

Plano de Comunicação e Divulgação Concessão “C 179 - Eguins”

ÍNDICE

I - Introdução	3
II - Objetivos	3
III - Estratégia de Divulgação	4
IV - Público-alvo	5
V - Estratégia e Meios a utilizar	5
VI - Avaliação de eficácia	6

I - Introdução

O diálogo das empresas com as comunidades, organizações locais é um princípio fundamental para a implementação de um Plano de Comunicação e Divulgação de um projeto extrativo. Este plano decorre da importância e necessidade de planear a forma de comunicar e de envolver a comunidade local.

A Concessão de Eguins tem como objetivo explorar e extrair recursos minerais, nomeadamente argilas comuns, argilas especiais (caulino) e areias caulínicas. Estes materiais são utilizados na indústria cerâmica e construção. Esta localiza-se na união de freguesias de São Simão e Santiago de Litém e Albergaria dos Doze, pertencente ao município de Pombal.

Este plano pretende dar resposta ao disposto na legislação em vigor aplicado à concessão de exploração de depósitos minerais não metálicos de caulino e argilas especiais denominada “C 179 - Eguins”.

II - Objetivos

O presente Plano de Comunicação e Divulgação visa informar, esclarecer, e sensibilizar as comunidades locais sobre a atividade extrativa e a importância dos Recursos Geológicos, promovendo a participação e envolvimento das comunidades.

O objetivo traduz a necessidade de, por um lado, sensibilizar a comunidade para a atividade extrativa e os hábitos que o compromisso com o desenvolvimento sustentável implica e por outro lado, destina-se a obter apoio por parte da comunidade para a importância dos recursos minerais e a sua componente económica na cadeia de valor a que está associada.

Promover o contacto dos nossos técnicos com a população, mantendo-a informada sobre conceitos e processos de trabalho, dar continuidade à nossa colaboração com o município.

A prossecução destes vetores envolve a concretização dos seguintes objetivos estratégicos, chamando à atenção para a problemática da Sustentabilidade de uma Unidade Extrativa;

- Mobilizar a comunidade;
- Promover e definir a participação dos agentes locais e outras partes interessadas;
- Promover uma comunicação de proximidade;
- Integrar as opiniões da população;

Avaliar periodicamente o sucesso da estratégia de comunicação.

III - Estratégia de Divulgação

A estratégia de comunicação envolve dar a conhecer as atividades, potencialidades e oportunidades decorrentes da atividade da empresa em relação direta com a população. Acreditamos que a comunicação é um ponto fundamental para que a comunidade tenha ao seu dispor toda a informação de forma a ter o entendimento necessário e correto relativamente aos processos utilizados para a exploração deste espaço. Considerando que temos o dever de informar e comprometer, tendo como base a transparência, clareza, consistência e confiança.

As Plataformas Digitais são um tipo de canal de comunicação preferencial, como é o caso das redes sociais, nomeadamente o LinkedIn e a nossa plataforma (www.corbario.com) atualizada com regularidade. Ainda existe uma página na nossa plataforma, dedicada a reclamações e sugestões, que de uma forma mais rápida e eficaz serão utilizadas e analisadas.

Também através da realização de eventos e atividades que promovam a aproximação, o envolvimento da comunidade e demonstrem o compromisso da empresa com a região, se pretende chegar ao maior número de população, fazendo-se uma escolha de diferentes tipos de atividades tendo em conta o público alvo – Faixa etária, grupo social, outros:

- Colaboração com as escolas locais, para a concretização de uma visita de estudo às nossas instalações de crianças do 1º e 2º ciclos, acompanhadas pelos nossos técnicos;
- Abertura de um concurso dirigido aos residentes locais, que consiste num programa de incubação para apoiar empreendedores locais, fornecendo mentoria, recursos e/ou financiamento inicial;
- Parcerias e oportunidades de colaboração com organizações locais:
 - Continuidade de parcerias com universidades – Visitas e estágios curriculares / profissionais;
 - Atividades de envolvimento com instituições de cariz social;
 - Colheitas / doação de sangue

Prevê-se a presença em eventos comunitários, nomeadamente através da distribuição de brochuras,

com o intuito de reforçar a informação / formação e visibilidade local nas comunidades.

IV - Público-alvo

O público-alvo destinatário desta comunicação está inserido num meio onde se consideram vários e diferentes grupos, mas que de forma diferente e ajustada serão envolvidos nas atividades propostas. As características socioeconómicas da população local estão associadas a atividades agrícolas e negócios locais, sendo que desta forma é importante a criação de postos de trabalho e melhorias das condições locais, acessibilidades, escolas ou outros. Perante esta realidade, o interesse da comunidade pelo desenvolvimento económico é uma das expectativas e dos focos principais. Desta forma, a comunicação pode chegar aos cidadãos de forma individual, às autarquias, ONG's e Associações Culturais e Desportivas ou outros:

- Associações locais de Utilidade Pública;
- Escolas e agentes educativos;
- Associações culturais e desportivas;
- Instituições de Comunicação Social;
- Instituições de Solidariedade e Apoio Social;
- Juntas de Freguesia.

V - Estratégia e Meios a utilizar

Para concretizar os objetivos referidos, a estratégia de divulgação utiliza canais diversificados de comunicação multimédia, possibilitando uma adequada publicitação. Por outro lado, recorre-se às novas tecnologias de informação e comunicação (ex. Redes Profissionais e Sociais, sítios de internet), pela troca de informação de forma rápida, eficaz e atualizável num curto intervalo de tempo. Por outro lado, recorre-se a outros métodos de divulgação, locais tradicionais de modo a garantir proximidade e universalidade de acesso:

- Páginas internet
- Brochuras
- Flyers

- Guia de Boas Práticas

Os meios de comunicação a utilizar enumeram-se de seguida:

Página Web: (www.whiteminerals.pt)

A Internet é um meio acessível ao público e permite o contacto com as comunidades locais:

- Calendário de atividades;
- Notícias;
- Galeria de imagens;
- Ligações úteis.

Guias de boas práticas

Publicação de guias informativos, a inserir na página Web, no sentido de exemplificar algumas ações para promover a sustentabilidade da unidade extrativa, junto da população.

Brochuras (desdobráveis).

As brochuras são um meio simples de atingir o grande público, com as características ideais para acompanhar eventos. A brochura consistirá numa breve apresentação da empresa, acompanhada da indicação de formas de obter informação mais detalhada.

VI - Avaliação de eficácia

De forma a avaliar a eficácia da nossa comunicação, relativamente à vertente digital é possível fazer a medição da taxa de envolvimento através da análise do número de visualizações das nossas publicações, incluindo o website e as redes sociais, tal como o alcance, que nos indica a quantidade de pessoas que tiveram acesso a determinada publicação. Ainda nesta matéria é importante fazer uma análise da taxa de conversão, que nos permite analisar a proporção de pessoas que realizaram uma ação desejada, como abrir um link, ou aceder a um evento etc... Ainda nesta matéria e relacionado com o ponto anterior, poderemos disponibilizar inquéritos de satisfação online, para que seja dada a possibilidade de obter um feedback direto, estes inquéritos são ferramentas valiosas para entender a perceção da comunidade sobre as nossas ações e identificar áreas de melhorias.

Presencialmente poderão ainda ser realizados questionários tendo em vista a aquisição de

conhecimento / parecer sobre a atividade na concessão / unidade extrativa e seus impactes na comunidade local.

Modelo de Questionário à Comunidade

DADOS PESSOAIS (assinale com uma cruz a resposta mais adequada)

1. Nome (opcional)

2. Freguesia em que reside:

3. Sexo:

a. Masculino

☐

b. Feminino

4. Idade:

a. 0-14 anos

☐

b. 15-24 anos

☐

c. 25-64 anos

☐

d. 65 ou mais

5. Escolaridade:

a. Não sabe ler nem escrever

☐

c. 1º ciclo (4ª classe)

e. 2º ciclo (Ciclo preparatório)

g. 3º ciclo (9º ano)

b. Ensino Secundário (12ºano)

d. Bacharelato/Licenciatura

f. Pós-Graduação/Mestrado/Doutoramento

h. Outro Qual? _____

☐

Diagnóstico à Sustentabilidade Extrativa na Comunidade Local

- 1.** Do seu conhecimento da Concessão / exploração Mineira indique **três pontos fortes** em matéria de desenvolvimento sustentável extrativo.

- 2.** Do seu conhecimento da Concessão / Exploração Mineira indique **três pontos fracos** em matéria de desenvolvimento sustentável extrativo.

3. Identifique três ações a desenvolver na Concessão / Exploração Mineira em matéria de desenvolvimento sustentável extrativo.

4. Identifique três palavras-chave que na sua opinião melhor caracterizam a Concessão / Exploração Mineira.

1.

2.

3.

INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (assinale com uma cruz a resposta mais adequada)

Qual a importância que atribui às possíveis intervenções a realizar na sua Freguesia pela empresa

de acordo com a seguinte classificação: **1:** Nada Importante; **2:** Pouco Importante; **3:** Razoável; **4:**

Importante; **5:** Muito Importante. Apresente, se considerar necessário ações de melhoria.

Nº	INDICADOR	1	2	3	4	5	Ação de Melhoria
1.	Apoio a Escolas						
2.	Construção de caminhos/acessos						
3.	Apoio ao Desporto						
4.	Apoio a ONG's						

Os resultados deste inquérito são confidenciais e ao abrigo do RGPD de acordo com os diplomas legais.