



**CENTRO UNIVERSITÁRIO LUTERANO DE PALMAS**

COMUNIDADE EVANGÉLICA LUTERANA ' SÃO PAULO  
Recredenciado pela Portaria Ministerial nº 3.607 - D.O.U. nº 202 de 20/10/2005

COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO E  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PLANO DE COMUNICAÇÃO  
SINDICATO DOS AUDITORES FISCAIS DA RECEITA ESTADUAL DO  
ESTADO DO TOCANTINS - SINDARE

**Palmas – TO**

2014

**Haila Carneiro**  
**Lara Barreira**  
**Paulo Carneiro**  
**Saullo Moura**  
**Walquerley Ribeiro**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO**  
**SINDICATO DOS AUDITORES FISCAIS DA RECEITA ESTADUAL DO**  
**ESTADO DO TOCANTINS - SINDARE**

Planejamento de Comunicação apresentado como requisito de avaliação da disciplina de Assessoria e Consultoria de Comunicação Social, do curso de Comunicação Social, sob a orientação da Prof<sup>ª</sup>. Dra. Valdirene Cássia da Silva.

**Palmas – TO**

2014

## Lista de Ilustrações

Figura 1- Quadro Observação de símbolo gráfico .....	13
Figura 2- Quadro Análise SWOT .....	14
Figura 3- Questionário Auditores Fiscais.....	19
Figura 4- Gráfico Idade e tempo de filiação ao SINDARE .....	19
Figura 5- Gráfico Representatividade.....	20
Figura 6- Gráfico Comunicação Interna .....	20
Figura 7- Gráfico Sentimento em relação ao SINDARE .....	21
Figura 8- Gráfico “O que p SINDARE pode oferecer, mas ainda não oferece?” .....	21
Figura 9- Questionário Impressa .....	22
Figura 10 - Gráfico Sobre conhecer o SINDARE .....	22
Figura 11- Gráfico Diferença entre SINDARE e Sindifiscal .....	22
Figura 12- Gráfico Busca de informações .....	23
Figura 13- Quadro de Estratégias Gerais.....	52

## SUMÁRIO

<b>Lista de Ilustrações</b> .....	<b>3</b>
<b>Apresentação</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Comprometimento da Diretoria</b> .....	<b>6</b>
<b>3. Contexto da Organização</b> .....	<b>7</b>
3.1. Dados de Identificação.....	7
3.2. Histórico SINDARE .....	7
<b>4. Missão e Visão</b> .....	<b>11</b>
<b>5. Valores</b> .....	<b>11</b>
<b>6. A Avaliação das estruturas de comunicação visual do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins - SINDARE</b> .....	<b>12</b>
<b>7. Objetivos de Comunicação</b> .....	<b>14</b>
<b>8. Análise SWOT</b> .....	<b>14</b>
8.1. Forças .....	14
8.2. Fraquezas .....	15
8.3. Oportunidades.....	16
8.4. Ameaças .....	16
<b>9. Questionários</b> .....	<b>17</b>
9.1. Questionário: Auditores Fiscais.....	19
9.2. Questionário: Imprensa.....	22
<b>10. Planejamento de Comunicação</b> .....	<b>24</b>
10.1. Janeiro .....	24
10.1.1 Banco de Dados .....	24
10.1.2 <i>Mailing</i> .....	25
10.2. Fevereiro .....	26
10.2.1 Padronização e revitalização da identidade visual.....	26

10.2.2	Café com Leis .....	27
10.2.3	Redes Sociais do SINDARE .....	29
10.2.4	Media Training para o assessorado .....	30
10.3.	Março .....	32
10.3.1	Revitalização da Fachada.....	32
10.3.2	Manutenção, organização e iluminação do sindicato.....	33
10.3.3	Vídeo Institucional para as redes sociais .....	34
10.3.4	Vídeo tutorial SINDARE .....	35
10.4.	Abril.....	36
10.4.1	Cartão do Filiado.....	36
10.4.2	Dia do Jornalista .....	37
10.4.3	Caminhada SINDARE da Saúde .....	39
10.5.	Maio .....	40
10.5.1	Dia do Trabalhador .....	40
10.5.2	Dia das Mães SINDARE .....	41
10.6.	Junho .....	43
10.6.1	SINDARE Social .....	43
10.6.2	Confraternização semestral dos auditores.....	44
10.6.3	Pesquisa satisfação SINDARE .....	46
10.7.	Meses periódicos .....	47
10.7.1	Felicitações de aniversário: Parabéns filiado SINDARE .....	47
10.7.2	Reunião periódica Diretoria.....	49
10.8.	Estratégias gerais .....	50
<b>11.</b>	<b>Verba e Período .....</b>	<b>53</b>
	<b>Referências.....</b>	<b>53</b>

## **Apresentação**

A comunicação se desenvolve na terra fértil das oportunidades. Oportunidades estas, encontradas nas organizações que reconhecem na comunicação uma poderosa ferramenta de diferenciação mercadológica. Uma pessoa jurídica que deseja se desenvolver em um mercado cada dia mais competitivo, precisa trabalhar a comunicação de forma estratégica e dirigida. Gracioso (1996, p 11) conceitua o planejamento estratégico como sendo a “conciliação entre as oportunidades (ou desafios) do ambiente externo e os recursos tangíveis ou intangíveis da empresa, tendo em vista seu desenvolvimento sem traumas”.

É inegável a essencialidade da comunicação para o desenvolvimento de uma empresa. Cientes desta verdade construímos para o Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins - SINDARE um planejamento estratégico de comunicação flexível e coerente com suas necessidades reais e possibilidades de investimento.

Por mais que se fale em Planejamento Estratégico da Comunicação, do qual as assessorias são parte fundamental, são poucas as empresas ou entidades que entendem a comunicação dessa maneira. Os empregadores sempre têm ideias maravilhosas e pretendem saber exatamente de que precisam, mesmo que essas ideias sejam irrealistas e, muitas vezes, representem “o barato sai caro”. (DUARTE, 2003, p. 222).

O planejamento deve trabalhar no gerenciamento da comunicação o sindicato, levando em consideração que todas as ações serão vistas estrategicamente e de acordo com a realidade do SINDARE.

## **2. Comprometimento da Diretoria**

O sucesso de um planejamento de comunicação depende da integração e cooperação de todos os envolvidos na vida organizacional da instituição. Sem o apoio constante destes, o projeto tende a fracassar.

Esse projeto teve aceitação da diretoria do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins – SINDARE liderada pelo presidente Jorge Antonio da Silva Couto, que nos familiarizou com a natureza do sindicato e nos transmitiu as informações fundamentais para entendê-lo.

### **3. Contexto da Organização**

Antes de planejar uma ação comunicacional se faz necessário cumprir uma importante etapa, que sem ela fica impossível construir um planejamento coerente com a realidade vivenciada pelo sindicato. Essa etapa se refere a conhecer com riqueza de detalhes as partes constituintes da organização.

Buscar compreender o funcionamento da organização, seu campo de atuação e sua representatividade no cenário político, econômico e social. É um exercício que deve ser feito durante todo o processo de construção do planejamento. As informações que serviram de matéria prima para a elaboração deste estudo são provenientes dos muitos diálogos tidos pessoalmente ou através de telefonemas com nosso assessorado e por meio de diagnóstico aplicados na associação.

#### **3.1. Dados de Identificação**

**Nome da Instituição:** Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins - SINDARE

**Endereço:** 103 Norte, rua NO 11 lt. 34, Palmas – TO

**CEP:** 77.001-036

**CNPJ:** 00599047/0001-13

#### **3.2. Histórico do SINDARE**

O Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins - SINDARE foi fundado quando os trabalhadores decidiram construir uma nova forma de organização sindical, calcada principalmente na ética, liberdade e autonomia para lutar pelos interesses da categoria. Assim, surgiu em 26 de setembro de 1994 o SINDARE. O sindicato é filiado a FENAFISCO - Federação Nacional do Fisco Estadual e Distrital.

Sindicato é o agrupamento estável de várias pessoas de uma profissão, que convencionam colocar, por meio de uma organização interna, suas atividades e parte de seus recursos em comum, para assegurar a defesa e a representação da respectiva profissão, com vistas a melhorar suas condições de vida e trabalho,

É entidade formada para a promoção e defesa dos direitos e interesses dos integrantes de uma determinada categoria profissional ou econômica. Cabe mencionar que o sindicato não possui finalidade de obter lucro, dado que a razão pela qual motiva os trabalhadores se filiarem à entidade é a solidariedade de classe. (GOMES, 1994, p. 547).

Dessa maneira, o sindicato é de cunho privado, tem sua criação baseada na decisão de seus membros com o objetivo de promover, defender e é claro, representar, de forma permanente, os direitos e interesses da categoria profissional ou econômica representada no espaço territorial de sua abrangência.

Sindicato dos Auditores de Rendas do Estado do Tocantins, sendo organização sindical representativa da categoria profissional dos auditores de Rendas do Estado do Tocantins, com duração indeterminada, sem fins lucrativos, e abrange todo o Estado do Tocantins (artigo 1º do Estatuto). É um sindicato que promove a democracia e a transparência, que se organiza para defender e fortalecer os direitos da categoria perante.

A Constituição Federal afirma em seu artigo 8º, inciso III, que “ao sindicato cabe a defesa dos direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria, inclusive questões judiciais e administrativas”.

Segundo o artigo 3º do Estatuto do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Tocantins, o mesmo tem como finalidades:

a) Representar e defender os direitos e interesses profissionais, coletivos e individuais de seus filiados e dos integrantes da categoria

profissional mencionada no artigo 1º, inclusive nos seus envolvimento sócio-econômicos e políticos, em juízo ou fora dele;

b) Promover todos os tipos de reivindicações ligadas ao vínculo funcional de seus filiados e dos integrantes da categoria profissional representada.

Cabe ao SINDARE a defesa, tanto administrativa quanto judicial, dos filiados da categoria, sendo tal defesa tanto individual quanto coletiva, no que diz respeito a fatos relativos ao seu exercício funcional; cabe ao SINDARE, também, a representação nas negociações com governos e autoridades competentes na reivindicação de melhorias para toda a categoria, sejam essas melhorias no que diz respeito à remuneração ou condições de trabalho.

Existem dois Sindicatos de auditores fiscais. O SINDARE que são de Auditores Fiscais da receita Estadual que entraram no cargo por meio de Concurso Público de nível superior.

O último concurso público para auditor fiscal foi realizado no Tocantins foi em 1994. Na época foram 120 vagas para o cargo de auditor de rendas (nível superior); 450 para o cargo de agente de fiscalização e arrecadação (nível médio); e 150 vagas para o cargo de agente de arrecadação (nível médio).

Em relação aos níveis de escolaridade aceitos, conforme o edital do Concurso Público, para o cargo de auditor de rendas, cuja denominação atual é auditor fiscal, a escolaridade exigida foi graduação em curso superior em Administração, Ciências Contábeis, Direito e/ou Economia; para os cargos de agente de fiscalização e arrecadação e agente de arrecadação, a escolaridade exigida foi conclusão do segundo grau (nível médio).

Durante este tempo houve algumas alterações na carreira do fisco. Primeiro ainda na década de 90, fundiram-se cargos e surge o de agente de fiscalização e arrecadação. Depois, já em 2005, uma

alteração na carreira transformou os cargos em auditor fiscal da receita estadual, sendo que os então auditores de renda (nível superior) passaram a se chamar auditores fiscais da receita estadual - AFRE IV, e os agentes de fiscalização e arrecadação (nível médio) passaram a se chamar auditores fiscais da receita estadual - AFRE III.

Na época tomaram posse de 120 auditores de rendas. Atualmente apenas 90 estão trabalhando por motivo de aposentadoria. Com isso, a fiscalização das grandes empresas que estão instaladas no Estado fica comprometida e esta defasagem faz com que se deixe de arrecadar com impostos, como por exemplo, o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS.

Todavia, a Procuradoria Geral da República (PGR), ajuizou em 2009, uma Ação Direta de Inconstitucionalidade, a ADI n.º 4214/2009, no Supremo Tribunal Federal (STF), pedindo que fosse declarado inconstitucional o dispositivo da Lei 1609/2005 que permitiu a transformação dos agentes de fiscalização e arrecadação em auditores fiscais da Receita Estadual. Os auditores de rendas, que já possuíam as mesmas atribuições do cargo de auditor fiscal e cujo ingresso originário na carreira exigiu, à época, a mesma escolaridade (nível superior) de agora, teve, tão somente, mudança de denominação para auditor fiscal da Receita Estadual.

A Advocacia Geral da União (AGU) e o Ministério Público da União (MPU), instados a se manifestar na ação, anuíram ao pedido da PGR de declaração de inconstitucionalidade dos dispositivos invocados, pelo que as supracitadas entidades entendem como acesso ou transposição de cargos, vedados pela Constituição da República.

Em 2014, a Medida Provisória nº 14/2014, que dispõe sobre o Plano de Carreira, Cargo e Remuneração - PCCR do Auditor Fiscal da Receita Estadual – AFRE também traz a criação de 600 cargos de AFRE IV. O aumento desses cargos contemplou o que pleiteava a

categoria fiscal já que a deficiência do fisco. Ocorre que, em vez da realização de concurso público, como exige a a Constituição Federal para o ingresso no cargo público, haverá uma promoção dos auditores fiscais AFRE III, sendo que estes não possuem os requisitos previstos em lei para o cargo de Auditor Fiscal.

O SINDARE vem insistentemente requerendo a realização de Concurso Público. O governo estadual alega que por conta de uma Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI n.º 4214/2009), em face da Lei 1.609/2005, que está em trâmite no Supremo Tribunal Federal – STF, não há como realizar o certame. O Estado entende que hoje se tem 500 auditores fiscais, no entanto somente os AFREs IV, ou seja, 90 deles estão capacitados para fiscalizar as grandes empresas responsáveis por gerar cerca de 90% das arrecadações do Estado.

#### **4. Missão e Visão**

##### **4.1 Missão**

Defender e representar seus associados, tornando a categoria coesa e forte.

##### **4.2 Visão**

Tornar referência sindical com legitimação perante a classe, a mídia e a sociedade em geral.

#### **5. Valores**

A Comunicação Social tem como abordagem de estudo o ser humano, seja na mais íntima fagulha ideológica em sua mente ao seu comportamento social e opinião pública. Mesmo o sindicato sendo uma pessoa jurídica é necessário refletir os valores humanos que carrega como filosofia dos agentes nela inseridos.

Os valores presentes no Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins – SINDARE são:

- Ética;
- Respeito;
- União;
- Dedicção.

## **6. Avaliação das estruturas de comunicação visual do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins - SINDARE**

Existem vários fatores que compõem a comunicação visual de uma pessoa jurídica. Dos pequenos cartões de visita a concepção de seu símbolo e logo, geram em seu público consumidor uma leitura sobre quem é aquela empresa e como ela se porta. A somatória de elementos da comunicação visual acarreta em uma identidade para a pessoa jurídica que pode cativar ou afastar o público a sua volta.

Os elementos que formam a identidade visual de uma pessoa jurídica devem coexistir em harmonia com seus valores e conceitos. É de extrema importância prezar-se por essa parte, pois é nela que o público tem o primeiro contato e primeiro julgamento. Uma empresa não pode escapar ao julgamento do público, pois sua imagem é precisamente sua expressão. A somatória desses elementos imagéticos (símbolos) é o fator chave para a conceituação, primária, do público consumidor em relação à empresa (LEGRAIN; MAGAIN, 1992).

A comunicação visual do SINDARE é inconstante e sem padronização de sua aplicação. Existe um equívoco do uso de seu símbolo e logotipo em alguns canais de comunicação que poderiam fortalecer a transmissão de seus valores e conceitos para os públicos. Algo que é extremamente fora do comum e que pode acarretar em um abismo na comunicação entre empresa e público é que o símbolo gráfico usado no site não é o mesmo que se é aplicado na fachada, papelaria e outros lugares.

Na sede, em sua fachada, temos uma divisão no espaço visual de aplicação de símbolo gráfico e logotipo, já desgasta, com uma outra pessoa jurídica, criando confusão de a quem pertence o ambiente. Entretanto a estrutura física é dividida com a Associação dos Auditores Fiscais do Tocantins - AUDIFISCO e por

possuírem o mesmo presidente, as vezes, equivocadamente não distingue qual símbolo deve ser usado. Como no site do SINDARE que ao invés de seu símbolo temos o da AUDIFISCO.

<b>Quadro de observação do Símbolo gráfico do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins.</b>	
<b>Elementos positivos</b>	<b>Elementos Negativos</b>
As cores azul e amarelo remetendo a bandeira do Estado do Tocantins	Redundância do significado das cores e do acompanhamento da bandeira do Tocantins.
	Difícil interpretação da letra “S” no símbolo gráfico.
	Abrangência de interpretação do “S” que pode remeter ao numeral “6” e “9”.
	Inclinação de 45° para a direita, modificando a base da bandeira e dificultando a leitura do “S”.

*Figura 1 - Observação de símbolo gráfico*

É necessária uma padronização e revitalização dos elementos de comunicação visual do SINDARE, principalmente de seu símbolo gráfico. Nesse, temos elementos positivos e negativos. Exemplos, como elemento positivo tem as cores que remetem a bandeira do Tocantins e como negativo temos a redundância de ser acompanhada pela mesma bandeira.

## 7. Objetivos de Comunicação

- Reestruturar a comunicação interna;
- Estabilizar-se perante a imprensa e sociedade transmitindo suas reais funções e imagem.
- Singulariza o uso da identidade visual.

## 8. Análise SWOT

Esse procedimento conhecido como Análise SWOT, cuja criação é creditada a Albert Humphrey, durante as décadas de 1960-1970, que liderou um projeto de pesquisa na Universidade de Stanford e usou dados da revista Fortune das 500 maiores corporações. O significado de cada letra desse acrônimo corresponde a S (*strenghts*, forças ou pontos fortes), W (*weaknesses*, fraquezas ou pontos fracos), O (*opportunities*, oportunidades) e T (*threats*, ameaças).

Com tal processo escolhido, consegue-se ter uma visão nítida e objetiva sobre os pontos fortes e fracos no ambiente interno, e as oportunidades e ameaças no ambiente externo. Assim, possibilitando elaborar estratégias para obter melhor posicionamento de mercado e imagem empresarial.

Análise SWOT	Ajuda	Atrapalha
Interno (Organização)	<b>S</b> ( <i>strenghts</i> , forças ou pontos fortes)	<b>W</b> ( <i>weaknesses</i> , fraquezas ou pontos fracos)
Externo (Ambiente)	<b>O</b> ( <i>opportunities</i> , oportunidades)	<b>T</b> ( <i>threats</i> , ameaças)

Figura 2 - Análise SWOT

### 8.1 Força ou Pontos Fortes (Strenghts)

Item da análise SWOT onde se busca nas qualidades já presentes na instituiçãoo fortalecimento da imagem.

- Presidente é atuante e engajado com as causas do SINDARE;

- Reconhecimento da importância da comunicação social;
- 90% dos auditores da categoria dos auditores fiscais da receita estadual do estado Tocantins (nível 4) são filiados e são adimplentes;

Um presidente atuante é fundamental para a imagem de qualquer instituição. É nele que se personaliza, principalmente, a imagem do filiado dessa instituição perante mídia e sociedade em geral. No SINDARE, o presidente Jorge Couto além de atuante e engajado com as causas do sindicato reconhece que a comunicação é um elemento chave para expansão midiática das ações e lutas. Quase em totalidade dos auditores fiscais da receita estadual do estado do Tocantins são filiados ao SINDARE, o que é um peso importante na legitimação representativa do sindicato perante a classe.

## 8.2 Fraquezas ou Pontos Fracos (Weaknesses)

Item da análise SWOT onde é identificado as fragilidades para correções por meio de ações.

- Comunicação interna fragilizada.
- Baixa frequência na atualização do site;
- Presidente é centralizador (Devido sua dedicação e engajamento para com o sindicato);
- Possuem quantitativo de auditores insuficiente para as demandas do estado do Tocantins, sobrecarregando os demais;
- Aplicação instável da logo;

As informações são passadas via e-mail e algumas vezes não ocorre o feedback no mesmo canal, documentando assim a resposta. Outro canal de comunicação com dificuldades é site do SINDARE ([www.sindare.com.br](http://www.sindare.com.br)), onde a identidade visual é usada de forma equivocada e não tem alta frequência nas atualizações de notícias. Mesmo com mais de noventa auditores a demanda sobre eles é superior ao que esse quantitativo pode executar sem exaustão. Essa é uma sensação que pode atingir o presidente do sindicato que centraliza, as vezes por acaso e as vezes por sua personalidade, as informações do sindicato.

### 8.3 Oportunidade (Opportunities)

Visa enxergar pontos positivos do mercado que possam alavancar imagem positiva do SINDARE.

- Possuem representação fora do estado do Tocantins;
- Concurso público: a possibilidade de um novo concurso que consequentemente dividirá de forma justa as demandas.
- Ação Direta de Inconstitucional n.º4214/2009 no STF;
- Café com Leis (reativação)

Alguns filiados não moram no estado do Tocantins, entretanto atuam normalmente em suas funções. Esses filiados podem refletir a imagem do SINDARE em suas respectivas localidades, quebrando as barreiras geográficas de promoção midiática do sindicato. A Ação Direta de Inconstitucionalidade n.º 4214/2009 no Supremo Tribunal Federal (STF), pede para que seja declarado inconstitucional o dispositivo da Lei 1609/2005 que permitiu a transformação dos agentes de fiscalização e arrecadação em auditores fiscais da Receita Estadual. Os auditores de rendas, que já possuíam as mesmas atribuições do cargo de auditor fiscal e cujo ingresso originário na carreira exigiu, na época, a mesma escolaridade (nível superior) de agora, teve, tão somente, mudança de denominação para auditor fiscal da Receita Estadual. Já os agentes de fiscalização mantiveram suas funções e subiram de cargo, fazendo com que aparentemente não necessitasse de um novo concurso.

Café com Leis é um projeto já efetuado pelo SINDARE onde os filiados e agentes formadores de opiniões se reúnem para dialogar sobre assuntos de âmbito jurídico que envolvem de forma direta ou indireta com auditoria fiscal da receita. O evento ocorreu apenas uma vez, mesmo com potencial midiático, não se tornou periódico.

### 8.4 Ameaças (Threats)

Assim como em oportunidades, esse item visa identificar elementos do mercado, mas que possam afetar de forma negativa a imagem do sindicato.

- Sindifiscal é concorre diretamente espaço midiático.
- Conflito de identificação do SINDARE em relação a outras entidades relacionadas de forma direta ou indireta no mercado;
- Imprensa não lembra do SINDARE quando a pauta é referente a auditoria fiscal da receita estadual;
- Imprensa não sabe distinguir a função de cada um.

Sindifiscal, o concorrente direto, refere-se aos concursados de nível médio que por decreto receberam o cargo de nível superior, mas as funções exercidas não são as mesmas. Vale ressaltar que o SINDARE não tem em sua representatividade o dever de refletir os anseios dos antigos agentes de fiscalização. Mesmo assim ainda ocorre dos veículos de comunicação confundirem a quem procurar para assuntos que cada sindicato respectivamente trata. O SINDARE, algumas vezes, não e lembrado quando a pauta e sobre sua real representatividade, os auditores fiscais da receita estadual do estado do Tocantins.

## **9. Questionários: Mensuração de dados**

No processo de elaboração do diagnóstico, decidimos realizar uma auditoria de imagem. Este método foi criado pelo Instituto Brasileiro de Estudos da Comunicação (IBEC) para “tratar da imagem pública que a imprensa estabelece diariamente a partir de suas abordagens, positivas ou negativas, sobre os fatos que envolvem aquelas empresas e instituições” (MARTINS<sup>1</sup>, 2002, s/p), ou seja, analisar estrategicamente os resultados sobre a imagem da instituição. Tem como objetivo verificar como veículos e públicos (ou a comunidade como um todo) avaliam uma empresa, entidade ou pessoa.

Para tanto, é necessário entendermos, primeiramente, o que é imagem empresarial. Assim define Halliday<sup>2</sup>.

Etimologicamente, “imaginar”, significa criar imagens, ou seja, reproduções da realidade, de forma gráfica, plástica, fotográfica ou mental. Imaginação é a faculdade de construir uma visão de

---

<sup>1</sup> Jornalista, diretor de pesquisas do IBEC.

<sup>2</sup> Tereza Halliday - Jornalista e Assessora Cultural Bilingue.

um objeto, pessoa ou situação - conhecidos ou não conhecidos. Auxiliada por filtros sensoriais e experiências anteriores, a imaginação é especialista na construção de imagens (HALLIDAY, s.d.)

A imagem é construída pela soma de alguns fatores. São eles: os fatos, juntamente com suas versões, mais as experiências, percepções e valores da instituição. Esses são determinados de acordo com o interesse do construtor da imagem, o responsável pela instituição.

Tal importância é reservada para a imagem, pois ela é o ponto de partida para a comunicação empresarial, capaz de “identificar oportunidades de divulgação, bem como avaliar a presença qualificada da empresa nos veículos que estão contribuindo para moldar a imagem pública da organização.” (BUENO, 2003a, p. 95).

Segundo Halliday, a imagem está dividida em cinco tipos: espacial, temporal, relacional, personificada e valorativa. A imagem espacial refere-se sobre onde a empresa se situa, seu espaço físico. Temporal à história da instituição. Já a relacional à visão da empresa em relação à sociedade, ao mercado. Personificada à visão que cada indivíduo tem dos serviços prestados pela empresa. Por fim, a valorativa reúne componentes racionais e emocionais que determinam como julgo a empresa, ou seja, a imagem que tenho sobre ela.

Neste sentido, buscamos saber a opinião dos auditores fiscais da receita estadual e dos profissionais de imprensa na cidade de Palmas-TO, em relação ao Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins – SINDARE. Distribuímos os questionários, foram consultados 10 auditores fiscais filiados ao SINDARE e 08 jornalistas, os auditores responderam os questionários de pesquisa de satisfação, e os jornalistas responderam um questionário que tinha a intenção de identificar o conhecimento da imprensa sobre a diferença entre o SINDARE e o SINDIFISCAL. Os resultados foram:

## 9.1 Questionário: Auditores fiscais filiados

<p style="text-align: center;"><b>Pesquisa de satisfação do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Tocantins – SINDARE</b></p> <p>1) Qual é a sua idade e há quantos anos é filiado ao SINDARE?</p> <p>_____</p> <p>2) Como o SINDARE te representa?</p> <p>a) <input type="checkbox"/> Resolve os problemas ligados a categoria.</p> <p>b) <input type="checkbox"/> Defende os interesses da categoria</p> <p>c) <input type="checkbox"/> Não me representa.</p> <p>d) <input type="checkbox"/> Outras formas</p> <p>3) Como fica sabendo dos eventos e das ultimas noticias relacionadas a sua categoria?</p> <p>a) <input type="checkbox"/> Pelo site do SINDARE</p> <p>b) <input type="checkbox"/> Por jornais</p> <p>c) <input type="checkbox"/> Por e-mail institucional</p> <p>d) <input type="checkbox"/> Tem dificuldade em ficar sabendo</p> <p>4) Com relação ao sentimento de pertencer ao SINDARE, você sente que:</p> <p>a) <input type="checkbox"/> O grupo o ignora</p> <p>b) <input type="checkbox"/> Sente que faz parte do grupo e pode buscar melhorias para a categoria</p> <p>c) <input type="checkbox"/> O grupo o procura só quando você tem informação relevante</p> <p>d) <input type="checkbox"/> Não faço parte de nenhuma equipe</p> <p>5) Como filiado, o que acha que o SINDARE deveria oferecer, que hoje ainda não oferece aos seus colaboradores?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
---

Figura 3 - Questionário Auditores Fiscais

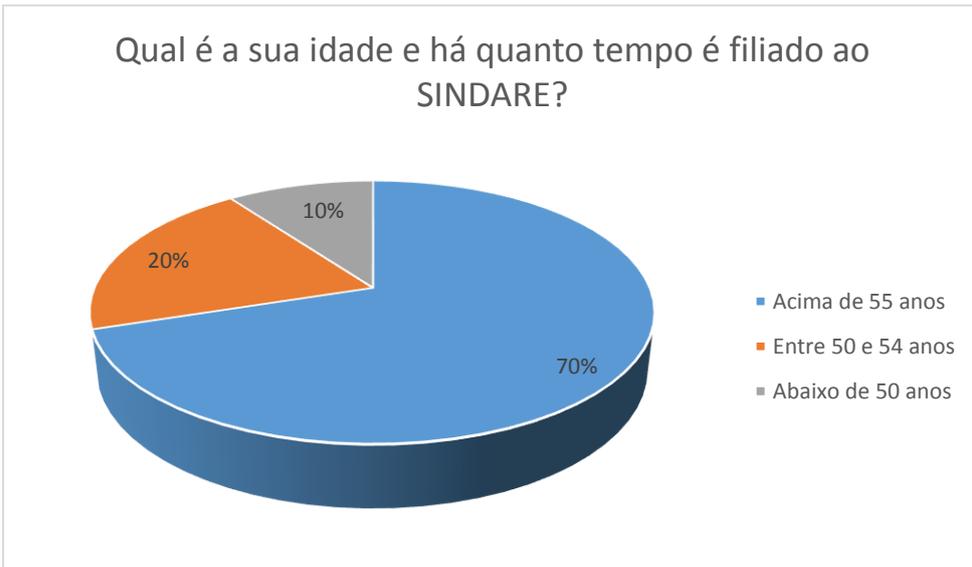


Figura 4 - Gráfico de idade e tempo de filiação ao SINDARE

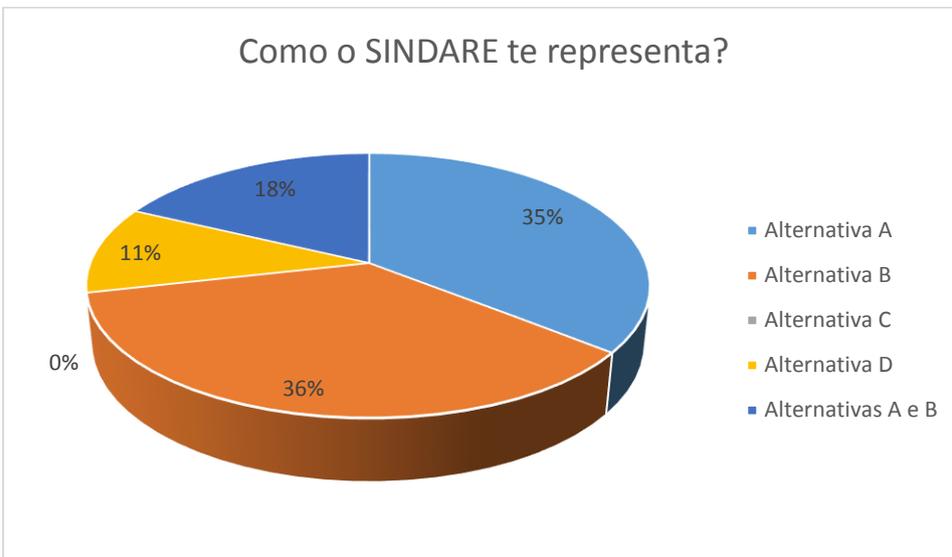


Figura 5 - Gráfico de representatividade

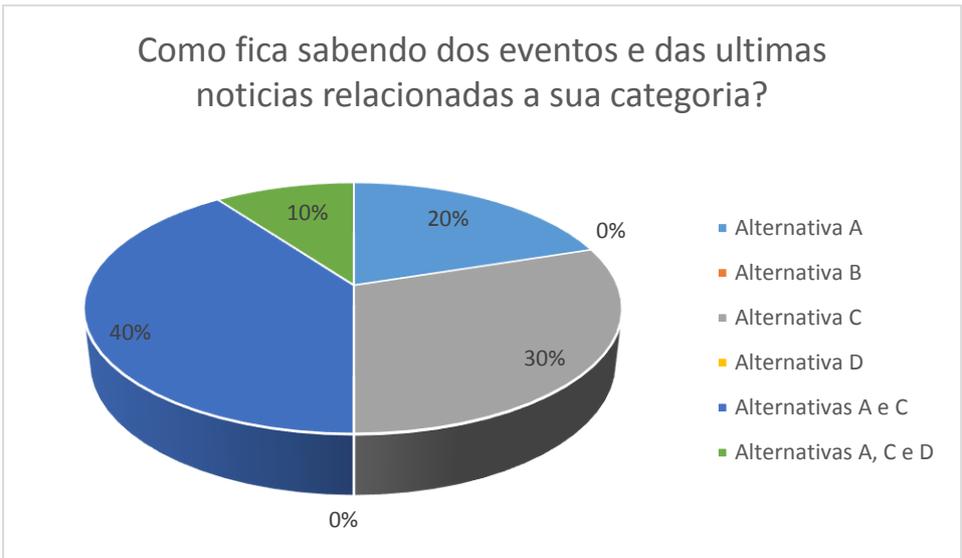


Figura 6 - Gráfico de comunicação interna

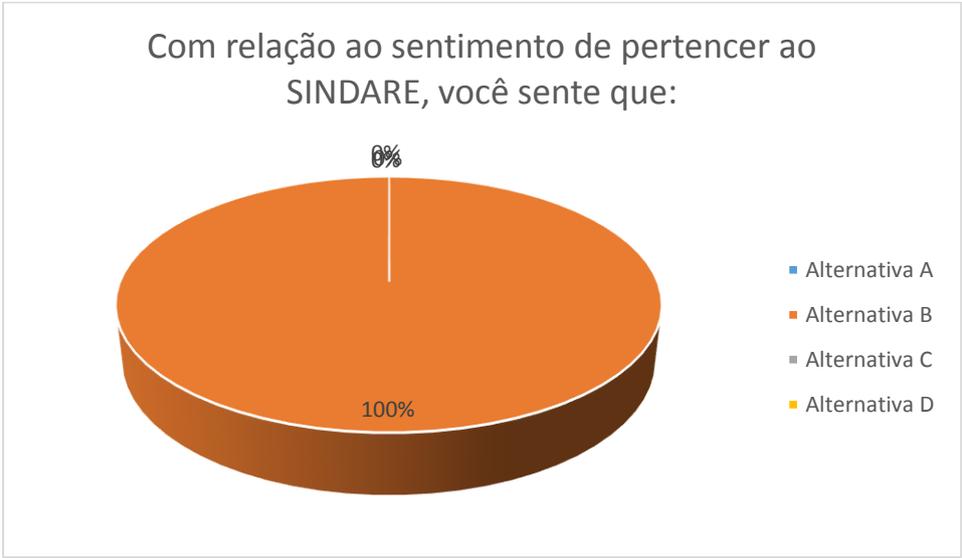


Figura 7 - Gráfico de sentimento em relação ao SINDARE

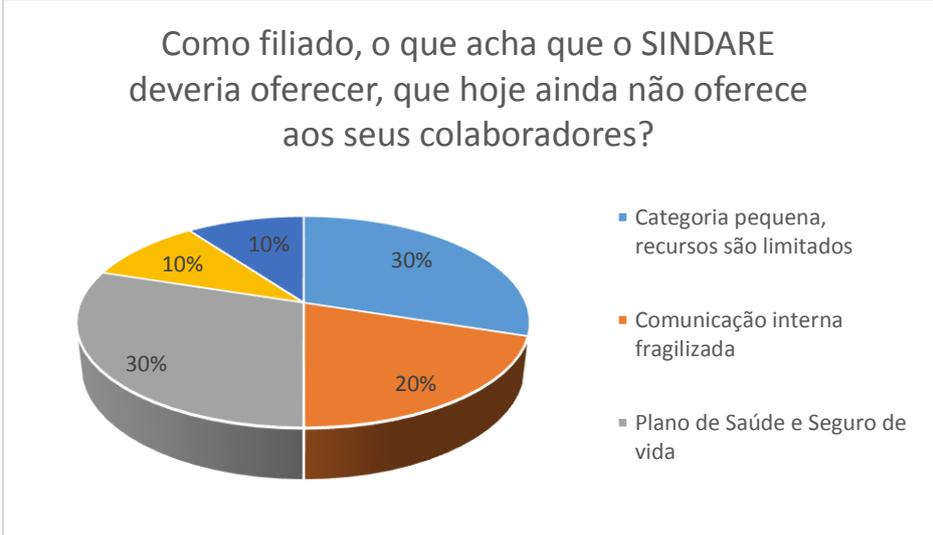


Figura 8 - Gráfico "O que o SINDARE ainda não oferece, mas poderia oferecer?"

De acordo com a pesquisa realizada com os auditores fiscais da receita estadual filiados ao SINDARE, foi percebido que 70% estão com a idade acima de 55 anos, que 36% acredita que o SINDARE defende os interesses da categoria. Em relação a comunicação 40% dos auditores recebem notícias através do site institucional e por e-mail, porém alguns afirmam que a comunicação é fragilizada. Por fim, os sindicalizados afirmam que devido a categoria ser pequena, os recursos se tornam limitados, entretanto outra parcela afirma que o sindicato deveria oferecer plano de saúde.

## 9.2 Questionário: Imprensa

**Pesquisa: Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Tocantins – SINDARE**

(1) Nome: \_\_\_\_\_

(2) Veículo de Comunicação: \_\_\_\_\_

(3) Você conhece o Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Tocantins – SINDARE?

(4) Você sabe qual a diferença entre o SINDARE E O SINDIFISCAL?

(5) A busca por fontes de informações tributárias, qual sindicato você consulta, o SINDARE OU O SINDIFISCAL?

Figura 9 - Questionário Imprensa

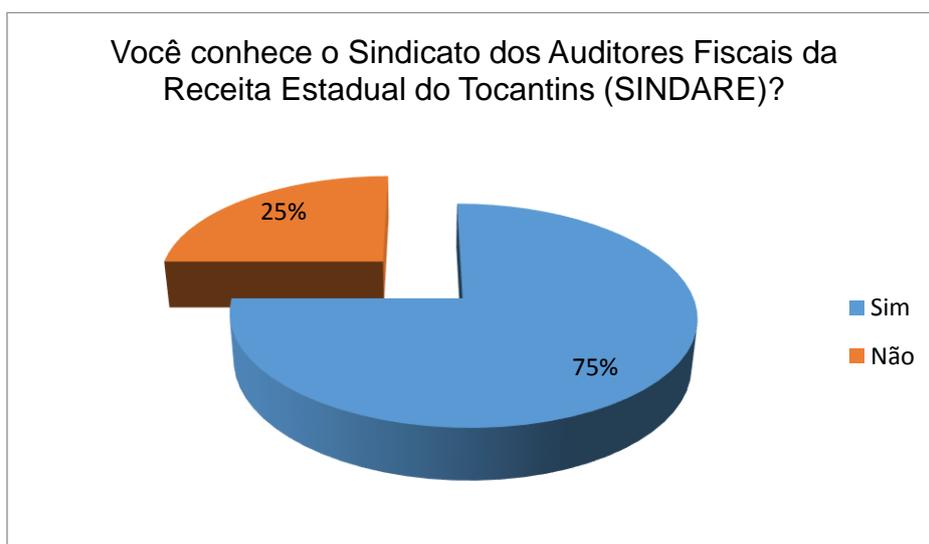


Figura 10 - Gráfico sobre conhecer o SINDARE

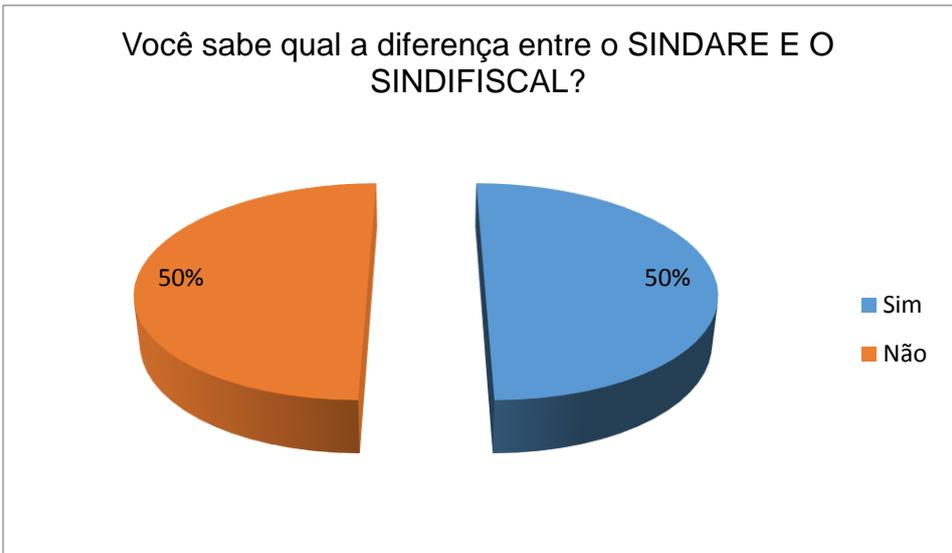


Figura 11 - Gráfico Diferença entre SINDARE e Sindifiscal

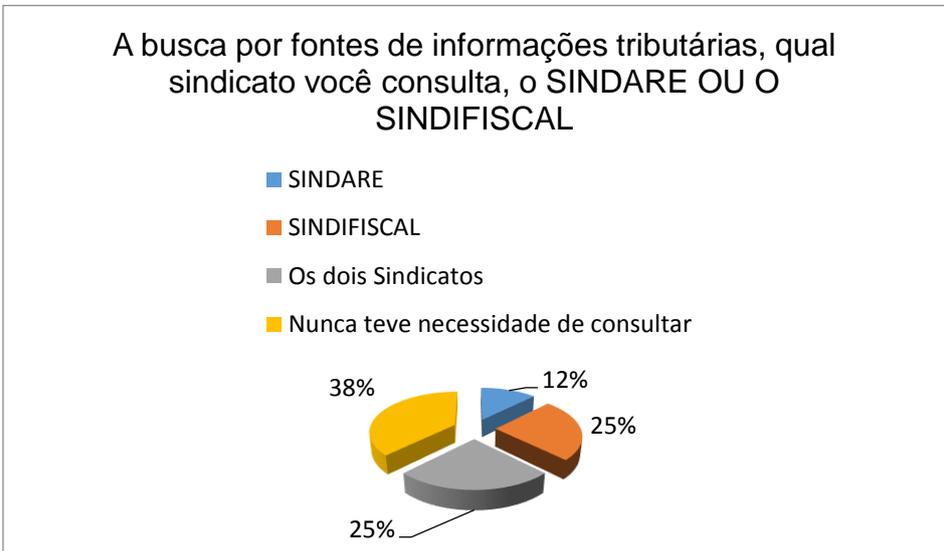


Figura 12 - Gráfico busca de informações

Em relação a imprensa e o seu conhecimento sobre o SINDARE, 75% dos pesquisados garantem conhecer o sindicato, porém quando se trata pela busca de informações relacionadas ao âmbito tributário, 38% afirmam que não tem necessidade de consultar. E quando a questão é a diferença entre os dois sindicatos, metade afirmou saber a diferente e a outra metade afirmou não saber. E apenas 12% afirma consultar o SINDARE antes de consultar o Sindifiscal, concorrente direto.

## **10. Planejamento de Comunicação**

### **10.1 Janeiro**

#### **10.1.1 Banco de Dados**

O SINDARE existe a mais de 20 anos em Palmas, atualmente possui 97 filiados adimplentes, sendo assim fica claro a necessidade da criação e atualização de um banco de dados. Contendo todas as informações necessárias dos sindicalizados.

#### **Objetivo**

- Fortalecer os laços entre SINDARE e seus filiados. Através desse banco de dados será possível ter informações importantes sobre todos os membros do sindicato, facilitando as ações e colaborando para o trabalho da diretoria.

#### **Meta**

- Organizar o banco de dados dos sindicalizados para manter a organização administrativa e comunicacional.

#### **Estratégias**

- Aproveitar o banco de dados para ter/manter a comunicação entre filiados e diretoria, seja para reuniões, encontros casuais etc.

#### **Especificidade da ação**

- Organizar um arquivo digital;
- Repassar instruções de como usar o banco de dados a favor do SINDARE como método de comunicação com seus filiados.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do Sindicato de Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins – SINDARE, Dr. Jorge Couto. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

#### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
26 a 30 de Janeiro de 2015 (Última semana)	Comercial

#### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Ligação para os contatos	Telefone fixo da próprio Sindicato.

#### **10.1.2 Mailing**

Essa ação consiste em criar um mailing da imprensa para que o contato e o relacionamento entre sindicato e imprensa sejam estabelecidos da maneira adequada, e proporcionando a oportunidade da imprensa conhecer o SINDARE.

#### **Objetivo**

- Fortalecer os laços entre SINDARE e a imprensa. Através desse *mailing* será possível ter os *e-mails* importantes sobre os principais veículos de comunicação, facilitando as ações e colaborando para que o relacionamento seja construído de forma eficaz.

#### **Meta**

- Organizar o *mailing* dos principais veículos de comunicação da cidade para estruturar o relacionamento entre SINDARE e imprensa.

#### **Estratégias**

- Aproveitar o *mailing* para ter/manter a comunicação entre sindicato e imprensa, seja para pautas, encontros casuais etc.

#### **Especificidade da ação**

- Organizar um arquivo digital;

- Repassar instruções de como usar o banco de dados a favor do SINDARE como método de comunicação com a imprensa.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do Sindicato de Auditores Fiscais da Receita Estadual do Estado do Tocantins – SINDARE, Dr. Jorge Couto. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
26 a 30 de Janeiro de 2015 (Última semana)	Comercial

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Ligação para os contatos	Telefone fixo da próprio Sindicato.

## 10.2 Fevereiro

### 10.2.1 Padronização e revitalização da identidade visual

O SINDARE tem sua identidade visual não padronizada, havendo inclusive, a confusão na utilização da logo do SINDARE e do AUDIFISCO. Dessa maneira, padronizar a identidade é padronizar também as informações que deverão ser passadas aos filiados, por meio de todo o material gráfico.

#### **Objetivo**

- Padronizar o uso da identidade visual e posicionamento de marca.

#### **Meta**

- Tornar o SINDARE conhecido pelos sindicalizados e imprensa

através de sua identidade de visual.

### **Estratégias**

- Revitalizar o símbolo gráfico e logotipo do SINDARE;
- Padronizar o uso do símbolo gráfico e logotipo do SINDARE.

### **Especificidade da ação**

- Estabelecer contato com o profissional da área de criação publicitária;
- Criar Manual de Utilização da Marca.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Este acompanhará o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Fevereiro	Comercial

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Designer	R\$ 1.200,00
<b>Total</b>	R\$

### **10.2.2 Café com Leis**

Café com Leis trata-se de um encontro que acontecerá pela manhã no SINDARE, abrirá espaço para confraternização e diálogos entre filiados, acadêmicos de Direito e Contábeis, profissionais da imprensa e sociedade, o momento favorece uma troca de informações sobre conteúdo jurídico referente a classe.

### **Objetivo**

- Aproveitar o momento de conversação entre os grupos e diretoria para debater as lutas da classe e fortalecer a representatividade do SINDARE.

### **Meta**

- Realizar o Café da manhã semestralmente na sede SINDARE;
- Tornar público os resultados obtidos através dos diálogos ocorridos no evento;
- Proporcionar e verificar através do contato os prós e contras que o sindicato transparece aos membros;
- Produzir release específico sobre a ação.

### **Estratégias**

- Aproveitar esse encontro semestral para promover o SINDARE e gerar mídia espontânea;
- Gerar mídia espontânea.

### **Especificidade da ação**

- Estabelecer dia e horário para o café da manhã;
- Enviar convites através de *e-mail* marketing e ter a confirmação pela Assessoria através do contato telefônico (facilitará para orçamento do café da manhã).

### **Responsabilidade**

- Esta ação de Comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Este acompanhará o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
28 de Fevereiro (Sábado)	8h30min

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Café da manhã	R\$
Paizinha – R\$ 15,00 (por pessoa)	
Katia – R\$ 12,00 (por pessoa)	
<b>Total</b>	R\$

Observação: Valor estipulado com base após as confirmações dos convidados.

### **10.2.3 Redes Sociais do SINDARE**

O SINDARE tem filiados por todo o Tocantins e também fora do Estado. Por isso, apresentar o sindicato dentro das redes sociais facilita a introdução do mesmo em vários meios, e também para as pessoas que não conhecem o sindicato e o seu trabalho, além dos sindicalizados e imprensa. Em suma, a utilização das redes sociais é essencial nos dias atuais, onde cada vez mais a internet está presente na vida de todos nós.

#### **Objetivo**

- Tornar o SINDARE presente e forte nas redes sociais (*Facebook e Twitter*).

#### **Meta**

- Tornar-se conhecido pelos filiados, sociedade e imprensa;
- Aproveitar o uso das redes sociais para levar ao conhecimento da sociedade as causas defendidas pelo SINDARE.

#### **Estratégias**

- Criar *Fan Page* no *Facebook* e *profile* no *Twitter* para criar canal de comunicação e relacionamento;
- Estabelecer m vínculo com entre o público das redes sociais e o site do SINDARE;
- Promover a imagem dos valores, causas e conquistas do SINDARE.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer um responsável para gerenciamento das redes sociais;
- Contatar designer para criação de peças mais elaboradas graficamente para serem disseminadas nas redes sociais.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos membros da diretoria e da presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
A partir de Fevereiro	Horário comercial.

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Designer (Valor relativo a peça gráfica)	R\$
Social Media	R\$ 600,00
<b>Total</b>	R\$

#### **10.2.4 Media Training para o assessorado**

Em conversa com o assessorado na obtenção do diagnóstico, o grupo descobriu problemas na promoção de informações através dos tradicionais veículos de comunicação. Sabendo da constante mudança do comportamento da mídia, é importante saber como se relacionar com os veículos de comunicação e seus agentes reprodutores.

#### **Objetivo**

- Preparar a diretoria para estabelecer um relacionamento saudável com a imprensa.

### **Meta**

- Tornar a diretoria apta a lidar com a imprensa de forma produtiva e sem ruídos que possam interferir na imagem do sindicato.

### **Estratégias**

- Possuir bom desempenho de relacionamentos com os veículos de comunicação.

### **Especificidade da ação**

- Produzir junto o profissional especializado a realização do media training.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do profissional especializado. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Fevereiro	

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Media Training	R\$
<b>Total</b>	R\$

## 10.3 Março

### 10.3.1 Revitalização da Fachada

A revitalização da fachada transformará o SINDARE em um ambiente mais agradável e moderno, utilizando as cores da sua identidade visual, técnicas de iluminação e economia na manutenção.

#### Objetivo

- Dar visibilidade ao SINDARE e melhorar o padrão estético da estrutura física.

#### Meta

- Tornar o SINDARE um ambiente moderno e de fácil identificação.

#### Estratégias

- Facilitar a localização do SINDARE através da revitalização da fachada.

#### Especificidade da ação

- Estabelecer responsável pela arte e orçamento com empresa responsável pela fachada.

#### Responsabilidade

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

#### Cronograma de Execução

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Março	

#### Orçamento

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Fachada	R\$ 400,00

<b>Total</b>	R\$
--------------	-----

### **10.3.2 Manutenção, organização e iluminação do sindicato**

Pensando na estética do empreendimento do assessorado, o intuito é de procurar métodos e formas para fazer manutenção no SINDARE, mudando sua aparência e assim melhorando sua visibilidade perante os filiados e indivíduos que transitam pela rua do sindicato.

#### **Objetivo**

- Melhorar a aparência do empreendimento, a fim de alavancar a divulgação entre os sindicalizados e curiosos que utilizam a rua que o SINDARE está instalado.

#### **Meta**

- Tornar o SINDARE um ambiente agradável.

#### **Estratégias**

- Facilitar a localização e iluminação do SINDARE.
- Proporcionar o bem estar, por meio de um ambiente tranquilo e aconchegante aos filiados, principalmente aos que são de outras regiões do estado.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pelo orçamento com empregada doméstica;
- Estabelecer responsável pelo orçamento dos serviços da empresa de dedetização;
- Estabelecer responsável pelo orçamento com um profissional eletricista.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

#### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Março	

#### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Faxina	R\$ 120,00
Dedetização	R\$
Eletricista	R\$
<b>Total</b>	R\$

#### **10.3.3 Vídeo Institucional para as redes sociais**

O vídeo institucional é uma forma de mostrar a trajetória histórica do sindicato. A ação consiste na produção de um vídeo que será veiculado no site do sindicato, nos canais de redes sociais e nas aberturas dos eventos. Afim de que os filiados tenham um conhecimento do histórico do SINDARE.

#### **Objetivo**

- Promover de forma dinâmica o histórico do SINDARE.

#### **Meta**

- Tornar acessível a história do SINDARE aos filiados e sociedade.

#### **Estratégias**

- Levantamento do histórico do sindicato;
- Filmagem estratégica para promoção da imagem do sindicato.

#### **Especificidade da ação**

- Produzir junto o profissional especializado a realização do vídeo institucional.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do profissional especializado. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Março	

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Produtora (Vídeo Institucional de 3”)	R\$ 2.000,00
<b>Total</b>	R\$

### **10.3.4 Vídeo tutorial SINDARE**

O vídeo tutorial é uma forma didática de apresentar a utilização do cartão do filiado. A ação consiste na produção de um vídeo que será enviado via *e-mail* aos filiados e disponibilizado no site do sindicato e nos canais de redes sociais. Afim de que os filiados tenham um conhecimento da utilização da certificação digital.

### **Objetivo**

- Promover de forma didática a utilização do cartão do filiado.

### **Meta**

- Facilitar a compreensão do uso adequado do cartão do filiado.

### **Estratégias**

- Levantamento das informações contidas no cartão e de como funcionará a certificação digital;
- Filmagem estratégica para esclarecimento do funcionamento do cartão.

### **Especificidade da ação**

- Produzir junto o profissional especializado a realização do vídeo tutorial.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do profissional especializado. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Março	

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Produtora (Vídeo Institucional de 1"30')	R\$ 2.000,00
<b>Total</b>	R\$

## 10.4 Abril

### **10.4.1 Cartão do Filiado**

A criação do cartão do filiado serve para identificação e legitimação da classe, como também ferramenta de trabalho certificada digitalmente.

#### **Objetivo**

- Identificar como filiado do SINDARE e certificação digital como ferramenta de trabalho.

#### **Meta**

- Legitimar a imagem do filiado ao SINDARE, conseqüentemente, o

SINDARE perante a sociedade.

### **Estratégias**

- Intermediar a relação entre a empresa responsável pela produção do cartão e a Diretoria do SINDARE.

### **Especificidade da ação**

- Enviar aviso através de *e-mail* marketing e confirmação realizada pela Assessoria através do telefone sobre o cartão do sindicalizado, e realizar as entregas via correios ou na sede do SINDARE.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Abril (Entrega dos cartões)	Envio por correio ou horário comercial do SINDARE.

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Produção do Cartão	R\$
<b>Total</b>	R\$

### **10.4.2 Dia do Jornalista**

Presentear os jornalistas dos principais veículos de comunicação com um cartão e uma squeeze dobrável, demonstrando a importância da relação entre SINDARE e imprensa.

### **Objetivo**

- Criar vínculo entre a imprensa e o SINDARE, tornando-o como referência sindical.

### **Meta**

- Felicitar os Jornalistas pela data;
- Fortalecer a comunicação e fazer com que o Sindare seja lembrado frequentemente.

### **Estratégias**

- Ganhar mídia espontânea através das redes sociais dos jornalistas.

### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pela produção do cartão e entrega do item personalizado.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
7 de abril	Horário comercial dos veículos.

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Squeeze dobrável (10 unidades)	R\$ 80,00
<b>Total</b>	R\$

Observação: A quantidade de squeezes será referente ao levantamento dos jornalistas de cadernos relacionados a assuntos que abordem auditoria fiscal da receita estadual.

### **10.4.3 Caminhada SINDARE da Saúde**

A caminhada da saúde consiste em uma grande manifestação para a promoção do dia da Saúde. Visando que não só os profissionais relacionados a saúde, mas também profissionais administrativos devem promover causas em prol da melhoria da sociedade. O SINDARE vê essa data como oportunidade midiática e, acima de tudo de promoção dos valores humanos do sindicato.

#### **Objetivo**

- Promover a imagem do SINDARE como sindicato que preza pela melhoria do bem estar da sociedade.

#### **Meta**

- Firmar parceria com entidades relacionadas a saúde, agregando valores humanos ao sindicato perante a mídia e a sociedade;
- Produzir release de conteúdo específico para essa ação.

#### **Estratégias**

- Levantamento das informações referentes a caminhada como exercício físico;
- Estabelecer vínculos com as entidades relacionadas a saúde;
- Distribuição de camiseta de identificação do evento;
- Mesa de frutas, água e sucos disponibilizadas antes do evento;
- Gerar mídia espontânea.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer percurso de caminhada;
- Estabelecer responsável da saúde para eventuais situações de primeiros socorros.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do

SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
11 de Abril	8h

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Camisetas (organização e filiados)	R\$ 15,00 (un)
Frutas, água e sucos	R\$
<b>Total</b>	R\$

## 10.5 Maio

### **10.5.1 Dia do Trabalhador**

O SINDARE representará via anúncio em jornal impresso o seu reconhecimento pela classe trabalhadora, principalmente pelos auditores fiscais da receita estadual que representa.

#### **Objetivo**

- Dar visibilidade ao SINDARE como instituição representante da classe de auditores fiscais da receita estadual e o reconhecimento pelo valor do trabalho exercido pela sociedade.

#### **Meta**

- Felicitar a classe e os trabalhadores em geral;
- Fortalecer a comunicação e fazer com que o SINDARE seja lembrado frequentemente.

#### **Estratégias**

- Estreitar o vínculo entre SINDARE e os filiados;

- Estabelecer parceria com jornal local.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pela criação do anúncio para jornal impresso;
- Estabelecer responsável pelo orçamento e busca de parceria do anúncio em jornal local.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

#### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
1º de Maio	

#### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Anúncio de Jornal	R\$
<b>Total</b>	R\$

#### **10.5.2 Dia das Mães SINDARE**

Essa ação consiste em proporcionar um momento de prestígio as mães filiadas e os cônjuges dos filiados. O Café da manhã será realizado na sede do SINDARE, fortalecendo assim o vínculo entre filiados e o sindicato.

#### **Objetivo**

- Aproximar e fortalecer os laços com a ação do Dia das mães para as mães sindicalizadas e cônjuges dos filiados que são mães.

### **Meta**

- Realizar o café da manhã para as mães constatada em pesquisa;
- Produzir release com conteúdo específico sobre ação.

### **Estratégias**

- Estabelecer parceria de buffet especializado para realização do café da manhã;
- Distribuir rosa vermelha acompanhada de cartão personalizado;
- Gerar mídia espontânea.

### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pelo orçamento do Café da manhã;
- Estabelecer responsável por quantificar e confirmar as mães presentes;
- Estabelecer responsável pelo orçamento na floricultura;
- Estabelecer responsável pela decoração ambiente;
- Estabelecer responsável pela arte de convite e cartão personalizado para o café da manhã.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Este acompanhará o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
9 de Maio (sábado)	9h

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Café da manhã	R\$

Paizinha – R\$ 15,00 (por pessoa)	
Katia – R\$ 12,00 (por pessoa)	
<b>Total</b>	R\$

Observação: Valor estipulado com base após a confirmação.

## 10.6 Junho

### 10.6.1 SINDARE Social

Essa ação consiste em demonstrar o lado humanizador do sindicato, estabelecendo um vínculo social com um grupo, entidade ou comunidade carente, que tenha como foco ajudar crianças. Visa também promover momento de recreação e distribuição de brinquedos.

#### Objetivo

- Promover ação social junto ao grupo, entidade ou comunidade carente, refletindo o lado humano do SINDARE.

#### Meta

- Estabelecer parceria com grupo, entidade ou comunidade carente que tenha como foco crianças, assim obtendo representatividade perante a sociedade com um sindicato que preza pelos valores morais;
- Realizar momento de recreação e distribuição de brinquedos para crianças;
- Produzir release específico para ação.

#### Estratégias

- Estabelecer grupo, entidade ou comunidade a ser realizado a ação;
- Estabelecer vínculos com profissionais da área de recreação;
- Aquisição de brinquedos para a distribuição para as crianças envolvidas no evento;
- Contatar os veículos de comunicação local para possível mídia espontânea.

### **Especificidade da ação**

- Levantamento da quantidade de crianças do grupo, entidade ou comunidade carente escolhida;
- Estabelecer atividades de recreação junto ao profissional adequado;
- Contatar filiados para arrecadação de capital para aquisição dos brinquedos;
- Produzir release de conteúdo específico da ação.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Junho	8h

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Brinquedos	R\$
Profissionais da área de recreação infantil	R\$
<b>Total</b>	R\$

Observação: as datas podem ser alteradas conforme calendário acadêmico e do sindicato.

### **10.6.2 Confraternização semestral dos auditores**

Para estreitar os relacionamentos entre os filiados e fortalecer a imagem coletiva do SINDARE, a confraternização semestral é a ação que pode trazer saldos positivos. A boa convivência entre filiados

reflete na imagem do SINDARE como um sindicato que une e se preocupa com a classe.

### **Objetivo**

- Fortalecer a imagem coletiva entre os filiados.

### **Meta**

- Estreitar o relacionamento entre os filiados e a diretoria;
- Criar laços afetivos para promover o bem estar entre os filiados do SINDARE;
- Tornar a diretoria acessível a diálogos com os seus sindicalizados.

### **Estratégias**

- Organizar ambiente agradável para a realização do evento;
- Discurso estratégico do presidente do SINDARE;
- Distribuição de lembranças da confraternização.

### **Especificidade da ação**

- Levantamento do quantitativo de pessoas presentes;
- Estabelecer responsável pelo orçamento do buffet;
- Elaboração do discurso estratégico do presidente;
- Levantamento do orçamento de lembranças para os filiados;
- Produzir release de conteúdo específico da ação.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Junho	

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Buffet	R\$ 2.000,00
Lembrancinhas	R\$
<b>Total</b>	R\$

Observação: Lembranças a definir durante o processo de levantamento de orçamento.

### **10.6.3 Pesquisa satisfação SINDARE**

É a pesquisa feita para o sindicalizado, considerada uma prática de avaliação sobre o nível de satisfação do filiado em relação ao sindicato, relacionado a diversos fatores, como o atendimento, a comunicação, entre outros. Através desses parâmetros, a pesquisa será realizada via *e-mail*.

#### **Objetivo**

- Provocar nos membros a consciência de responder o questionário para que assim o sindicato e o filiado sejam alinhados naquilo que ambos se propõem a cumprir.

#### **Meta**

- Identificar os anseios e queixas na visão do filiado em relação ao sindicato.

#### **Estratégias**

- Verificar comunicação através da visão dos filiado;
- Enviar pesquisa semestralmente para os sindicalizados.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pela criação do questionário juntamente com o presidente Jorge Couto;
- Estabelecer responsável pelo envio do questionário a todos os sindicalizados.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Junho	

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
	R\$
<b>Total</b>	R\$

## 10.7 Meses periódicos

### **10.7.1 Felicitações de aniversário: Parabéns filiado SINDARE**

Ao presentear cada filiado com um singelo cartão e item personalizado com seu nome e a logo do SINDARE no dia do seu aniversário, o sindicato demonstra gratidão e reconhecimento para as pessoas que fazem parte do grupo e fazem com que o SINDARE obtenha conquistas e bons resultados.

#### **Objetivo**

- Integrar o aniversariante filiado ao SINDARE as boas práticas e condutas que o sindicato transmite.

#### **Meta**

- Felicitizar os aniversariantes de cada mês;
- Fortalecer a comunicação e fazer com que o SINDARE seja lembrado frequentemente.

### **Estratégias**

- Divulgar os aniversariantes e promover o SINDARE nas redes sociais.

### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável pela produção do cartão e envio da lembrança por meio de correio ou entrega pessoalmente.

### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e do presidente do SINDARE. Estes acompanharão o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
De acordo com o Banco de dados	Horário comercial do SINDARE.

### **Orçamento**

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
Caneta bico de pena personalizada (homens)	R\$ 60,00
Porta-bolsa personalizado (mulheres)	R\$ 30,00
<b>Total</b>	R\$

Observação: O valor total é referente a quantidade de aniversariantes de cada mês.

### **10.7.2 Reunião periódica Diretoria**

O SINDARE precisa de organização comunicacional, e um caminho são reuniões periódicas que poderão facilitar todo o processo para que os objetivos e metas do sindicato sejam cumpridos. Para que isso aconteça um cronograma de assuntos deve ser estabelecido em comum acordo com a diretoria.

#### **Objetivo**

- Provocar e facilitar as tomadas de decisões da diretoria.

#### **Meta**

- Tomar decisões preventivas e solucionar possíveis problemas filiados a administração e comunicação;
- Obter resultados satisfatórios após reuniões.

#### **Estratégias**

- Acelerar a solução de problemas;
- Delegar funções corretas a cada membro da diretoria;
- Intensificar e melhorar a comunicação da diretoria.

#### **Especificidade da ação**

- Estabelecer responsável por marcar as reuniões periódicas;
- Estabelecer responsável para fazer relatório da reunião.

#### **Responsabilidade**

- Esta ação de comunicação ficará sob a responsabilidade dos acadêmicos do curso de comunicação social e da presidente do SINDARE. Este acompanhará o andamento do processo de execução da ação proposta neste projeto.

#### **Cronograma de Execução**

<b>Data (dias a serem definidos).</b>	<b>Horários</b>
Decidir periodicidade do ano vigente de aplicação do planejamento.	8h às 9h

## Orçamento

<b>Pendências</b>	<b>Preço (Aproximado).</b>
	R\$
<b>Total</b>	R\$

Observação: Reuniões somente com os membros da diretoria do sindicato.

## 10.8 Estratégias Gerais

Problema	Estratégia	Objetivo	Prazo
Desorganização de informações sobre os auditores fiscais	<b>Banco de Dados</b>	Fortalecer os laços entre SINDARE e seus filiados.	Janeiro de 2015
Falta de conhecimento por parte da imprensa sobre o SINDARE	<b>Mailing</b>	Fortalecer os laços entre SINDARE e a imprensa.	
Confusão no uso das logos do SINDARE e da AUDIFISCO	<b>Padronização e revitalização da identidade visual</b>	Padronizar o uso da identidade visual e posicionamento de marca.	Fevereiro de 2015
Ocorreu somente uma vez	<b>Café com Leis</b>	Aproveitar o momento de conversação entre os grupos e diretoria para debater as lutas da classe e fortalecer a representatividade do SINDARE.	
Não possui redes sociais	<b>Redes Sociais do SINDARE</b>	Tornar o SINDARE presente e forte nas redes sociais ( <i>Facebook e Twitter</i> ).	

A personalidade forte do presidente diante dos assuntos ligados a classe	<b>Media Training para o assessorado</b>	Preparar a diretoria para estabelecer um relacionamento saudável com a imprensa	
Fachada está envelhecida devido as ações do clima	<b>Revitalização da Fachada</b>	Dar visibilidade ao SINDARE e melhorar o padrão estético da estrutura física	Março de 2015
Desorganização e manutenção da sede	<b>Manutenção, organização e iluminação do sindicato</b>	Melhorar a aparência do empreendimento, a fim de alavancar a divulgação entre os sindicalizados e curiosos que utilizam a rua que o SINDARE está instalado	
Sociedade não associa a sigla SINDARE a um sindicato que é da categoria de auditores fiscais da receita estadual	<b>Vídeo Institucional para as redes sociais</b>	Promover de forma dinâmica o histórico do SINDARE	
	<b>Vídeo tutorial SINDARE</b>	Promover de forma didática a utilização do cartão do filiado	
Não possui um cartão de identificação	<b>Cartão do Filiado</b>	Identificar como filiado do SINDARE e certificação digital como ferramenta de trabalho	Abril de 2015
Laços enfraquecidos com a imprensa	<b>Dia do Jornalista</b>	Criar vínculo entre a imprensa e o SINDARE, tornando-o como referência sindical	
Não realizava ações que promovessem o bem estar da sociedade	<b>Caminhada SINDARE da Saúde</b>	Promover a imagem do SINDARE como sindicato que preza pela melhoria do bem	

		estar da sociedade	
Não atentar-se as datas importantes e aplica-las de forma correta	<b>Dia do Trabalhador</b>	Dar visibilidade ao SINDARE como instituição representante da classe de auditores fiscais da receita estadual e o reconhecimento pelo valor do trabalho exercido pela sociedade	Maio de 2015
Auditores estão com os laços enfraquecidos, oportunidade de reajustar e fortalecer os laços	<b>Dia das Mães SINDARE</b>	Aproximar e fortalecer os laços com a ação do Dia das mães para as mães sindicalizadas e cônjuges dos filiados que são mães	
Não promoviam ação de cunho social e bem estar a sociedade	<b>SINDARE Social</b>	Promover ação social junto ao grupo, entidade ou comunidade carente, refletindo o lado humano do SINDARE	Junho de 2015
Laços enfraquecidos entre os auditores	<b>Confraternização semestral dos auditores</b>	Fortalecer a imagem coletiva entre os filiados	
Não existe pesquisa de satisfação, logo a diretoria fica sem <i>feedback</i> sobre a gestão	<b>Pesquisa satisfação SINDARE</b>	Provocar nos membros a consciência de responder o questionário para que assim o sindicato e o filiado sejam alinhados naquilo que ambos se propõem a cumprir	
Falha em reação a felicitar aniversariantes, alguns são	<b>Felicitações de aniversário: Parabéns filiado SINDARE</b>	Integrar o aniversariante filiado ao SINDARE as boas	Meses periódicos de 2015

lembrados e outros não, devido a correria do cotidiano		práticas e condutas que o sindicato transmite	
Comunicação interna fragilizada e desunião de auditores	<b>Reunião periódica Diretoria</b>	Provocar e facilitar as tomadas de decisões da diretoria	

Figura 13 - Quadro de Estratégias Gerais

## 11. Verba e período

A verba para investimento é razoável, e a diretoria está ciente e vê a necessidade de tais mudanças. E para facilitar, além do compromisso com o sindicato, o grupo e acadêmicos também buscaram soluções por meio de parcerias e mídias alternativas, ações de baixo ou quase nenhum custo para resolução dos problemas diagnosticados.

Os objetivos, metas e estratégias são pensados para se tornarem real com o processo e execução que durará um semestre.

## Referências

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: teoria e pesquisa**. Editora Manole. São Paulo, 2003

**Estatuto do Sindicato dos Auditores Fiscais da Receita Estadual do Tocantins**. Palmas, 2005.

GOMES, Orlando; GOTTSCHALK, Elson. **Curso de direito do trabalho**. 13. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1994, p. 547).

HALLIDAY, Tereza. **A construção da imagem empresarial** – Quem fala, quem ouve? Sala de Imprensa, Banco do Brasil, s/d. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portalbb/page251,138,2517,0,0,1,6.bb?codigoMenu=5253&codigoNoticia=6730&codigoRet=5257&bread=3>>. Acesso em 01 Nov. 2014.

MARTINS, Alexandre. **O que é auditoria de imagem**. Observatório de Imprensa, 2002. Disponível em: em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/mid310720022.htm>. Acesso em 01 Nov. 2014.