Imagem Pública
Pedido de Subsídio PRIORITÁRIO em 2013-14

O Conselho Diretor do RI alocou fundos do Subsídio para Imagem Pública para ajudar os distritos a aumentarem localmente a conscientização pública e compreensão acerca do Rotary em 2013-14. O objetivo é aumentar o interesse da comunidade pelo Rotary para atrair rotarianos potenciais e motivar os associados atuais. Cada distrito pode solicitar um Subsídio para Imagem Pública de até US$15.000.

Os subsídios prioritários são novos este ano, podendo ser usados em campanhas que usem anúncios pré-selecionados. O intuito destes subsídios é criar mensagens uniformes e facilitar o processo de aprovação, permitindo que distritos comecem a implementação da campanha o mais rápido possível. Os pedidos de subsídio serão analisados e outorgados por **ordem em que forem recebidos,** até o esgotamento dos fundos alocados. Os distritos podem solicitar subsídios prioritários de US$15.000, US$10.000 ou US$7.500. A notificação da aprovação ou não do subsídio será enviada até 15 de abril de 2013. Estes subsídios exigem um plano médio, detalhes demográficos, medidas para avaliação e, caso disponível, serviços e doações em espécie. Além disso, os materiais usados devem ser específicos a uma das três seguintes áreas: **pólio**, **quadro associativo**, ou **paz**.

I. Diretrizes para o Subsídio de 2013-14

- Somente os distritos podem solicitar este subsídio.
- Subsídios de US$15.000, US$10.000 ou US$7.500 por distrito estarão disponíveis até que os fundos se esgotem.
- Os distritos podem selecionar uma das seguintes opções:
  - Subsídio Prioritário – para um único distrito
  - Subsídio Prioritário – multidistrital (para vários distritos)
  - Subsídio Padrão – para um único distrito
  - Subsídio Padrão – multidistrital (para vários distritos)

  O distrito pode pedir os dois tipos de subsídio – para um único distrito e multidistrital – mas o total dos fundos solicitados não pode ultrapassar US$15.000. Certifique-se de enviar a inscrição correta conforme o tipo de subsídio escolhido.
- Os subsídios podem ser para apenas um ano ou multianual (para até três anos). Os subsídios multianuais precisam ser aprovados pelos governadores entrantes dos anos para os quais estão sendo solicitados. Os governadores eleitos dos anos subsequentes ao que o subsídio foi aprovado devem enviar um formulário de verificação assinado antes do prazo para entrega dos pedidos de subsídio, indicando se o subsídio continuará no ano seguinte. Os relatórios anuais sobre o progresso da atividade deverão continuar sendo enviados durante todo o período do subsídio.
- Os próprios distritos devem contribuir com pelo menos um terço do total requisitado. Por exemplo, se o distrito solicitar US$15.000 para sua atividade de promoção de imagem pública, terá que contribuir no mínimo US$5.000 para o projeto, o que fará com que o projeto seja de no mínimo US$20.000.
- Os pedidos devem ser entregues até **4 de março de 2013, às 23h59** (horário em Evanston). **Qualquer subsídio PRIORITÁRIO recebido após este prazo será processado como um subsídio padrão e em conformidade com as respectivas diretrizes.**

Financiamento para um projeto de promoção de imagem pública (em US$)

Quantia solicitada	Contribuição do distrito*	Custo total mínimo do projeto
$15.000	$5.000	$20.000
$10.000	$3.333	$13.333
$7.500	$2.500	$10.000

*No mínimo 1/3 da quantia solicitada

Além da própria contribuição financeira, os distritos devem obter doações em espécie, como espaço gratuito ou desconto para a veiculação de informações na mídia impressa, outdoors, rádio ou TV. No entanto, doações desse tipo não contam com relação à exigência de que os distritos devem contribuir com um terço do custo do projeto.

Antes de começar o planejamento da sua iniciativa, veja exemplos de projetos em www.rotary.org/pt/prgrants.

II. Componentes do pedido

Um distrito solicitando um Subsídio para Imagem Pública deve preencher o formulário de pedido e incluir:

- Descrição detalhada do projeto planejado
- A quantia que o distrito contribuirá (no mínimo um terço do total solicitado para o subsídio)
- Cotação de preços, e estimativa do público-alvo e descrição da demografia do público em papel timbrado do fornecedor contratado
- Uma descrição detalhada ou exemplo visual dos materiais propostos para a campanha, mostrando alterações ou adaptações locais nos materiais da campanha Humanidade em Ação ou Falta Só Isto
- Assinatura do governador do distrito

O governador deve ler todo o formulário, principalmente a seção Termos e Condições, e assinar o documento. Se for enviar o pedido por e-mail, poderá usar uma assinatura eletrônica.

III. Prazos

- Todos os pedidos devem ser entregues até às 23h59 (horário em Evanston) de **4 de março de 2013**. Pedidos de subsídio recebidos após este prazo não serão considerados como prioritários.
- As notificações sobre aprovação ou não aceitação do pedido de subsídio prioritário serão enviadas aos governadores de distrito e coordenadores do subsídio por e-mail no máximo até **15 de abril de 2013**.
- Os projetos devem ser implementados e os pedidos de reembolso entregues até **1° de junho de 2014**. Uma vez concluído o projeto, o reembolso poderá ser solicitado a qualquer momento até o prazo de 1° de junho de 2014.

IV. Recursos para solicitar com sucesso um Subsídio para Imagem Pública

- **Coordenadores da Imagem Pública do Rotary (CIPR)**

  Os coordenadores de imagem pública do Rotary são rotarianos com experiência em relações públicas e mídia que são nomeados pelo presidente do RI para ajudar distritos e clubes a projetar a imagem do Rotary.

  Peça para o CIPR de a sua área ajudá-lo a planejar a sua atividade de imagem pública. Para mais informações, acesse www.rotary.org/pt/members/runningadistrict/publicimagecoordinators/pages/ridefault.aspx.

- **Exemplos de projetos**

  Projetos bem-sucedidos possuem metas bem definidas e mensuráveis, público alvo, variedade de mídia, e habilidade de alcançar diversas vezes um grande segmento do público alvo. Além disso, devem incentivar uma ação, como por exemplo, contatar alguém localmente, visitar um website ou doar fundos. Veja exemplos de projetos de imagem pública bem-sucedidos em www.rotary.org/pt/prgrants.

- **Critérios para avaliação do sucesso**

  Metas bem definidas e mensuráveis são essenciais para a eficácia de um projeto financiado por Subsídio de Imagem Pública. Ao estabelecer o plano para o seu projeto, defina o que espera alcançar (por exemplo, aumento de 1% no quadro associativo ou doações adicionais para apoiar os seus projetos). Lembre-se de estabelecer um método para avaliar se estas metas estão sendo alcançadas. Visite www.rotary.org/pt/prgrants para encontrar recursos que poderão lhe ajudar a monitorar o seu sucesso.

- **Fornecedores locais**

  Reúna-se com vendedores locais para identificar a melhor maneira de transmitir sua mensagem a profissionais e empresários da região, tanto na faixa de 40 a 60 anos quanto os mais jovens. Ou discuta formas de alcançar um público mais jovem ou velho, estudantes universitários, líderes comunitários ou outros grupos demográficos.

V. Notificação

Os distritos receberão por e-mail notificação sobre a aprovação ou não do subsídio solicitado no máximo até **15 de abril de 2013**. Certifique-se de que o formulário de pedido inclua seu endereço de e-mail e dados adicionais para contato. O processamento do pedido será atrasado se os dados de contato estiverem incorretos ou forem difíceis de identificar.

VI. Pagamentos

1. Os fundos dos Subsídios para Relações Públicas são liberados na forma de reembolso. Após a aprovação do subsídio, o distrito é responsável por implementar o projeto e pagar os fornecedores, providenciando comprovantes de pagamento e documentação de todas as despesas, incluindo um relatório detalhado, para que possa ser ressarcido.
2. A solicitação de reembolso pode ser feita a qualquer momento após a conclusão do subsídio. Todos os documentos acima mencionados devem ser enviados, por correio ou e-mail, **no máximo até 1º de junho de 2014** para:

   Rotary International
   Attn: Public Relations Division (PI Grants)
   1560 Sherman Avenue
   Evanston, IL 60201-3698
   EUA
   prgrants@rotary.org

Se tiver alguma pergunta, envie e-mail para prgrants@rotary.org.

Imagem Pública
Pedido de subsídio PRIORITÁRIO em 2013-14

PARA UM ÚNICO DISTRITO

Digite ou escreva de forma legível, usando caneta. Preencha todos os campos.

☐ **Um único ano** ☐ **Multianual (assinale uma opção: ☐ 2 anos ☐ 3 anos)**

Distrito: _____

Países que fazem parte do distrito: _____

Porcentagem de clubes envolvidos na implementação deste subsídio: _____ %

Dados de contato do governador do distrito

Nome: _____

Telefone: _____

E-mail*: _____

Dados do coordenador do Subsídio de Imagem Pública:

Nome: _____

E-mail*: _____

** Certifique-se de que o e-mail esteja correto, pois o RI enviará todas as correspondências referente a este subsídio para este endereço.*

☐ Assinale se o seu distrito também estiver participando de um Subsídio de Imagem Pública para grupo multidistrital.

Quantia que seu distrito está solicitando do subsídio multidistrital: _____

Pessoa de contato do subsídio multidistrital: _____

1. Quais suas metas para esta campanha? As metas devem ser específicas, mensuráveis, alcançáveis, realistas e com tempo determinado (por exemplo, aumentar em 1% as doações do distrito à Fundação).

2. Descreva como avaliará os resultados alcançados por seu projeto de Subsídio de Imagem Pública (por exemplo, usando Google Analytics, planilhas ou grupos de enfoque).

3. Quais os públicos-alvo (as pessoas específicas que pretende alcançar através da sua campanha)? Assinale os alvos principais:

☐ Profissionais e empresários
☐ Líderes comunitários
☐ Público em geral
☐ Outro _____
☐ Homens ☐ Mulheres ☐ Ambos

☐ De 25-35 anos de idade
☐ De 35-50 anos de idade
☐ Acima de 50 anos de idade
☐ De renda média _____ (indique uma faixa salarial)
☐ De renda alta _____ (indique uma faixa salarial)

Defina, junto com cada um dos fornecedores, o número estimado de pessoas que serão alcançadas e seus dados demográficos. Por exemplo, se o seu público-alvo é formado por mulheres de 35-50 anos e você estará colocando anúncios em jornais e TV, os fornecedores de espaços nestes veículos de mídia podem lhe dar dados demográficos referentes ao seu público: número de leitores/espectadores, faixa etárias, etc.

Inclua as estimativas dos fornecedores referentes ao número de pessoas que serão expostas à sua campanha.

4. Por quanto tempo os anúncios da sua campanha serão veiculados?

_____

Datas previstas para veiculação: _____

Com que frequência serão veiculados (por exemplo, 10 transmissões pagas na televisão por semana, e 20 transmissões doadas por semana durante um período total de 13 semanas)?

_____

5. Calcule os custos totais relativos ao projeto do Subsídio de Imagem Pública. A contribuição do seu distrito deve ser de pelo menos um terço do total solicitado.

Subsídio de Imagem Pública solicitado	**Total (moeda local)** - moeda local -	**Total (US$)**
Valor solicitado por distrito (até US$15.000)		Select
Contribuição feita pelo distrito (no mínimo um terço do valor solicitado)		
Total dos custos do projeto	0	0

6. Qual o orçamento previsto para a campanha? Anexe cotações em papel timbrado do fornecedor.

Nome do fornecedor	**Serviço**	**Custo (moeda local)**	**Custo (US$)**
	Total orçado	0.00	0.00

7. Descreva as doações em espécie*, incluindo o nome do doador e o valor da doação.
   **Bens ou serviços para os quais um valor monetário pode ser aplicado, como por exemplo, espaço gratuito para anúncio em outdoors, rádio ou televisão. O valor é a quantia que teria que ser paga caso o bem ou serviço não tivesse sido doado.*

Nome do fornecedor	Serviço ou doação em espécie	Valor (moeda local)	Valor (US$)
	Valor total	0.00	0.00

Indique a taxa de câmbio usada e onde foi obtida (Rotary.org, Yahoo, etc.).

Taxa de câmbio: _____ Fonte: _____

SELECIONE OS MATERIAIS DA SUA CAMPANHA

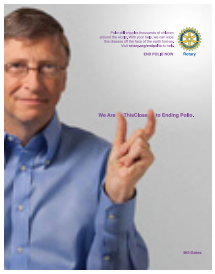
A fim de simplificar o planejamento da campanha de imagem pública e garantir a uniformidade da mensagem transmitida, os Subsídios Prioritários de Imagem Pública em 2013-14 exigem a utilização de materiais pré-selecionados. Veja os materiais disponíveis em rotary.org/mediacenter, e acesse www.dropsend.com para baixar arquivos em formato .jpg, .pdf, ou .eps. Para fazer o login, digite prgrants@rotary.org e use a senha: PIgrants.

Selecione uma das seguintes três campanhas *(A, B, ou C)*:

☐ **A. Pólio Plus**

Opções:

Menina com muletas

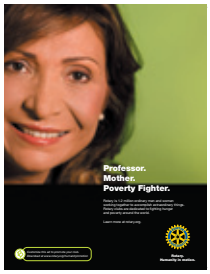


Falta Só Isto

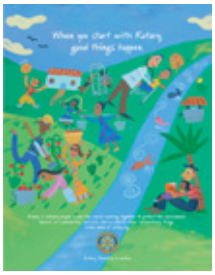
Árvore

☐ **B. Quadro Associativo**

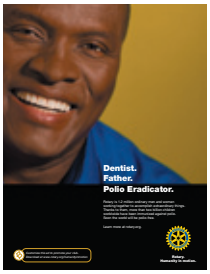
Opções:



Rostos



Ingresse no Rotary



Rostos

☐ **C. Paz**

Opções:

Paz

Nós todos queremos a mesma coisa

Janela

Responda as perguntas a seguir com relação ao anúncio da campanha selecionada.

Esta opção será usada nos seguintes veículos de mídia:

☐ Rádio ☐ TV ☐ Mídia impressa ☐ Outdoor ☐ Anúncios na internet ☐ Novo tipo de mídia (blogs e podcasts)

☐ Outro (descreva) _____

Como pretende adaptar estes materiais à sua região (por exemplo, acrescentando o website do seu distrito, código QR, ou usando a imagem de uma celebridade local)?

Que ação está incentivando o leitor a tomar? (A chamada à ação é um pedido para o leitor fazer algo, como acessar um website, escanear um código de QR ou ligar para um número.)

TERMOS E CONDIÇÕES DO ROTARY PARA OUTORGA DE SUBSÍDIOS PRIORITÁRIOS DE IMAGEM PÚBLICA

- Os distritos devem utilizar os anúncios de utilidade pública das campanhas Humanidade em Ação e Falta Só Isto (disponíveis em nove idiomas) para imprensa escrita, falada e também para outdoors. Se os materiais originais forem alterados, estes devem estar em conformidade com as diretrizes do Rotary International para uso de marcas rotárias, descritas no *Manual de Procedimento* (capítulo 5), www.rotary.org/pt/graphics, e Guia de Identidade Visual. Qualquer outro trabalho de arte final a ser empregado deve ser explicado em detalhes e/ou ser enviado anexo ao pedido de Subsídio para Imagem Pública.
- Por volta de 15 de abril de 2013, o governador será avisado quanto à aprovação ou não do pedido de subsídio. Os fundos serão distribuídos mundialmente em **caráter competitivo,** até seu esgotamento.
- O valor máximo do subsídio será aquele informado ao governador na notificação de aprovação. O RI reembolsará única e exclusivamente a quantia realmente gasta, mesmo que seja menor que o subsídio aprovado. Conforme consta da notificação de aprovação, o RI não se responsabiliza por custos incorridos pelo recebedor do subsídio que excedam a quantia aprovada.
- Os distritos que receberem subsídio devem cumprir todos os prazos relativos à implementação do projeto e entrega de relatório de despesas.
- Revelação de qualquer conflito de interesse. Todos aqueles envolvidos no programa de subsídios devem conduzir suas atividades de modo a evitar conflitos de interesse. Conflito de interesse se caracteriza pelo relacionamento pessoal através do qual qualquer pessoa envolvida em um programa de subsídios ganhe benefícios, reais ou presumidos, para si própria ou familiares, conhecidos, colegas de trabalho, contatos comerciais ou organização na qual tal pessoa seja curador, diretor ou dirigente. Toda e qualquer revelação de conflito de interesse deve ser explicada antes da aprovação do subsídio.

  1. Uma licitação aberta, justa e detalhada deve ser conduzida de modo a garantir que os melhores serviços sejam obtidos a um preço razoável, não importando o relacionamento entre o fornecedor e uma entidade rotária. Possíveis conflitos de interesse podem ocorrer quando uma entidade rotária considera uma transação comercial em que fundos serão pagos a um rotariano, a um fornecedor de produtos ou serviços de propriedade de um rotariano ou sob sua gerência, ou a funcionários de agências, organizações ou instituições que tenham parceria com o Rotary.

  2. Para o bem da transparência nas transações financeiras, decidiu-se colocar uma declaração sobre conflito de interesses nos documentos correlatos. Isto, contudo, não visa proibir os rotarianos de prestar serviços a seus clubes e distritos, tampouco tem a intenção de proibir os rotarianos ligados à mídia de ajudar seus distritos a ganharem projeção nas respectivas comunidades.

     O Rotary International está ciente que há custos envolvidos na prestação de serviços humanitários a clubes e distritos, sendo assim, os serviços contratados para a realização do projeto merecedor de subsídio têm o direito de serem pagos.

     O intuito de haver uma declaração sobre conflito de interesses é somente para garantir que os distritos façam o que lhes cabe em termos de planejamento e que relacionamentos que possam ser caracterizados como conflito de interesses sejam divulgados às partes envolvidas.

O PEDIDO ESTÁ COMPLETO?

Obs.: O RI pode receber e-mails de até 10 MB. Envie arquivos maiores de 10 MB como anexos em mais de um e-mail.

☐ Detalhes do plano para o projeto de promoção da imagem pública

☐ Quantia com a qual o distrito contribuirá (pelo menos um terço do total solicitado)

☐ Cotações de preço em papel timbrado do fornecedor

☐ Público estimado em papel timbrado do fornecedor

☐ Layout dos materiais impressos e scripts para anúncios em rádio ou TV

☐ Dados de contato corretos, inclusive do coordenador do Subsídio de Imagem Pública

☐ Assinatura do governador (ou governadores no caso de subsídios multianuais)

Atesto que li e concordo com as especificações do Pedido de Subsídio para Imagem Pública para 2013-14 e dos Termos e Condições do Rotary para Outorga de Subsídios de Imagem Pública.

Nome do governador de distrito de 2013-14 (em letra de forma): _____

Assinatura: _____ Data: _____

E-mail: _____

Para subsídios multianuais, inclua dados e assinatura dos governadores entrantes que servirão durante os anos em que a campanha ocorrerá.

Nome do governador de distrito de 2014-15 (em letra de forma): _____

Assinatura: _____ Data: _____

E-mail: _____

Nome do governador de distrito de 2015-16 (em letra de forma): _____

Assinatura: _____ Data: _____

E-mail: _____