COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO LAGO DE PALMAS

PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O COMITÊ DE BACIA HIDROGRÁFICA DO LAGO DE PALMAS

2018/2019

CBHLP

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO LAGO DE PALMAS

Sumário

1. INTRODUÇÃO 3
2. JUSTIFICATIVA 3
3. OBJETIVO 4
4. AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS 4
4.1 Website 4
4.1.1 Descrição: 4
4.1.1.1 Domínio: 4
4.1.1. 2 Alimentação do site 4
4.1.1.3 Hospedagem: 5
4.1.1.4 Propriedade: 5
4.1.1.5 Objetivo: 5
4.1.1.6 Elaboração: 5
4.1.1.7 Responsabilidade: 5
5. Folder impresso e eletrônico 6
5.1 Descrição: 6
5.2 Objetivo: 6
5.3 Elaboração: 6
5. Banner impresso e eletrônico 7
5.1 Descrição: 7
5.2 Objetivo: 7
5.3 Elaboração: 7
6. Cartazes impresso ..... **Erro! Indicador não definido.**
8. ACOMPANHAMENTO DAS ATIVIDADES 9
9. CRONOGRAMA DAS AÇÕES 9
Folder impresso e eletrônico 9
Banner impresso e eletrônico 9
Cartazes impresso 9

1. INTRODUÇÃO

O presente Plano de Comunicação é um instrumento de trabalho que objetiva o assessoramento nos campos da comunicação das ações do Comitê de Bacia Hidrográfica do Lago de Palmas. Nele estão contidas ações e estratégias de trabalho que servirão de base para dar maior visibilidade aos projetos e atividades do referido Comitê, além de promover o necessário incentivo à participação dos seus membros em todas as suas atividades, e ainda, viabilizar o processo de capacitação interna.

As ações do Plano de Comunicação estão ancoradas em 03 (três) principais pontos: Manutenção e melhoria do site educativo e de divulgação das atividades desenvolvidas pelo comitê contemplando notícias, material gráfico de divulgação interna / externa e material informativo / educativo de apoio a capacitação dos membros.

2. JUSTIFICATIVA

O Plano de Comunicação é uma das mais importantes ferramentas inseridas num planejamento estratégico em qualquer organização e que faz todo o acompanhamento das macro e micro mudanças nos diversos ambientes atingidos por suas ações. É nele que as atualizações inerentes aos fatores externos são absorvidas e surge a busca por desenvolvimento de soluções que visem adequar a realidade do Comitê a sua área de abrangência.

Ele deverá abranger as principais áreas da Comunicação tais como **Jornalismo**, responsável pela assessoria de imprensa, **Publicidade**, responsável principalmente pela assessoria institucional e **Relações Públicas** cuidando da assessoria de comunicação enfatizando o delineamento do público alvo e ações a serem desenvolvidas para o Comitê.

Por este motivo, dentro de um planejamento coerente com tal meta a ser alcançada, um Plano de Comunicação deve, obrigatoriamente, contar com a participação dos membros, da diretoria e principalmente do secretariado.

3. OBJETIVO

O principal objetivo deste Plano de Comunicação é o fortalecimento institucional e aumento da visibilidade do CBHLP junto à opinião pública, fazendo com que seu trabalho seja reconhecido e valorizado. Ele deve ser focado principalmente nos âmbitos de logística de informações e educação, visando assim atingir a comunidade através do Site, folders, banners, cartazes, entre outros, estabelecendo um relacionamento mais estreito com os usuários de água como um todo e atentando a sociedade civil da região para a importância de sua participação nesse contexto, além de fortalecer vínculos com o poder público principalmente na esfera Municipal.

4. AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS

4.1 Website

4.1.1 Descrição:

Manutenção de uma Página na internet, de modo a contemplar os comitês beneficiados pelo projeto e respectivo plano de trabalho.

4.1.1.1 Domínio:

http://www.cbhto.com.br/

4.1.1. 2 Alimentação do site:

A alimentação do site deverá ser realizada por profissional especializado na

área.

4.1.1.3 Hospedagem:

Período de hospedagem do site é de acordo com o estabelecido no termo de parceria, tendo como data de início a data de aprovação deste plano.

4.1.1.4 Propriedade:

O Website foi criado para os quantros comitês sendo que, ao acessar o site tem seu link https://www.cbhto.com.br/comites-do-tocantins/entorno-do-lago/ para cada Comitê da Bacia em questão.

4.1.1.5 Objetivo:

Promover a marca do comitê, facilitando o acesso de todos os públicos em qualquer parte do planeta, permitindo, inclusive a realização de intercâmbios virtuais com entidades afins e órgãos que tenham o mesmo propósito institucional.

4.1.1.6 Elaboração:

Tem o mesmo princípio do Boletim Informativo, com uma dinâmica maior e com mais flexibilidade, dispondo de informações e por ser uma ferramenta atualizável, suas matérias são sempre atuais. O website contém informações sobre o Comitê e sua Região Hidrográfica, folders /Banners / Cartilhas eletrônicas educativas e suas atividades desenvolvidas, ajudando na divulgação de eventos e promovendo o próprio Comitê.

4.1.1.7 Responsabilidade:

O website é uma ferramenta trabalhada exclusivamente por profissionais da área de Tecnologia da Informação, mas as informações são fomentadas pela

área de comunicação da SEMARH e Comitê.

ESPECIFICAÇÃO	MESES	VALOR TOTAL
Criar, desenvolver e manter 1 (um) web site específico, incluindo os serviços de manutenção por 1 (um) ano.	12	R$ 4.200,00

5. Folder impresso e eletrônico

5.1 Descrição:

Publicação institucional e atemporal, para servir como material de divulgação e apoio institucional e de eventos.

5.2 Objetivo:

O principal objetivo de um material gráfico e eletrônico como um folder é a divulgação institucional promovendo e fortalecendo a marca do Comitê. É também conhecido no âmbito da comunicação como ferramenta “coringa”, expressão utilizada por sua diversidade, aplicabilidade e alcance.

5.3 Elaboração:

São levantadas as informações consideradas essenciais e que não sofram frequentes atualizações e publicadas de forma simplificada visando ser compreendida por qualquer público.

Normalmente é elaborado por profissionais de Comunicação, a partir de dados disponibilizados por membros da organização. Sua atratividade é fundamental para que desperte o interesse dos mais variados públicos,

utilizando-se de linguagem coloquial e sintética.

ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR TOTAL	MESES
Criar, diagramar, elaborar layout/arte final, bem como imprimir folder.	1.300	R$ 2.840,00	12

5. Banner impresso e eletrônico

5.1 Descrição:

Publicação institucional permanente, para servir como material de divulgação e apoio institucional e de eventos.

5.2 Objetivo:

O principal objetivo de um material gráfico e eletrônico como um Banner é divulgar institucionalmente uma organização de forma a promover e fortalecer sua marca. É também conhecido no âmbito da comunicação como ferramenta “permanente”, ficando na sede do comitê e eventualmente transportada para eventos.

5.3 Elaboração:

São levantadas as informações consideradas essenciais e que não sofram frequentes atualizações e publicadas de forma simplificada visando ser compreendida por qualquer público.
Normalmente é elaborado por profissionais de Comunicação, a partir de dados disponibilizados por membros da organização. Sua funcionalidade está vinculada ao fortalecimento da logomarca.

ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR TOTAL	MESES
Elaborar e confeccionar Banner (1m x 1,40m)	04	R$ 2.200,00	12

6. Cartazes Impresso

6.1 Descrição:

Publicação institucional educativa, para servir como material de divulgação, apoio institucional e/ou apoiar capacitações.

6.2 Objetivo:

O principal objetivo de um material gráfico como Cartazes é apoio didático/pedagógico para oficinas, de forma a facilitar o educador em suas tarefas. É também conhecido no âmbito da comunicação como ferramenta “didática”, podendo ser distribuída para publico específico a exemplo das escolas.

6.3 Elaboração:

Serão levantadas as informações consideradas essenciais e que não sofram frequentes atualizações e, publicadas de forma simplificada visando ser compreendida por qualquer público. Normalmente é elaborado por profissionais de Comunicação, a partir de dados disponibilizados por membros da organização. Sua funcionalidade está vinculada a educação ambiental.

ESPECIFICAÇÃO	QTD	VALOR TOTAL	MESES
Elaborar e confeccionar Cartazes	200	R$ 2.200,00	12

8. ACOMPANHAMENTO DAS ATIVIDADES

As atividades serão acompanhadas pela Secretaria Estadual de Meio Ambiente e Recursos Hídricos e diretoria do Comitê, devendo haver um entendimento uníssemos na execução deste Plano de Comunicação.

9. CRONOGRAMA DAS AÇÕES

Segue abaixo o cronograma das ações a serem desenvolvidas num período de 12 meses com a descrição de cada atividade / item.

CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES PARA 2018												
MÊS												
ESPECIFICAÇÕES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Manutenções no site	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Folder impresso e eletrônico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Banner impresso e eletrônico	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cartazes impresso	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Palmas/TO, 20 dezembro de 2018.

Davis Miranda de Souza
Secretário do CBHLP