



Consultoria  
Cidade Limpa

# Consórcio Regional de Saneamento Básico Central de Minas - CORESAB

Plano de Comunicação e Engajamento  
Concessão Sustentável Manejo RSU

13 03 2024



## Declaração de Serviço de Revisão

**Declaro que realizei os serviços de revisão do Produto “1.1.2.1. - Plano de Comunicação e Engajamento” em conformidade com a norma culta da língua portuguesa, bem como executando procedimentos relativos à análise, correção, adequação gramatical, remissão de itens, de estilo de textos e de vínculo (arquivo), visando mitigar possível exposição da CONTRATANTE e do ENTE PÚBLICO perante a sociedade.**

**Por ser verdade, firmo e atesto a presente, contendo o ATESTE da Consultoria CIDADE LIMPA, denominado CONTRATADA, pela CONTRATANTE.**

---

**Alda Beatriz Ivo**  
**CPF 692.531.374-87**  
**Especialista em Comunicação**



[illegible]



Consultoria  
Cidade Limpa

# Matriz de Correspondência



## 11.1 Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.1	<p><b>Identificação do público de interesse, realizada em conjunto com o ENTE PÚBLICO, contemplando:</b></p> <p>a) Identificação do público de interesse interno e externo ao ENTE PÚBLICO, contemplando todos os atores e entidades que possam ter influência, gerar resistência ou ser impactados pelo PROJETO, incluindo, mas não se limitando a: órgãos internos da administração direta e indireta do ente, Câmara de Vereadores, órgãos de controle, órgãos de desenvolvimento e controle urbanos, conselhos de preservação do patrimônio histórico-cultural nas três esferas de governo, potenciais interessados e investidores, associação de comerciantes, entidades representativas da comunidade local, conselhos municipais, Governo Federal, organismos multilaterais apoiadores, formadores de opinião, dentre outros;</p> <p>b) Identificação do posicionamento dos atores mapeados em relação ao PROJETO, seus respectivos objetivos e expectativas, existência de interesses conflitantes com os objetivos do PROJETO, bem como matriz de influência e poder de cada um dos públicos de interesse. A metodologia utilizada deverá ser apresentada, contemplando os processos de coleta e análise das informações, além dos processos de monitoramento e controle das informações ao longo de todo ciclo de vida do projeto, levando em consideração cada agrupamento de STAKEHOLDERS;</p> <p>c) Mapeamento da imprensa incluindo jornalistas, sites, blogs, perfis de rede social, influenciadores digitais em relação a apoio ou oposição ao governo local e ao PROJETO;</p> <p>d) lista de STAKEHOLDERS/ público-alvo a serem priorizados nas ações do Plano de Comunicação e de Engajamento com indicação do critério /justificativa da escolha.</p>	<p><b>Itens 4.0, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.7.1, 4.7.1.1., 4.7.1.2., 4.7.1.3. e mais o anexo - produto 1.1.2.1.1.</b></p>

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.2	<p><b>Diagnóstico, contendo no mínimo:</b></p> <p>Realização de <i>benchmarking</i> de comunicação e engajamento que tenham relação com o tema do PROJETO, além de experiências que poderão agregar no desenvolvimento das ações de comunicação e engajamento;</p> <p>b) Pesquisa para subsidiar a análise de viabilidade da operação, bem como para elaboração da matriz de ameaças e oportunidades sociais e políticas e as ações do Plano de Comunicação e Engajamento. A metodologia será definida em conjunto pela CONTRATANTE e o ENTE PÚBLICO;</p> <p>c) Mapeamento e seleção dos canais de comunicação com identificação dos meios de comunicação locais adequados para cada público de interesse, observando, também e não somente, canais comunitários e redes sociais a fim de otimizar e detalhar as diferentes ações de comunicação com os <i>STAKEHOLDERS</i>, especificando quais serão utilizados em relação a cada <i>STAKEHOLDER</i>;</p> <p>d) Definição de quais dados são mais relevantes para tomadas de decisão acerca das ações e abordagens mais adequadas para cada <i>STAKEHOLDER</i> identificado. Devem ser levantados dados que viabilizem a realização de ações informativas, relacionamento, controle social e engajamento de <i>STAKEHOLDERS</i> com as justificativas necessárias. Devem ser considerados aspectos específicos da modalidade de intervenção. A metodologia utilizada deverá ser apresentada;</p> <p>e) Elaboração de matriz de ameaças e oportunidades para cada um dos <i>STAKEHOLDERS</i> mapeados bem como dimensionamento da intensidade do trabalho a ser realizado com cada <i>STAKEHOLDER</i> em função de sua relevância e potencial impacto para o PROJETO;</p> <p>f) Realização de diagnóstico do ambiente interno ao ENTE PÚBLICO, com a identificação dos aspectos facilitadores e dificultadores, referentes a sua organização, bem como as competências/ conhecimentos técnicos relevantes para a execução do Plano de comunicação e Engajamento.</p>	<p><b>Itens 5.0.</b>  <b>5.1., 5.2.,</b>  <b>5.2.1.,</b>  <b>5.2.1.2,</b>  <b>5.2.1.3,</b>  <b>5.2.1.4, 5.3,</b>  <b>5.3.1, 5.4,</b>  <b>5.4.1, 5.5.</b></p>

# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.3	<p><b>Proposta de ações de Comunicação e Engajamento de STAKEHOLDER, contemplando no mínimo:</b></p> <p>a) Ações de engajamento com indicação dos conteúdos prioritários a serem abordados com cada grupo/ público-alvo priorizado para interações;</p> <p>b) Ações de comunicação para suporte à realização das interações com os principais <i>STAKEHOLDERS</i> voltados para os marcos do PROJETO: consulta e audiências públicas, <i>roadshows</i> e licitação. A proposta deve conter responsáveis pela execução bem como as estratégias recomendadas de divulgação do projeto para cada grupo/ público-alvo priorizado;</p> <p>c) Definição dos canais de comunicação mais adequados para a divulgação do andamento do projeto, disponibilização e transparência dos estudos e documentos produzidos, bem como para obtenção de sugestões e demandas do mercado ou da população em geral;</p> <p>d) Definição da metodologia de acompanhamento da execução do Plano de Comunicação e de Engajamento de <i>STAKEHOLDERS</i> com base na Matriz de Ameaças/ Oportunidades Sociais e Políticos elaborada.</p>	8.0, 8.1, 8.1.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8



# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.4	<p><b>1.7.4.5.4</b> Descrição das atividades que deverão ser realizadas diretamente pela CONTRATADA, contendo no mínimo as seguintes ações:</p> <p>a) Etapas 1 e 2</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redação e diagramação de peça de comunicação digital para divulgação do projeto customizadas para os seguintes <i>STAKEHOLDERS</i>: Câmara de Vereadores e/ou Assembleia Legislativa, órgãos de controle, Ministério Público, Associações/ Sindicatos. A peça deverá ter uma versão para impressão, caso solicitado pelo ENTE PÚBLICO;</li> <li>• • Elaboração de discurso chave e narrativas principais para o PROJETO, incluindo frases, <i>slogans</i> e posicionamentos, sobre os questionamentos típicos deste tipo de projeto e sobre os temas "Concessões e PPP" e "Concessão, PPP x Privatização";</li> <li>• • Capacitação com práticas de <i>advocacy</i> para reuniões com órgãos de controle, órgãos do legislativo por ocasião da votação de projetos de leis, divulgação do edital de licitação e transparência dos ritos do processo licitatório, a fim de mitigar riscos ao projeto, promover engajamento dos públicos envolvidos e fomentar a participação;</li> <li>• • Redação de <i>briefing</i> técnico do projeto e sugestão de mensagens chave para discurso institucional;</li> <li>• • Elaboração de modelo padronizado de apresentações com identificação do arranjo institucional do projeto e aplicação correta das marcas das instituições envolvidas de acordo com os manuais de marcas da CAIXA, Governo Federal, Municípios e demais parceiros;</li> <li>• • Realização de Media Training para porta-voz(es) do PROJETO, conforme detalhado no item 1.7.4.5.6.</li> </ul>	<p><b>Itens 8. , 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5 e 8.6</b></p>



Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.4	<p>b) Para as etapas 3 e 4:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção de vídeo de divulgação visando apresentar o conceito do PROJETO e benefícios para o ENTE PÚBLICO e para a população, incluindo no mínimo: pesquisa de informações relevantes sobre o ENTE PÚBLICO, redação de roteiro, produção, captação de imagens, locução, edição, inclusão de legendas e demais adaptações de acessibilidade. O vídeo terá duração de até 2 minutos. Deverão ser realizadas as validações e ajustes junto ao ENTE PÚBLICO e à CONTRATANTE. O vídeo deve estar finalizado antes da consulta pública. A veiculação será em redes sociais, <i>site</i> do projeto/ instituições parceiras e eventos. O prazo de utilização é indeterminado e a peça deve ser livre de ônus de imagem, som e direitos autorais;</li> <li>• Produção de conteúdo, <i>design</i>, programação e hospedagem do <i>hotsite</i> de divulgação do projeto, conforme detalhado no item 1.7.4.5.5;</li> <li>• Redação de <i>releases</i> em geral e nos grandes marcos do projeto: consulta e audiência pública, lançamento do edital e leilão;</li> <li>• Redação de pautas e interlocução com a imprensa em conjunto com a assessoria de comunicação/ imprensa do ENTE PÚBLICO;</li> <li>• Assessoramento para equipe de comunicação do ente no relacionamento com a imprensa visando a geração de mídia espontânea para divulgação do projeto;</li> <li>• Produção de <i>posts</i>, redação e <i>layout</i>, a ser disponibilizado pelo perfil do ENTE PÚBLICO, instituições parceiras ou específicos, vinculados ao PROJETO, e em seus canais de comunicação. A peça deverá ser apresentada de acordo com a necessidade identificada pelo consultor de comunicação, ENTE ou CONTRATANTE;</li> <li>• Assessoramento para equipe de comunicação do ENTE PÚBLICO na elaboração de estratégias de propagação das informações sobre o projeto em redes sociais;</li> <li>• Redação de <i>briefing</i> técnico do projeto e sugestão de mensagens chave para discurso institucional;</li> <li>• Redação e produção de roteiro, <i>script</i> para mestre de cerimônias/ moderador e elaboração de convites digitais para eventos tais como, audiência pública, <i>roadshow</i> e leilão;</li> </ul>	Itens 8. , 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5 e 8.6

# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.4	<p>b) Para as etapas 3 e 4:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Assessoramento na audiência pública visando a efetiva comunicação. Em caso de a audiência pública ser em ambiente virtual ou misto, deverão ser esclarecidos pontos para maior dinamicidade dentro do regulamento, participação e técnicas de comunicação, tais como ambiente para abertura de câmera, tempo de fala, fones para captação de áudio, entre outros. Já, em ambiente físico, aspectos sobre local, equipamentos e dinamicidade dentro do regulamento proposto;</li><li>• Quando couber, disponibilização de solução tecnológica para realização de audiências públicas com transmissão ao vivo para redes sociais e canal para que o público em geral acesse e envie seus questionamentos e sugestões por meio de <i>chat</i>/ bate papo. A ferramenta de <i>streaming</i> deve prever a participação de pelo menos 20 (vinte) convidados no estúdio virtual, controle de acesso e a definição da imagem que será exibida na rede (apresentação, convidado específico ou tela com todos os participantes no estúdio). A CONTRATADA deverá oferecer suporte técnico para operação da ferramenta e realizar testes e ensaios prévios com o ENTE PÚBLICO;</li><li>• Disponibilização de tradução simultânea em libras durante a realização de audiência Pública, de forma a atender tanto público presencial quanto virtual;</li><li>• Disponibilização de equipamentos para suporte à realização de ações presenciais de engajamento com os <i>STAKEHOLDERS</i> em conjunto com o ENTE PÚBLICO. A CONTRATADA deverá garantir equipamentos de áudio e vídeo, tais como microfones, mesa de som, cabos, projetor, telão/ TV de <i>LED</i>, <i>notebook</i> com programas para apresentação, entre outros.</li></ul>	Itens Itens 8. , 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5 e 8.6



# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.5	<p><b>Projeto de desenvolvimento e manutenção de hotsite para disponibilização conteúdo ao longo do PROJETO de acordo com as estratégias do Plano de Comunicação e Engajamento de STAKEHOLDERS, contendo no mínimo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. a) Planejamento de UX, com definição do perfil das pessoas que acessarão o site;</li><li>b. b) Proposta de arquitetura da informação, com hierarquização das informações considerando a evolução das etapas do projeto e com previsão publicação de FAQ, com perguntas e respostas;</li><li>c. c) Planejamento de SEO, para que o site consiga ser facilmente localizado nos sites de busca;</li><li>d. d) Propostas de layout, com definição de identidade visual do projeto;</li><li>e. e) Planejamento de implementação e manutenção do hotsite, com previsão de viabilização de <i>redirect</i> a partir do <i>site</i> do ENTE PÚBLICO e disponibilização com antecedência mínima de 15 (quinze) dias antes da Realização de Consulta Pública;</li><li>f. f) Planejamento da produção e publicação de conteúdo, com definição do fluxo de validação dos conteúdos finais pela CONTRATANTE e ENTE PÚBLICO em ambiente teste;</li><li>g. g) Cronograma de desenvolvimento contendo marcos referências para cada etapa.</li></ul>	8.5 e 8.6

# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.6	<p><b>Escopo previsto para Media Training para porta-voz(es) do PROJETO a ser realizado, a princípio, na etapa 2. A contratada deverá realizar, no mínimo, as seguintes atividades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a. a) Orientação ao ENTE PÚBLICO quanto ao perfil mais adequado para a função de porta-voz;</li><li>b. b) Em se tratando de Consórcio Público ou Arranjos Regionalizados, deve-se considerar preferencialmente um porta voz apenas, podendo haver capacitação para os interlocutores Municipais;</li><li>c. c) Desenho dos papéis e responsabilidades do(s) porta-voz(es);</li><li>d. d) O média training deverá abordar, no mínimo, os seguintes temas:</li><li>e. e) Como funciona uma redação jornalística: pauta, release etc.;</li><li>f. f) A especificidade de uma entrevista para TV, rádio e meios digitais;</li><li>g. g) Risco de imagem do projeto quando se trocam mensagens pelo whatsapp com jornalistas;</li><li>h. h) A importância do acompanhamento da entrevista por um profissional da comunicação/ assessoria de imprensa da prefeitura;</li><li>i. i) A linguagem corporal: gestos e roupas numa entrevista presencial ou online (por vídeo);</li></ul>	<b>Itens 9.0, 9.1 e 9.2.</b>



# Matriz de Correspondência

Item do TR	Descrição	Item do Relatório
1.7.4.5.7	<p>Plano de Gerenciamento e Controle de Crise, entregue na Etapa 1 e revisado permanentemente durante as demais Etapas, contendo no mínimo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Definição de hipóteses de crises típicas enfrentadas com este tipo de projeto;</li><li>b) Elaboração de manual a ser utilizado em situações de crise, contendo orientações claras sobre os primeiros posicionamentos, quem e como se comportar e como responder na situação da crise instalada.</li></ul>	Itens 10., 10.1, 10:2



## Assinatura do responsável técnico

**Declaro que elaborei o “Produto 1.1.2.1 - Plano de Comunicação e Engajamento” em estrita conformidade com as diretrizes estabelecidas pela CAIXA.**

**Por estar em total correspondência com os requisitos exigidos, ratifico a presente declaração, incluindo a validação da Consultoria Cidade Limpa, doravante referida como CONTRATADA, em nome da CONTRATANTE.**

---

**Alda Beatriz Ivo**  
**Consultora Comunicação**  
**Consultoria Cidade Limpa**



