

# Pequenas Subvenções - Relatório de Conclusão e de Impacto do Projeto

**PREENCHA TODOS OS CAMPOS E RESPONDA À TODAS AS PERGUNTAS ABAIXO:**

<b>Razão Social da Organização</b>	AGENCIA FR DE COMUNICAÇÃO
<b>Nome do projeto</b>	AGÊNCIA FATO RELEVANTE
<b>Número da Subvenção</b>	IEB/CEPF/05-2020-P6.4-001/2021-021
<b>Data do Relatório</b>	01/12/2021
<b>Hotspot</b>	Cerrado
<b>Direção Estratégica</b>	6. Capacidade fortalecida das organizações da sociedade civil para influenciar e melhorar a gestão dos territórios e dos recursos naturais e angariar apoio para outras prioridades de investimento no hotspot.
<b>Valor da Subvenção</b>	R\$ 264.230,00 (duzentos e sessenta e quatro mil e duzentos e trinta reais)
<b>Período do Projeto</b>	02/2021 a 12/2021

## PARTE I: VISÃO GERAL

### 1. Parceiros de Execução para este Projeto (liste cada parceiro e explique como estiveram envolvidos no projeto)

**Kuarup** – A empresa de audiovisual é parceira da agência Fato Relevante e foi a responsável pelo roteiro, captação, edição e finalização (com legendagem para o inglês) de 6 vídeos do Cerrado, que teve ainda um aditivo para a produção de mais um vídeo sobre o café sustentável em Patrocínio/MG. Participaram de todos os processos relacionados à entrega dos vídeos, um dos produtos previstos no projeto.

### 2. Faça um resumo dos resultados/impactos gerais do seu projeto

O projeto teve grandes resultados, sendo que decorrente das ações realizadas em seu âmbito observamos números expressivos, listados abaixo:

- PR
  - 9 releases para a imprensa produzidos
  - 11 mailings (tema e local)
  - +165 matérias publicadas no total
  - Inserção em grandes veículos como National Geographic, Folha de São Paulo, Estadão, Valor Econômico, Revista Globo Rural, Istoé e UOL, entre outros
  -
- Posts para Mídias Sociais
  - 20 posts para as mídias sociais sobre ações do CEPF Cerrado e parceiros
- Tráfego Google Ads
  - Obtenção do Google Grants (benefício resultou num investimento em 2021 de US\$ 66.419,44 que representa mais de R\$ 350.000,00 em mídia do Google)
  - Criação e implementação das campanhas (por tema e organização)
  - Mais de 1,2mi de impressões dos anúncios no total
  - Mais de 84 mil cliques no total
    - Mais de 50 mil visitas ao site do CEPF
    - Mais de 24 mil visitas ao site do IEB
    - Mais de 10 mil visitas ao site da Editora Mil Folhas
- Vídeos
  - Produção de uma websérie disponível no canal no Youtube
  - Mais de 50 mil visualizações no total com impulsionamento no Google Ads
  - Vídeo Territórios Tradicionais se tornou o mais visto no canal do IEB
  - Conteúdo produzido também com legendas em inglês
- Website
  - Produção de um novo website: <http://cepfcerrado.iieb.org.br/>

- Melhor organização de conteúdo
- Mobile Friendly
- Interface Amigável
- Fácil de gerenciar (Wordpress)

Além dos resultados de impacto e alcance, destacamos toda a organização estratégica da comunicação do CEPF Cerrado, ajustando os eixos temáticos gerando uma melhor percepção dos públicos sobre suas ações e realizações. O mesmo foi traduzido no novo website que, além de uma linguagem visual mais amigável para o usuário, trouxe uma melhor sistematização do conteúdo, permitindo uma melhor navegação com uma performance razoável, independente do servidor de hospedagem do site.

Já os produtos gerados no âmbito do projeto ficam como um legado para o trabalho do CEPF no Cerrado. Os vídeos, a publicação e o website vão perdurar mesmo após um eventual fim do trabalho no Brasil. Os resultados e conquistas ficaram disponíveis para todos aqueles ligados de alguma forma à conservação do Cerrado.

**3. Descreva brevemente o progresso real de cada impacto planejado a curto e a longo prazo (conforme declarado na proposta aprovada).**

- a. Impactos Planejados a Longo Prazo - mais de 3 anos (conforme declarado no Plano de Monitoramento).

Descrição do Impacto	Resumo do Impacto
Memória das ações realizadas no ciclo 2016-2021 registradas e consolidadas em produtos de comunicação.	Construção coletiva entre Fato Relevante e CEPF para um plano de comunicação robusto com uma estratégia multicanal que ajudou na entrega final.
Estratégias de Comunicação que podem ser aproveitadas em ações e campanhas futuras.	O cumprimento do objetivo se deu através das ações de PR e Assessoria de Imprensa, Digital e no desenvolvimento dos produtos de comunicação que foram divulgados nas redes sociais do IEB. As campanhas Google Ads foram uma forma de ampliar o alcance das mensagens a um público mais geral.
Conteúdo de texto, imagem e vídeo que pode ser usado na produção de futuros materiais.	Além da campanha de Google Ads (cujos resultados foram apresentados no último relatório técnico) que gera tráfego constante, finalizamos o novo website, o que permitiu otimizações e ajustes nas campanhas e na navegação dos usuários, melhorando a presença digital do CEPF Cerrado, com possibilidade prosseguimento no trabalho por parte da equipe do CEPF e do IEB. Além disso, produzimos conteúdo relevante para as redes sociais do IEB sobre o CEPF e parceiros, além de assuntos de interesse para o Cerrado. Os vídeos foram impulsionados no Youtube para gerar maior alcance e visualizações, assim como diversos conteúdos foram

	<p>produzidos para as Redes Sociais do IEB para garantir uma presença constante e sólida do CEPF. Todas essas ações impactaram positivamente na visibilidade da instituição no ambiente digital.</p> <p>Foram produzidos seis vídeos sobre locais e temas específicos trabalhados no âmbito dos projetos apoiados pelo CEPF nas regiões de Arinos, Cavalcante, Alto Paraíso, Niquelândia e Uberaba, além de um vídeo institucional geral sobre a atuação do CEPF no Cerrado, com a adição de mais um vídeo sobre o café sustentável na região de Patrocínio/MG. Os vídeos foram finalizados e legendados em inglês garantindo um alcance interacional das histórias contadas. A quantidade de vídeos foi além da previsão inicial, assim como o tempo de duração de cada um deles. As decisões foram tomadas para garantir o melhor resultado possível para atendermos o Objetivo Específico.</p>
--	---

b. Impactos Planejados a Curto Prazo - de 1 a 3 anos (conforme declarado no Plano de Monitoramento).

Descrição do Impacto	Resumo do Impacto
Sensibilizar a mídia sobre a importância de divulgar a problemática do Cerrado, com base num plano de Comunicação estruturado.	A estratégia de Assessoria de Imprensa colocada em ação ao longo do ano de 2021 obteve resultados extremamente positivos. Tivemos êxito no mapeamento de pautas de interesse (para o CEPF e para os jornalistas) e no relacionamento com profissionais de veículos de alcance. Tivemos bons espaços em TV e, principalmente, em jornais, ajudando a disseminar o trabalho do CEPF para o grande público. Vários parceiros foram beneficiados com exposição para veículos de mídia de grande alcance.
Obter alcance e visibilidade dos materiais de comunicação desenvolvidos para multiplicar a percepção de urgência em proteger o cerrado e impactar os públicos-alvo.	Todo o trabalho desenvolvido no ambiente digital que segue ativo ajudou a trazer esse impacto já que mais 1 milhão de pessoas foram impactadas pelos anúncios de Google Ads e mais de 50 mil pessoas visualizaram os vídeos. O novo website acaba se tornando também um arcabouço de informações técnicas e de divulgação, que também terá os demais produtos disponíveis para acesso de um grande público. As mais de 165 matérias resultado dos esforços de Assessoria de Imprensa também aumentaram significativamente a exposição do CEPF e de ações de conservação do Cerrado na mídia e consequentemente à população.
Divulgar iniciativas de conservação no Cerrado com êxitos do CEPF no Ciclo 2016-2021.	Os vídeos desenvolvidos em parceria com a produtora Kuarup ajudaram a expor essas iniciativas numa linguagem mais acessível e de fácil consumo para os diversos públicos com o qual o CEPF se relaciona. O trabalho audiovisual resultou numa série de 7 vídeos que

	<p>mostram as iniciativas de conservação apoiadas pelo IEB e CEPF nos últimos anos. Além de bons exemplos, eles usam do storytelling para retratar ações de extrativismo sustentável, territórios tradicionais, empreendedorismo no Cerrado, entre outras temáticas.</p>
<p>Desenvolver produtos de comunicação para posicionar o CEPF como uma referência em meio ambiente, mais especificamente no Cerrado.</p>	<p>O website, o vídeo e a publicação (a ser lançada), além da atuação junto a imprensa, ajudaram a consolidar o CEPF como referência na conservação do Cerrado. Todos eles ajudam de diferentes formas e em diferentes canais a gerar brand awareness e um maior alcance junto aos seus públicos-alvo.</p>
<p>Promover os trabalhos realizados por parceiros por meio de um arcabouço de conteúdo base sobre os resultados do CEPF que pode ser utilizado para ações e promoções futuras.</p>	<p>Foram produzidos 9 releases e uma série de artigos que são uma base para qualquer ação futura. O mesmo vale para os produtos gerados, como o website, vídeos, publicação e infográficos que ficam como um legado para o CEPF Cerrado, seja para futuras novas estratégias de comunicação ou ações sobre os eixos temáticos estabelecidos ao longo do projeto.</p>
<p>Formar uma base de contatos sólida para que as ações do CEPF sejam divulgadas na imprensa.</p>	<p>Foi organizado 11 mailings diferentes por tema e localização para que seja facilitada qualquer ação futura de divulgação para a imprensa. A maioria desses contatos já recebeu comunicações do CEPF com releases para a imprensa ou divulgações de acordo com a temática. Foram também promovidos contatos e reuniões de relacionamento com jornalistas como Daniela Chiaretti (Valor Econômico) para aproximação da instituição em caso de futuras divulgações.</p>
<p>Comunicação das ações, resultados e impactos do projeto</p>	<p>Os resultados e impactos do projeto foram comunicados com eficiência durante toda a execução nos relatórios técnicos, nos relatórios específicos, contatos eventuais por Whatsapp ou nas reuniões semanais à medida que foram obtidos. Foram os casos de matérias publicadas na imprensa, resultados de acesso ao site, avanço nos produtos elaborados, oportunidades e demais assuntos de interesse para um bom andamento do projeto.</p>
<p>Implementação as Políticas de Salvaguardas do CEPF</p>	<p>Como não contempla a atuação com outros beneficiários, associações ou produtores locais, o projeto não contemplou Políticas de Salvaguardas, mas sempre aplicou as diretrizes das Políticas de Partes Interessadas e manteve uma transparência na comunicação junto à equipe CEPF/IEB e seus demais parceiros.</p>
<p>Monitoramento e relato dos resultados e impactos do projeto, considerando indicadores do projeto, do CEPF para o Cerrado e indicadores Globais do CEPF</p>	<p>Os resultados foram monitorados e apresentados ao longo do projeto, apresentados sempre junto aos relatórios técnicos e constam também neste Relatório de Impacto Final que traz o balanço final dos resultados do trabalho desenvolvido ao longo de 2021.</p>

#### 4. Houve impactos inesperados (positivos e/ou negativos)?

A pandemia com certeza foi um impacto. Embora não necessariamente seja inesperada, as indefinições no início de 2021 sobre a respeito de uma maior “abertura” atrasaram diversas entregas, principalmente aquelas relacionadas aos produtos, em especial os vídeos. Mesmo assim, diante de uma melhor no cenário de contaminações e aumento na vacinação, possibilitou que o nosso parceiro (Kuarup) pudesse fazer toda a captação de imagem ainda neste ano. O resultado foi satisfatório para todas as partes envolvidas.

## PARTE II: COMPONENTES E PRODUTOS/RESULTADOS DO PROJETO

5. Componentes (conforme declarados no Plano de Trabalho). *Liste cada componente e entrega da sua proposta e descreva os resultados para cada produto:*

Objetivo específico/Componente		Resultado esperado/Entrega		
Número	Descrição	Sub-Número	Descrição	Atualização de Entrega/Resultados
1	Sensibilizar a mídia sobre a importância de divulgar a problemática do Cerrado, com base num plano de Comunicação estruturado.	1.1	O CEPF possuir uma estratégia de atuação perante a mídia e oportunidades de divulgação na imprensa.	Foi finalizada e implementada com sucesso a estratégia com os resultados já citados neste RIF. Foram mais de 165 matérias publicadas na imprensa, sendo alguns nos principais veículos do Brasil gerando visibilidade para o CEPF, o IEB e seus parceiros. Além do plano traçado, aproveitamos bem oportunidades que surgiram ao longo do trabalho, como a inserção do Michael Becker em Seminário da Folha de São Paulo.
2	Obter alcance e visibilidade dos materiais de comunicação desenvolvidos para multiplicar a percepção de urgência em proteger o cerrado e impactar os públicos-alvo.	2.1	Construção de uma estratégia que melhore a presença digital do CEPF Cerrado.	A estratégia de gerar conteúdo para as Redes Sociais sobre o Cerrado, gerar mais tráfego para o site, obter um maior alcance aos vídeos produzidos disponíveis no Youtube e contar com um novo website mais amigável e melhor organizado para os usuários foi concluída. Todas essas ações ajudaram a melhorar a presença digital do CEPF Cerrado e se mantém após a conclusão do projeto, já que muitas das ações

				podem ser continuadas pela equipe do IEB/CEPF.
3	Divulgar iniciativas de conservação no Cerrado com êxitos do CEPF no Ciclo 2016-2021.	3.1	Produção de conteúdo relevante que conte as histórias das pessoas que fizeram parte do projeto do CEPF nos últimos anos, assim como dados e demais informações coletadas pela instituição e seus parceiros.	Os vídeos e a publicação (em fase de finalização) garantem a conclusão desse objetivo já que o conteúdo dos mesmos aborda justamente a história de várias das pessoas que fizeram parte da história do CEPF no Cerrado nos últimos anos. Muitos parceiros foram beneficiados por esses produtos de qualidade, como COPABASE, Cooperativa Grande Sertão, Angá, Projeto Pato-Mergulhão, Rede de Sementes do Cerrado, Instituto Educacional Tiradentes, Associação Quilombo Kalunga, LAPIG/UFG, Funatura, Centro de Trabalho Indigenista, além do CEPF e do IEB que também foram retratados. Os conteúdos também serão disponibilizados em inglês fazendo com que o conteúdo possa alcançar também um público internacional.
4	Desenvolver produtos de Comunicação para posicionar o CEPF como uma referência em meio ambiente, mais especificamente no Cerrado.	4.1	Material audiovisual para promover, em âmbito nacional e internacional, as ações de conservação apoiadas pelo CEPF.	Foram produzidos 6 vídeos que contam iniciativas de conservação do Cerrado apoiadas pelo IEB e CEPF em diversas frentes: extrativismo sustentável de frutos, coleta de sementes, restauração de áreas degradadas, conservação de espécies endêmicas, monitoramento ambiental, criação de áreas protegidas e RPPNs e no fortalecimento de comunidades tradicionais e indígenas que habitam o Cerrado. A quantidade e duração dos mesmos ficaram além do combinado inicialmente para entregarmos os produtos na melhor qualidade possível. Foi solicitado ainda um vídeo extra sobre o trabalho com café sustentável na região de Patrocínio/MG que está em fase de finalização. Os vídeos terão

				uma versão com legendas em inglês (também em finalização)
5	Promover os trabalhos realizados por parceiros por meio de um arcabouço de conteúdo base sobre os resultados do CEPF que pode ser utilizado para ações e promoções futuras.	5.1	Material textual e visual para divulgação das ações do CEPF e dos seus parceiros no Cerrado.	Enquanto publicação e os infográficos que são materiais importante para a obtenção do resultado esperado estão em fase de finalização, o novo website e os vídeos cumprem a função, além dos artigos e releases para a imprensa produzidos que também ajudam a divulgar as ações do CEPF e dos parceiros no Cerrado.
6	Formar uma base de contatos sólida para que as ações do CEPF sejam divulgadas na imprensa.	6.1	Press trip com foco nos projetos do CEPF para abordar a temática do Cerrado sob diversas perspectivas (social, econômica e ambiental)	Mediamos o contato e ajudamos a organizar a Press Trip em diferentes regiões do Cerrado e abordando diferentes parceiros com atuações distintas na conservação do Cerrado. Uma primeira matéria foi publicada e as demais que forem publicadas serão comunicadas à equipe do IEB/CEPF. Por tratar-se de veículo de grande alcance (Folha de SP), a oportunidade foi bem aproveitada e gerou boa visibilidade.
7	Comunicação das ações, resultados e impactos do projeto	7.1	As ações, resultados e impactos do projeto são comunicadas aos diversos públicos	O cumprimento do objetivo se deu através das ações de PR e Assessoria de Imprensa, Digital e no desenvolvimento dos produtos de comunicação que foram divulgados nas redes sociais do IEB. As campanhas Google Ads foram uma forma de ampliar o alcance das mensagens a um público mais geral. Foram feitas ainda comunicações durante a execução do projeto via equipe do CEPF por Whatsapp e E-mail Marketing, além de posts nas Redes Sociais do IEB.
8	Implementação as Políticas de Salvaguardas do CEPF	8.1	Políticas de salvaguardas implementadas	Não há política de salvaguardas no projeto, porém a equipe da FR implementou práticas relacionadas à Política de Partes



			e monitoradas a cada 6 meses	interessadas, principalmente no que diz respeito ao contato com parceiros e outros atores relacionados, em toda a execução do projeto.
9	Monitoramento e relato dos resultados e impactos do projeto, considerando indicadores do projeto, do CEPF para o Cerrado e indicadores Globais do CEPF	9.1	Os resultados e impactos do projeto são monitorados e relatados nos relatórios técnicos do projeto	Todos os relatórios técnicos trouxeram documentos em anexo que apresentaram os resultados das ações implementadas no âmbito do projeto. Todos os resultados foram apresentados ao longo do ano para mensurar o impacto do nosso trabalho. Foram monitorados e entregues em forma de relatório para a equipe do CEPF durante a execução do projeto. O andamento das atividades também foi monitorado e compartilhado em reuniões semanais e por Whatsapp.

**6. Descreva e apresente as principais ferramentas, produtos e/ou metodologias que resultaram desse projeto ou contribuíram para os resultados:**

- Novo website do CEPF Cerrado
  - o Lançado em outubro de 2021, o novo website do CEPF Cerrado apresenta o conteúdo de forma mais organizada, com fácil navegação para os usuários e os ajustes de informações necessárias em uma interface mais moderna.
- Vídeos "Cerrado bom é Cerrado vivo"
  - o Lançado em Dezembro de 2021, a série de vídeos apresenta diversas iniciativas de conservação do Cerrado e casos exitosos do IEB e CEPF junto a parceiros locais em regiões estratégicas do bioma.
- Publicação
  - o A ser lançada entre Dezembro de 2021 e Janeiro de 2022, a publicação "Cerrado: hotspot da biodiversidade" vai apresentar resultados de projetos apoiados pelo CEPF no Cerrado no Ciclo 2016-2021, além de um balanço e visão para o futuro da conservação do bioma.
- Infográficos
  - o A ser finalizado em Janeiro de 2022, os infográficos vão apresentar visualmente os resultados de conservação e os indicadores por eixo de atuação do CEPF.

## PARTE III: LIÇÕES, SUSTENTABILIDADE, SALVAGUARDAS, FINANCIAMENTO E COMUNICAÇÃO

### LIÇÕES APRENDIDAS

7. Descreva as lições aprendidas durante a concepção e execução do projeto, assim como as informações relacionadas com o desenvolvimento organizacional e capacitação. “Lições aprendidas” são experiências que você adquiriu e que acha que seriam sucessos valiosos a serem replicados ou práticas que você faria de forma diferente, se tivesse a chance. Considere as lições que abordem a concepção e implementação do projeto e quaisquer outras lições relevantes para a comunidade conservacionista. As diretrizes das lições aprendidas do CEPF estão disponíveis aqui: <https://www.cepf.net/sites/default/files/cepf-lessons-learned-guidelines-english.pdf>

*Considere as lições que proporcionariam as seguintes informações:*

- *Processo de Concepção do Projeto (Aspectos da concepção do projeto que contribuíram para o seu sucesso /falhas).*
- *Execução do Projeto (aspectos da execução do projeto que contribuíram para o seu sucesso/falhas).*
- *Descreva quaisquer outras lições aprendidas pertinentes para a conservação comunitária.*

Mais tempo para a estratégia e onboarding no início de projeto

- Houve uma urgência da equipe iniciar as atividades logo para cumprir os prazos estabelecidos e nesse período inicial tivemos idas e vindas em relação aos temas principais e a melhor forma de organizá-los. A organização por eixo temático que chegamos em conjunto com a equipe do IEB e CEPF facilitou a execução da estratégia de comunicação, incluindo digital e assessoria de imprensa. Se tivéssemos nos focado mais nessa organização desde início, teríamos ganhado um a dois meses de trabalho mais direcionado e iniciado mais rapidamente a elaboração dos produtos.

Melhor distribuição do tempo para algumas das atividades propostas

- Poderíamos ter estabelecido um prazo maior para as revisões e aprovações dos produtos de forma a deixar o cronograma mais adequado a realidade. Essa importante etapa poderia ter tido prazo de um mês.

Necessidade de ter o conteúdo base organizado para início de algumas ações

- Tentamos iniciar a produção da publicação e dos infográficos sem um briefing aprofundado ou as informações consolidadas para cumprir o prazo, porém,

observamos ao longo do projeto que essa etapa é crucial para um bom desenvolvimento posterior. No caso dos infográficos, por exemplo, teria sido iniciar a atividade apenas quando estiver finalizado todo o levantamento dos dados e das informações para a produção considerando também o timing do IEBB/CEPF, ou seja, coincidindo com o período em que eles estarão fechados.

Organizar as ações por eixos temáticos ajudou tanto a equipe do projeto quanto o CEPF

- Conforme descrito acima, essa organização possibilitou uma melhor execução da estratégia proposta, inclusive, para o avanço no desenvolvimento do novo website.

Equipe comprometida e engajada

- Uma equipe que "compre" a causa vai render mais. Observamos que no projeto com o CEPF a equipe envolvida demonstrou muito mais engajamento do que em outros projetos, pelo viés social do trabalho.

Trabalho próximo foi fundamental para o sucesso do trabalho

- A sinergia do IEB/CEPF com a equipe de comunicação vai ajudar muito o sucesso de futuras ações. Na experiência do nosso projeto esse foi um fator fundamental para colhemos bons resultados em diversas frentes, contando sempre com agilidade das duas partes para garantir a melhor execução das atividades.

Equipe de produção para algumas atividades

- Tivemos o exemplo de uma situação que ocorreu na Press Trip onde a presença de um membro da equipe do projeto poderia ter ajudado na prestação de contas. Tiramos como lição que para futuras ações, especialmente para outros atores não tão acostumados a realidade do terceiro setor, um acompanhante pode colaborar para um melhor andamento.

Migração de ferramenta

- Tentamos uma migração de ferramenta de disparo de e-mail para o CEPF que não foi bem-sucedida. No caso, o melhor poderia ter sido trabalhar desde o início com a ferramenta já utilizada para garantir sustentabilidade do uso posterior. De qualquer forma, como não houve prejuízos já que a nova ferramenta foi utilizada durante o período do projeto para disparos de releases para a imprensa e o CEPF seguiu usando a mesma, a tentativa foi válida.
- Pouco tempo para um trabalho de comunicação
- Chegando ao final do projeto ficou a sensação de que a equipe da Fato Relevante poderia ter feito mais se tivesse mais tempo já que uma estratégia de comunicação também tem uma construção para obtenção de resultados cada vez melhores. Embora considere o trabalho bem desenvolvido ao longo do tempo,

um prazo maior possibilitaria a abertura de novas frentes e busca de oportunidades para aumentar ainda mais a visibilidade do trabalho do IEB/CEPF e seus parceiros no Cerrado.

## **SUSTENTABILIDADE / REPLICAÇÃO**

### **8. Faça um resumo dos êxitos ou desafios para garantir a sustentação ou replicação do projeto, incluindo quaisquer atividades não planejadas que podem resultar em aumento da sustentabilidade ou replicação.**

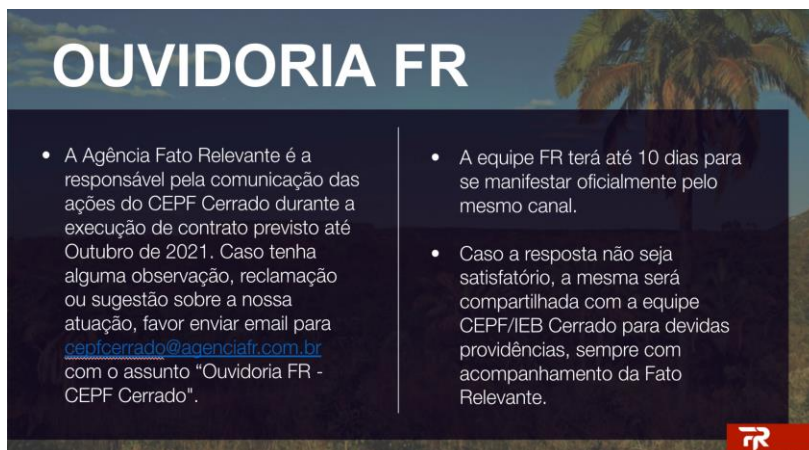
- Google Ads
  - o No mês de novembro de 2021, foi feita uma nova organização das campanhas que seguem ativas. A mesma foi apresentada para a equipe do IEB para a manutenção da atividade e monitoramento. A conta de anúncios está organizada para gerenciamento interno ou externo.
  
- Possibilidades para produção de conteúdo Redes Sociais
  - o Todos os materiais produzidos, como releases, textos, publicação e vídeo, são base para a publicação de conteúdos sobre o CEPF, seus parceiros e os trabalhos de conservação desenvolvidos no Cerrado. A equipe do IEB pode dar continuidade na produção de posts baseados nesses materiais, como pequenas pílulas de informação.
  
- Contatos estabelecidos com a imprensa
  - o Aproveitar o mailing e os contatos estabelecidos com jornalistas ao longo de 2021 para futuras oportunidades de divulgação quando surgirem.
  
- Materiais como legado
  - o Publicação, vídeos e o novo website são um legado perene sobre o trabalho desenvolvido pelo CEPF no Cerrado nos últimos anos, com possibilidades de atualização constante. Foi feito um treinamento com a equipe do IEB/CEPF e entregue um manual de instruções para manutenção do website caso surja necessidades de atualizações no conteúdo ou disponibilização de novos materiais que sejam desenvolvidos. Os demais materiais podem ser usados para promoção do IEB e CEPF em qualquer ocasião como uma apresentação textual e visual das ações de conservação no bioma apoiadas, coordenadas, desenvolvidas e implementadas no Brasil.

## **SALVAGUARDAS**

**9. Se não estiver listado como um componente separado do projeto e descrito acima, resuma a implementação de qualquer medida requerida relacionada às salvaguardas sociais ou ambientais que o seu projeto possa ter estimulado. Se o seu projeto não acionou nenhuma salvaguarda, relate como foi implementado o Plano de Envolvimento das Partes Interessadas**

Não temos uma política de salvaguardas estabelecidas, já que não foi acionada nenhuma das salvaguardas, mas estamos cumprindo todos os requisitos de transparência e compliance em contato constante com a equipe CEPF/IEB, conforme descrição abaixo. Durante todo o projeto executamos as diretrizes estabelecidas no Plano de Envolvimento de Partes Interessadas, em contato com CEPF/IEB e parceiros, fazendo o monitoramento constante das ações e oportunidades através dos canais Whatsapp, e-mail e reuniões. Também compartilhamos todos os materiais produzidos (ex: textos, releases, posts para as Redes Sociais, imagens das inserções obtidas na mídia e impactos de ações digitais, como Google Ads), assim como seguimos todas as etapas de aprovações junto ao CEPF/IEB, para o desenvolvimento de todas as atividades, ações e produtos.

Criamos o email [cepfcerrado@agenciafr.com.br](mailto:cepfcerrado@agenciafr.com.br) para que as mensagens com críticas, sugestões e demais observações possam ser enviadas e avaliadas pela nossa equipe e respondida em até 10 dias - atendendo o prazo de 15 dias úteis estabelecido pelo CEPF. Criamos um slide para adicionarmos em todas as nossas apresentações que estabelece o processo e a forma de abordagem da equipe FR, incluindo um direcionamento para a equipe CEPF/IEB Cerrado caso seja necessário o envolvimento.



**OUVIDORIA FR**

- A Agência Fato Relevante é a responsável pela comunicação das ações do CEPF Cerrado durante a execução de contrato previsto até Outubro de 2021. Caso tenha alguma observação, reclamação ou sugestão sobre a nossa atuação, favor enviar email para [cepfcerrado@agenciafr.com.br](mailto:cepfcerrado@agenciafr.com.br) com o assunto "Ouvidoria FR - CEPF Cerrado".
- A equipe FR terá até 10 dias para se manifestar oficialmente pelo mesmo canal.
- Caso a resposta não seja satisfatória, a mesma será compartilhada com a equipe CEPF/IEB Cerrado para devidas providências, sempre com acompanhamento da Fato Relevante.

FR

## **FINANCIAMENTO E OUTRAS CONTRAPARTIDAS ADICIONAIS**

**10. Forneça detalhes sobre qualquer financiamento ou contrapartidas adicionais que apoiaram este projeto e qualquer financiamento garantido para o projeto, organização ou região, como resultado do investimento do CEPF**

- a. **Total do financiamento adicional (US\$):** N/A
- b. **Composição do financiamento adicional real (US\$):** N/A
- c. **Tipo de Financiamento** - Forneça um detalhamento do financiamento adicional (financiamento de contrapartida e em espécie) por fonte, categorizando cada contribuição em uma das seguintes categorias:

<b>Doador</b>	<b>Tipo de Financiamento*</b>	<b>Valor</b>
N/A	N/A	N/A

*\*Categorize o tipo de financiamento como:*

*A Projeto Co-Financiado (outros doadores ou sua organização contribuiu para os custos diretos deste projeto).*

*B Alavancagem do Beneficiário e Organizações Parceiras (outros doadores fizeram contribuições para sua organização ou organização parceira como resultado direto dos êxitos deste projeto financiado pelo CEPF).*

*C Alavancagem Regional/Portfólio (outros doadores fazem grandes investimentos na região, devido ao investimento CEPF ou êxitos relacionados a este projeto).*

## **COMENTÁRIOS/RECOMENDAÇÕES ADICIONAIS**

**11. Utilize este espaço para fornecer quaisquer outras observações ou recomendações em relação ao seu projeto ou o CEPF.**

N/A

## **PART IV: IMPACTO NO PORTFÓLIO EM NÍVEL GLOBAL**

O CEPF requer que cada um dos beneficiários apresente no final do projeto um relatório sobre os impactos obtidos. O objetivo desse relatório é coletar dados que contribuam para o portfólio do CEPF e indicadores globais. O CEPF agregará os seus dados com os dados de outros beneficiários, para determinar o impacto geral do investimento do CEPF. Os resultados agregados do CEPF serão incluídos em nosso relatório anual e outros materiais de comunicação.

Certifique-se de que as informações fornecidas se relacionem a toda a duração do projeto, desde a data de início até a data final do projeto.

## **CONTRIBUIÇÃO PARA OS INDICADORES DE PORTFÓLIO**

**12. Para medir os resultados da estratégia de investimento do CEPF em nível de *hotspot*, o CEPF usa um conjunto de indicadores de portfólio que são apresentados no Perfil do Ecossistema. Liste-os abaixo e relate a (s) contribuição (ões) do projeto para eles. O CEPF atribuiu um ou mais Indicadores de Portfólio (Marco Lógico do CEPF) ao seu Plano de Monitoramento, liste-os abaixo e relate as contribuições do projeto.**

<b>Indicador(es) dos resultados do projeto</b>	<b>Marco Lógico CEPF</b>	<b>Descrição da contribuição real</b>
O CEPF possuir uma estratégia de atuação perante a mídia e oportunidades de divulgação na imprensa.	6. Capacidade fortalecida das organizações da sociedade civil para influenciar e melhorar a gestão dos territórios e dos recursos naturais e angariar apoio para outras prioridades de investimento no hotspot.	Os resultados do trabalho constam no relatório apresentado junto com o relatório técnico referente à parcela 3 do projeto e apresentado em reunião junto à equipe do CEPF.
Construção de uma estratégia que melhore a presença digital do CEPF Cerrado.		A estratégia digital do projeto foi alcançada já que foi desenvolvido um novo website para o CEPF Cerrado, mais moderno e amigável para o usuário contendo todas as informações do IEB, CEPF e parceiros de forma mais organizada. O trabalho com a implementação de campanhas no Google Ads (não só para o CEPF, mas também para o IEB e para a Editora Mil Folhas) aumentaram significativamente a quantidade de acessos, melhorando a presença digital. Por fim, os conteúdos produzidos para as Redes Sociais do IEB sobre o CEPF Cerrado também complementaram os resultados de uma estratégia multicanais.
Produção de conteúdo relevante que conte as histórias das pessoas que fizeram parte do projeto do CEPF nos últimos anos, assim como dados e demais informações coletadas pela instituição e seus parceiros.		A publicação está em fase de finalização, com previsão de entrega para Dezembro de 2021, e trata-se de um compendio de várias dessas histórias atuando diretamente na obtenção do resultado esperado. Os vídeos que foram lançados e os releases para a imprensa, assim como os resultados colhidos (ex. Especial sobre mulheres do Cerrado na

		National Geographic) também ajudaram a dar mais alcance para as pessoas que fizeram parte da história do CEPF Cerrado.
Material audiovisual para promover, em âmbito nacional e internacional, as ações de conservação apoiadas pelo CEPF.		Os vídeos foram finalizados, aprovados e lançados no canal do Youtube do IEB. Os mesmos também estão disponíveis no novo website do CEPF Cerrado. As versões com legendas em inglês estão em fase de finalização e os vídeos também serão disponibilizados para promoção em âmbito internacional.
Material textual e visual para divulgação das ações do CEPF e dos seus parceiros no Cerrado.		A publicação está em fase de finalização, mas durante todo o projeto foram produzidos diversos materiais, como releases e posts para divulgação do CEPF e dos seus parceiros no Cerrado. Os resultados desses materiais que renderam diversas matérias publicadas foram comunicados à equipe do IEB/CEPF a medida que saíram.
Press trip com foco nos projetos do CEPF para abordar a temática do Cerrado sob diversas perspectivas (social, econômica e ambiental)		A Press Trip foi acordada, negociada e fechada com conclusão no mês de Dezembro de 2021. Uma primeira matéria resultado de uma das viagens já foi publicada no jornal Folha de São Paulo (anexo). As outras publicações oriundas da segunda viagem serão comunicadas à equipe do CEPF Cerrado quando foram publicadas.
As ações, resultados e impactos do projeto são comunicadas aos diversos públicos		Além das ações, conteúdos e produtos voltados para o público externo, produzimos comunicados para o IEB/CEPF fazer em seus canais próprios para parceiros e outros públicos. Conteúdos sobre os vídeos já foram compartilhados (para E-mail, Whatsapp e Redes Sociais) e o mesmo será feito para o lançamento da publicação.
Políticas de salvaguardas implementadas e monitoradas a cada 6 meses		Não temos uma política de salvaguardas estabelecidas, mas estamos cumprindo todos os requisitos de transparência e compliance em contato constante com a equipe CEPF/IEB para garantir o



		cumprimento de requisitos e normas necessárias.
Os resultados e impactos do projeto são monitorados e relatados nos relatórios técnicos do projeto		Com a entrega dos relatórios técnico e financeiro e as reuniões de alinhamento ao longo de todo projeto com um contato próximo e rotineiro, cumprimos o resultado levando em conta preceitos básicos aplicados na agência Fato Relevante, como efetuar um atendimento ágil e rápido para as necessidades, assim como para a resolução de eventuais problemas e cumprimento de todas as entregas previstas.

*\*Será encaminhado por e-mail, um formulário que contém indicadores específicos para cada uma das metas estipuladas para seu projeto.*

## **CONTRIBUIÇÃO PARA OS INDICADORES GLOBAIS**

**Informe todos os Indicadores Globais (seções 15 a 24) que se relacionam ao seu projeto:**

*Se o projeto não contribuir para alguns dos indicadores escreva “não se aplica” na primeira linha das tabelas.*

## **BENEFICIÁRIOS**

### **13. Beneficiários**

O CEPF quer registrar os dois tipos de benefícios que os indivíduos provavelmente receberão: formação estruturada e aumento da renda. Indique o número de homens e mulheres que beneficiaram de formação estruturada (tais como, gestão financeira, apicultura, horticultura) e/ou aumento da renda (tais como o turismo, agricultura, colheita/produção de plantas medicinais, pesca, produção de artesanato), como resultado do investimento do CEPF. Indique os resultados desde o início até a conclusão do projeto.

#### **a. Número de homens e mulheres que recebem formação estruturada.**

<b>Número de homens que recebem formação estruturada*</b>	<b>Número de mulheres que recebem formação estruturada*</b>	<b>Informe quais foram as formações oferecidas</b>
Não se aplica		

*\*Não conte a mesma pessoa mais de uma vez. Por exemplo, se 5 homens receberam formação estruturada sobre apicultura, e 3 destes homens também receberam formação estruturada sobre*

*gestão de projetos, o número total de homens que se beneficiou de formação estruturada deve ser 5.*

Relate sobre o número de homens e mulheres que tiveram um aumento na renda ou benefícios em dinheiro (monetários) devido ao seu projeto em atividades como turismo, produção de artesanato, aumento da produção agrícola, aumento da produção pesqueira, colheita de plantas medicinais ou pagamento pela realização de patrulhas.

**b. Número de homens e mulheres que recebem benefícios pecuniários.**

Número de homens que recebem benefícios pecuniários*	Número de mulheres que recebem benefícios pecuniários*	Informe quais foram as atividades
Não se aplica		

*\*Não conte a mesma pessoa mais de uma vez. Por exemplo, se 5 homens recebem benefícios pecuniários devido ao turismo, e 3 deles também recebem benefícios pecuniários advindos de um aumento da renda devido ao artesanato, o número total de homens que recebem benefícios pecuniários seria 5.*

## ÁREAS PROTEGIDAS

### 14. Áreas Protegidas

**Número de hectares de áreas protegidas criadas e/ou expandidas**

Relate o número de hectares de áreas protegidas que foram criadas e / ou expandidas como resultado de seu projeto. As áreas protegidas podem incluir reservas privadas ou comunitárias, parques municipais ou provinciais ou outras designações onde a conservação da biodiversidade é uma meta oficial de gestão.

Nome da AP *	País(es)	Número original de hectares**	Número de hectares recém-protegidos	Ano de declaração legal ou expansão	Longitude***	Latitude***
Não se aplica						

*\*Se for possível, forneça ao CEPF um shapefile da área protegida.*

*\*\* Insira o tamanho total original, excluindo os resultados do seu projeto. Se a área protegida não existia antes de seu projeto, digite zero.*

*\*\*\* Na medida do possível, indique a latitude e a longitude do centro da área ou envie um mapa ou shapefile para o CEPF. Forneça as coordenadas geográficas em graus decimais; as latitudes no Hemisfério Sul e as longitudes no Hemisfério Ocidental devem ser indicadas com um sinal de menos (exemplo: Latitude -38.123456 Longitude: -77.123456). Para obter a latitude e longitude*

*de sua área protegida, use o google maps, clique com o botão direito do mouse no centro de sua área protegida e selecione "O que há aqui?" E copie a latitude e longitude que aparecem na janela pop-up.*

## **KBAs**

### **15. Manejo das Áreas-chave para a Conservação da Biodiversidade**

#### **Número de hectares das Áreas-chave para a Conservação da Biodiversidade (KBA) com manejo aprimorado**

Relate o número de hectares em KBAs sob gestão aprimorada, onde resultados tangíveis foram alcançados para apoiar a conservação, como resultado de seu projeto. Exemplos de manejo melhorado incluem, mas não estão restritos a: patrulhamento aumentado, intensidade reduzida de captura, erradicação de espécies invasoras, incidência reduzida de fogo e introdução de práticas agrícolas / pesqueiras sustentáveis. Não registre toda a área coberta pelo projeto - registre apenas o número de hectares que tiveram o manejo melhorado.

Se tiver registrado uma parte ou a totalidade de uma KBA como recém-protegida no indicador intitulado "áreas protegidas, e tiver também melhorado o seu manejo, registre o número relevante de hectares tanto para este indicador quanto para o indicador de "áreas protegidas".

<b>Nome da KBA</b>	<b>Código KBA do Perfil do Ecossistema</b>	<b>Número de hectares com gestão reforçada *</b>
Não se aplica		

*\* Não conte os mesmos hectares mais de uma vez. Por exemplo, se 500 hectares foram melhorados devido à implementação de um regime de gestão de incêndios no primeiro ano, e 200 destes mesmos 500 hectares foram melhorados devido à remoção de espécies invasoras no segundo ano, o número total de hectares com gestão aprimorada é 500.*

## **PAISAGEM DE PRODUÇÃO**

### **16. Número de hectares de paisagem de produção com gestão reforçada da biodiversidade**

Relate a quantidade de hectares de paisagem produtiva com gestão reforçada da biodiversidade, como resultado do seu projeto. Uma Paisagem Produtiva é definida como um local fora de uma área protegida onde ocorre a agricultura comercial, silvicultura ou exploração de produtos naturais.

- Para uma área a ser considerada como gestão reforçada da biodiversidade, ela pode se beneficiar de uma ampla gama de intervenções, como melhores práticas e diretrizes implementadas, esquemas de incentivos introduzidos, locais / produtos certificados e regulamentos de colheita sustentável introduzidos.

- Áreas protegidas não estão incluídas neste indicador, porque seus hectares são contabilizados na questão 15.
- Um cenário de produção pode incluir parte ou a totalidade de uma KBA desprotegida.

Nome da paisagem de produção*	Número de Hectares**	Latitude***	Longitude***	Descrição da Intervenção
Não se aplica				

*\*Se a paisagem de produção não tiver um nome, dê um breve nome descritivo para a paisagem.*

*\*\*Não conte os mesmos hectares mais de uma vez. Por exemplo, se 500 hectares foram reforçados devido à certificação no primeiro ano, e 200 destes 500 hectares foram reforçados devido à nova regulamentação de colheita no segundo ano, o número total de hectares reforçados até o momento seria 500.*

*\*\*\*Na medida do possível, indique a latitude e a longitude do centro da área ou envie um mapa ou shapefile para o CEPF. Forneça as coordenadas geográficas em graus decimais; as latitudes no Hemisfério Sul e as longitudes no Hemisfério Ocidental devem ser indicadas com um sinal de menos (exemplo: Latitude 38.123456 Longitude: -77.123456). Para obter a latitude e longitude de seu cenário de produção, use o googlemap, clique com o botão direito do mouse no centro de sua paisagem de produção e selecione "O que está aqui?" E copie a latitude e longitude que aparecem na janela pop-up.*

*\*\*\*\*Se houver dúvidas, procurar o RIT para esclarecimentos.*

## COMUNIDADES

### 17. Benefícios para as Comunidades

O CEPF que registrar os benefícios que as comunidades recebem, os quais podem ser diferentes dos benefícios recebidos por indivíduos, uma vez que no caso das comunidades os benefícios estão disponíveis para o grupo. Na medida do possível, o CEPF também quer registrar o número de pessoas que recebe benefícios em cada comunidade. Indique as características da comunidade, os tipos de benefícios recebidos durante o projeto, assim como o número de homens/meninos e mulheres/meninas destas comunidades que foram beneficiados, como resultado do investimento do CEPF. Caso não souber o número exato, forneça uma estimativa.

Indique todas as comunidades que se beneficiaram do início até a conclusão do projeto.

Veja a <b>coluna de CARACTERÍSTICAS abaixo</b> com os seguintes códigos correspondentes:	Veja a <b>coluna de BENEFÍCIOS abaixo</b> com os seguintes códigos correspondentes:
1- Pequenos proprietários de terras	a. Maior acesso à água potável
2- Economia de Subsistência	b. Maior segurança alimentar
3- Povos Indígenas / Étnicos	c. Maior acesso à energia
4- Pastores / Povos Nômades	d. Maior acesso a serviços públicos (ex. saúde, educação)
5- Migrantes Recentes	e. Maior resiliência às mudanças climáticas
6- Comunidades Urbanas	f. Melhora na posse de terra
7- Outros*	g. Melhora no reconhecimento do conhecimento tradicional
	h. Melhora na representação e tomada de decisão
	i. Melhora no acesso aos serviços ecossistêmicos

Nome da Comunidade	Características da Comunidade (Marque com X)							Tipo de Benefício (Marque com X)									Estado/País	Número de Homens Beneficiados	Número de Mulheres Beneficiadas								
	1	2	3	4	5	6	7	a	b	c	d	e	f	g	h	i											
Não se aplica																											

\*Se tiver marcado "Outros" para descrever as características da(s) comunidade(s), por favor explique:

--

## POLÍTICAS, LEIS E REGULAMENTOS

### 18. Políticas, Leis e Regulamentos

Relatório sobre políticas, leis e regulamentos com cláusulas de conservação que foram promulgadas ou alteradas, como resultado de seu projeto. “Políticas” referem-se a declarações de intenções formalmente adotadas ou buscadas por um governo, inclusive em nível setorial ou subnacional. “Leis e regulamentos” referem-se a regras ou ordens oficiais, prescritas pela autoridade. Qualquer lei, regulamento, decreto ou ordem pode ser incluído.

#### a. Nome, escopo e tema da política, lei ou regulamento que foi alterado ou promulgado como resultado do seu projeto

Veja a <b>coluna de temas abaixo</b> com os seguintes códigos correspondentes:			
A- Agricultura	E- Energia	I- Planejamento /Zoneamento	M- Turismo
B- Clima	F- Pesca	J- Poluição	N- Transporte
C- Manejo de Ecossistemas	G- Silvicultura	K- Áreas Protegidas	O- Comércio de Espécies Silvestres
D- Educação	H- Exploração de Minas e Pedreiras	L- Proteção de Espécies	P- Outros

No.	Nome da Lei	Escopo	Tema (Marque com X)															
			A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
	Não se aplica																	

**\*Se tiver marcado "Outros", por favor explique:**

--

b. Para cada lei, política ou regulamento listado acima, indique as informações solicitadas de acordo com o seu número atribuído.

Número	País(es)	Data de promulgação/ alteração MM/DD/AAAA	Impacto esperado	Medidas adotadas para alcançar esta mudança
1	Não se aplica			

## **PRÁTICAS FAVORÁVEIS À BIODIVERSIDADE**

### **19. Número de empresas que adotam práticas favoráveis à biodiversidade**

Liste todas as empresas que adotaram práticas favoráveis à biodiversidade como resultado do seu projeto. Embora as empresas tenham várias formas, para os fins do CEPF, uma empresa é definida como uma entidade comercial com fins lucrativos. Uma prática favorável à biodiversidade é aquela que conserva ou usa os recursos naturais de maneira sustentável.

<b>Número</b>	<b>Nome da empresa</b>	<b>Descrição da prática favorável à biodiversidade adotada durante o projeto</b>	<b>País (es) onde a prática favorável à biodiversidade foi adotada pela empresa.</b>
1	Não se aplica		

## **REDES E PARCERIAS**

### **20. Número de redes e/ou parcerias criadas e/ou fortalecidas**

Relate quaisquer redes ou parcerias entre grupos da sociedade civil e outros setores que você criou ou fortaleceu como resultado de seu projeto. Redes / parcerias devem ter algum benefício duradouro além da implementação imediata do projeto. Redes / parcerias informais são aceitáveis. Exemplos de redes / parcerias incluem: uma aliança de pescadores para promover práticas de pesca sustentáveis, uma rede de jornalistas ambientais, uma parceria entre uma ou mais ONGs com um ou mais parceiros do setor privado para melhorar a gestão da biodiversidade em terras privadas ou um grupo de trabalho com foco na conservação de répteis.

Não liste as parcerias que você formou com outras pessoas para implementar este projeto, a menos que essas parcerias continuem após o término.

<b>Número</b>	<b>Nome da Rede / Parceria</b>	<b>Ano de criação</b>	<b>Seu projeto criou esta rede/parceria? S/N</b>	<b>País(es) envolvido(s)</b>	<b>Propósito</b>
1	Não se aplica				

## **MECANISMOS DE FINANCIAMENTO SUSTENTÁVEIS**

### **21. Mecanismos de Financiamento Sustentáveis**

Liste todos os mecanismos de financiamento sustentável em funcionamento criados ou apoiados por seu projeto. Mecanismos de financiamento sustentáveis geram financiamento de longo prazo (geralmente cinco ou mais anos). Estes incluem, mas não estão limitados aos fundos fiduciários de conservação, trocas de dívida por natureza, esquemas de pagamento por serviços ambientais



e outras receitas, taxas ou esquemas de impostos que geram financiamento de longo prazo para a conservação. Para ser incluído, um mecanismo deve entregar fundos para a conservação.

**a. Detalhes sobre o mecanismo**

Preencha essa tabela para todos os mecanismos com os quais trabalhou durante a execução do projeto, conforme necessário.

Número	Nome do mecanismo de financiamento	Propósito do mecanismo*	Data de Constituição**	Descrição* **	Países
1	Não se aplica				

*\*Descreva de forma sucinta a missão do mecanismo.*

*\*\*Indique quando o mecanismo de financiamento sustentável foi oficialmente criado. Se não souber a data exata, forneça a melhor estimativa.*

*\*\*\* Descrição, tais como fundo fiduciário, doação, planos de pagamento por serviços ecossistêmicos, planos de incentivos, etc.*

*\*\*\*\*Aqui devem ser colocados mecanismos financeiros criados e ativos.*

**b. Performance do mecanismo**

Para cada Mecanismo de Financiamento listado anteriormente, forneça as informações solicitadas, conforme o seu número atribuído.

NO.	Intervenção do Projeto (Marque com X)			O mecanismo entregou fundos para a conservação durante o seu projeto?
	Criou um mecanismo	Suporte a um mecanismo existente	Criou e deu suporte a um novo mecanismo	
1	Não se aplica			

*\*Não se esqueça de enviar quaisquer documentos pertinentes que possam justificar o valor declarado acima.*

**ESPÉCIES**

**22. Espécies na Lista Vermelha**

Se o projeto incluiu intervenções diretas de conservação que beneficiaram espécies globalmente ameaçadas (CR, EN, VU), de acordo com a Lista Vermelha da IUCN, adicione as espécies abaixo. Exemplos de intervenções incluem: preparação ou implementação de um plano de ação de conservação, programas de reprodução em cativeiro, proteção de habitat de espécies, monitoramento de espécies, patrulhamento para deter o tráfico de vida selvagem e remoção de espécies invasoras.

Gênero	Espécies	Nome Comum (Eng)	Status (VU, EN, CR ou Extinto na Natureza)	Intervenção	Tendência da população no local (aumentando, diminuindo, estável ou desconhecido)
Não se aplica					

## CSTT & GTT

### **Ferramentas de Acompanhamento de Gênero (GTT) e da Capacidade Organizacional da Sociedade Civil (CSTT)**

O CEPF conduz, ao início e ao final de cada projeto apoiado, a aplicação de duas ferramentas de auto avaliação e acompanhamento para as quais solicitamos de vocês especial atenção no preenchimento:

**Ferramenta de Acompanhamento da Capacidade Organizacional da Sociedade Civil (CSTT, sigla em inglês)** - auto avaliação que visa oferecer às organizações da sociedade civil a oportunidade de conhecer melhor e acompanhar sua capacidade individual de planejar, implementar e avaliar de maneira eficaz ações de conservação da biodiversidade. Isso ajudará também o CEPF a: i) avaliar melhor os impactos de seus investimentos sobre o desenvolvimento da sociedade civil; ii) aperfeiçoar sua abordagem com base na experiência das regiões em que está trabalhando; e iii) comunicar melhor os resultados de seus investimentos aos seus parceiros, doadores e à sociedade em geral.

**Ferramenta de Acompanhamento de Gênero (GTT, sigla em inglês)** - auto avaliação que visa oferecer às organizações da sociedade civil a oportunidade de compreender melhor se, e em que medida, as considerações de gênero foram integradas ao seu projeto e às suas ações em geral. Isso ajudará também o CEPF a determinar o interesse das organizações parceiras em aprender mais sobre questões de gênero, bem como identificar potenciais tópicos e abordagens caso haja demandas futuras de treinamento sobre o tema.

As duas ferramentas são de preenchimento coletivo (e não individual) e devem ser preenchidas de forma participativa por um pequeno grupo de membros de sua equipe que seja representativo das diversas funções e responsabilidades existentes e, na medida do possível, composto por homens e mulheres.

As informações fornecidas nestas ferramentas são confidenciais e não serão compartilhadas. As respostas serão pontuadas para que a organização possa determinar com mais facilidade ao longo do tempo se houve uma mudança na capacidade geral de gestão de ações de conservação e na compreensão e integração das questões de gênero. Portanto, para que as ferramentas possam de fato apoiar no desenvolvimento das organizações parceiras, é essencial que o grupo avalie com

cautela cada pergunta e forneça as respostas que reflitam de forma mais aproximada possível a realidade atual da organização.

Antes de responder aos questionários, solicitamos a leitura dos documentos anexos ([GTT informações](#) e [CSTT informações](#)) com maiores detalhes sobre os levantamentos e o uso das duas ferramentas. Somente após a leitura e compreensão desses documentos, pedimos que iniciem o preenchimento dos questionários, que estão disponíveis na plataforma ONA, sob os links abaixo:

**CSTT:** <https://enketo.ona.io/x/#qLhU5RaU>

**GTT:** <https://enketo.ona.io/x/#zpKHxayO>

Para maiores informações sobre a Política de Gênero do CEPF, clique [aqui](#).

*NÃO SE ESQUEÇA DE COMUNICAR AO RIT O PREENCHIMENTO DESTAS FERRAMENTAS NO SISTEMA.*

## PARTE V. INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÕES E POLÍTICA CEPF

O CEPF se empenha a realizar operações transparentes e a ajudar os grupos da sociedade civil a compartilhar experiências, lições aprendidas e resultados. Os relatórios finais de conclusão do projeto são disponibilizados no nosso site, [www.cepf.net](http://www.cepf.net) e publicados em nossos boletins e outros materiais de comunicação.

Forneça os detalhes de contato de sua organização (nome da organização e endereço de e-mail genérico) para que as partes interessadas possam solicitar mais informações sobre seu projeto.

**Nome da organização:** Agência Fato Relevante

**Endereço de email genérico:** atendimento@agenciafr.com.br