

# PERFIL EMPRESARIAL



# PERFIL EMPRESARIAL

QUEM SOMOS

NOSSO VALORES

NOSSOS ATRIBUTOS

NOSSOS CLIENTES

NOSSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO

CONTATO

# QUEM SOMOS

A Comunicarte Agência de Responsabilidade Social é uma empresa de consultoria e desenvolvimento organizacional voltada à criação, planejamento, implementação, supervisão e avaliação de projetos de responsabilidade social e relacionamento comunitário, desenvolvidos por organizações privadas, governamentais, da sociedade civil ou de cooperação internacional. Prioriza os seguintes campos de atuação: comunicação institucional; relacionamento comunitário, pedagogia, mobilização e advocacia social; formatação de programas e projetos sociais e culturais; gestão, monitoria e avaliação social; e comunicação para licenciamento ambiental.

Fundada em 1991, está sediada no Rio de Janeiro e atua em todo o Brasil, na América Latina e, ainda, na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), planejando, implementando, monitorando e avaliando projetos inovadores e de natureza transformadora, eficientes e efetivos, que visam gerar as condições para a (re)inclusão dos segmentos socialmente excluídos e/ou em risco de exclusão. Pioneira, no Brasil, na aplicação do marketing social e do merchandising social, a Comunicarte destaca-se pela excelência do seu trabalho na área de comunicação para o desenvolvimento humano sustentável.

Atua promovendo parcerias e alianças sociais estratégicas entre empresas, organismos governamentais ou não-governamentais. Suas ações orientam-se para o desenvolvimento de tecnologias sociais, identificação de oportunidades para a implementação de ações transformadoras, estabelecimento e aplicação de novos paradigmas conceituais, metodológicos e gerenciais de ação social.

Além de responder à missão e aos macro-objetivos das organizações às quais presta assessoria, os projetos que a Comunicarte cria ou redimensiona têm foco nas necessidades e expectativas dos respectivos públicos de relacionamento.

Propõe e implementa projetos de natureza inovadora e alterativa, cuja exemplaridade e replicabilidade favorecem seus resultados e impacto social, efetividade e relações favoráveis de custo-benefício.

## MISSÃO E VISÃO

A missão da Comunicarte enfatiza a formação de alianças sociais estratégicas voltadas ao desenvolvimento humano...

... e sua visão realça a comunicação como a ferramenta básica do seu trabalho.

**MISSÃO:** Promover o desenvolvimento humano sustentável, criando, aplicando e compartilhando tecnologias sociais, ambientais e culturais junto a empresas, instituições sociais e governos.

**VISÃO 2012:** A Comunicarte será uma empresa geradora de conhecimento e introdutora de inovações sociais, com forte presença nos campos da comunicação corporativa e institucional, referência nacional em tecnologias voltadas ao desenvolvimento humano sustentável.

# NOSSOS VALORES

A MISSÃO DA COMUNICARTE JÁ PRENUNCIA O SEU VALOR MAIOR: O DESENVOLVIMENTO HUMANO SUSTENTÁVEL. ACREDITAMOS SER DIREITO INALIENÁVEL DAS PESSOAS DESFRUTAR DE UMA VIDA LONGA, SAUDÁVEL E PRAZEROSA; UMA VIDA PRODUTIVA, NA QUAL TANTO OS DIREITOS QUANTO OS DEVERES SEJAM EXERCIDOS EM SUA PLENITUDE, COM LIBERDADE, ÉTICA, CONSCIÊNCIA E RESPONSABILIDADE. ESTAMOS MOBILIZADOS PARA CONTRIBUIR NA CONSTRUÇÃO DE UMA SOCIEDADE DEMOCRÁTICA, JUSTA, PARTICIPATIVA, SOLIDÁRIA E INCLUSIVA, CUJO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO ESTEJA EXPLICITAMENTE VOLTADO A COMBATER A FOME E A MISÉRIA, A DISCRIMINAÇÃO E A EXCLUSÃO SOCIAL, AO MESMO TEMPO EM QUE PROMOVE A IGUALDADE POLÍTICA, A EQUIDADE CIVIL, A DIVERSIDADE CULTURAL, A JUSTIÇA SOCIAL E A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL. A MISSÃO DA COMUNICARTE RELACIONA-SE AOS VALORES FUNDAMENTAIS EM QUE ACREDITAMOS E OS QUAIS PROCURAMOS VIVENCIAR E SÃO ENUNCIADOS A SEGUIR:

## **AUTONOMIA**

Acreditamos na diversidade cultural como forma de crescimento pessoal, comunitário e organizacional e não nos submetemos a qualquer dogma político, ideológico, moral ou religioso.

## **CONFIANÇA**

Respeitamos todos os nossos stakeholders e confiamos na capacidade e intenções de cada um deles. Sobretudo, acreditamos na capacidade de cada indivíduo construir o seu próprio desenvolvimento, a partir das oportunidades que lhe são oferecidas.

## **COOPERAÇÃO**

Acreditamos que todo trabalho e atividade de interesse comum requer uma participação ampla. A riqueza de idéias, percepções, conhecimentos e experiências presente no grupo contribui para um melhor resultado final e o crescimento de todos.

## **INTEGRIDADE**

Operamos de acordo com as normas estabelecidas e respeitando a legislação. Baseamo-nos em informações científicas e somos intelectualmente independentes na defesa de nossas proposições.

## **LIDERANÇA**

Temos consciência da liderança que exercemos no Terceiro Setor brasileiro. Nossos conceitos, princípios e diretrizes de atuação social são adotados por inúmeras organizações governamentais, não-governamentais e privadas. Assumimos, com responsabilidade, nossa posição de vanguarda e, por isso, buscamos sempre aperfeiçoar nossas estratégias e ferramentas, a fim de multiplicar resultados e ampliar o impacto social de nossas ações.

## **JUSTIÇA SOCIAL**

Acreditamos que a distribuição eqüitativa dos bens públicos e meios necessários ao exercício dos direitos fundamentais atende à dignidade humana e é condição essencial à construção da paz.

## **RESPEITO**

Respeitamos todos os indivíduos, em sua dignidade humana, pessoal e profissional, sem quaisquer discriminações de natureza político-ideológica, econômica, social, religiosa, cultural, étnico-racial, regional, de gênero, orientação sexual ou idade. Respeitamos e valorizamos as diferenças e a consideramos parte essencial da diversidade humana.

## **TRANSPARÊNCIA**

As operações negociais e profissionais da Comunicarte são ou podem ser de conhecimento público. Todas as suas obrigações, sua remuneração e benefícios são previstas em contrato. A Comunicarte não se envolve em campanhas eleitorais, não paga por eventuais “facilidades” e não faz doações de caráter político. Não engana os consumidores, atribuindo falsos valores a produtos ou serviços.

# NOSSOS ATRIBUTOS

## **CRIATIVIDADE & INOVAÇÃO**

Nossa equipe busca, sempre, encontrar a solução mais apropriada, inovadora e diferenciada às questões enfrentadas pelas organizações-clientes. Afinal, diferenciar-se no Terceiro Setor, mantendo elevados níveis de eficácia, eficiência e efetividade, é um atributo desejado por todas as instituições atuantes na área social.

## **VISÃO ESTRATÉGICA**

A Comunicarte não se limita a atender aos objetivos táticos, momentâneos, das organizações-clientes. Mantém o foco no futuro. Para isso, concebe projetos alinhados à missão, aos valores e visão institucional ou corporativa e, principalmente, que atendam às necessidades das comunidades a médio e longo prazos.

## **ALTERABILIDADE**

Os projetos e ações concebidos e executados pela Comunicarte têm, efetivamente, a capacidade de produzir transformações positivas e duradouras, tanto em relação à cultura das organizações-clientes quanto para as comunidades beneficiadas.

## **CREDIBILIDADE**

A direção técnica da Comunicarte e os seus profissionais diretamente envolvidos nos projetos desfrutam de credibilidade junto às organizações-clientes, sendo reconhecidas a sua competência técnica, honestidade intelectual e postura profissional.

## **FOCO NOS RESULTADOS**

Os resultados quanti-qualitativos a serem alcançados estão no centro de nossas preocupações, voltadas tanto às melhorias concretas da qualidade de vida das comunidades beneficiadas quanto aos benefícios advindos para as próprias organizações-clientes. Estes benefícios envolvem retornos diversos, em termos de visibilidade e reconhecimento públicos, posicionamento da marca e valor agregado aos produtos e serviços.

## **PROATIVIDADE & PROTAGONISMO**

A Comunicarte não trabalha para eternizar-se no atendimento aos clientes e segmentos do mercado já conquistados. Busca sempre conquistar novos clientes, de diferentes natureza e ramos de atividade negocial; procura gerar e/ou abrir novos mercados; atrair para o mercado social, atores até então descompromissados; articular parcerias e alianças entre diferentes atores sociais, protagonizando as ações e projetos propostos.

## **QUALIDADE**

Nossos projetos e atividades se alinham tanto às necessidades e demandas das comunidades quanto às expectativas e objetivos estratégicas das organizações-clientes. Possuem focos precisos; contemplam estratégias e metodologias inovadoras, eficientes e efetivos; geram resultados e impacto social mensuráveis.

## **EMPREENDEDORISMO**

Buscamos motivar e apoiar ações de promoção ao desenvolvimento humano, além de construir e aperfeiçoar novas ferramentas, estratégias e metodologias de trabalho, gerando sinergias positivas e agregando valor a essas ações.

## **ENFOQUE EDUCATIVO-PREVENTIVO**

Os colaboradores da Comunicarte reconhecem e promovem o potencial transformador do processo educativo e os resultados positivos decorrentes da atuação preventiva. Por isso, adotam sempre um enfoque educativo-preventivo nas ações que concebem e executam.

# NOSSOS CLIENTES

## **COMUNICAÇÃO CORPORATIVA**

- Plano de alinhamento conceitual, estratégico e metodológico em relação às diretrizes, métodos e procedimentos preconizados na Política de Comunicação Interna;
- Plano de comunicação e segurança da informação;

## **EXPLORAÇÃO E PRODUÇÃO (E&P)**

- Plano de comunicação de passivos sísmicos;
- Plano de comunicação em Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS);
- Plano de Comunicação e Relacionamento Comunitário tendo em vista a apresentação e discussão do EIA/RIMA;
- Estruturação e apresentação de Relatório de Impacto Social.
- Diagnóstico participativo e construção de propostas compensatórias nas comunidades influenciadas por empreendimentos marítimos do Rio Grande do Norte e Ceará (UN RN-CE), em cumprimento ao Plano de Compensação da Atividade Pesqueira (PCAP).

## **ABASTECIMENTO**

- Elaboração e implementação do Plano Estratégico de Comunicação e Relacionamento Comunitário com as comunidades vizinhas as 12 refinarias;
- Avaliação de resultados e impacto social dos Projetos patrocinados pelo Abastecimento;
- Assessoria à Gerência de Comunicação Corporativa;
- Criação da Carteira de Investimento Social;
- Criação de Sistema *web based* de Gestão e Avaliação de Projetos socioambientais e culturais apoiados;
- Criação de metodologia para mensuração da taxa de retorno dos projetos apoiado, disponibilizado via *web*;
- Elaboração de cases e participação em concursos e prêmios;
- Criação de cooperativa e desenvolvimento de modelo de gestão;
- Elaboração de Plano de Comunicação e Participação Social para as Audiências Públicas do Plano Diretor de Dutos de São Paulo (PDD-SP);
- Pesquisa e avaliação de desempenho das Audiências Públicas do PDD-SP.

## **ENGENHARIA - IMPLANTAÇÃO DE NOVOS EMPREENDIMENTOS**

- Diagnóstico socioambiental e elaboração de plano de ação de comunicação responsabilidade social nos municípios influenciados pelo gasoduto Cacimbas-Catu;
- Diagnóstico socioambiental e elaboração de plano de ação de comunicação responsabilidade social nos municípios influenciados pelo gasoduto Catu-Carmópolis;
- Diagnóstico socioambiental e elaboração de plano de ação de comunicação responsabilidade social nos municípios influenciados pelo gasoduto Atalaia-Itaporanga;
- Diagnóstico socioambiental e elaboração de plano de ação de comunicação responsabilidade social nos municípios influenciados pelo gasoduto Variante GASFOR II;
- Diagnóstico socioambiental para implementação do Terminal Flexível de GNL na Baía de Guanabara.

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

- Concepção dos projetos / programas: *Programa Petrobras Social; Programa Voluntariado Social; Programa Empreendedorismo Social; Programa Avançado de Assistência e Tratamento a Pessoas Especiais (PATE); Rede Petrobras de Investimento Social; e Centro Petrobras de Tecnologias Sociais.*
- Concepção e assessoria no processo de seleção de projetos para o Programa Geração da Paz;
- Avaliação de resultados e impacto social dos Projetos integrantes do Programa Petrobras Social.

## PETROBRAS ENERGÍA ECUADOR

---

- Plano Estratégico de Comunicação do BLOCO 31, incluindo ações junto às comunidades indígenas que vivem na área do BLOCO 31 (Parque Nacional Yasuní - Floresta Amazônica);
- Planejamento, estruturação e acompanhamento das estratégias de atuação e ações de comunicação para o encontro com ONGs ambientalistas no Equador e no Brasil.
- Gestão da Comunicação Institucional;
- Criação do primeiro balanço social do Equador;
- Estudo iconográfico da tribo indígena Waorani.

## TRANSPETRO

---

- Plano de Comunicação de Convivência e Co-Responsabilidade das Comunidades vizinhas às malha dutoviária;
- Plano Corporativo de Convivência e Co-Responsabilidade nas Unidades de Negócios de Dutos e Terminais da Transpetro, em 18 estados brasileiros (Cerca de 300 comunidades localizadas em 110 municípios interferentes com as faixas de dutos);
- Gestão do Programa de Responsabilidade Social do Relacionamento das comunidades vizinhas às faixas de dutos;
- Concepção e implementação do Plano de Comunicação em atendimento às condicionantes para licenciamento ambiental de dutos no Terminal de São Sebastião.

## REFINARIA ALBERTO PASQUALINI - REFAP S/A

---

- Diagnóstico socioeconômico das comunidades vizinhas à refinaria;
- Plano estratégico de Comunicação com as comunidades vizinhas à refinaria;
- Plano de Relacionamento Comunitário durante as obras de expansão da refinaria;
- Plano de Comunicação interna;
- Plano de Comunicação de risco.

## MRS LOGÍSTICA S/A

---

- Diagnóstico Situacional;
- Concepção de Plano Estratégico de Relacionamento com as comunidades do entorno das linhas de trem;
- Implementação do Plano.

## VALE

---

- CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO COM OS STAKEHOLDERS DE NOVOS NEGÓCIOS
- CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO PARA LICENCIAMENTO AMBIENTAL

Projetos e Empreendimentos atendidos:

- **15 minas**
- **6 ferrovias**
- **2 portos**
- **2 usinas termelétricas**

## COMPANHIA SIDERÚRGICA DO PECÉM - CSP

---

- Assessoria na construção das diretrizes, métodos e procedimentos a serem preconizados na Política de Comunicação Interna
- Consultoria em comunicação e relacionamento com stakeholders do Projeto
- Consultoria em comunicação para licenciamento ambiental

## ASOCIACIÓN REGIONAL DE EMPRESAS DE PETRÓLEO Y GAS NATURAL EM LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE - ARPEL

---

- Pesquisa sobre ética, transparência, responsabilidade social e sustentabilidade na indústria de petróleo e gás da América Latina e Caribe.

## INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO E GÁS (IBP)

---

- Concepção, planejamento, organização e coordenação da Arena de Responsabilidade Social, no 17º Congresso Mundial do Petróleo;
- Seminário sobre Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável.

## BASF – THE CHEMICAL COMPANY

---

- Elaboração de sistema *web based* de matriz de sustentabilidade da Basf;
- Programa Gestores Sociais do Futuro, que tem por base a formação de uma rede de desenvolvimento local;
- Elaboração dos Guias de Elaboração de Projetos Sociais e Gestão de Projetos Sociais a serem utilizados a nível nacional.

## ACHÉ LABORATÓRIOS FARMACÊUTICOS

---

- Projeto Uma Dose de Vida de investimento social e constituição da parceria institucional com a UNESCO;
- Estratégia Global de Comunicação e todas as peças de capacitação, mobilização e comunicação visual destinada aos 140 mil médicos de todo o País, propagandistas e consultores do laboratório.

## EMBRAPA

---

- Plano Estratégico de Comunicação do Projeto GESPAN - Gestão Participativa de Recursos Naturais.

## LINHA AMARELA S/A - LAMSA

---

- Realinhamento Estratégico do Instituto Invepar;
- Desenvolvimento do Código de Ética da LAMSA.

## REDE GLOBO

---

- Assessoria técnica (Pesquisa, Redação, Monitoria e Avaliação) à execução do programa de merchandising social, sobretudo nas telenovelas e minisséries.

## INSTITUTO TELEMAR

---

- Conceituação e regulamentação do Prêmio Telemar de Inclusão Digital e criação da Estratégia de Comunicação do Prêmio.

## FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL

---

- Criação do Banco de Tecnologias Sociais;
- Criação Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologias Sociais;
- Capacitação em Marketing Social;
- Plano Estratégico de Comunicação e Marketing Institucional.

## INSTITUTO AYRTON SENNA

---

- Criação do Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo e coordenação das suas quatro primeiras edições;
- Edição da revista Conjuntura Social;
- Plano estratégico de comunicação do Instituto.

## GRUPO NACIONAL IGUATEMI

---

- Participação na equipe que criou e formulou o conceito do Instituto Newton Rique, sua missão e visão institucionais, assim como foco temático, públicos preferenciais e estratégias de ação;
- Plano Estratégico de Comunicação e Marketing Social, incluindo a realização de duas oficinas específicas com sua equipe técnica e convidados.

## INSTITUTO SOUZA CRUZ

---

- Plano Estratégico de Comunicação do Programa de Educação Para Valores;
- Levantamento e seleção de prêmios nacionais sobre Responsabilidade Social Empresarial para participação da empresa e elaboração dos cases adequados a cada inscrição e acompanhamento dos resultados.

## INSTITUTO PÃO DE AÇÚCAR

---

- Plano Estratégico de Comunicação do Instituto;
- Plano Estratégico de Marketing Social dos Programas;
- Plano Estratégico de Merchandising Social do Grupo Pão de Açúcar.

## PEPSICO

---

- Participação no consórcio que concebeu e planejou o Programa Crescer em todo o Brasil;
- Oficinas de Capacitação em elaboração e gestão de projetos sociais, marketing social e comunicação;
- Formatação do Sistema de Aferição de Resultados (SAR) do Programa Crescer, que inclui parâmetros e indicadores de monitoramento e avaliação dos projetos e assessoria técnica ao processo de avaliação processual e de resultados dos 10 projetos integrantes do Programa e coordenação da equipe de avaliação em todo o País.

## CAIXA SEGUROS

---

- Avaliação do mérito, relevância e impacto social do Programa Se Liga, Galera! com foco na melhoria contínua de suas ações;
- Diagnóstico das oportunidades para ampliação da atuação social da Caixa Seguros e recomendações com vistas a uma atuação mais eficaz, com melhores resultados e impacto social, propiciando maior visibilidade à empresa, além de melhorias na qualidade de vida dos beneficiários.

## GRUPO ABRIL / REVISTA CLAUDIA

---

- Pesquisa qualitativa e quantitativa sobre comportamento da mulher brasileira e os reflexos sobre a sexualidade;
- Pesquisa sobre erotismo, sexualidade e relações de gênero na programação infantil das emissoras de TV;
- Pesquisa sobre os 10 videogames mais comercializados no Brasil: aspectos quantitativos e qualitativos.

## FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO - FIRJAN

---

- Condução das oficinas com os temas: Marketing Social como ferramenta da Responsabilidade Social Corporativa e Como elaborar projetos sociais, no Circuito FIRJAN de Capacitação em Responsabilidade Social;
- Estudo situacional preliminar para identificação de soluções de relacionamento comunitário no entorno das unidades operacionais do SESI/SENAI em Bonsucesso.

## ASHOKA EMPREENDEDORES SOCIAIS

---

- Plano Estratégico de Comunicação e Marketing Social;
- Assessoria e acompanhamento da implementação do plano estratégico.

## UNIÃO EUROPÉIA

---

- Avaliação de Impacto Social do Programa e elaboração do seu Plano Estratégico de Comunicação e Marketing Social;
- Programa Infância Desfavorecida no Meio Urbano (PIDMU);
- Avaliação Processual, de Resultados e Impacto Social dos 27 projetos do PIDMU;
- Plano estratégico de marketing social;
- Capacitação de recursos humanos em marketing social.

## PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O CONTROLE INTERNACIONAL DE DROGAS

CONSELHO FEDERAL DE ENTORPECENTES E FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE COMUNIDADES TERAPÊUTICAS

---

- Análise institucional e avaliação do cenário de sua atuação;
- Plano estratégico de marketing e comunicação social e criação e edição de materiais informativos e promocionais.

## FUNDO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (FNUAP)

---

- Assessoria em comunicação social e criação e elaboração de materiais informativos e educativos (IEC)

## SECRETARIA MUNICIPAL DE HABITAÇÃO DO RIO DE JANEIRO

---

- Pesquisa de sensibilização junto a comunidades favelizadas e pesquisa em profundidade sobre atitudes, comportamentos e práticas prevalentes quanto ao meio ambiente urbano e às obras realizadas;
- Plano estratégico de marketing social.

## SAVE THE CHILDREN

---

- Plano de Comunicação para aprovação de Projeto de Lei para erradicação dos castigos físicos e humilhantes contra crianças e adolescentes, com adesão da ANDI, Fundação Xuxa e Instituto Promundo.

## ABRAPIA

---

- Pesquisa de Follow-Up de Denúncias ao Sistema Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual Infanto-Juvenil (Disque Denúncia);
- Plano de Marketing Social do Sistema Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual Infanto-Juvenil;
- Avaliação de Resultados e Impacto Social dos Seis Anos de Operação do Sistema Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual Infanto-Juvenil e elaboração do livro;
- Plano de Comunicação para o Combate ao Bullying.

# NOSSAS ÁREAS DE ATUAÇÃO

# RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

---

## **Marketing Social**

- Desenvolvimento de produtos, estudos de custos e precificação, estratégias de distribuição e promoção de programas e projetos sociais.

## **Merchandising Social**

- Inclusão de conteúdos educativos em produtos e serviços de comunicação, aproveitando mídias potencialmente transformadoras.

## **Reengenharia Institucional no Campo Social**

- Diagnóstico institucional, avaliação de cenário de atuação;
- Planejamento estratégico;
- Implantação de planos estratégicos;
- Sistemas de informação gerencial;
- Criação de novos instrumentos gerenciais.

## **Pedagogia, Mobilização e Advocacia Social**

- Projetos de educação não-formal e complementação educacional;
- Projetos de mobilização social e comunitária;
- Campanhas de promoção de novos produtos, serviços e tecnologias sociais;
- Desenho e desenvolvimento de estratégias para defesa de causas sociais.

## **Arquitetura de Programas e Projetos Culturais e Sociais**

- Criação e desenho de programas e projetos sociais e culturais em consonância com a missão e objetivos estratégicos da organização;
- Estabelecimento de focos temáticos, geográficos e de público-alvo;
- Estabelecimento de diretrizes e estratégias de otimização dos investimentos sociais e potencialização dos resultados e impacto social.

## **Assessoria em Gestão de Projetos Sociais**

- Estabelecimento de diretrizes e estratégias operacionais; definição de prioridades programáticas e público-alvo;
- Elaboração de planos operacionais;
- Monitoria das atividades-fim;
- Avaliações quantitativa e qualitativa;
- Realização de pesquisas quantitativas e qualitativas;
- Elaboração de planos estratégicos de marketing social.

## **Arquitetura de Fundações e Institutos Sociais**

- Criação e desenho de Institutos e Fundações Sociais;
- Estabelecimento da missão e objetivos estratégicos da organização;
- Estabelecimento de focos temáticos, geográficos e de público-alvo;
- Estabelecimento de diretrizes e estratégias de otimização dos investimentos sociais e potencialização dos resultados e impacto social.

# COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

---

## **Comunicação Corporativa e Institucional**

- Estabelecimento de Políticas de Comunicação, criação, execução e/ou supervisão de Planos Estratégicos de Comunicação, análise de conteúdo de materiais educativos e promocionais, avaliação de projetos e campanhas de Comunicação, "Media to Media\*":

*\*Metodologia desenvolvida pela Comunicarte para o relacionamento com a mídia.*

## **Comunicação Interna**

- Realização de Diagnóstico da Comunicação Interna, realizado mediante pesquisas quanti-qualitativas, análise dos dados e informações, comparação com as melhores práticas do mercado nacional, relatório de gap analysis, análise qualitativa e de conteúdo dos meios e materiais utilizados.
- Elaboração de Planejamento Estratégico de Comunicação Interna, contendo o plano estratégico de comunicação interna alinhado ao planejamento estratégico da empresa, plano geral de ação e sistema de avaliação das ações.
- Acompanhamento Pós-Pesquisa, incluindo esclarecimento de dúvidas, sugestões, alertas e propostas de solução a pontos críticos potenciais.

## **Comunicação de Crise**

- Atende emergências no campo da Comunicação Institucional em situações de crise. Definição e implementação "on time" de estratégias comunicacionais.

Visa o tratamento adequado de situações ou fatos sensíveis para a empresa, de maneira a transformar possíveis riscos potenciais em oportunidades concretas.

## **Comunicação de Risco**

- Atende emergências no campo da Comunicação Institucional em situações de risco, com foco na informação e educação comunitária, a fim de prevenir possíveis agravos à sua saúde e segurança.

## **Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing**

- Desenvolvimento de Planos Estratégicos de Comunicação e Marketing, estruturados a partir das políticas de comunicação das organizações, e planejamento operacional, monitoramento e acompanhamento da execução de ações e projetos de Comunicação.

## **Reengenharia da Comunicação**

- Abrange diagnóstico institucional; Avaliação do cenário de atuação; Planejamento estratégico; Implantação de planos estratégicos; Sistema de informação gerencial; Criação de novos instrumentos gerenciais.

## **Comunicação em Segurança Meio Ambiente e Saúde (SMS)**

- Ações de comunicação relacionadas à segurança operacional, proteção ao meio ambiente e à saúde.
- Relacionamento e comunicação comunitária, tendo em vista a apresentação e discussão do EIA/RIMA (Estudo de Impacto Ambiental e Relatório de Impacto Ambiental).
- Estruturação e apresentação de Relatório de Impacto Social.

## COMUNICAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

---

### **Relacionamento Comunitário**

- Desenvolvimento de comunicação interativa e de educação comunitária
- Relacionamento com líderes comunitários
- Atualização constante de informações sobre as atividades
- Distribuição de Capital Social
- Avaliação sistemática e reaplicação das recomendações das fases de pré-comunicação e comunicação de obra.
- Desenvolvimento de modelos de pacto de co-responsabilidade e convivência
- Comunicação para desocupação dos espaços de risco

### **Comunicação para licenciamento ambiental**

- Diagnóstico situacional
- Levantamento de questionamentos e expectativas
- Mapeamento e análise dos stakeholders do empreendimento
- Preparação para as audiências públicas
- Atendimentos de condicionantes relacionadas à comunicação e relacionamento comunitário
- Implantação de Programa de Comunicação Social (PCS) e Programa de Educação Ambiental (PEA)
- Alinhamento de discurso da equipe de pesquisa e estudos ambientais

### **Comunicação nas etapas de projeto**

- Análise de cenário / Diagnóstico
- Contatos iniciais com comunidades
- Levantamento de dados socioeconômicos
- Geração de capital social
- Recomendações de ações de comunicação

### **Comunicação de Obra**

- Comunicação causa-efeito
- Comunicação de obra
- Fortalecimento de capital social
- Aplicação das recomendações das ações de comunicação da fase de projeto

# PESQUISAS QUANTITATIVAS E QUALITATIVAS

---

## **1. Pesquisa Documental e Bibliográfica**

### **2. Levantamento (Survey)**

### **3. Pesquisa de Campo**

### **4. Pesquisa de Follow-Up**

ALGUMAS PESQUISAS REALIZADAS:

## **1. Pesquisa Documental e Bibliográfica**

1.1. Cliente: Ministério da Saúde/CN DST/AIDS

- Confiabilidade do Preservativo Masculino de Borracha
- Necessidades de Preservativos Para o Brasil: 1987-2002
- Análise Crítica dos Materiais e Campanhas de Prevenção às DST/AIDS

1.2. Cliente: Laboratórios ORGANON

- Análise Qualitativa das Consultas ao Serviço Help Line Orientação Sexual

## **2. Levantamento (Survey)**

2.1. Cliente: Ministério da Educação/Secretaria de Educação Especial/Federação Brasileira das Associações de Síndrome de Down

- Perfil e Percepções das Pessoas com Síndrome de Down e seu Atendimento

2.2. Cliente: Programa das Nações Unidas Para Controle Internacional de Drogas (UNDCP) /Conselho Federal de Entorpecentes (CONFEN)/Federação Brasileira de Comunidades Terapêuticas (FEBRACT)

- Os Valores e Percepções dos Profissionais de Atendimento a Dependentes Químicos e Suas Necessidades de Capacitação

2.3. Cliente: Population Media Center (PMC)/Rede Globo de Televisão

- Impacto do Merchandising Social nos Conhecimentos, Atitudes e Práticas dos Telespectadores Assíduo da Telenovela "Páginas da Vida"

## **3. Pesquisa de Campo**

3.1. Cliente: Petrobras Transporte (Transpetro)

- Diagnóstico Socioambiental nas Áreas de Influência Direta dos Dutos e Terminais da Transpetro
- Diagnóstico Socioambiental nas Áreas de Influência Direta do Gasoduto Cacimbas-Catu

3.2. Cliente: MRS Logística

- Diagnóstico Socioambiental nas Áreas de Influência Direta da Malha Ferroviária nos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro

- Diagnóstico Socioambiental em Áreas de Risco dos Municípios de Juiz de Fora e Belo Horizonte (MG); Três Rios, Rio de Janeiro, Nova Iguaçu e Mangaratiba (RJ); Itaquaquecetuba, Cubatão e Guarujá (SP).

## **4. Pesquisa de Follow-Up**

Cliente: Associação Brasileira Multiprofissional de Proteção à Infância e Adolescência

- Pesquisa de Follow-Up das Denúncias Feitas ao Serviço Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual Infante-Juvenil (0800-99-0500)

- Seguimento das Denúncias Feitas à ABRAPIA Sobre Maus-Tratos Contra Crianças e Adolescentes na Família e na Escola

## CAPACITAÇÕES

---

A Comunicarte acredita firmemente na importância de se motivar e promover o potencial transformador de atores sociais, visando a construção e aperfeiçoamento de novas ferramentas, estratégias e metodologias de trabalho, gerando sinergias positivas e agregando valor às atividades realizadas.

Proporcionar o aprimoramento profissional dos gestores que atuam no Terceiro Setor é um dos objetivos da Comunicarte, que busca desta forma contribuir na construção de uma sociedade democrática, justa, participativa, solidária e inclusiva. Nossa Missão relaciona-se, pois, aos valores em que acreditamos e procuramos vivenciar no dia-a-dia. Estes valores são: Autonomia, Confiança, Cooperação, Integridade, Justiça Social, Liderança, Respeito, Solidariedade e Transparência.

### PROGRAMA COMUNICARTE DE RESIDÊNCIA SOCIAL

O Programa Comunicarte de Residência Social é uma capacitação intensiva em serviço. É exigido dos RESIDENTES leituras e elaboração de textos semanais de temas relacionados ao mercado social. Somente um candidato é selecionado em cada edição anual.

O Programa fundamenta-se no conceito de residência médica, quando o formando de medicina tem a oportunidade de aprimorar e consolidar os conhecimentos adquiridos por meio da atividade prática supervisionada.

O Programa Comunicarte de Residência Social implica, pois, que uma parte da formação ou capacitação do profissional RESIDENTE se realize no próprio ambiente em que se desenvolve o projeto social, propiciando um mergulho profundo no contexto sócio-econômico, cultural e ético-político que o envolve, além do manejo cotidiano das tecnologias sociais nele implementadas. Criado pela Comunicarte, o conceito do Programa Comunicarte de Residência Social pode vir a ter um impacto altamente positivo no processo de profissionalização do Terceiro Setor e, conseqüentemente, na eficácia e eficiência dos programas de desenvolvimento humano.

### MBA EM GESTÃO SOCIAL

O curso de pós-graduação lato sensu no formato Master in Business Administration, centrado em administração do Terceiro Setor e gestão de programas/projetos sociais, foi desenhado em uma parceria entre a Comunicarte e a Universidade Candido Mendes.

Criado para proporcionar o aprimoramento profissional dos gestores que atuam no Terceiro Setor, o curso atende à crescente demanda por formação e especialização, desta relativamente nova atividade econômica.

**PARCERIA: UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES**

### CURSOS IN COMPANY

Uma das prioridades da Comunicarte é a capacitação de recursos humanos. Contribui, assim, para a profissionalização e, conseqüentemente, a maior eficiência das organizações que atuam no Terceiro Setor. Sobretudo às empresas e institutos empresariais, a Comunicarte oferece cursos fechados, com 16 horas de duração, que podem realizar-se na própria empresa ou em outro local adequado.

Listam-se a seguir os cursos já formatados e disponíveis às empresas interessadas: Seleção de Projetos Sociais; Elaboração de Projetos; Métodos e Estratégias Inovadoras de Ação Social; Eficácia, Eficiência e Efetividade na Gestão Social; Monitoramento e Avaliação de Projetos Sociais; e Comunicação Estratégica no Terceiro Setor.

Outros cursos, adequados às necessidades específicas de cada organização podem ser formatados.

WWW.COMUNICARTE.COM.BR

Av. das Américas, 3434 / bl.4 / 301  
Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen - Barra da Tijuca  
22640-102 Rio de Janeiro, RJ  
TEL. +55 (21) 2431-3935  
[comunicarte@comunicarte.com.br](mailto:comunicarte@comunicarte.com.br)