



Plano de Comunicação

Sociedade de Educação e Saúde à Família – SESFA

Objetivos Gerais

A comunicação da Sociedade de Educação e Saúde à Família (SESFA) tem como base o comprometimento com causas sociais, com as famílias e com as comunidades. Através do Plano de Comunicação, definimos esses posicionamentos, bem como as estratégias de difusão da informação que atendem ao novo contexto midiático e social.

O intuito deste Plano de Comunicação é institucionalizar a mensagem que diariamente já é transmitida para e pelos colaboradores, mas agora de forma regularizada. É um mecanismo de esclarecer a missão, dar transparência às ações e informar o papel que cumpre na sociedade e estabelecer uma comunicação linear entre os públicos internos e externos, de modo que sejam definidas estratégias básicas de comunicação que possibilitem um amplo alcance.

Objetivos Específicos

- Fortalecer e consolidar a imagem da SESFA como referência nos serviços que oferece para o município de Barbalha, Crato, Quitaius e Oros;
- Transmitir de forma clara a mensagem da instituição;
- Estabelecer fluxo de comunicação de forma integral;
- Fortalecer a comunicação interna;
- Facilitar o diálogo entre os setores da instituição;
- Fortalecer o sentimento de pertencimento junto à instituição.

“Quando a comunicação é boa, ela informa. Quando é ótima, ela engaja e incentiva os colaboradores a agirem” – David Grossman

Apresentação

A Sociedade de Educação e Saúde à Família (SESFA) foi fundada em 26 de Novembro de 1985. Entidade filantrópica sem fins lucrativos, civil, jurídica de direito privado, de caráter educacional, cultural, assistencial e de saúde, com duração indeterminada. Sua sede é situada à Rua Alfredo Correia, nº 172, bairro Cirolândia, na cidade de Barbalha, Estado do Ceará, na região Nordeste do Brasil, mas também possui anexos nas zonas rurais e urbanas das cidades do Crato, Orós e Quitaius.

A SESFA tem o objetivo de promover e contribuir com educação, formação e inclusão social de crianças, jovens e adolescentes, de ambos os sexos, sem distinção de raça ou credo religioso, através de ações socioassistenciais, desenvolvendo a autonomia, a qualidade de vida biopsicossocial, uma vez que as famílias vivem em condição de vulnerabilidade, com renda familiar per capita de até 50% do salário mínimo vigente, e muitas sobrevivem unicamente através de programas dos Governos Municipal e Federal.

A Instituição surgiu a partir do desmembramento da SOCIEDADE DE APOIO À FAMÍLIA (SOAFA), iniciando suas atividades em imóveis alugados no bairro Bela Vista, Alto da Alegria e no Centro de Barbalha, até que, em 1989, a Prefeitura Municipal doou alguns terrenos para a construção da Sede. Mutirões realizados pelas famílias locais e o empenho da gestora da Sesfa na época, a Sra. Maria Liliane de Sá Barreto, possibilitaram a construção de algumas salas, atendendo às primeiras necessidades. Com o passar do tempo, com o aumento do volume de trabalhos e projetos, a ampliação foi necessária. Mais uma vez os populares mobilizaram-se, dessa vez, com realizações de eventos para levantar recursos. Através da parceria com o ChildFund Brasil, na época Fundo Cristão para Crianças, a SESFA organizou-se financeiramente e estruturou melhor a Sede.

Cidades e respectivos bairros assistidos

Barbalha: Cirolândia, Alto da Alegria, Bela Vista, Malvinas, Bulandeira, Vila Santo Antônio, Barro Branco e Distrito Estrela.

Crato: São Miguel, Pinto Madeira, Mutirão, Muriti, Barro Branco e zona rural Vila São Bento.

Orós: Centro, São Geraldo, Carnaubinha, Calado, Palestina, Pereiro, Cidade, São José e Barragem.

Quintalú: São Bancos, Caixa D'agua, Cantinhos, Caraibas, Cantingueira, Coronzol, Cupins, Forquilha, Ingazeira, Malhada Grande, Mangabeira, Marecos, Passo Feliz Agorovila, São Francisco, Sobradinho, Tabuleiro Alegre, Tapera, Taveira, Unha de Gato, Varas e Viturino.

Missão

Proporcionar condições e oportunidades que possibilitem o desenvolvimento sociocultural de crianças, adolescentes e jovens, através de uma pluralidade de atividades.

Visão

Reconhecimento como entidade que desenvolve ações sociais, educativas e culturais de referência com crianças, adolescentes, jovens e famílias no município de Barbalha, Ceará.

Valores

Ética, transparência, responsabilidade, integridade, comprometimento, respeito à diversidade, autonomia e solidariedade.

Comunicação Externa

Ter uma boa comunicação externa é a melhor maneira de consolidar e transmitir a imagem desejada para o público que assiste a instituição. Para a SESFA, essa comunicação se destina a Sociedade Civil; Parceiros e Financiadores; Doadores; Governos Municipal, Estadual e Federal; Organizações Internacionais; Apoiadores.

O intuito de montarmos um planejamento de uma comunicação externa bem estruturada é criar relações de confiança e construir e solidificar uma reputação positiva. Entre as dinâmicas de atuação, incluímos na nossa comunicação a utilização de canais de comunicação para informar e divulgar, desenvolver ações e campanhas, interagir com o público e captar recursos e parceiros.

Para isso, é preciso compreender o ambiente em que a instituição está inserida, levando em consideração as suas forças, fraquezas, potenciais e ameaças, formados por fatores externos e internos.

Análise de Swot

Força	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Envolvimento das comunidades nas ações realizadas;• Reconhecimento e credibilidade perante a sociedade e órgãos públicos;• Importantes parcerias estabelecidas com instituições de grande respaldo;• Ações de impacto na transformação da realidade de milhares de crianças, adolescentes, jovens e adultos;• Equipe engajada nas atividades;• Trabalho com base nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociais como canais de divulgação das atividades;• Crescimento orgânico no número de seguidores nas redes sociais;• Trabalhar assessoria de imprensa e produções de releases para divulgação das atividades realizadas;• Divulgação nas rádios, Tvs, blogs e sites de notícias, mailings e demais canais de comunicação.

Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Falta de profissional para assessoria de comunicação;• Falta de planejamento estratégico de divulgação das ações realizadas;• Impulsionamento estratégico das ações;• Engajamento maior de padrinhos e apadrinhados nas redes sociais;	<ul style="list-style-type: none">• Comunicação confusa;• Falta de dinâmica com as redes sociais e os seguidores;• Ausência de assessoria para assuntos com a imprensa;• Falta de padrão visual na comunicação das artes de divulgação de ações.

Análise dos Canais de Comunicação

SITE: Criado em 2018, o site institucional da SESFA tem em média 1.800 acessos por mês. Dependendo da atividade, os acessos sobem para mais de 2.500. Nele, ficam disponíveis

importantes informações estáticas, como as certidões das atividades realizadas ao longo do ano e o relatório do impacto social nas comunidades. Constantemente atualizado, o site da SESFA é o espaço virtual onde constam todas as informações referentes à instituição. O site é de fácil manuseio, didático e acessível.

INSTAGRAM: Atualmente, a SESFA possui 2.677 seguidores e segue 4.078 pessoas no instagram. Um ponto bastante positivo é que todos os dias a página ganha novos seguidores de forma orgânica. O perfil é um dos principais canais de comunicação da instituição e tem contribuído para a difusão dos conteúdos produzidos pela SESFA. Outra estratégia adotada para estimular a interatividade é a utilização dos recursos disponíveis na rede social, como os stories, enquetes e caixas de perguntas.

As publicações seguem também um planejamento de turnos. Normalmente, o período da manhã (8h) e de meio dia são os horários em que os seguidores costumam passar mais tempo online, de acordo com relatório emitido pelo Instagram da SESFA. A aplicação de hastags populares também é uma estratégia que tem dado resultados nas postagens frequentes da instituição.

FACEBOOK: Atualmente, a SESFA possui 2.632 seguidores e 2.588 curtidas em sua página oficial. Nos últimos anos, o facebook passou a ter um modus operandi diferente do Instagram. A rede social está mais associada a uma rede de busca, em que se trabalha o conteúdo como destino, ou seja, posts mais específicos, de forma mais pontual, como vídeos incentivadores e stories mais divertidos. Pensando nisso, a SESFA tem explorado mais a utilização de vídeos de fácil e rápida visualização para impulsionar o engajamento da página. Também tem sido estimulado a interação do público através de compartilhamentos e curtidas das pessoas inscritas.

YOUTUBE: Atualmente, a SESFA possui 60 inscritos no canal. Atualmente, a SESFA tem trabalhado para fortalecer a correlação entre as outras redes da instituição com o canal na plataforma. Uma estratégia adotada é a intensificação na produção de conteúdo e a criação de mais demandas para o uso da página. Frequentemente são produzidas lives com diversos temas que contemplam as atividades da instituição, também são produzidos vídeos

Plano de Ação Diário

- Criação e postagens diárias nos stories e feed do Instagram – Manter frequência de postagens, respeitando horários de maior interação com os seguidores é essencial para estabelecer um relacionamento de fidelidade;
- Criação de ferramentas de engajamento como enquetes, sorteios, votação e menções – Assim o algoritmo entende que a conta é interessante para mais pessoas e os conteúdos se tornam mais relevantes;
- Interação com os seguidores – Uma maneira de mostrar presença é responder e curtir os comentários de forma rápida, mostrando comprometimento com o público;
- Análise de compartilhamentos – relatório gerado pelas redes sociais para identificar quantas e o perfil de pessoas que repostaram o conteúdo;

- Análise de horários com maior engajamento – relatório gerado pelas redes sociais;
- Análise de relatório mensal e postagens com maior engajamento – É necessário avaliar os conteúdos que geram mais engajamento, isso ajudará a nortear as demais postagens;
- Planejamento de conteúdos a serem postados – Seguir um cronograma bem elaborado de postagens evita erros e mostra coerência de ideias;
- Integrar todos os canais de comunicação – Apesar de cada canal apresentar uma dinâmica específica, devem estar alinhados com os mesmos conteúdos, isso demonstra sincronia das informações;

Plano de Ação Periódico

- Análise mensal de engajamento nas redes sociais – É preciso entender o público que consome os conteúdos postados da instituição e perceber como ele se comporta em cada rede social;
- Planejamento estratégico de postagens – É preciso manter um planejamento bem estruturado com agenda de postagens e calendário editorial;
- Planejamento estratégico de impulsionamentos – Algumas postagens irão precisar de mais alcance que outras, é necessário estudar quais as que serão impulsionadas para conseguir alcançar maior número de visualizações;
- Alinhamento das ações e os meios utilizados para divulgação, produção e distribuição de releases – Os meios de comunicação são importantes ferramentas de divulgação das ações pois alcançam um grande número de espectadores;
- Acompanhamento das ações e campanhas – Manter a sequência de Início, meio e fim. Anunciar quando irá acontecer, exibir no momento em que estiver acontecendo e finalizar enfatizando como foi importante tal ação;
- Planejamento estratégico de captação de parcerias e recursos – Criar eventos e ações que visem esse objetivo, estabelecendo e gerando relacionamentos com pessoas e organizações.

Planejamento Estratégico

Ações que poderão potencializar os planos de ação diário e periódico:

- Contratação de profissional qualificado para atuar na assessoria de comunicação - A Assessoria de Comunicação (ASCOM) é de fundamental importância para a realização da gestão da política de comunicação institucional. Cabe à ASCOM assessorar, coordenar, executar, acompanhar, controlar e avaliar os assuntos pertinentes à comunicação institucional;
- Realizar levantamento dos veículos de comunicação (TV, rádio, jornais impressos, blogs, sites de notícias e etc.) e sugerir com frequência pautas das ações da instituição;
- Nomear um porta-voz oficial para passar a mensagem da instituição em pronunciamentos nos veículos de comunicação;
- Criação de mailing com e-mails dos veículos de comunicação;

- Produção e distribuição semanal de releases para os veículos de comunicação;
- Atualizações dos banners e cards nas redes sociais de acordo com as ações realizadas;
- Destinar recurso para impulsionamento das redes sociais;
- Encontros mensais e motivacionais para avaliação da comunicação interna com colaboradores e voluntários;
- Planejamento e ações que possibilitem que as pessoas assistidas pela SESFA sejam multiplicadores da mensagem que a instituição deseja difundir;
- Planejamento de estratégias de comunicação interna e externa junto à diretoria.

Comunicação Interna

A Comunicação interna é responsável por viabilizar a interação entre a organização e seus colaboradores. No nosso caso, são funcionários, colaboradores, voluntários e diretoria. As orientações do Plano de Comunicação podem ajudar na redução dos ruídos, na maioria das vezes causados por falhas na comunicação, e no fortalecimento e consolidação da identidade e imagem institucional.

A nossa comunicação interna é fortemente influenciada por valores de uma interlocução não-violenta, de respeito mútuo, escuta e solidariedade. Por isso, entendemos a necessidade de institucionalizar e padronizar um método de comunicação que firme tais princípios de forma muito clara, consistente e que flua em todas as direções.

É importante aqui ressaltar que o público interno também é uma importante mídia para a instituição. Bem alinhada, a comunicação reverbera com mais êxito e alcança o público a quem se destina a mensagem. A contribuição do público interno é essencial nesse sentido, pois conhecendo o trabalho que é realizado dentro da instituição, poderá promover a formação e difusão de opiniões do público externo e até mesmo enfrentar eventuais crises internas, mas para isso, a comunicação deve ser coerente, respeitosa, direta, transparente e pessoal.

Um ponto evidente na dinâmica de trabalho dos colaboradores e voluntários da SESFA é o comprometimento com os trabalhos que desempenham e o relacionamento com as crianças, adolescentes e famílias inscritas, sempre pautado no respeito e acolhimento à esse público. O objetivo em comum promove um alinhamento espontâneo entre a equipe.

Porém, foi estabelecido através de manual do funcionário e código de ética, um compilado de práticas para uma boa comunicação interna. São elas:

- **Conhecer bem a instituição** – ao saber o que acontece na empresa e como seu trabalho coopera no âmbito geral, há maior produtividade do colaborador;
- **Comunicação Simples, transparente e objetiva para gerar bons resultados** - alinhar informações entre empresa e funcionários possibilita maior transparência em todos os setores;
- **Seja qual for a mensagem, é preciso que tenha começo, meio e fim** – assim evita-se os ruídos de comunicação e mostra clareza das ideias;
- **Promover ações de relacionamento** – No intuito de aproximar, integrar e melhorar o relacionamento dos colaboradores de diferentes departamentos;

- **Estimular a cultura do reconhecimento** – Assim o colaborador se sente estimulado a sempre oferecer boas ideias e a ser produtivo, além de se sentir feliz em ser ouvido;
- **Alinhar comunicação interna e externa com os colaboradores** - identificar como a atividade executada por cada profissional repercute no produto ou serviço final possibilita uma contribuição maior no objetivo da empresa;
- **Fortalecer a cultura organizacional** – Facilitando a prática da cultura organizacional de acordo com os valores da empresa;
- **Respeito entre funcionários** – Essa é uma regra básica que mesmo sendo óbvia, deve ser sempre trabalhada.

Canais utilizados para a comunicação interna

Apesar do diálogo de forma pessoal ser o melhor meio de repassar a mensagem desejada, a Sesfa utiliza diversos canais de comunicação para a aplicação e disseminação da comunicação interna, são eles:

- **Jornal mural:** Onde são anexados informativos gerais, lembretes, convites, notícias e atividades.
- **E-mail corporativo:** Estabelece uma comunicação institucional interna através de mailing apenas de colaboradores.
- **Manual do colaborador:** Utilizado para direcionar as ações, apresentar as normas e regras, atividades e objetivos da SESFA. Também norteia como deve acontecer o trabalho individual e em grupo.
- **Caixa de sugestões:** Destinado a todos os colaboradores, mas principalmente àqueles que têm receio ou vergonha de falar abertamente com o chefe ou líder de um setor.
- **Reuniões:** Para alinhar os planejamentos da equipe e estabelecer metas.

“Quando a comunicação é boa, ela informa. Quando é ótima, ela engaja e incentiva os colaboradores a agirem” – David Grossman