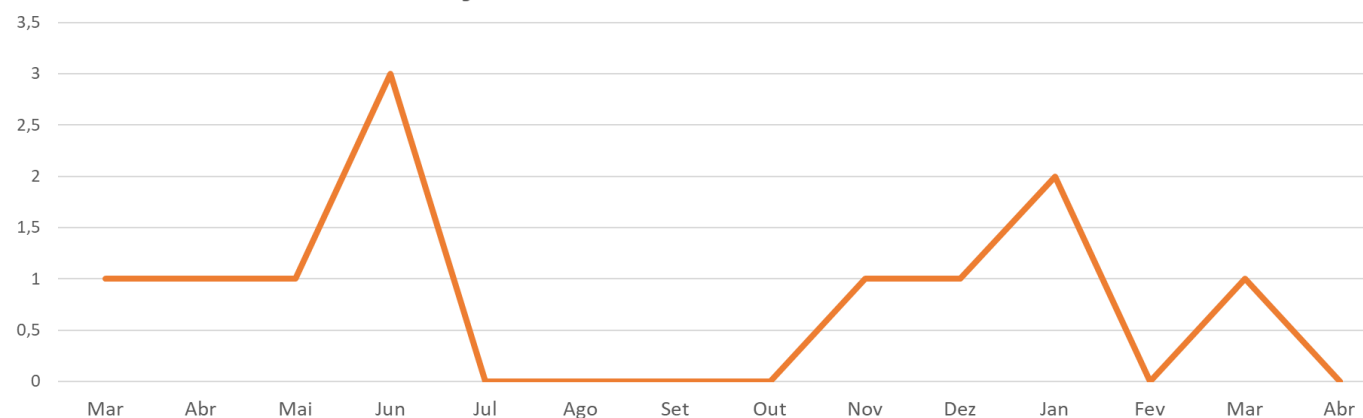
No período, não foram identificados temas relevantes para serem abordados junto à imprensa – seja de pautas próprias ou temas em evidência que pudessem ser aproveitados pela Comunicação.

No próximo período, a partir da ronda com os membros, será feito um esforço da equipe para identificação e produção de materiais para serem trabalhados de forma estratégica junto à imprensa, com foco qualitativo (visando qualidade ao invés de quantidade de inserções).

INSERÇÕES TOTAIS



INSERÇÕES EM VEÍCULOS ESTRATÉGICOS



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WHATSAPP



Criado no dia 11 de agosto, o grupo fechado CBH Baía de Guanabara no WhatsApp conta atualmente com 78 participantes (redução de 2 contatos em relação ao último relatório). Fizemos a inclusão de todos os números de membros que constam em planilha de contatos enviada pela AGEVAP. Para aumentar o interesse dos membros pelo grupo vamos começar a enviar as notícias publicadas no site do Comitê nesta plataforma.

A ferramenta segue rotina definida e aprovada no escopo, com divulgação das ações externas/internas para os membros inscritos.

Como definido no escopo, o grupo fechado "CBH Baía de Guanabara" tem o objetivo de ser um canal de comunicação estruturado do CBH para comunicados sobre atividades públicas e também sobre informações internas.

Não há mensurações de resultado dos posts nesta ferramenta.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

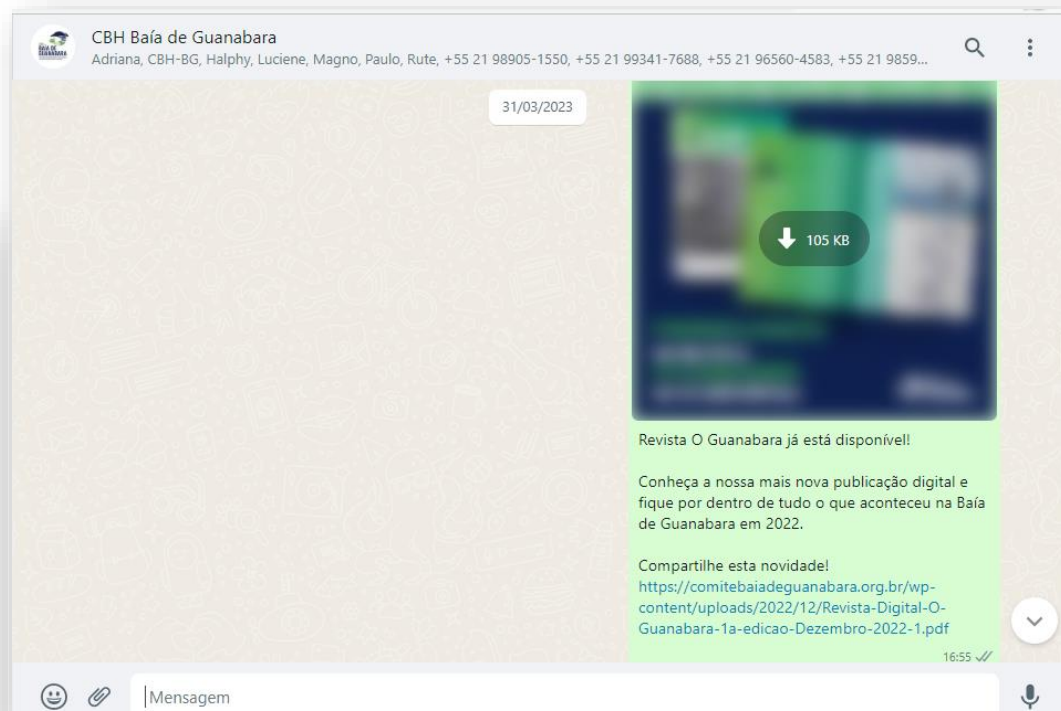
GRUPO FECHADO NO WHATSAPP



31/3



27/3

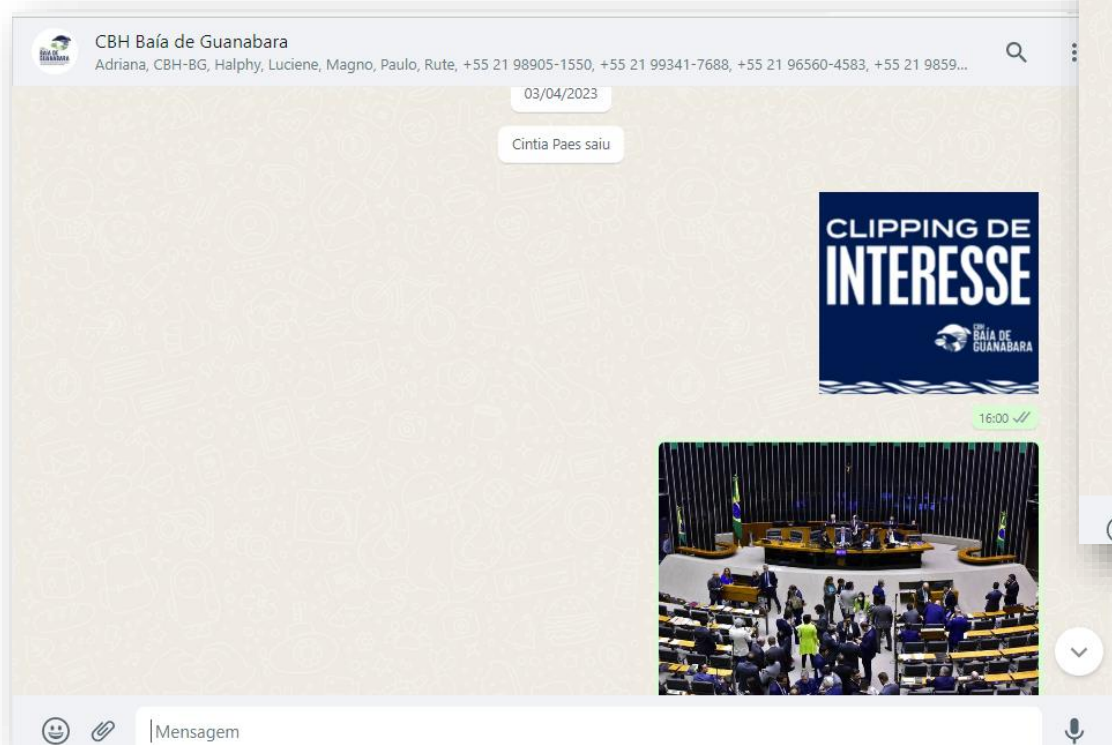


ABRIL/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

GRUPO FECHADO NO WhatsApp



3/4

6/04



ABRIL/2023

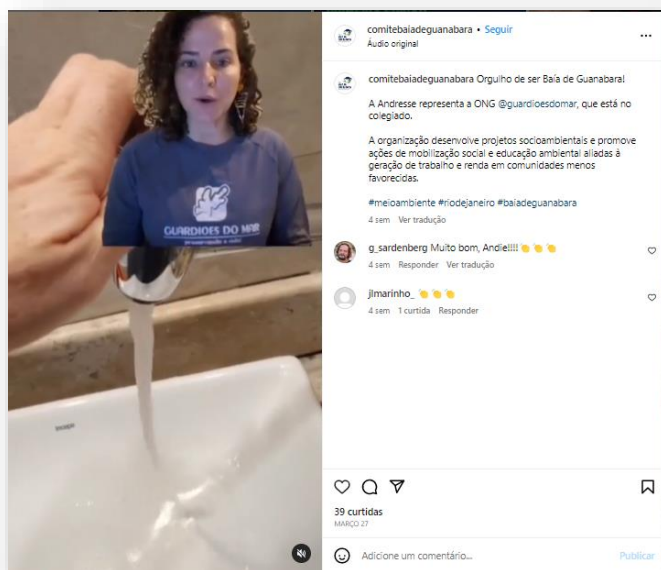


COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

Os dados contidos neste relatório foram retirados no seguinte período: 27/3/2023 a 26/4/2023

CONTEÚDOS DE DESTAQUE NO MÊS

Instagram



420 pessoas alcançadas
42 interações
10% de engajamento

Twitter



1 pessoa alcançada
1 interação
100% de engajamento

LinkedIn



439 pessoas alcançadas
49 interações
11,06% de engajamento

Facebook



7 pessoas alcançadas
1 interação
14,28% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

Instagram



Análise: Neste mês, tivemos uma retração já esperada nos números de alcance e interação dos conteúdos do Comitê, tendo em vista a presença no período anterior de conteúdos de campanha interna com a mobilização de membros e a data comemorativa mais importante para o Comitê, o Dia da Água.

A retração, entretanto, não afetou nosso crescimento de seguidores, que se manteve na média, com cerca de 1,77% ao mês.

Uma métrica que merece destaque é o nosso engajamento que voltou a crescer – batemos 32,23%, número considerado excelente pela plataforma. O resultado demonstra que estamos produzindo conteúdo que conversa com os interesses dos usuários do perfil.

O movimento e os bons índices nesta rede colocam em evidência a importância do trabalho de comunicação integrada que vem sendo feito com o apoio dos novos membros e diretoria, que subsidiam a equipe de comunicação com informações sobre as atividades do Comitê e sobre as pautas relevantes do segmento.

Para o próximo período, vamos produzir mais conteúdos colaborativos com instituições parceiras do comitê com o intuito de aumentar a visibilidade do perfil e conseqüentemente obter uma melhora nas métricas visando a obtenção de público qualificado.

ABRIL/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram

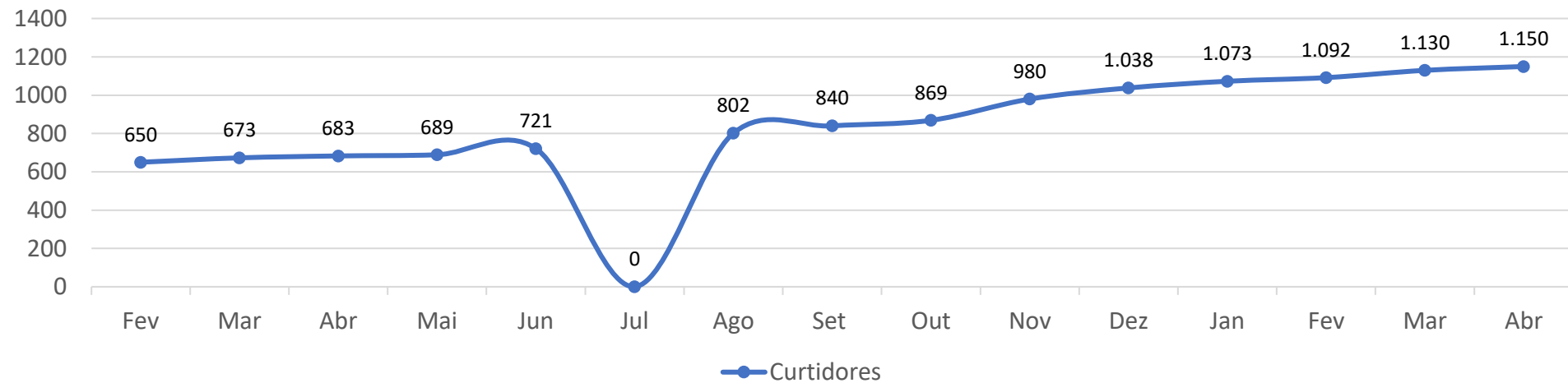


14
posts

20
stories



1.150 seguidores



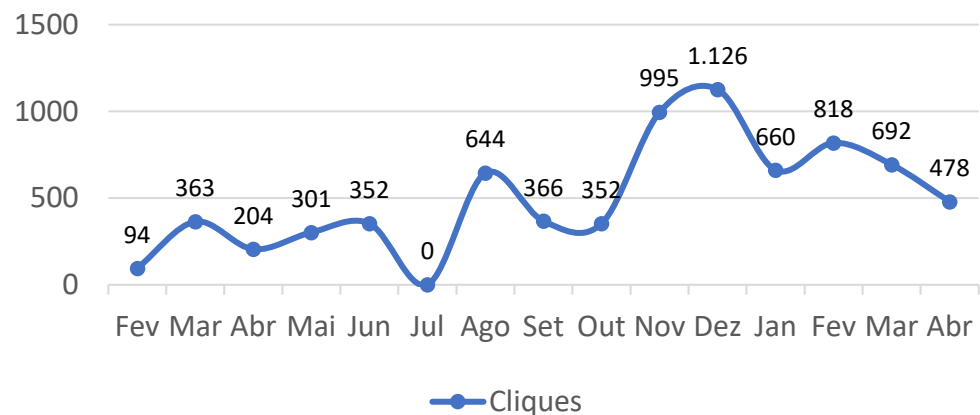
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



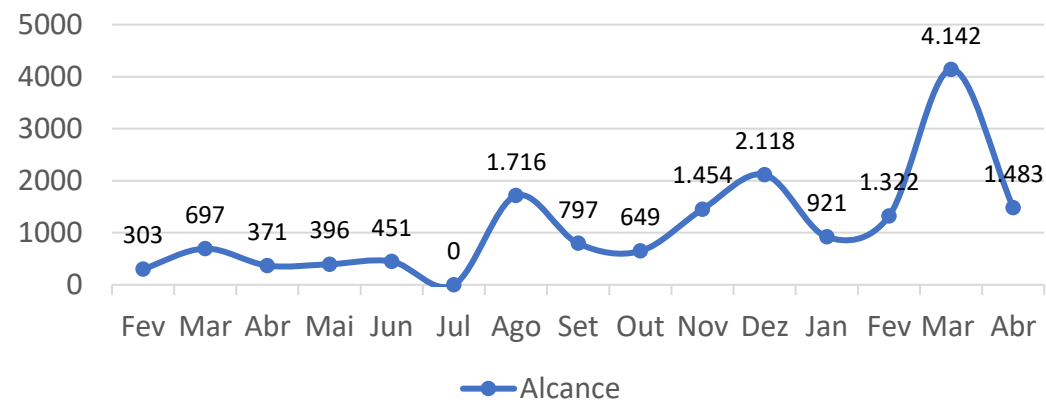
14
posts

20
stories

478 interações



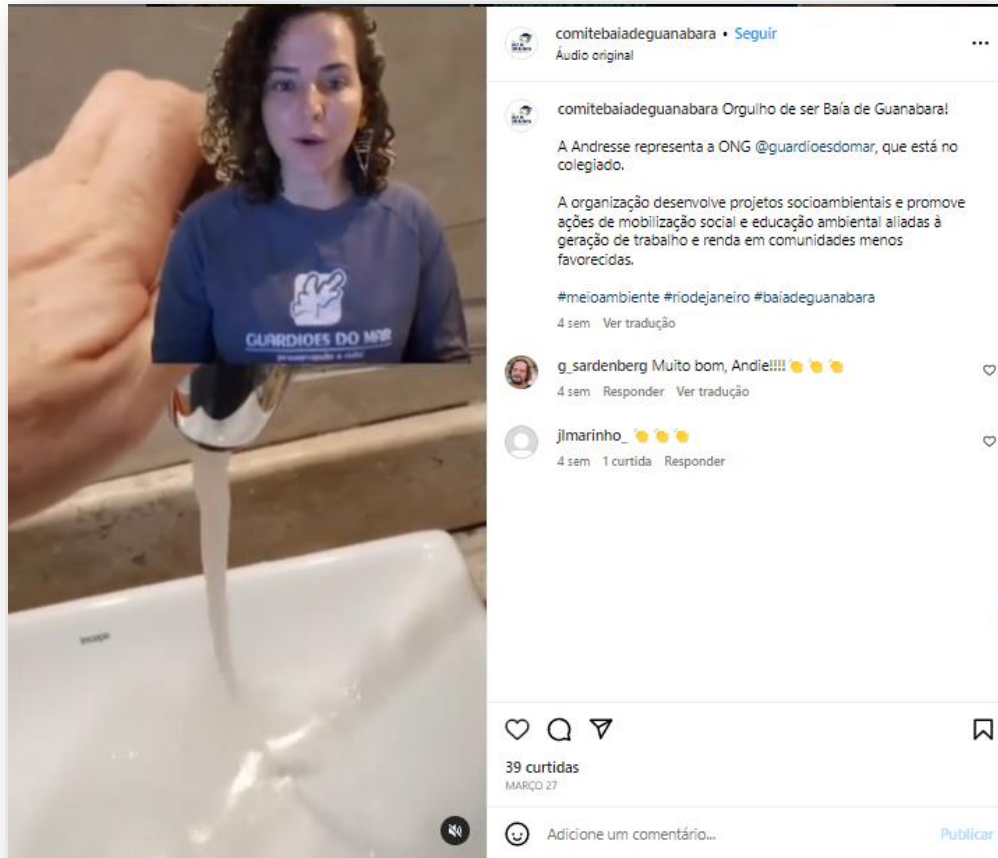
1.483 pessoas alcançadas



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



420 pessoas alcançadas

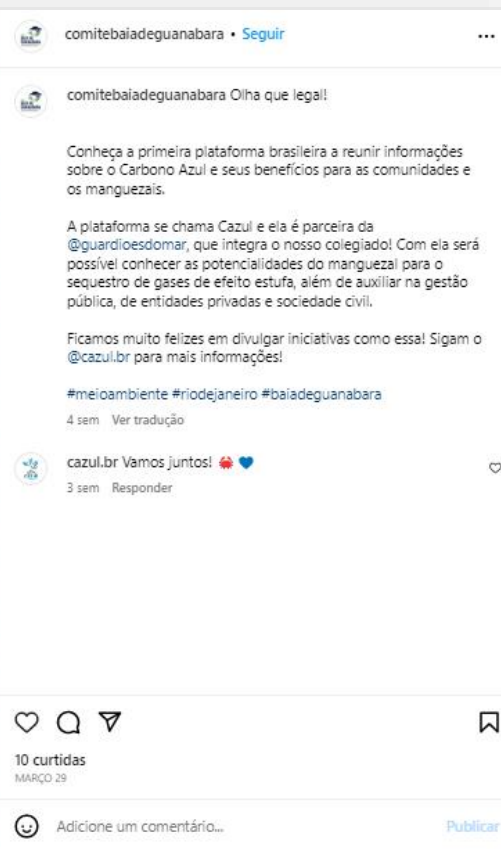
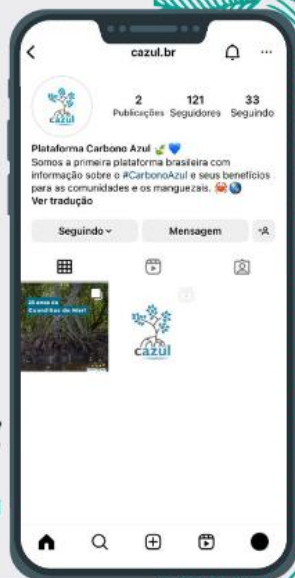
42 interações

10% de engajamento



PRIMEIRA PLATAFORMA BRASILEIRA

que reúne informações
sobre Carbono Azul e seus
benefícios para as
comunidades e os manguezais



127 pessoas alcançadas

12 interações

9,44% de engajamento



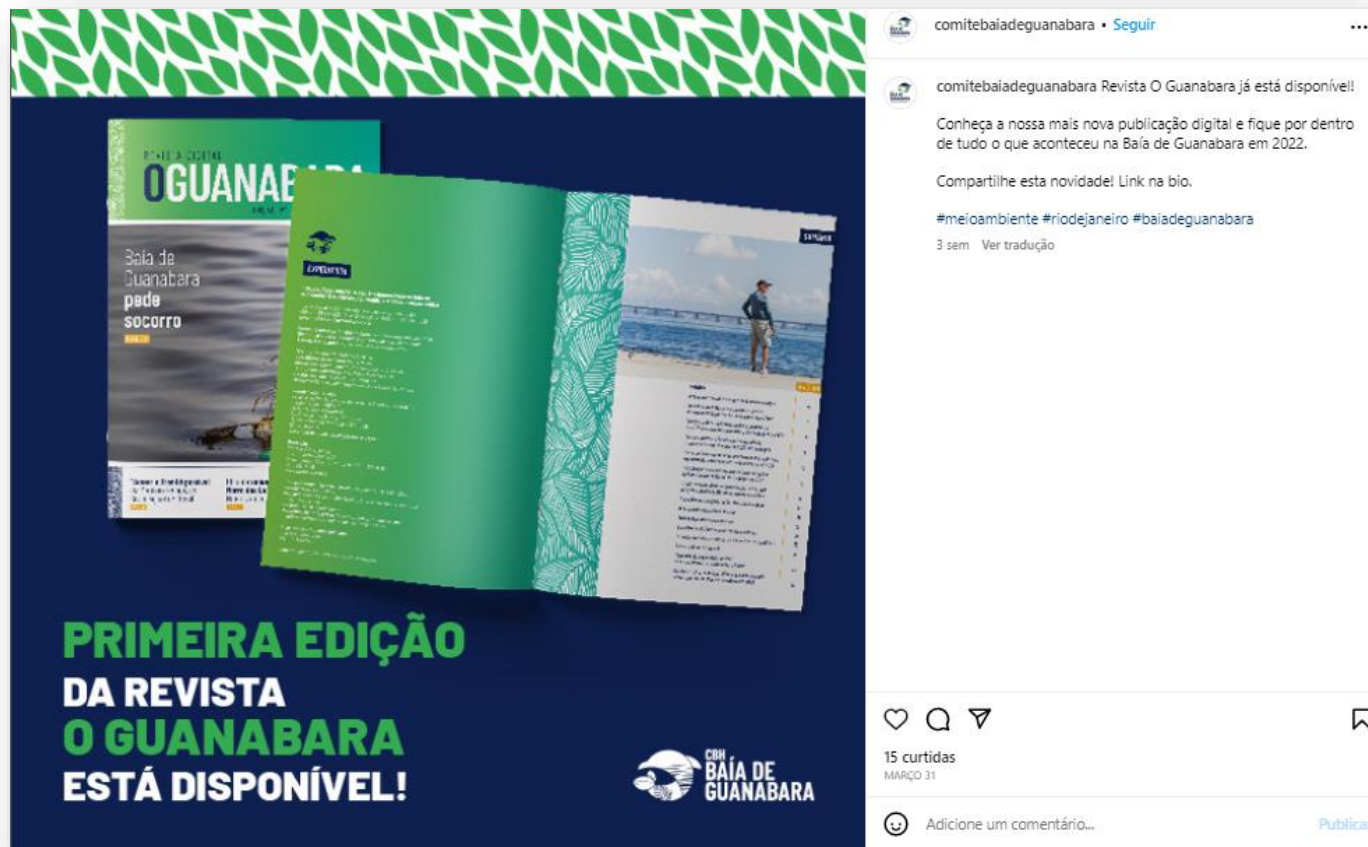
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



250 pessoas alcançadas
31 interações
12,4% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



The image shows an Instagram post from the account 'comitebaiadeguanabara'. The post features a graphic on the left with the magazine cover and the text 'PRIMEIRA EDIÇÃO DA REVISTA O GUANABARA ESTÁ DISPONÍVEL!' and the logo for 'COM BAIA DE GUANABARA'. The main content of the post is a text announcement in Portuguese, stating that the magazine is available and providing details about its content and where to find it. The post has 15 likes and was posted on March 31st.

comitebaiadeguanabara • Seguir

comitebaiadeguanabara Revista O Guanabara já está disponível!

Conheça a nossa mais nova publicação digital e fique por dentro de tudo o que aconteceu na Baía de Guanabara em 2022.

Compartilhe esta novidade! Link na bio.

#meioambiente #riodejaneiro #baiadeguanabara

3 sem Ver tradução

15 curtidas
MARÇO 31

Adicione um comentário... Publicar

202 pessoas alcançadas
19 interações
9,40% de engajamento



NITERÓI É A 4ª MELHOR CIDADE do Brasil em saneamento

comitebaia deguanabara • Seguir

comitebaia deguanabara Boas notícias para a região!

Niterói foi a 4ª colocada no ranking de saneamento do Instituto Trata Brasil e a segunda do país com maior evolução de 2022 para 2023.

O município avançou 19 posições no ranking.

Estamos muito felizes com o resultado. Recentemente, o CBH Baía de Guanabara finalizou as obras de saneamento da Comunidade do Cabrito, localizada na cidade. Com a conclusão, 315 moradores agora contam com serviços de saneamento e drenagem pluvial.

Compartilhe esta notícia!

#meioambiente #riodejaneiro #baia deguanabara #saneamento

3 sem Ver tradução

dimcarvalho Por quê tem foto do Gradim em matéria sobre Niterói? 🤔

3 sem 1 curtida Responder Ver tradução

dearaujok Vamos combinar que em termos de Brasil não é grande coisa né! 🙄🙄🙄

3 sem 1 curtida Responder Ver tradução

bruno_cardoso.f Esclarecendo que estes dados são somente das 100 maiores cidades do país. Outro fato relevante é q a companhia de água e esgoto da cidade a muitos anos, é uma

23 curtidas

ABRIL 3

Adicione um comentário... Publicar

265 pessoas alcançadas

36 interações

13,58% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



249 pessoas alcançadas

31 interações

12,44% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



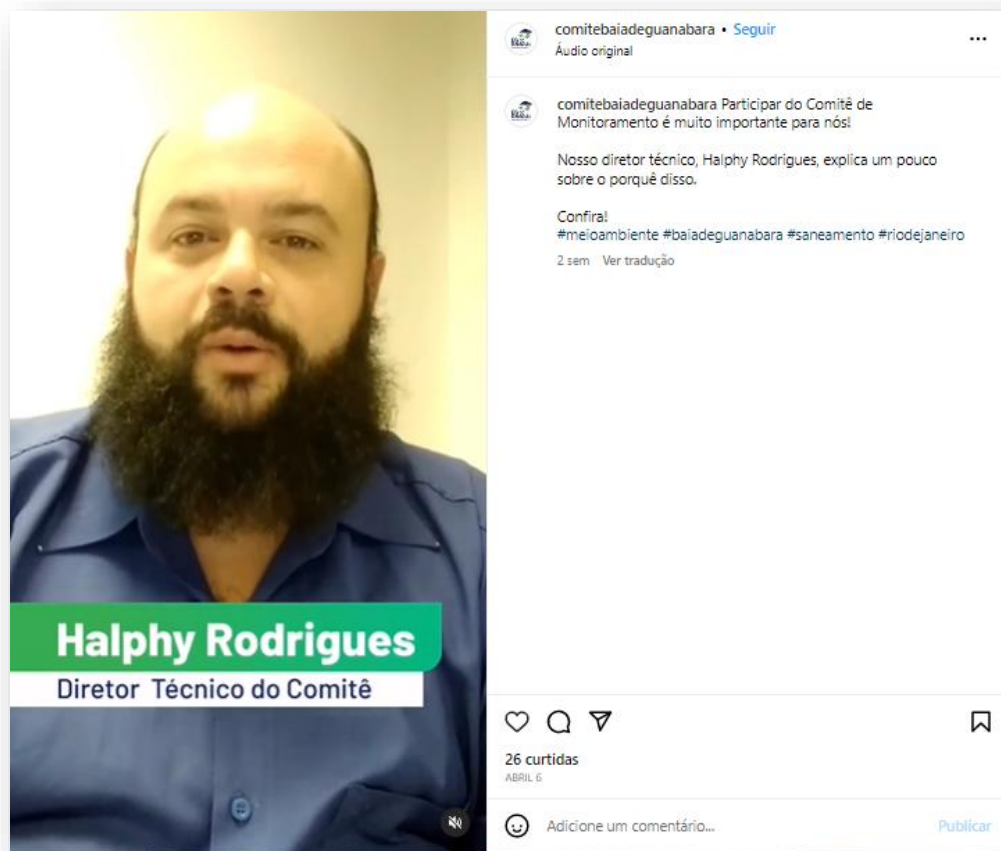
166 pessoas alcançadas

28 interações

16,86% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



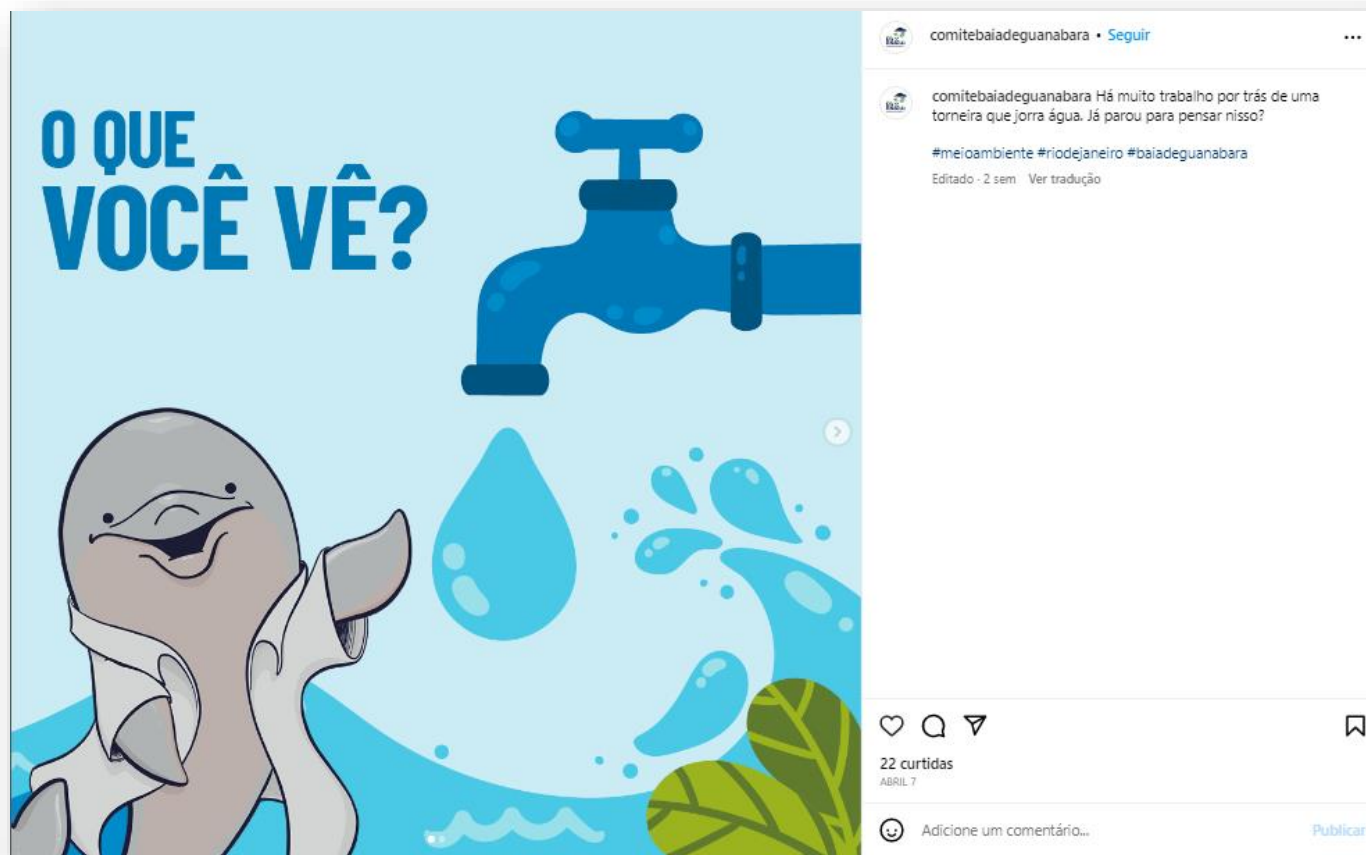
181 pessoas alcançadas

27 interações

14,91% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



181 pessoas alcançadas

23 interações

12,70% de engajamento



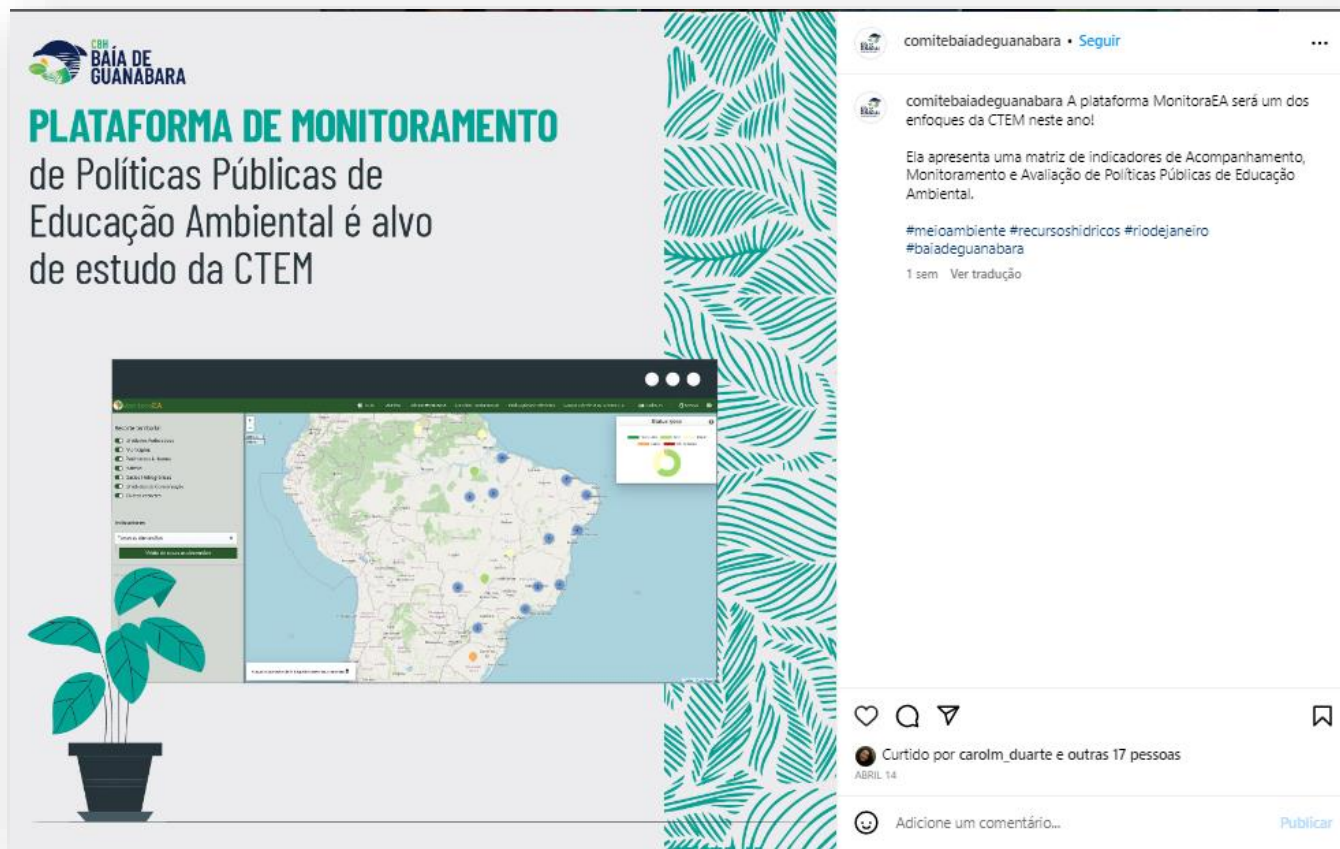
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



126 pessoas alcançadas
10 interações
7,93% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



180 pessoas alcançadas

19 interações

10,55% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



305 pessoas alcançadas

46 interações

15,08% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram

Membro do Comitê Baía de Guanabara é eleito **PRESIDENTE INTERINO** do Comitê de Monitoramento das concessionárias de água do Rio de Janeiro



comitebaiaideguanabara • Seguir

Vamos acompanhar de perto os trabalhos das novas concessionárias de água do Rio de Janeiro!

Licínio Rogério, representante da Federação das Associações de Moradores do Rio de Janeiro (FAM-Rio) é membro do nosso colegiado, é quem está conduzindo os trabalhos de acompanhamento da nova concessão de saneamento básico do estado do Rio de Janeiro.

Ele foi eleito presidente interino dos 4 Comitês de Monitoramento.

Parabéns, Licínio! Estamos juntos nessa!

1 sem · Ver tradução

lucpr13 Parabéns ❤️
1 sem · Responder · Ver tradução

mariateresadejesusgouveia Parabéns Licínio!
1 sem · 2 curtidas · Responder · Ver tradução

valdemirodealmeidapinto Parabéns FILHÃO! Sucesso nessa missão!
1 sem · 1 curtida · Responder · Ver tradução

22 curtidas
ABRIL 19

Adicione um comentário... [Publicar](#)

215 pessoas alcançadas

28 interações

13,02% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



91 pessoas alcançadas

17 interações

16,75% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



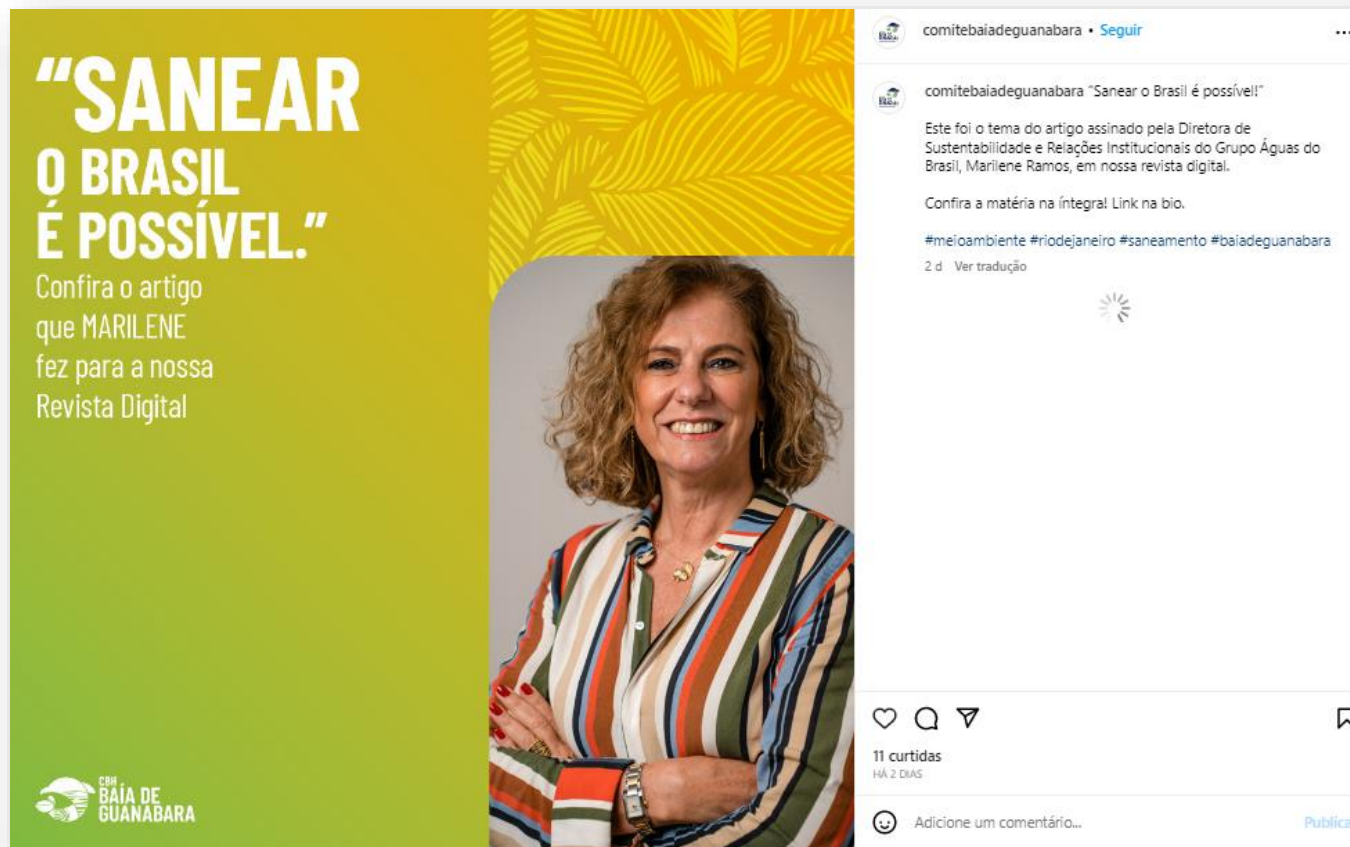
158 pessoas alcançadas

19 interações

12,02% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



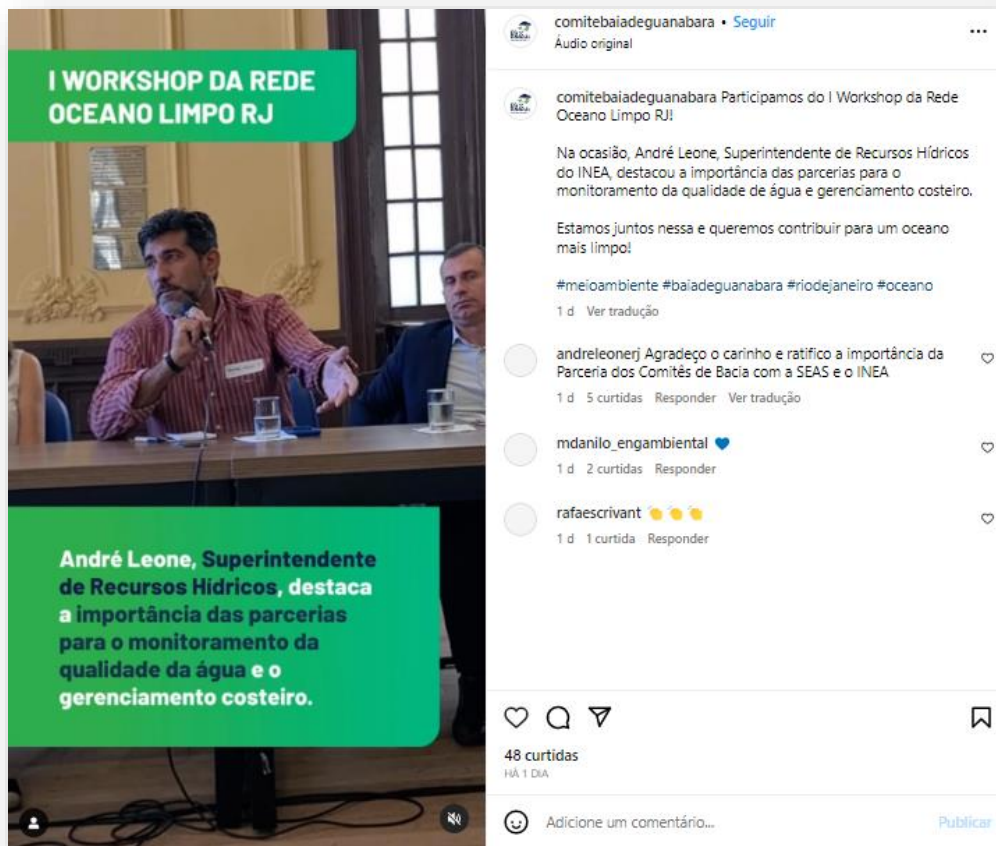
161 pessoas alcançadas

11 interações

6,83% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Instagram



759 pessoas alcançadas

58 interações

7,64% de engajamento



Twitter



Análise: O Twitter, após a definição de metas para as redes sociais, teve a métrica de objetivo relacionada diretamente com o número de impressões do perfil do Comitê na rede.

Neste mês, registramos o melhor índice de visitas no twitter do Comitê desde a criação do perfil – 4150 pessoas visitaram nossa conta e isso demonstra que estamos chegando em uma fase de mais visibilidade dentro da plataforma.

Para o próximo mês, continuaremos a ação de retweetar instituições da área com o intuito de gerar uma movimentação maior na página e ganhar ainda mais visibilidade e relevância dentro da área de recursos hídricos.



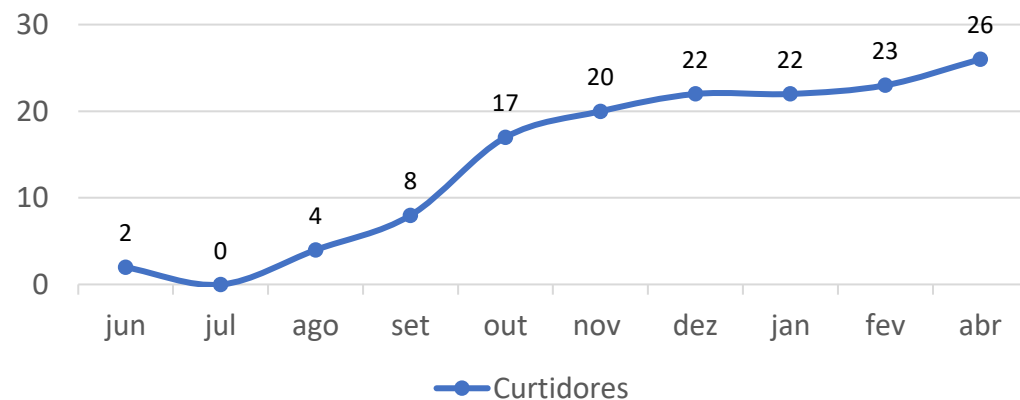
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Twitter



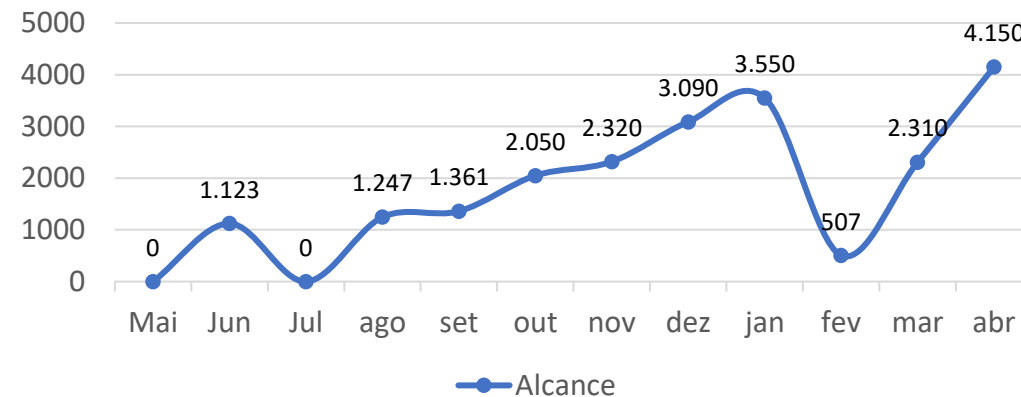
17
tweets



26 seguidores



4.150 impressões



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Twitter

Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 29 de mar ...
Olha que legal!

Conheça a primeira plataforma brasileira a reunir informações sobre o Carbono Azul e seus benefícios para as comunidades e os manguezais.

A plataforma se chama Cazul e é parceira da @guardioesdomar, que integra o nosso colegiado!

instagram.com/cazul.br/

PRIMEIRA PLATAFORMA BRASILEIRA
que reúne informações sobre Carbono Azul e seus benefícios para as comunidades e os manguezais



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 31 de mar ...
Revista O Guanabara já está disponível!

Conheça a nossa mais nova publicação digital e fique por dentro de tudo o que aconteceu na Baía de Guanabara em 2022.

Compartilhe esta novidade!

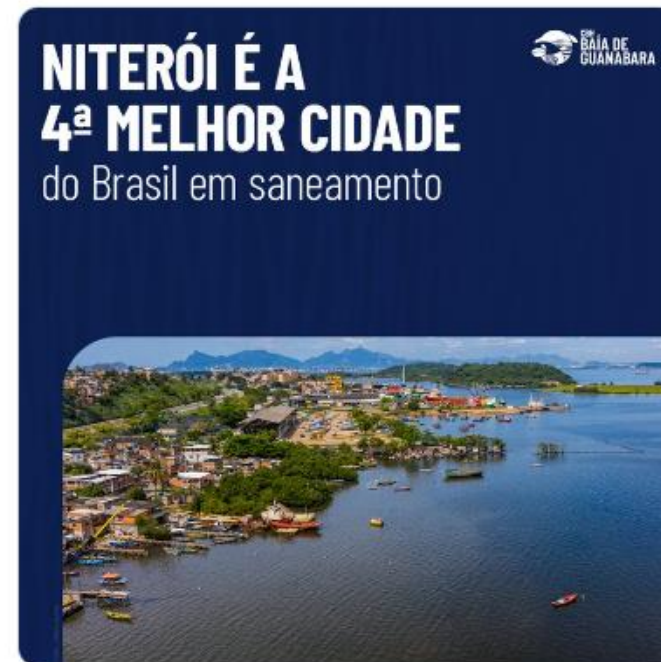
comitebaiadeguanabara.org.br/wp-content/up



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 3 de abr ...
Boas notícias para a região!

Niterói foi a 4ª colocada no ranking de saneamento do Instituto Trata Brasil e a segunda do país com maior evolução de 2022 para 2023.

O município avançou 19 posições no ranking.



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 30 de mar ...
Participamos, no dia de ontem, do 19º Fórum de Meio Ambiente!

O tema da vez foi a despoluição do Sistema Lagunar da Zona Oeste. O Comitê foi representado pela coordenadora do Subcomitê do Sistema Lagunar de Jacarepaguá, Tamara Grisolia Fernandes.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Twitter

Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 6 de abr
Participamos da Reunião para o Monitoramento das Concessionárias de Água do Rio de Janeiro! Este é um marco histórico e que pode ser um divisor de águas para a gestão hídrica fluminense. Nós estamos comprometidos em acompanhar, monitorar e fiscalizar o trabalho desenvolvido.



Marcos
Coordenador da Educação Ambiental

2:05 8 visualizações

Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 6 de abr
Participar do Comitê de Monitoramento é muito importante para nós!

Nosso diretor técnico, Halphy Rodrigues, explica um pouco sobre o porquê disso.

Confira!
[#meioambiente](#) [#baiadeguanabara](#) [#saneamento](#) [#riodejaneiro](#)



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 6 de abr
A Câmara Técnica de Mobilização e Educação Ambiental (CTEM) vem avançando quando o assunto é a estruturação do Macroprograma de Educação Ambiental do Comitê.

Arraste para o lado e confira o que o grupo vem debatendo!

[#meioambiente](#) [#riodejaneiro](#) [#baiadeguanabara](#)



GIRO PELA BAÍA
CTEM resgata ações de outras gestões visando ao fortalecimento da Educação Ambiental. Arraste para o lado.

- **PROPOSTA DE CRIAÇÃO** de um Observatório da Educação Ambiental da Região Hidrográfica V do Estado do Rio de Janeiro, com foco em Recursos Hídricos;
- **PROPOSTA DE ELABORAÇÃO** de Diretrizes de Educação Ambiental, Capacitação e Mobilização do Comitê, que serão base para a elaboração do Plano de Educação Ambiental e apoio à Projetos;
- **PROPOSTA DE LINHAS DE AÇÃO** para o Plano de Aplicação Plurianual;
- **AÇÕES FORMATIVAS** para os integrantes do Comitê, incluindo debates e discussões acerca do conceito de Governança e partir do Protocolo do Observatório de Governança das Águas.

Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 7 de abr
Há muito trabalho por detrás de uma torneira que jorra água. Já parou para pensar nisso?

[#meioambiente](#) [#riodejaneiro](#) [#baiadeguanabara](#)

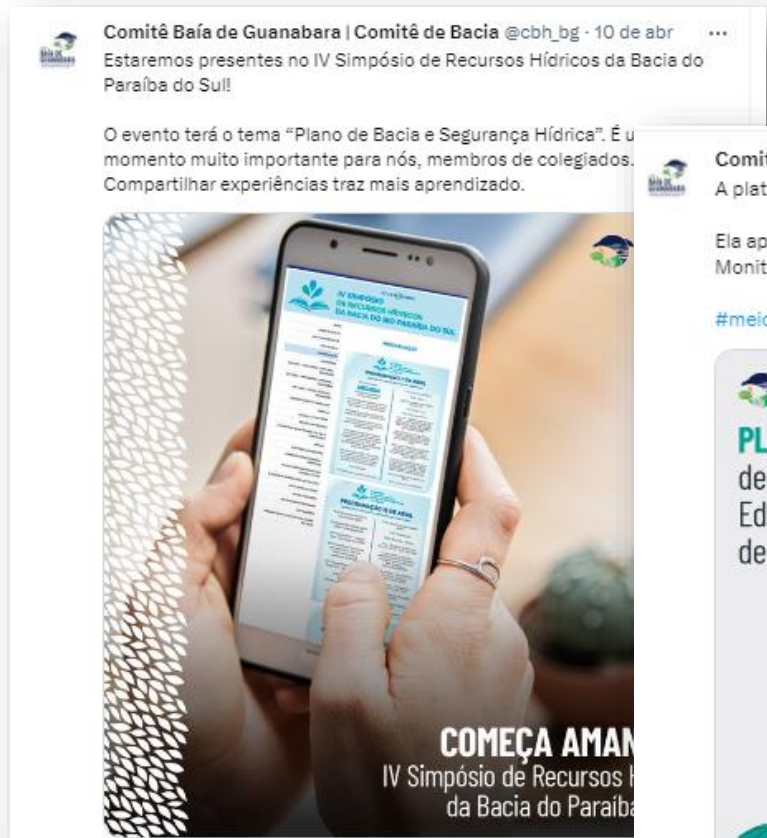


O QUE VOCÊ VÊ?

O QUE TEM POR TRÁS:

- Captação
- Estação de Tratamento
- Pontos de Monitoramento quali-quantitativo

COMUNICAÇÃO DIGITAL | Twitter



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Retweets

Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 19 de abr ...

Vamos acompanhar de perto os trabalhos das novas concessionárias de água

Licínio Rogério, representante da FAM-Rio e membro do nosso colegiado, é quem está conduzindo os trabalhos de acompanhamento da nova concessão de saneamento básico do estado do Rio de Janeiro.

Membro do Comitê Baía de Guanabara é eleito **PRESIDENTE INTERINO** do Comitê de Monitoramento das concessionárias de água do Rio de Janeiro



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 20 de abr ...

#tbt da nossa participação no IV Simpósio de Recursos Hídricos da Bacia do Rio Paraíba do Sul!

O evento aconteceu na semana passada, em Campos dos Goytacazes, e reuniu representantes dos comitês fluminenses e especialistas na área.



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 22 de abr ...

No Dia da Terra, nós, do Comitê Baía de Guanabara, queremos reforçar nosso compromisso com o planeta.

Em 2023, investiremos R\$ 11 milhões em ações e projetos para melhoria da quantidade e da qualidade da água disponíveis na bacia.

EM 2023



Comitê Baía de Guanabara | Comitê de Bacia @cbh_bg - 25 de abr ...

"Sanear o Brasil é possível!"

Este foi o tema do artigo assinado pela Diretora de Sustentabilidade e Relações Institucionais do Grupo Águas do Brasil, Marilene Ramos, em nossa revista digital.

Confira a matéria na íntegra! comitebaia.deguanabara.org.br/sanear-o-brasil...

"SANEAR O BRASIL É POSSÍVEL."

Confira o artigo que MARILENE fez para a nossa Revista Digital



LinkedIn



Análise: Neste período, registramos o maior alcance e o maior número de interações do LinkedIn do Comitê desde criação do perfil – tivemos 1.263 pessoas alcançadas e 113 interações. Além disso, chegamos aos 100 seguidores.

O resultado é fruto de uma construção de conteúdo mais autoral do Comitê, em que, além de abordarmos as atividades, falamos também de investimentos na área.

O post destaque foi o do anúncio da boa colocação de um dos municípios da nossa região hidrográfica no ranking de saneamento. O resultado é fruto de investimentos do Comitê na cidade.

Com a divulgação de formulários para a obtenção de pautas, vamos iniciar no próximo período a publicação de links de matérias próprias do Comitê e esperamos assim aumentar o tráfego para o site e também continuar o crescimento do perfil nesta rede.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



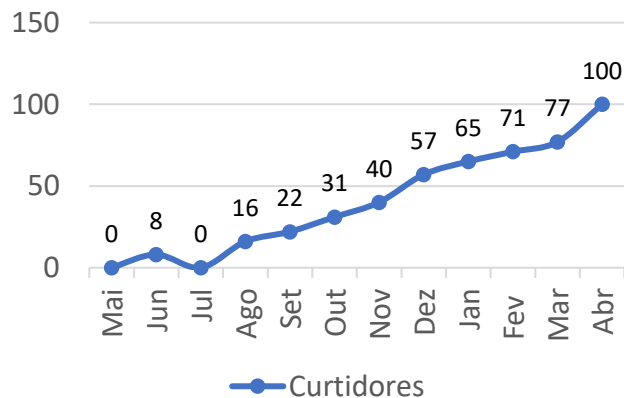
11
posts



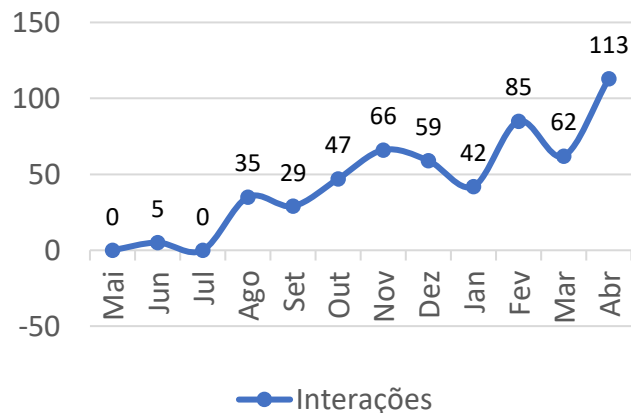
8,94%
engajamento



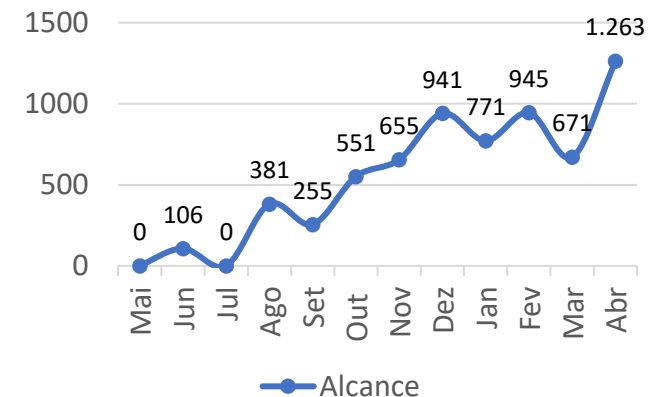
100 seguidores



113 interações



1.263 pessoas alcançadas



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



65 pessoas alcançadas

10 interações

15,38% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



75 pessoas alcançadas

3 interações

4% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



58 pessoas alcançadas

8 interações

13,79% de engajamento

ABRIL/2023



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



439 pessoas alcançadas

49 interações

11,16% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



142 pessoas alcançadas

29 interações

20,42% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



84 pessoas alcançadas

10 interações

11,9% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



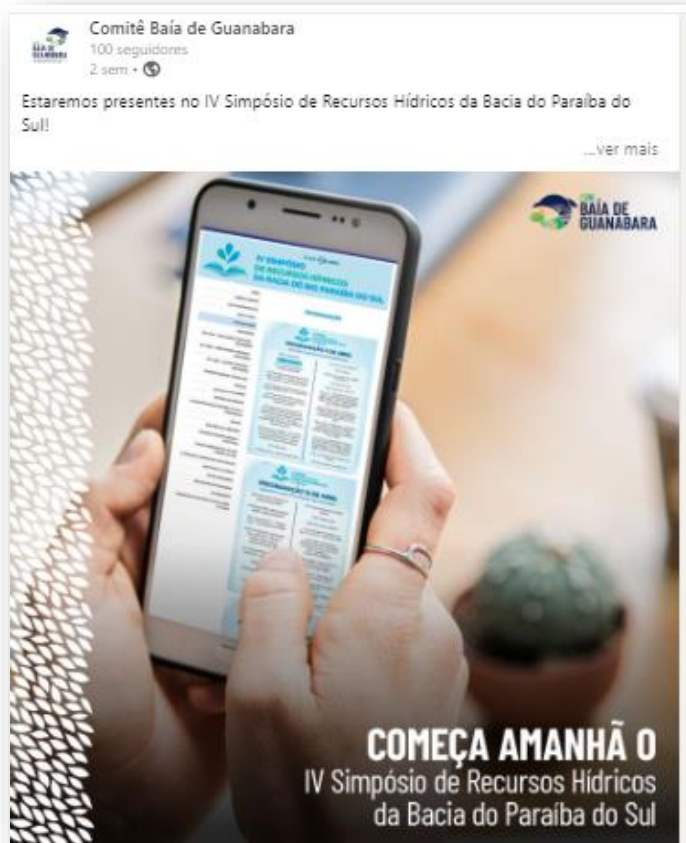
103 pessoas alcançadas

7 interações

6,8% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



64 pessoas alcançadas

2 interações

3,3% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



143 pessoas alcançadas

18 interações

12,59% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



43 pessoas alcançadas

5 interações

11,63% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



59 pessoas alcançadas

9 interações

15,25% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | LinkedIn



46 pessoas alcançadas

2 interações

4,35% de engajamento



Facebook



Análise: Seguimos com um aumento no alcance em relação ao último mês, mas com queda nas interações.

Esses números são esperados tendo em vista a baixa performance da própria rede, que tem registrado um aumento na migração de usuários. Em relação ao engajamento, serão priorizadas estratégias com foco no aumento dos números – caso não haja melhoria nos resultados, será preciso rever a meta e coloca-la compatível com o desempenho da própria rede, que está em declínio. Para tanto, vamos trabalhar a publicação de links de matérias próprias do Comitê e divulgar no grupo de WhatsApp para tentar aumentar os números da página no Facebook.

É importante ressaltar que já foram realizadas ações para melhoria dos resultados no Facebook, como divulgação da página em grupos de discussão relacionados a meio ambiente e recursos hídricos, mas não houve alteração significativa nos dados.



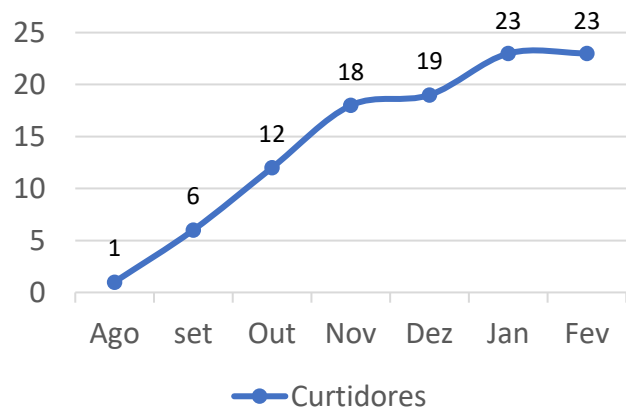
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



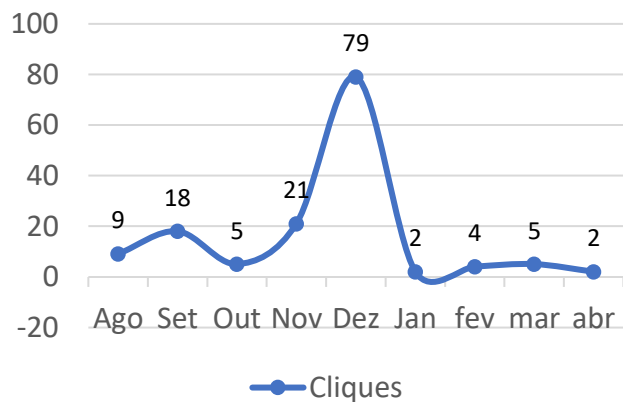
12
posts



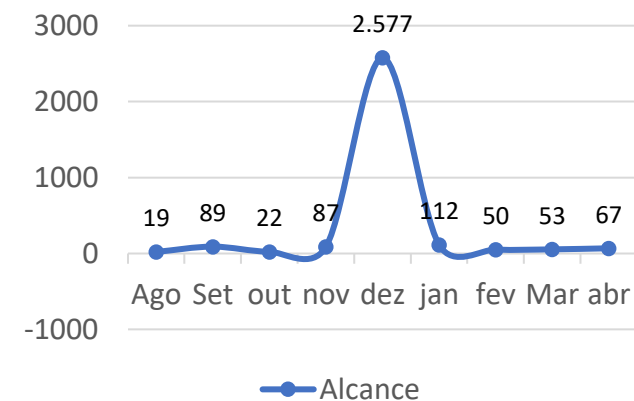
23 seguidores



2 interações



67 pessoas alcançadas



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



7 pessoas alcançadas

1 interação

14,28% de engajamento



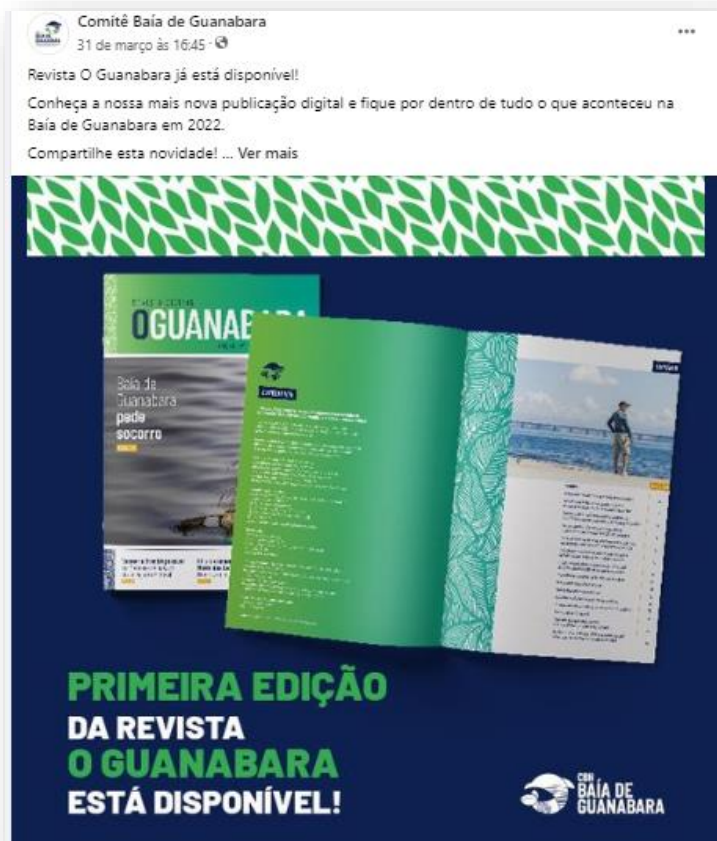
COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



8 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



7 pessoas alcançadas

1 interações

14,28% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



7 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



4 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook

Comitê Baía de Guanabara
6 de abril às 16:10 · 🌐

A Câmara Técnica de Mobilização e Educação Ambiental (CTEM) vem avançando quando o assunto é a estruturação do Macroprograma de Educação Ambiental do Comitê.

Nesse sentido, a CTEM vem resgatando ações de gestões anteriores e atualizando decisões. Arraste para o lado e confira o que o grupo vem debatendo!

#meioambiente #riodejaneiro #baiaideguanabara

GIRAR PELA BAÍA
CTEM resgata ações de outras gestões visando ao fortalecimento da Educação Ambiental
Arraste para o lado

- **PROPOSTA DE CRIAÇÃO** de um Observatório de Educação Ambiental da Região Hidrográfica Y do Estado do Rio de Janeiro, com foco em Recursos Hídricos;
- **PROPOSTA DE ELABORAÇÃO** de Diretrizes de Educação Ambiental, Capacitação e Mobilização do Comitê, que serão base para a elaboração do Plano de Educação Ambiental e apoio a Projetos;
- **PROPOSTA DE LINHAS DE AÇÃO** para o Plano de Aplicação Plurianual;
- **AÇÕES FORMATIVAS** para os integrantes do Comitê, incluindo aportes às discussões acerca do conceito de Governança a partir do Protocolo do Observatório de Governança das Águas.

Comitê Baía de Guanabara

6 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



5 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



8 pessoas alcançadas
0 interação
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



2 pessoas alcançadas

0 interações

0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



5 pessoas alcançadas
0 interações
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



3 pessoas alcançadas

0 interações

0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



4 pessoas alcançadas
0 interações
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



4 pessoas alcançadas
0 interações
0% de engajamento



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Facebook



2 pessoas alcançadas
0 interações
0% de engajamento



YouTube



Análise: O canal do Comitê Baía de Guanabara no YouTube, conforme estabelecido no planejamento, funcionará como uma biblioteca de vídeos e também como uma plataforma para transmissão de seminários e eventos online do comitê.

Neste mês, não tivemos nenhum evento transmitido pela plataforma e isso fez com que as visualizações diminuíssem. Um vídeo sobre o formulário de pautas foi inserido.

Para mantermos a média de visualização, no próximo período vamos pensar em conteúdos que envolvam os membros para produzir mais shorts vídeos com a temática do comitê como foco.

Vale ressaltar que a ausência da produção de conteúdo diretos abertos (transmissões ao vivo) nesta rede social impacta diretamente nas visualizações do canal. Por isso reforçamos que é interessante para os próximos meses pensarmos em conteúdos que atraiam público qualificado para o canal do Comitê.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | YouTube



142 inscritos
0 novos inscritos



38 vídeos
86 visualizações



1,7
Horas de
visualização

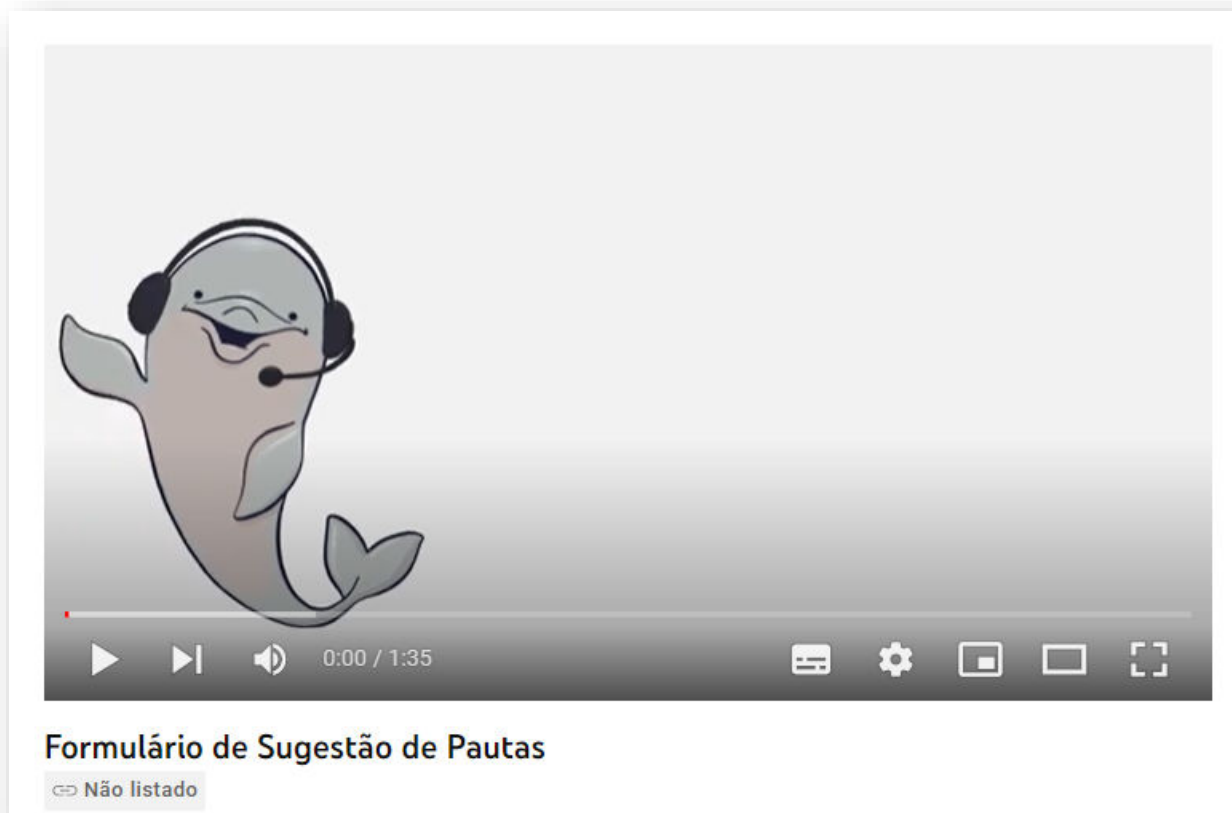
O seu principal conteúdo neste período

Conteúdo	Tempo médio de visualização	Visualizações
 <p>1 Formulário de Sugestão de Pautas</p>	0:31 (33,0%)	18
 <p>2 Dia Mundial da Água 28/03/2023</p>	0:24 (40,5%)	15
 <p>3 A importância da comunicação no CBH Baía de Guanabara 09/02/2023</p>	0:36 (0,8%)	11





Formulário de Sugestão de Pautas



22 visualizações

0 curtida



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

ACOMPANHAMENTO DE MÉTRICAS E METAS

	Engajamento Feed Instagram	Alcance Instagram	Alcance LinkedIn	Engajamento LinkedIn	Nº de impressões Twitter	Visualizações YouTube	Engajamento Facebook	Alcance Facebook
Meta	30%/mês	750/mês	300/mês	9%/mês	1.200/mês	100/mês	15%/mês	30/mês
Mês 4	78,04%	451	106	9,43%	1.123	47	-	-
Mês 5	-	-	-	-	-	-	-	-
Mês 6	37,52%	1.716	381	9,18%	1.247	185	47,36%	19
Mês 7	45,92%	797	255	11,37%	1.361	201	20,22%	89
Mês 8	54,23%	649	551	8,52%	2.050	208	22,72%	24
Mês 9	68,43%	1.554	655	10,07%	2.380	54	19,54%	87
Mês 10	53,13%	2.118	941	6,26%	3.090	104	3,06%	2.577
Mês 11	71,26%	921	771	5,44%	3.550	241	1,78%	112
Mês 12	61,87%	1.322	945	8,99%	507	229	8%	50
Mês 13	16,70%	4.142	671	9,23%	2.310	224	9,43%	53
Mês 14	32,23%	1.483	1.263	8,94%	4.150	86	3,12%	64



COMUNICAÇÃO DIGITAL | Produto 12

ACOMPANHAMENTO DE MÉTRICAS E METAS

Observações:

- Nos primeiros meses (Mês 1, 2 e 3) não havia atuação nas redes, por isso, não há metas, pois as redes estavam sendo estruturadas.
- Meta: Após 3 meses seguidos de atuação e considerando o comportamento do público, as metas foram estipuladas conforme atualizado na tabela (linha verde). O foco é visibilidade, portanto, não há metas de seguidores e inscritos, mas sim dos demais KPIs. No entanto, esses indicadores também serão monitorados e buscaremos o crescimento constante até que se forme um público consistente e qualificado nas redes do Comitê.
- Mês 2 | Trabalhos suspensos devido ao período de defeso eleitoral. Com a paralisação das redes no período eleitoral, as metas de todas elas serão definidas após os três primeiros meses de produção continuada no perfil para entendimento e análise do comportamento da audiência.



COMUNICAÇÃO DIGITAL | E-MAIL MARKETING



Campanha Formulário de Pautas



10/4

93 e-mails enviados

66 e-mails abertos

40,9% taxa de abertura

6,5% taxa de cliques



ACOMPANHAMENTO DAS ENTREGAS - FAZER

Produto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Produto 1 - Briefing	OK																								
Produto 2 - Plano de Trabalho	OK	OK																							
Produto 3 - Workshop de Posicionamento Estratégico						X					OK														
Produto 4 - Nova Identidade Visual para o CBH-BG	OK	OK																							
Produto 5 - Novo site						X	OK	OK	OK	OK		OK													
Produto 6.1 - Boletim Informativo				OK		X	OK						OK	•	•			•			•			•	
Produto 6.2 - Boletim Informativo Subcomitês					X	X	OK	•					OK	•		•				•				•	
Produto 7 - Revista Digital													OK					•							
Produto 8 - Relatório Digital sobre o cenário ambiental da bacia											OK							•							
Produto 9 - Relatório Periódico	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Produto 10 - Banco de Imagens																		•							
Produto 11 - Vídeos																		•	•	•	•	•			
Conjunto de serviços de Comunicação Integrada	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	OK	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

ABRIL/2023

Produtos 3, 10 e 11 tiveram cronogramas alterados, conforme demanda do Comitê.



Dúvidas?

Ana Luiza Purri

ana@prefacio.com.br

Isabela Lobo

isabela@prefacio.com.br

Carol Duarte

carol.duarte@prefacio.com.br

Thaís Nascimento

thais@prefacio.com.br