

**Instituto Cultural São Francisco de Assis**  
**CENTRO DE PROMOÇÃO**  
**DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**  
**Plano de Desenvolvimento Institucional-**  
**Comunicação**



## **Realidade :**

Embora estamos com momentos difíceis de pandemia , o Instituto São Francisco de Assis, está vivendo, momentos difíceis , reordenando suas atividades conforme mudanças de parcerias e conforme as determinações da legislação vigente e gozando de uma imagem crível perante os órgãos públicos e a sociedade, muito ainda se tem a fazer.

A atualidade de quem necessita de apoios financeiros é competitiva e desigual. Algumas OSC do terceiro setor sofreram abalos na respectiva imagem nos últimos anos, em função de protagonistas que se valeram das leis para os seus próprios interesses.

Diante da crise social, dificuldade de patrocínio, carência social com a qual a sociedade brasileira convive que protagoniza mazelas significativas principalmente nas classes menos favorecidas, surgiram vários movimentos na iniciativa privada, com vistas a amenizá-la. Algumas destas, com uma excelente proposta fundamentada para seduzir e ganhar a preferência recursos para investimentos.

Resultante disso é que o desafio ano a ano é maior.

Credibilidade, profissionalismo, consistência e apelo emocional conjugam-se como elementos inter-relacionados e indispensáveis para a conquista dos aportes. O desenvolvimento de estratégias para uma abertura de um canal de comunicação eficaz como forma de aproximação do público jovem também merecerá prioridade. Para tanto, ampliaremos a presença e o relacionamento através das mídias sociais. Evidentemente, todo o processo da área de comunicação tem como finalidade a conquista de novos apoiadores. Mas com a conjugação de empenho junto às demais áreas, trabalharemos com o foco na conquista da sustentabilidade.



# Comunicação interna/institucional

- ▶ **Direção, Coordenadores e projetos**
  - ▶ **CALENDÁRIO:** Toda sexta-feira, até 12h, os representantes de cada setor deverão encaminhar para o setor de **comunicação** as atividades que irão ocorrer na próxima semana na Instituição, para que estas informações possam ser inseridas e divulgadas no calendário da Instituição e também nos murais. Posteriormente estas informações serão divulgadas no site e redes sociais do CPCA .
  - ▶ A organização do calendário tem como objetivo melhorar a comunicação entre os setores do CPCA.
  - ▶
- ▶ **INFORMATIVO MENSAL:**
  - ▶ Encaminhar via email e expor nos murais (entrada/administração e centro da juventude) mensalmente, a newsletter para que todos os funcionários da Instituição tenham acesso as informações sobre a Instituição. Também será disponibilizada no RH versão impressa para que os colaboradores, que não possuem e-mail, possam ler.

# OBJETIVOS:

- Incrementar o relacionamento com as empresas com sede na grande Porto Alegre contagiando-as com a causa como forma de buscar o seu apoio a Instituição;
- Buscar formas para fidelizar o relacionamento com os ex educandos, envolvendo-os e despertando nos mesmos o interesse para a disseminação da missão da Instituição junto as suas redes de contatos;
- Procurar formas de identificar novos apoiadores;
- Resgatar o relacionamento junto aos antigos apoiadores;
- Despertar o orgulho dos atuais parceiros à causa , do Instituto São Francisco de Assis- CPCA, estimulando-os a divulgarem o seu exemplo como forma de prospecção para novos apoiadores;
-

# Comunicação e Relacionamento com pessoas físicas e jurídicas

- **Relacionamento** Intensificar a presença e as ações nas redes sociais buscando o envolvimento com o público jovem;
- Buscar uma maior interatividade com os internautas através do site;
- Disseminar, através da divulgação e de ações promocionais, a ideia “Abraça uma vida, mude uma História”, a capacidade individual de solidariedade e construção de vidas para uma sociedade melhor.
- Buscar espaços editoriais em alguns “canais” de comunicação para a apresentação do atual momento da Instituição e que tornem-se potenciais doadores;
- Fortalecer a imagem junto a sociedade, do Instituto São Francisco de Assis-CPCA como Instituição formadora de jovens profissionais e qualificando-os para o mundo do trabalho;

# Relação com colaboradores:

- Intensificar o engajamento dos profissionais do instituto , conscientizando-o sobre a responsabilidade do seu desempenho na formação de excelência das crianças, adolescentes e jovens a luz da espiritualidade Franciscana.
- Promover, junto com o setor de Recursos Humanos, oportunidades de integração entre os serviços, programas e projetos da Instituição;
- Intensificar a mobilização do público interno com relação à Missão, a realidade e os objetivos do Instituto São Francisco – CPCA , atualizando-os para que os mesmos se sintam confiantes e participantes na divulgação da imagem do Instituto;

# Público alvo da comunicação/marketing

## Interno e externo

- Diretores/gestores;
- Colaboradores;
- Famílias;
- Voluntários;
- Assessoria de Imprensa;
- Pessoas jurídicas com o perfil e a condição de investirem em causas sociais
- Dirigentes dos meios de comunicação social
- Colunistas, editores e jornalistas.
- Doadores do FUNCRIANÇA
- Comissão do CMDCA
- Fórum Municipal da Criança e do Adolescente
- Integrantes da Secretaria Estadual de Justiça e Direitos Humanos, responsáveis pelo POD Socioeducativo;
- Secretários estaduais e municipais da área social
- Bispo de Porto Alegre/RS;
- Secretário Estadual do Trabalho e
- SMRI - Cidadania e Desenvolvimento Social
- Fiéis e frequentadores das missas e festejos da instituição
- Entidades Empresariais
- Atuais apoiadores
- Antigos apoiadores



# Estratégias rápidas:

- ▶ Realizar ações promocionais e envolver apoiadores mais próximos, da comunidade e da sociedade porto-alegrense a repercussão dos exemplos individuais dos atuais apoiadores, nos meios de comunicação e das ferramentas da internet, de tal forma que orgulhem-se de si e, ao mesmo tempo, inspirem com seu exemplo a outros a novos apoiadores doarem para sustentabilidade do Instituto São Francisco de Assis – CPCA.

# Divulgação:

- ▶ Realizar encontros nas dependências próprias para apresentar a Instituição, convidando pessoas com perfil de serem apoiadores e divulgadores da causa.
- ▶ Implementar ações com o Centro da Juventude, através do site e das redes sociais( instagram, facebook, whatsapp, home page) levando às mesmas informações com o intuito de despertar a curiosidade sobre o Instituto São Francisco de Assis e conquistá-los como divulgadores da causa.

## **METAS: PROSPECÇÃO de Empresas:**

- ▶ Buscar afinar ainda mais o relacionamento com a Direção e as áreas de comunicação das empresas Martinelli e Sabemi para o crescimento do apoio na disseminação de informações referentes ao Instituto São Francisco de Assis , junto aos seus atendidos e públicos de doadores.
- ▶ Dar continuidade ao relacionamento iniciado com Sindilojas, Federasul, Fiergs, CDL, Associação dos Advogados do Brasil, sindicato da construção Civil , integrando-se mais com as áreas de comunicação destas entidades, estreitando o relacionamento para alcançar os seus associados, objetivando divulgar o Centro de promoção da Criança e do Adolescente e buscar novos apoiadores.

- ▶ Convidar os Senadores para uma visita à Instituição, apresentando aos mesmos a atual situação do CPCA , buscando engajá-los ainda mais com a causa e o seu apoio no repasse de verbas.
- ▶ Convidar a jornalista a para reunião-almoço ou visita ao CPCA , objetivando atualizá-la sobre as atividades que vêm sendo desenvolvidas na Instituição ( CJ, Acolhimento,, Aprendizagem, SCFV, PEI, SAF, AÇÃO RUA) buscando assim um maior engajamento na divulgação de informações sobre a Instituição – CPCA.
- ▶ Convidar os jornalistas próximos, para reunião-almoço ou visita ao CPCA objetivando atualizá-lo sobre as atividades que vêm sendo desenvolvidas na Instituição ( Centro da juventude, Acolhimento, Aprendizagem, SCFV, PEI, SAF, AÇÃO RUA) buscando assim um maior engajamento na divulgação de informações sobre a Instituição.
- ▶ MISSAS – Dar continuidade ao processo de distribuição de flyers nas missas da paróquia e nas paróquias dos FREIs Franciscanos (capela e donativos) aproveitando o grande fluxo de fieis nas missas.
- ▶ MÊS DE NATAL – Propor à Direção CPCA que durante as missas das 16h do mês de dezembro as crianças do coral possam finalizar a celebração dando um depoimento do significado que a Instituição possui em sua vida e agradecendo aos presentes pelo apoio, convidando-os para sempre estarem próximos do Instituto São Francisco de Assis- CPCA . Após esta fala, a participação das crianças deverá ser finalizada por um canto natalino.

- ▶ PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS – Todos aqueles que estiverem de acordo com o perfil para serem apoiadores serão

convidados para um visita à Instituição , mesmo que não pertençam às entidades empresariais acima citadas

## PORTAS ABERTAS do CPCA

- ▶ Em comemoração aos 41 anos da Instituição, em Agosto iremos promover o evento “*Portas Abertas* “ onde os apoiadores pessoas físicas e jurídicas, ex-educandos e voluntários poderão conhecer os espaços da Instituição (Centro da Juventude J/Aprendizagem, SCFV, PI, Acolhimento), buscando vivenciar a realidade da Instituição .

## Atividades / Promoção e Marketing

- ▶ **ANÚNCIO DE ANIVERSÁRIO:** Solicitar à setor de comunicação a criação de um anúncio que contenha 3 depoimentos de empresários conhecidos de Porto Alegre, onde os mesmos festejam os 41 de fundação por meio da exposição de seu orgulho em apoiar o CPCA e mudar a vida de milhares de crianças e adolescentes, estimulando assim outros empresários a também apoiarem a causa
- ▶ **EVENTO DE PROMOÇÃO E APOIO A INSTITUIÇÃO** – Contatar o ator Jair Kobe ( GURI DE URUGUAIANA) , por meio da sua assessoria de imprensa, convidando-o a estar presente como apresentação principal na Festa de São Francisco de Assis.

- A estratégia será novamente a de unir o famoso nome do ator com a conhecida Instituição, dando visibilidade para ambos e usufruindo do alcance de público do espetáculo para divulgarmos a Entidade.
- **APRESENTAÇÃO MUSICAL NO NATAL** – Realizar uma ação em conjunto com o setor de Desenvolvimento Institucional e os Responsáveis pela Orquestra são Francisco de Assis e Vila Lobos para prospectar, junto de empresas parceiras e empresas do ramo de shows, apoio para a realização de um especial de natal que contará com a apresentação de dança e música dos acolhidos.
- Neste evento contaremos com a palavra dos Diretores, Regente da Orquestra Vila Lobos , orquestra são Francisco e depoimentos de crianças e jovens atendidos pela Instituição.
- O objetivo é realizar um evento onde as crianças serão as protagonistas da noite e irão apresentar canções natalinas aos convidados, objetivando sensibilizar o público presente a apoiar a Instituição para que esta possa dar continuidade ao seu trabalho.
- Buscar-se-á divulgar largamente o evento na imprensa, que será aberto ao público, oportunizando grande visibilidade para a Entidade.
- Haverá um stand especial para as pessoas realizarem doações e se informarem sobre a Instituição. No final serão distribuídos um mimo, abençoados para todos os presentes junto com material de divulgação.

## DE RELACIONAMENTO

- **DIRIGENTES DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO** – Uma vez por ano 2019 a 2021 serão convidados para uma reunião onde acompanharão o desenvolvimento dos trabalhos e os resultados alcançados.
- **CMDCA E FÓRUM:** Promover uma reunião-almoço e/ou visita das diretorias dos mesmos no CPCA para uma maior aproximação e confraternização.
- **APOIADORES:**
- **Café com Empresas** - Evento Prestação de Contas – Promover o encontro anual em um café da manhã para o qual serão convidados todos os apoiadores de 2019, imprensa e autoridades locais, quando serão apresentados os resultados da comunicação e índices financeiros e sociais do Instituto e, distribuição do certificado e Selo de parceiro social.
- Aos presentes, será entregue o folder do Imposto de Renda da Instituição, um desenho pintado por criança e um tau bento de São Francisco de Assis.
- **Aniversariantes** – Registro das datas dos mais próximos e manifestação com o envio de cartão, email ou telefonema.



# Parcerias

- ❑ **COMISSÃO DE APOIADORES** – Buscar junto da Direção e Coordenação dos projetos, saber quem são os APOIADORES que obtiveram sucesso na vida e que hoje possuem relacionamento com pessoas que possam apoiar a Instituição, para que possamos convidá-los à montarem uma comissão que auxilie na prospecção de contatos para CPCA.
- ❑ Esta comissão irá contribuir para disseminação do papel e missão do CPCA buscando trazer importantes pessoas até a Entidade, possibilitando assim, que possam de perto conhecer a realidade em que nossas crianças vivem hoje, objetivando sensibilizá-los para torná-los apoiadores.
- ❑ **NOVOS PARCEIROS:** Juntamente com a aprendizagem, setor de relacionamento e o setor de Desenvolvimento Institucional, elaborar uma estratégia para buscar novas empresas cujo objeto esteja afinado com os cursos implementados pelo CPCA.
- ❑ A partir desta seleção, buscar aproximação com as empresas ou com seus sindicatos, propondo que sejam apoiadoras e que possam, eventualmente, contar com a sua futura mão de obra oriunda das oficinas.
- ❑ **ANTIGOS APOIADORES** –Realizar um diagnóstico para identificação descobrir dos motivos que levaram ao afastamento de alguns antigos apoiadores. Baseado neste levantamento de dados, iniciar um plano de ação para a reaproximação deste público junto aInstituição.
- ❑ **JORNALISTAS E DIRIGENTES DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO** - No Dia da Imprensa enviar-lhes uma correspondência parabenizando-os pela data, agradecendo seu apoio e, se possível, enviar pães abençoados.
- ❑ **SECRETARIA MUNICIPAL DA JUVENTUDE** – Realizar reunião junto do Secretário da juventude para o início de parceria entre a secretaria e o CPCA, buscando aproximar a instituição dos jovens que participam das atividades e eventos organizados pelo município.
- ❑ **VOLUNTÁRIOS:** Juntamente com a Direção DO CPCA E Recursos Humanos atualizar o cadastro dos voluntários.
- ❑ Os principais serão convidados para um café da manhã (prestação de contas), onde receberão homenagens dos educandos e da direção.

## □ **COMUNICAÇÃO/DIVULGAÇÃO**

- Coordenar a elaboração do setor da comunicação de uma campanha para ser veiculada nos meios de comunicação para 2020 e 2021. Contatar com os veículos de comunicação solicitar a continuidade do apoio de mídia gratuita
- **SITE** – buscaremos atualiza-lo de forma ampla, estreitando laços através do formulário de contato, incrementando a imagem, divulgando e informando sobre as atividades e situação financeira. Aprimorar ainda mais o seu uso e a divulgação para os apoiadores possam sistematicamente acessá-lo.
- **NEWSLETTER**– Manter o envio mensal aos para apoiadores e a todos aqueles com quem a Instituição já teve algum contato, buscando assim, estreitar e manter ativos estes relacionamentos.
- **DATAS FESTIVAS** - Serão enviados cartões a todos os apoiadores nas datas festivas como Natal e Páscoa, dia das crianças, festa de São Francisco, aniversários.
- **ESPAÇOS PARA LOCAÇÃO** – Sistematicamente continuar a divulgar os espaços disponíveis para locação na newsletter, redes sociais e site. O mesmo deverá acontecer nas reuniões almoço, nas festividades e nas visitas de prospecção.
- **CINEMAS** : Dar continuidade ao processo de relacionamento com os cinemas já apoiadores.
- Prospectar outras redes de cinema de Porto Alegre, apresentando a Instituição e solicitando seu apoio para a veiculação gratuita o VT da nova campanha institucional.
- .

▶ **CÂMARA RIO-GRANDENSE DO LIVRO** – Contatar a coordenadora da Câmara Rio-Grandense do Livro, e apresentar a ideia de novamente participarmos da Feira do Livro contando com o apoio das livrarias e editoras para distribuição do marcador de página da Instituição. (**CÂMARA RIO-GRANDENSE DO LIVRO**- Praça Osvaldo Cruz, 15 Conj. 1708 / 1709 Porto Alegre, RS - Brasil CEP 90030-160-51 3286 4517-[camaradolivro@camaradolivro.com.br](mailto:camaradolivro@camaradolivro.com.br) . Buscar participar novamente do evento Feira fora da Feira, em parceria com a Câmara Rio-Grandense do Livro. Este evento proporciona que a Feira do Livro possa se deslocar até o Centro de Promoção da criança e do Adolescente, ampliando as oportunidades das crianças dos nossos projetos vivenciarem uma tarde imersa na leitura e na magia literária.

▶ **REDES SOCIAIS:** Estreitar o laço junto ao público jovem por meio de uma comunicação rápida e eficaz através da rede social Facebook, instagram, yutoobe, e do site.

Criar post de solicitação de doações para que a página do Facebook da Instituição, permitindo-nos divulgar novidades/histórias como: necessidade de doação de alimentos e roupas, sessão com depoimentos dos educandos e ex-educandos, como apoiar via DOC , nota fiscal gaúcha e ou funcriança e etc.

## Metas:

- ▶ Buscar apoio de empresa de comunicação e eventos, os projetos serão elaborados e inscritos em sites específicos, facilitando o envolvimento e a participação da população, por meio da doação em dinheiro, para a execução das ações propostas.
- ▶ O objetivo é arrecadar fundos para a execução dos projetos elaborados, tendo a sociedade como principal patrocinador.
- ▶ Juntamente, realizar a anual pintura do muro da Instituição, projeto que envolve diversos artistas brasileiros e estrangeiros que por um final de semana de outubro reúnem-se para grafitar as paredes externas CPCA.
- ▶ Este ano o projeto contará com uma oficina de grafite para os atendidos do Centro da Juventude, que serão ensinados e poderão desenvolver as técnicas aprendidas nos muros internos da entidade.
- ▶ ANIVERSÁRIOS: Na data do aniversário de cada funcionário, será entregue um bombom, acompanhado por um cartão assinado pelo Diretor Geral, e trimestralmente será realizado, no refeitório dos funcionários, uma pequena confraternização entre os colaboradores e os aniversariantes dos três meses em questão.
- ▶ ENDOMARKETING – Realizar contato com a Happy House Brasil, Agência de endomarketing, e apresentar a Instituição. Convidar os diretores da agência para visitarem o CPCA, objetivando sensibilizá-los para obter seu engajamento visando a realização de um trabalho voluntário que contemple ações de marketing para o público interno do CPCA.
- ▶ REUNIÕES DE PAUTA – Mensalmente a reunião de pauta será realizada com o setor de comunicação, desenvolvimento institucional e diretor pedagógico. Trimestralmente teremos a presença das demais coordenações na reunião de pauta.
- ▶ Adotaremos em 2019 a 2021 uma nova postura de busca de informações.
- ▶ O setor de Relação Institucional e Comunicação, agendarão, trimestralmente, uma conversa onde abordará as ações desenvolvidas por cada setor, buscando facilitar a preparação de estratégias de comunicação interna que sejam eficazes para a Instituição e todos os seus colaboradores, e obter mais informações para elaboração da pauta para a imprensa.
- ▶ Sugerir ao Departamento de Recursos Humanos a realização de encontros bimestrais, objetivando uma troca de ideias e abordagens sobre temas específicos de interesse corporativo, promovendo integração dos colaboradores a respeito dos acontecimentos futuros. Estes encontros devem ser elaborados, com o objetivo de realizar atividades que tenham como intuito investir na formação para aprimoramento do funcionário.

- ▶ Recado de boas-vindas: Sugerir que a Direção e o RH disparem para os e-mails dos colaboradores a carta de boas vindas que todos os novos funcionários e voluntários deverão preencher ao ser admitido na Instituição.
- ▶ Esta carta com foto no mural, visto a alta rotatividade de funcionários dentro do Instituto e pela diversidade de serviços, programas e projetos da entidade e a dificuldade de memorização de todos os novos colaboradores que chegam.
- ▶ Datas comemorativas- nas comemorativas como Natal e aniversário da Instituição elaborar sempre um plano de ação que contemple todo o público interno.
- ▶ Nas datas comemorativas como Natal, Dia das Crianças e Páscoa, será elaborado, junto com o departamento de Desenvolvimento Institucional e as coordenações dos projetos, um plano de ação específico para as respectivas comemorações.

Setor de comunicação e marketing –  
Frei Antônio e coordenações









