

GABARITO CASE Inpev

OBJETIVO DO EVENTO

- **Conscientizar** crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades sobre a importância de promover a preservação ambiental por meio da destinação correta de embalagens vazias de defensivos agrícolas.

Tornar conhecida a importância da preservação ambiental a crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades.

Comentado [A1]: Dar conhecimento

META DO EVENTO

- Alcançar ampla veiculação de mensagens sobre a importância da preservação do meio ambiente e da manutenção do campo limpo.

Ampliar em 5% o número de participantes do evento em relação à edição anterior.

Aumentar a quantidade de embalagens arrecadadas pelas centrais de recebimento em 10% em relação ao ano anterior.

Ampliar em 5% o número de parceiros (patrocinadores e centrais) do evento em relação à edição anterior.

Comentado [A2]: Não define prazo para o alcance do resultado e não o quantifica. É meta de assessoria de imprensa e não do evento.

OBJETIVO	META	INDICADORES	MÉTRICAS
<p><i>Tornar conhecida a importância de promover a preservação ambiental a crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades.</i></p>	<p><i>Ampliar em 5% o número de participantes do evento em relação à edição anterior.</i></p>	<p>Output:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presença do público no evento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de participantes das atividades realizadas.
	<p><i>Obter 5% de aumento de inscritos nas demais atividades propostas.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Inscrição x participação de público nas atividades realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de inscritos nos concursos.
	<p><i>Aumentar em 10% a cobertura do evento em veículos nacionais.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilidade alcançada pela divulgação do evento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de matérias veiculadas. - Número de acessos ao hotsite.
	<p><i>Alcançar 70% de compreensão do tema junto aos jovens e crianças das escolas participantes.</i></p>	<p>Outtake:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veiculação de notícias alinhadas ao conteúdo divulgado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análise de clipping. - Análise de conteúdo das redações.
	<p><i>Obter compreensão do tema pela imprensa.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conteúdo das redações e desenhos inscritos nos concursos adequados à temática. 	<ul style="list-style-type: none"> - Avaliação dos desenhos.
	<p><i>Aumentar a quantidade de embalagens arrecadadas pelas centrais de recebimento em 10% em relação ao ano anterior.</i></p>	<p>Outcome:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mudança de opinião – considerar importante a preservação do meio ambiente 	<p>Contagem do número de embalagens coletadas</p>
	<p><i>Aumentar em 5% a rede de parceiros em relação à edição anterior.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mudança de comportamento: adesão de novos parceiros. - Mudança de comportamento – destinação correta de embalagens. 	
		<p>Outflow:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mudança de comportamento: – destinação correta de embalagens; adesão de novas centrais e patrocinadores. 	<p>Contagem do número de embalagens coletadas x número de participantes no evento</p>

APLICAÇÃO DA RÉGUA DE LINDENMANN:

OBJETIVO	NÍVEL	META	INDICADORES	MÉTRICAS
<i>Tornar conhecida a importância de promover a preservação ambiental a crianças, jovens, agricultores, trabalhadores rurais e seus familiares e comunidades.</i>	BÁSICO	<i>Ampliar em 5% o número de participantes do evento em relação à edição anterior.</i> <i>Obter 5% de aumento de inscritos nas demais atividades propostas.</i> <i>Aumentar em 10% a cobertura do evento em veículos nacionais.</i>	<i>Output:</i> - Presença do público no evento. - Inscrição x participação de público nas atividades realizadas. - Visibilidade alcançada pela divulgação do evento.	- Número de participantes das atividades realizadas. - Número de inscritos nos concursos. - Número de matérias veiculadas. - Número de acessos ao hotsite.
	INTERMEDIÁRIO	<i>Alcançar 70% de compreensão do tema junto aos jovens e crianças das escolas participantes.</i> <i>Obter compreensão do tema pela imprensa.</i>	<i>Outtake:</i> - Veiculação de notícias alinhadas ao conteúdo divulgado. - Conteúdo das redações e desenhos inscritos nos concursos adequados à temática.	- Análise de clipping. - Análise de conteúdo das redações. - Avaliação dos desenhos.
	AVANÇADO	<i>Aumentar a quantidade de embalagens arrecadadas pelas centrais de recebimento em 10% em relação ao ano anterior.</i> <i>Aumentar em 5% a rede de parceiros em relação à edição anterior.</i>	<i>Outcome:</i> - Mudança de opinião – considerar importante a preservação do meio ambiente - Mudança de comportamento: adesão de novos parceiros. - Mudança de comportamento – destinação correta de embalagens.	Contagem do número de embalagens coletadas

ESTRATÉGIAS

- Concentrar em uma única data (Dia do Campo Limpo), grandes ações de mobilização de todos os envolvidos no programa de destinação final de embalagens vazias.
- Demonstrar a parceria de sucesso entre todos os elos da cadeia produtiva agrícola, em benefício da preservação do meio ambiente.

AÇÕES

- Ações de relacionamento com a imprensa.
- Veiculação de anúncios publicitários em mídia especializada.
- Utilização do boletim “Informativo Inpev”.
- Uso de *hotsite* específico do evento.

- Atividades promovidas pelas centrais de recebimento no Dia do Campo Limpo que mostram todas as etapas do sistema de destinação final de embalagens vazias de defensivos agrícolas e enfatizar a importância da conformidade desse procedimento para proteção ao meio ambiente e à saúde humana.
- Inserções publicitárias em rádios.
- Encarte na edição de agosto da revista Panorama Rural.
- Realização do evento em estádios municipais, auditórios de empresas ou outros espaços públicos como programação optativa.
- Concursos para crianças (desenho) e jovens (redação) durante o Dia do Campo Limpo.
- Realização de sessões solenes nas câmaras e/ou prefeituras municipais em reconhecimento dos envolvidos com o sistema de descarte de embalagens.