



COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL: A SABESP MAIS PROXIMA DE VOCÊ – UM PROJETO DE RELAÇÕES PÚBLICAS¹

Anelize Condino²

Jéssica Oliveira³

Kamila Spineli⁴

Aline Fernanda Lima⁵

Universidade de Taubaté, Taubaté, SP

RESUMO

O projeto, a seguir, trata-se de um planejamento de Relações Públicas para a empresa Sabesp (Unidade de Negócios de São José dos Campos), com o objetivo de entender como se dá o processo comunicacional entre a comunidade joseense e a Sabesp e assim promover, por meio de ações estratégicas de Relações Públicas, o fortalecimento dessa relação. O planejamento de Relações Públicas proposto situa-se no estudo de temas como Relações Públicas, Imagem, Identidade e Comunicação Global e Local, apresentando reflexões acerca do posicionamento do profissional de Relações Públicas frente à importância da comunicação local e a contribuição que suas ações podem gerar para a organização.

Através de uma coleta de dados (briefing e pesquisas qualitativas e quantitativas) foi possível diagnosticar cenários internos e externos e elaborar ações visando fortalecer o relacionamento com a comunidade joseense a fim de tornar público os projetos e ações que a empresa oferece à população e fazer com que a comunidade tenha uma Sabesp mais presente em seu dia-a-dia. Todo o projeto proposto contribui para o fortalecimento da imagem/identidade local da empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas, Sabesp, Identidade, Imagem, Comunidade.

¹ Trabalho submetido ao XVIII Expocom, na categoria D Relações Públicas, modalidade processo, como representante da Região Sudeste.

² Aluno co autora do grupo e estudante do 4º ano de Relações Públicas da Universidade de Taubaté, Anelize Condino, anelize_condino@hotmail.com

³ Aluno co autora do grupo e estudante do 4º ano de Relações Públicas da Universidade de Taubaté, Jéssica Oliveira Santos, jessicarrpp@yahoo.com.br

⁴ Aluno líder do grupo e estudante do 4º ano de Relações Públicas da Universidade de Taubaté, Kamila Spineli dos Santos, kamila.spineli@yahoo.com.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor e Mestre de Relações Públicas da Universidade de Taubaté, email: lima.alinef@ibest.com.br



Introdução

Neste documento é apresentando o resumo de um planejamento de Relações Públicas com objetivo de entender como se dá o processo comunicacional entre a comunidade joseense e a Sabesp (Unidade de Negócios de São José dos Campos) e assim promover, por meio de ações estratégicas de Relações Públicas, o fortalecimento dessa relação.

A Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (Sabesp) é uma empresa de economia mista (privada com ações do governo), que possui 37 anos de existência no mercado, e tem como serviço fundamental o fornecimento de água, coleta e tratamento de esgotos. A empresa faz-se presente em diversos municípios brasileiros, contudo este projeto experimental abordará a Sabesp Unidade de Negócios de São José dos Campos, situada no estado de São Paulo.

A finalidade deste trabalho é desenvolver um projeto com foco na aproximação da Sabesp junto à comunidade joseense. Aplicar a essência da profissão de Relações Públicas, o relacionamento estratégico e a comunicação, para resultar em benefícios, como a imagem e identidade organizacional positiva na comunidade de São José dos Campos, é o objetivo central. Além disso, tal estreitamento será um diferencial para organização, visto que irá ocupar-se com as deficiências locais e não apenas com o cenário geral.

A Sabesp

A Sabesp é uma empresa de economia mista que tem como seu principal acionista o Governo do Estado de São Paulo, possui 37 anos de existência no mercado e tem como principal serviço o fornecimento de água, coleta e tratamento de esgotos para os 366 municípios do Estado de São Paulo.

Importante citar que em 1973, quando a Companhia foi criada, pela junção de seis empresas – Comasp, Senasp, FESB, SAEC, SBS e Sanevale –, o único estado que era atendido pela mesma era o de São Paulo. Hoje a Sabesp está habilitada para atuar em diversos municípios fora do estado de São Paulo e países. A empresa possui o total de 16.100 colaboradores em todas as unidades dos municípios atendidos e presta seus serviços para 26,7 milhões de pessoas em todo estado de São Paulo.

A Unidade de Negócios de São José dos Campos conta com cerca de 983 colaboradores entre efetivos, estagiários e aprendizes e é também a Unidade de Negócios do Vale do Paraíba, responsável por 24 cidades: Arapeí, Bananal, Caçapava,



Cachoeira Paulista, Campos do Jordão, Canas, Guararema, Igaratá, Jembeiro, Lagoinha, Lavrinhas, Lorena, Monteiro Lobato, Pindamonhangaba, Queluz, Redenção da Serra, Roseira, Santo Antônio do Pinhal, São Bento do Sapucaí, **São José dos Campos**, São Luiz do Paraitinga, Silveiras, Taubaté e Tremembé.

Os profissionais que atuam nos pólos de comunicação das regiões metropolitanas são submetidos à superintendência, situada na sede em São Paulo, a qual tem atuação direta junto a alta administração elaborando estratégias de comunicação e cuidando da orientação, fiscalização e controle das ações operacionais das Unidades de Negócio.

A Sabesp trabalha a comunicação a partir da seguinte divisão: Assessoria e Relacionamento com a Imprensa; Atividades de Apoio; Comunicação Dirigida; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas e Promoção, e suas principais funções na área são Planejamento estratégico de comunicação da empresa; Desenvolvimento, gestão de texto e monitoramento das mídias digitais (Site, intranet e redes sociais); Assessoria de imprensa; Comunicação interna; Eventos; Promoções; Patrocínios e leis de incentivo Rouanet, áudio visual e esporte; Publicidade (campanhas publicitárias, anúncios etc); Visitas às instalações da empresa; Administração do Showroom da empresa; Projetos especiais (meio ambiente); Produção e edição de vídeos institucionais e Fotografia.

O Projeto

A sociedade exige cada vez mais das empresas um posicionamento frente às questões ambientais, sociais e culturais, além de prezarem por um bom relacionamento, qualidade dos serviços e transparência por parte das instituições.

A Sabesp é uma empresa que trabalha em prol da melhoria da qualidade de vida por meio do saneamento básico e do tratamento e fornecimento de água. Através da coleta de dados (briefing) e da realização de pesquisas qualitativas e quantitativas foi possível elaborar ações visando fortalecer o relacionamento com a comunidade joseense, a fim de tornar público os projetos e ações que a empresa oferece à população e fazer com que a comunidade veja uma Sabesp mais presente em seu dia-a-dia contribuindo também, para o fortalecimento da imagem/identidade local da empresa.



Métodos e Técnicas

O seguinte projeto contempla cinco etapas: a primeira consiste no briefing, é a coleta de informações sobre a empresa, apresentando informações como políticas e diretrizes, públicos, produtos e serviços, etc., junto ao cliente. Nessa etapa inicial busca-se conhecer a organização.

Após a coleta dos dados institucionais, há aplicação das pesquisas quantitativa e qualitativa. Com a primeira buscou conhecer a imagem da Sabesp perante a comunidade joseense e levantar os principais pontos de melhoria na prestação de serviços, efetivação de relacionamento e no desenvolvimento da comunicação. Foram aplicados 400 questionários junto à população. Na segunda, as lideranças da organização foram questionadas a respeito das diretrizes organizacionais, da imagem, identidade, e relacionamento com a comunidade local.

Coletados os dados, posteriormente houve a elaboração do diagnóstico (método swot), responsável pela análise aprofundada dos resultados obtidos, os quais apontaram forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da empresa.

Em seguida, desenvolveu-se o planejamento das ações com foco na aproximação da Sabesp, Unidade de Negócios de São José dos Campos, junto à comunidade, assim como o prognóstico que prevê o que acontecerá com a empresa caso as ações não forem colocadas em prática.

Após as informações apresentadas observa-se que a implantação de ações que visem à aproximação com a comunidade é fundamental para a empresa, pois a mesma já possui um setor de comunicação estruturado com programa de ações, mas que não atende às demandas locais, o que justifica o aspecto local das ações propostas. “Necessita ser mais humana e não tão “engenheirada”, como afirma Sr. Otto Elias Pinto, Superintendente da Unidade de Negócios do Vale do Paraíba.

Planejamento.

Com base nos dados coletados e partindo de um diagnóstico, foram propostas as ações adequadas para minimizar os pontos fracos e as ameaças da organização.

Ação 1: Estação Sabesp Móvel: Microônibus equipado com o show room da empresa.

Justificativa

A pesquisa quantitativa apontou a necessidade de melhorar o relacionamento entre a Sabesp e a Comunidade joseense (28% dos 389 entrevistados disseram sentir

falta de um relacionamento mais efetivo da empresa). Diante dessa realidade, foi pensada a criação de uma Estação Móvel, com um Show Room da empresa, possibilitando aos adultos tirar suas dúvidas sobre contas e serviços/produtos e às crianças a se divertirem com os personagens do “Clubinho Sabesp”. Esta ação ocorrerá em períodos de maior consumo de água (Janeiro, Fevereiro, Novembro e Dezembro).

Público – alvo: Comunidade joseense (crianças, adolescentes, jovens e adultos de diversos locais da cidade).

Objetivo: Aproximar e fortalecer o relacionamento e a imagem da empresa junto à comunidade joseense.

Foto/Ilustração

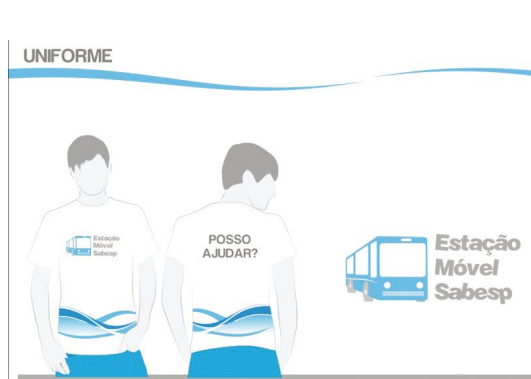


Ilustração do uniforme de quem atuará na Estação Móvel



Ilustração do folheto de divulgação da Estação Móvel

Ação 2: Projeto Palestra: Calendário de palestras dirigidas aos alunos das escolas municipais de São José dos Campos, para conscientização sobre o uso da água e do tratamento de esgoto.

Justificativa

Com os resultados da pesquisa quantitativa, identificou-se que a comunidade joseense sente a necessidade de ter um relacionamento/contato mais intenso com a Sabesp por meio de projetos e palestras. Desse modo vê-se necessário a elaboração de um calendário específico de palestras que contribua para propagação de informações sobre a empresa e seus produtos/serviços nas escolas municipais de São José dos Campos.

Público – alvo: Crianças e adolescentes de 11 a 17 anos das escolas municipais (uma média de 100 alunos por palestra).

Objetivo: Conscientizar as crianças e adolescentes das escolas municipais de São José dos Campos do uso da água e da importância do Tratamento de Esgoto.



Ação 3: Ouvidoria local: Implantação de uma Ouvidoria para atendimento específico da comunidade joseense.

Justificativa

Após a realização da pesquisa qualitativa, os funcionários da Sabesp notam a importância de ter um canal que dê ouvidos às necessidades, dúvidas e reclamações dos consumidores, como indicou também a pesquisa quantitativa, que ouviu a comunidade joseense. Assim, busca-se atender às reclamações e sugestões dos consumidores de São José dos Campos e dar continuidade nos procedimentos de qualidade da empresa.

Público – alvo: Consumidores dos serviços prestados pela Sabesp na cidade de São José dos Campos (empresas e domicílio).

Objetivo: Criar um canal específico de atendimento às reclamações, sugestões ou esclarecimento de dúvidas perante a comunidade local.

Ação 4: Informações nas contas de água: Informar aos consumidores os projetos locais de relacionamento com a comunidade.

Justificativa

Após análise dos resultados das pesquisas qualitativa e quantitativa, verificou-se a necessidade de um canal permanente que informe sobre as ações da Sabesp junto à comunidade joseense e que promova a aproximação entre elas.

Público – alvo: Consumidores dos serviços prestados pela Sabesp na cidade de São José dos Campos (indústrias, comércios e domicílios).

Objetivo: Informar aos consumidores os projetos desenvolvidos pela empresa.

Ação 5: Acompanhe de perto: Visita dos Técnicos, Engenheiros e Secretários de Obras da Prefeitura de São José dos Campos, para conhecer as novas tecnologias da Sabesp, (novas máquinas, procedimentos, estações de tratamento).

Justificativa

O diagnóstico apontou poucas formas de relacionamento e envolvimento entre a Sabesp e a prefeitura do município, seu principal cliente. Por este motivo a visita de técnicos responsáveis pela área de obras da Prefeitura Municipal de São José dos



Campos, será de grande importância para a empresa, uma vez que a mesma não desenvolve ações de fortalecimento e aproximação com o mesmo.

Público – alvo: Técnicos, Engenheiros e Secretários de Obra da Prefeitura de São José dos Campos.

Objetivo: Aproximar e intensificar o relacionamento entre Sabesp e os profissionais do setor de obras da prefeitura da cidade de São José dos Campos.

Ação 6: Praça Revitalizada: Criação de um espaço para atividades de lazer, cultura e esporte à comunidade joseense.

Justificativa

Após a elaboração da análise SWOT, constatou-se que a comunidade não participa das ações sócio-ambientais da empresa. Assim, há necessidade de implantar ações de Responsabilidade Social na cidade de São José dos Campos, que colaborem para melhoria da segurança e qualidade de vida da população local.

Público – alvo: Crianças, adolescentes, jovens e adultos da região leste de São José dos Campos.

Objetivo: Proporcionar atividades de lazer, cultura e esporte à comunidade joseense.

Ação 7: Blog de Notícias: Canal direto com mídias sociais da região.

Justificativa

A Sabesp possui diversos contatos e canais com as mídias locais, mas nenhum canal direto onde os assessores de imprensa possam acessar os releases diários e também os releases antigos. Por esse motivo, foi elaborada uma ação que possibilite o maior aprofundamento das informações da empresa e fortalecimento entre ambos. Importante citar que as notícias disponibilizadas no Blog, serão em formato pdf, impossibilitando a cópia ou uso indevido de tal informação. Caso o assessor, jornalista, tenha interesse em publicar as informações emitidas no Blog, precisará entrar em contato com a Assessoria de Comunicação da Sabesp.

Público – alvo: Assessores de Imprensa, Jornalistas, Redatores e Relações Públicas da mídia local e demais organizações interessadas.

Objetivo: Estreitar e facilitar relacionamento com os veículos e profissionais de comunicação da cidade.



Ação 8: Press Kits: Elaboração de kit com release e brindes relacionados às notícias e/ou eventos.

Justificativa

A Sabesp já possui um relacionamento positivo com a imprensa, porém, não mantém esse contato diariamente, mas somente quando é requisitada ou em casos de urgência. Por esse motivo, foi criada esta ação que estimulará o relacionamento entre Sabesp e mídias locais, fazendo com que a empresa se interesse mais no envio de informações relacionadas as mídias locais, tendo como resultado maior visibilidade na região, que agregará em sua imagem corporativa.

Público – alvo: Assessores de Imprensa, Jornalistas, Redatores e Relações Públicas – mídia local e demais organizações interessadas

Objetivo: Estreitar relacionamento com os veículos de comunicação da cidade.

Ação 9: Políticas Organizacionais: Fortalecimento das políticas organizacionais (Missão, Visão e Valores) para o público interno.

Justificativa

Foi constatado que o público interno da Unidade de Negócios Sabesp de São José dos Campos entende as políticas organizacionais (missão, visão e valores), porém não de forma clara e comum, há um discurso parecido, mas com desacordos sem o que de fato é prioritário e essencial para a organização. Assim, se propõe ações de reforço desses elementos fundamentais da cultura organizacional.

Público – alvo: Colaboradores da Unidade de Negócios Sabesp de São José dos Campos

Objetivo: Fortalecer as políticas organizacionais (missão, visão e valores) da Unidade de Negócios Sabesp de São José dos Campos.

Ação 10: Dia “D”: Evento para os operários da empresa que trabalham com obras.

Justificativa

O público interno de uma organização é imprescindível, uma vez que o mesmo é o melhor disseminador de informações de uma empresa. Por esse motivo é necessário que a instituição preze, valorize e estimule seus funcionários. Com esse intuito, foi



criada uma ação para os operários que trabalham com obras da Sabesp, proporcionando-lhes um dia de descontração e valorização da amizade, saúde e qualidade de vida.

Público – alvo: Colaboradores da Unidade de Negócios Sabesp de São José dos Campos, cerca de 200 pessoas.

Objetivo: Proporcionar um dia de bem-estar e qualidade de vida ao público interno.

Orçamento Geral

Ação	Custo total
Ação 1	R\$ 26.498,00
Ação 2	R\$ 1.220,00
Ação 3	R\$ 16.983,25
Ação 4	R\$ 5.050,00
Ação 5	R\$ 772,50
Ação 6	R\$ 1.000,00
Ação 7	R\$ 0,00
Ação 8	R\$ 350,00
Ação 9	R\$ 1.170,00
Ação 10	R\$ 6.820,00
Custo Total das ações	R\$ 59.863,75

CONSIDERAÇÕES

Com foco em aplicar a essência da atividade de Relações Públicas: a comunicação e o relacionamento, e mostrar a importância do estreitamento de vínculo com a comunidade (um dos principais públicos de uma organização a quem muitas vezes não é dada a devida importância) este projeto foi desenvolvido para a Companhia de Saneamento Básico de Estado de São Paulo (Sabesp), Unidade de Negócios de São José dos Campos, empresa de economia mista (privada com ações do governo) cujo principal serviço é o fornecimento de água, coleta e tratamento de esgoto.

A organização é ampla e bem estruturada, tem um setor de comunicação, mas não possui um relacionamento mais próximo com a comunidade joseense (afirmação constatada por meio das pesquisas realizadas nesse projeto), que afirme uma imagem e



identidade local. Durante o desenvolvimento desse trabalho pôde-se observar que a empresa reconhece que necessita investir em um relacionamento mais próximo junto à comunidade de São José dos Campos, bem como a população aponta o anseio por essa aproximação.

Neste sentido, o projeto experimental foi desenvolvido em algumas etapas, como briefing, pesquisa quantitativa e qualitativa, diagnóstico e prognóstico, e por fim elaboração das ações. Todas as etapas foram planejadas seguindo teorias abordadas durante os quatro anos acadêmicos, as quais constituem a base para a prática profissional.

O projeto elaborado tem foco em Relações Públicas com a Comunidade, pelo fato do profissional administrar relacionamentos, portanto é capaz de planejar, desenvolver e controlar as propostas de um projeto de aproximação com a comunidade, visando à obtenção de uma imagem organizacional cada vez mais positiva e clareza na identificação da identidade da empresa.

Foram propostas ações direcionadas aos principais públicos da Sabesp, Unidade de Negócios de São José dos Campos: colaboradores, comunidade, imprensa e acionistas (prefeitura). O público interno porque são fortes formadores de opinião; a comunidade, pois é o centro do projeto; imprensa, pois transmite informações à população; e a prefeitura, pois também está inserida na comunidade além de possuir contrato durante um longo período (trinta anos) com a empresa. Espera-se que as ações sugeridas possam ser implantadas no dia a dia, já que foram estruturadas conforme a realidade e necessidade da organização, no aspecto relacionamento com a comunidade.

Pode-se concluir que a elaboração deste projeto foi uma experiência ímpar, devido ao grande porte da empresa e por tratar-se de um assunto que a Sabesp necessita investir, de acordo com as informações levantadas. Portanto, contribuiu extremamente para o crescimento profissional e pessoal das alunas, pois foram postos em prática todos os ensinamentos adquiridos durante os quatro anos letivos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Para Entender Relações Públicas**. 1 ed. São Paulo: Biblos, 1962.

FRANÇA, Fábio. **Públicos como identificá-los em uma nova visão estratégica**. 2



ed:Yendis,2004.

FRANÇA, Fábio; FREITAS, Sidinéia Gomes. **Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4 ed.São Paulo: Summus, 2003.

NASSAR, Paulo. **Relações Públicas na construção da responsabilidade histórica e no resgate da memória institucional das organizações**. 2 ed.São Caetano do Sul:Difusão, 2008.

SABESP. **Manual de Comunicação Corporativa Sabesp**, 2006.

Associação Brasileira de Normas Técnicas. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em 14 mar.2010.

Companhia de Saneamento Básico de Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.sabesp.com.br>>. Acesso em 16 mar.2010.

GOMES, Juliana Santos. **A História das Relações Públicas e sua Importância Hoje. Portal do Marketing**. 11 nov. 2000. Disponível em: < <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Historia%20RP.htm>> Acesso em 25 abr.2010.

Normas da ABNT, Citações e referências bibliográficas. Disponível em: <<http://www.leffa.pro.br/textos/abnt.htm>>. Acesso em 07 abr.2010.

OLIVEIRA, Daiane de Freitas. **Definição de Relações Públicas. RRPP Atualidades Online**. 29 nov. 2007. Disponível em: <http://www.rrpponline.com.br/int.php?dest=artigos_detalhes&codigo=180> Acesso em 14 mai. 2010.

PIMENTA, Lidiane Malagone. **Relações Públicas Governamentais: Novas Tendências para o Relacionamento entre Governo e Cidadãos**. Disponível em: <<http://www.portal-p.com.br/bibliotecavirtual/relacoespublicas/relacoescomospublicos/0308.pdf>> Acesso em 14 mai. 2010.

Portal de Relações Públicas e Transmarketing.Disponível em: < <http://www.portalrp.com.br/>>. Acesso em 12 abr.2010.

SANTOS, Graziela Grand Champ; GUIMARAES, Natalia de Castro Bertti. **Star Racer compromisso com o futuro. Programa de responsabilidade social**. Taubaté: UNITAU, 2009. Projeto experimental (Graduação), Faculdade de Comunicação Social, Universidade de Taubaté, Taubaté, 2009.