

Licitação Assessoria de Imprensa
- Desenvolvimento Social

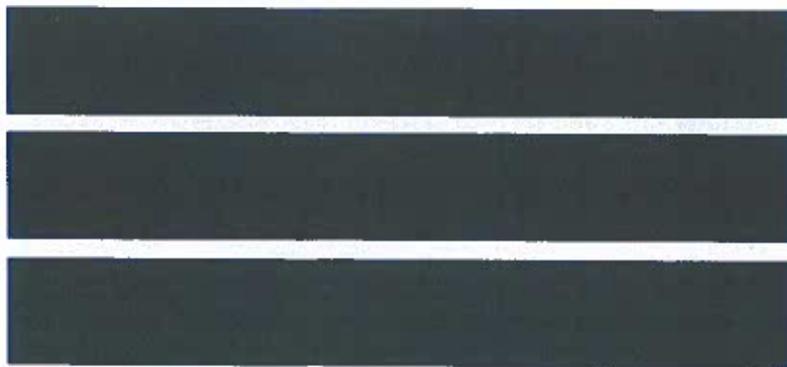
Concorrência nº 08/2021

Envelope nº 1 - Proposta Técnica

LICITANTE: C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

Envelope 1

Proposta técnica



2

13/03/2022
Boupa J

QUESITO 1

SUBQUESITOS 1 A 6

- RACIOCÍNIO BÁSICO (3.2.1.1)
- PLANO DE AÇÃO – ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM A MÍDIA (3.2.1.2.”a”)
- PLANO DE AÇÃO – AÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS PELA CONTRATADA (3.2.1.2.”b”)
- PLANO DE AÇÃO – MATERIAS A SEREM PRODUZIDOS (3.2.1.2. “c”)
- OPORTUNIDADE DE MÍDIA POSITIVA (3.2.1.3)
- IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS A IMAGEM (3.2.1.4)

3. 2.1.1. RACIOCÍNIO BÁSICO

3. 2.1.1.1. Raciocínio Básico

“O importante da educação não é apenas formar um mercado de trabalho, mas formar uma nação com gente capaz de pensar”, disse o filósofo, ensaísta e professor universitário brasileiro José Arthur Giannotti, em 2015. Associada à afirmação de Giannotti, soma-se a argumentação do escritor russo Karl Marx, em 1922, de que “a guerra é a locomotiva da história”. Seu argumento: desenvolvimentos sociais que normalmente se desenrolam ao longo de décadas podem ocorrer concomitantemente ao conflito.

Um século depois, a junção destes pensamentos vai ao encontro do fenômeno econômico-social causado pela pandemia do coronavírus. A doença impôs mudanças radicais a quase todos os campos da existência humana em um período excepcionalmente curto. Ao mesmo tempo, a Covid-19 representou um divisor de águas sem precedentes para o Governo de São Paulo. Em paralelo à comunicação eficaz de informações sobre a proliferação da doença e à importância da vacinação, crescia o número de jovens em busca de capacitação para ingressar no mercado de trabalho. Esta é uma situação especialmente complexa quando nos ocupamos da oferta de novos postos de trabalho aos jovens e da formação acadêmico-profissional exigida por um mercado de trabalho cada vez mais exigente e seletivo.

Para exemplificar, apenas na cidade de São Paulo são 2,57 milhões de pessoas entre 15 e 29 anos de idade. Quase 30% delas estão em situação de vulnerabilidade social. São mais de 766 mil jovens sem oportunidade de estudo ou emprego formal. Os que já foram chamados de geração Nem-Nem agora querem ser vistos como jovens-potência à procura de oportunidades para superar o racismo estrutural, a evasão escolar, a falta de trabalho e a exclusão digital na periferia da maior metrópole do país. Outro ponto importante a ser considerado: de acordo com dados de 2020 da Fundação Roberto Marinho, cada jovem evadido da escola no Brasil custa cerca de R\$ 372 mil por ano.

O programa Prospera Jovem, implementado pela Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo, trouxe um modo inovador de equilibrar atividades educacionais, empreendedorismo, formação profissional e destinação de recursos públicos para um segmento da população fundamental ao desenvolvimento do país, mas



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

que estava relegado a um segundo plano, preso ao binômio de poucas oportunidades x capacitação profissional adequada.

Dados do Mapa do Trabalho Industrial 2019-2023, elaborado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) para guiar a oferta de cursos, mostram que o Brasil vai precisar qualificar 10,5 milhões de trabalhadores nos níveis superior, técnico, qualificação profissional e aperfeiçoamento até 2023. Ao investir em educação profissional, o governo paulista aposta em modelo de aprendizagem com foco no desenvolvimento de competências e habilidades técnicas para suprir a demanda do mercado de trabalho. Mais do que isto: ao implementar o projeto-piloto do Prospera Jovem no Vale do Ribeira, permite que estudantes dos segundo e terceiro anos do ensino médio tenham condições reais de se preparar para o trabalho formal na mais carente região do Estado.

Este Plano de Comunicação Social (PCS) elaborado pela Trio apresenta estratégia clara para avaliar, gerenciar e, quando possível, evitar quaisquer impactos potencialmente negativos nas comunidades contempladas pelo Prospera Jovem. Assim, o PCS tem como objetivo garantir, integrar e monitorar o acesso a informações a todos os públicos envolvidos no Programa, prevendo diversas formas de comunicação entre o poder público, a comunidade interessada e a imprensa.

Além dos veículos de comunicação, o Plano objetiva construir e estabelecer relacionamento diretamente com as comunidades assistidas e, também, com as do entorno dos locais onde serão realizadas as atividades, compreendendo as escolas, universidades, associações comunitárias e demais equipamentos públicos. Somam-se entidades empresariais, clubes de serviços e instituições não governamentais que cumprem importante papel por serem formadores de opinião e constituírem as forças indiretas influenciadoras do sistema. Visa ainda a produção e disponibilização contínua de informações, através de canais e diversas ferramentas de comunicação, para a interação e diálogo entre o participante do Prospera Jovem e a sociedade, com o objetivo de mitigar os eventuais atritos e desgastes durante a realização do Programa.

Em geral, assuntos como o Prospera Jovem apenas atraem o interesse da imprensa em seu lançamento, no período de matrículas ou quando contém viés negativo, seja por problemas de infraestrutura ou reclamações dos alunos. A Trio idealizou um plano de

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/01/2022
Bouno 4



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

Comunicação com a Imprensa segmentado em três patamares com atividades específicas que serão detalhadas no item 3.2.1.2. Pela larga experiência de nossos profissionais em ações semelhantes, identificamos que o relacionamento com os meios de comunicação traz melhor resultado quando realizado em segmentos contínuos e simultâneos com a mídia comunitária, os meios de comunicação regionais e os veículos considerados da Grande Imprensa, associados a uma constante ação nas redes sociais e na internet sobre o andamento dos programas.

A **Trio** irá atuar em conjunto com as equipes técnicas, participando, inclusive, de abordagens e reuniões com os estudantes para o levantamento de pautas, elaboração de entrevistas e identificação de lideranças que poderão se converter em porta-vozes evangelistas do Prospera Jovem. Nossos profissionais – 6 jornalistas, todos com conhecimento de Digital PR – participarão ativamente da criação e implementação da campanha de comunicação, que tem como objetivo conscientizar sobre a importância da iniciativa, divulgando, inclusive, os conceitos de empreendedorismo e ações de âmbito econômico e social, como a geração de trabalho e renda, além de solucionar dúvidas de familiares dos participantes.

O Plano de Comunicação da **Trio** procura, portanto, organizar todas as ações de informação a serem desenvolvidas para os meios de comunicação, tendo como matriz organizacional as etapas do desenvolvimento do Prospera Jovem, incluindo as famílias e as comunidades de origem dos participantes, além de formular uma campanha de informação interativa, envolvendo diretamente as equipes técnica, social e pedagógica, contemplando as três etapas de divulgação à imprensa sugeridas e o funcionamento dos mecanismos de participação da comunidade.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

33/03/2022
Bouy 5



3.2.1.2. PLANO DE AÇÃO

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

O Plano de ação proposto pela **Trio**, que será apresentado em detalhes a seguir, tem como diretriz o desenvolvimento de ações de divulgação junto aos veículos de comunicação das atividades realizadas pelo Programa Prospera Jovem nos meios de comunicação (emissoras de rádio e TV, jornais e revistas impressos, sites e blogs) da imprensa em geral (comunitária, local, regional e nacional). Desta forma, a equipe da agência contará com profissionais em campo para levantar estas informações, dar o tratamento ideal para o veículo aos quais serão endereçadas e manter contato frequente com as mídias e jornalistas que tenham relação com o assunto. Para alcançar o objetivo de um processo de comunicação horizontal é fundamental que haja o engajamento das comunidades-alvo por meio de consultas contínuas de planejamento e gestão plena da comunidade de implementação e monitoramento das atividades em andamento. Ainda para subsidiar os alicerces de nosso Plano de relacionamento com a mídia ressaltamos a necessidade inicial de reconhecer a comunidade em questão para garantir que estes stakeholders sejam consultados sobre questões relevantes e possam participar como fontes para as atividades do Programa, incluindo planejamento e implementação.

A participação destes segmentos – estudantil, educacional, empresarial, público, municípios e imprensa - focada no diálogo horizontal, permanente e inclusivo pode fazer a diferença no processo comunicacional e, por consequência, no sucesso de ações desenvolvidas para a mídia.

Os projetos que envolvem a participação ampla e diversificada em todas as fases do processo de divulgação com a mídia, em diferentes momentos, apresentam resultados mais positivos porque não só as necessidades básicas destes grupos são apresentadas como também expressam suas expectativas desde a implementação do Programa.

Considerar a comunicação como pedra angular dos processos de mudança social e formação profissional, tendo como principais aliados os meios de comunicação, é fator preponderante no processo de inclusão proposto pelo Prospera Jovem, uma vez que permite que as atividades de aprendizado praticadas ultrapassem os bancos escolares e ganhem as páginas de jornais ou sejam pautas de programas de rádio e televisão.



A participação da comunidade como estratégia de comunicação é importante para o futuro das famílias dos integrantes, pois cria oportunidades de trabalho conjunto na construção de polos urbanos onde se desenham novos projetos voltados ao empreendedorismo.

Em razão da proposta de atuação apresentada, a **Trio** sugere que as etapas de divulgação do Programa Prospera Jovem sejam divididas em seis fases. Assim, as ações de relacionamento com a mídia acompanharão este cronograma, buscando dar consistência à divulgação e permitindo, também, o levantamento de pautas focadas nos participantes e nos stakeholders do Programa. É importante destacar que ao enfatizar estes últimos, abre-se espaço também para a participação do poder público, uma vez que cabe a ele a decisão final sobre a idealização e realização de atividades e possíveis mudanças de diretrizes caso sejam solicitadas e, após análise, consideradas válidas.

Simultaneamente ao progresso das ações de comunicação, a **Trio** irá apresentar um mapeamento dos veículos de comunicação que tenham relação com o projeto em âmbitos local (mídia comunitária e nanoinfluenciadores), regional (jornais, rádios, publicações e influenciadores digitais) e estadual (Grande Imprensa, mega influenciadores digitais e formadores de opinião) e nacional. Para atender a proposta de comunicação horizontalizada, estimamos que 50% do foco de divulgação estarão voltados para a mídia local, enquanto que a mídia regional receberá 30% dos esforços e a Grande Imprensa os restantes 20%. Assim, a comunidade estará permanentemente atualizada sobre o andamento das atividades e ações a serem desenvolvidas, enquanto que caberá à mídia regional a divulgação de ações mais representativas e à Grande Imprensa, matérias onde o destaque esteja no desenvolvimento do Programa e no processo de absorção desta mão de obra no mercado de trabalho.

3.2.1.2. PLANO DE AÇÃO

b) Ações a serem desenvolvidas junto à mídia

As fases de execução do Plano de Comunicação da Trio obedecem a um padrão de atuação, que para efeito de cronograma de ações estratégicas a serem desenvolvidas com a mídia serão divididas nos seguintes pontos:

***b.1 - Ações de curto prazo - 1 a 4 meses******b.1.1.- Prioridade de atendimento***

A **Trio** entende que a construção de um bom relacionamento com a mídia não pode abrir mão do respeito aos prazos de fechamento dos jornalistas. Para cumprir esse ponto os assessores atuarão no sentido de conscientizar tanto as Diretorias e Coordenadorias da Secretaria e dos órgãos ligados a ela quanto o corpo técnico sobre a importância do rápido levantamento de informações, aprovações de respostas para a imprensa e disponibilização de porta-vozes. Nesse sentido, o relacionamento interno com o cliente refletirá diretamente no bom atendimento aos jornalistas, uma vez que a assessoria de imprensa não atua sozinha. É preciso que o cliente participe com prestação de informações compatíveis com a agilidade que a apuração jornalística exige. Essa premissa deve valer, sobretudo, nos casos de pautas críticas em que a prestação de informações claras e transparentes é uma das chaves para manter a credibilidade do órgão.

b.1.2.- Follow up

Toda divulgação feita pela **Trio** por e-mail ou aplicativo, seja release, aviso de pauta ou nota, será acompanhada de contato telefônico com as redações para enfatizar os principais pontos do assunto e sua relevância enquanto notícia. O contato mais personalizado também é importante para identificar e esclarecer especificidades da cobertura do veículo.

b.1.3.- Briefing

Antes de cada entrevista, um assessor de imprensa da **Trio** irá orientar o porta-voz sobre o perfil do veículo e do repórter e como atender as particularidades da pauta. Também será produzido material de apoio com informações, dados e histórico do assunto.

b.1.4.- Comitê de crise

Previendo eventuais crises que possam ter repercussão na imprensa, a agência irá organizar um comitê com as Diretorias e Coordenadorias da Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo (SEADS). Esse grupo deve estar disponível para ser acionado pela assessoria de imprensa em casos de demandas mais críticas para a rápida tomada de decisão, inclusive aos finais de semana. Será feito



um trabalho de conscientização sobre a importância de conter crises já nos primeiros sinais para reduzir o impacto negativo à imagem da Secretaria. Os membros do comitê serão constantemente informados pela assessoria de imprensa sobre eventuais situações críticas que possam ganhar maior visibilidade junto à mídia e configurar uma crise de imagem. Esses alertas serão importantes para que os membros do comitê se antecipem com medidas preventivas.

b.1.5 – Banco de dados

- Criação de banco de dados que identifique características-chave da região, dados dos municípios, equipamentos disponíveis, acompanhamento de levantamento de programas oferecidos no Próspera Jovem etc., inclusive com imagens fotográficas e vídeos.

b.1.6. – Levantamento das mídias

- Levantamento detalhado dos veículos de comunicação da região (jornais, rádios, revistas e emissoras de rádio e tv), formadores de opinião (colunistas, blogueiros ou jornalistas que atuem na Grande Imprensa mas que tenham relação com a região) e influenciadores digitais com mais de 500 seguidores.

b.1.7. Porta-vozes

- Levantamento e treinamento de porta-vozes do poder público tanto em âmbito técnico como de gestão do Programa. Estes profissionais, ao lado do corpo diretivo da SEADS, farão pronunciamentos e prestarão atendimento aos veículos de comunicação.

b.1.8.-Media training

Após a definição dos porta-vozes, a Trio fará treinamento com orientações sobre como responder adequadamente aos questionamentos, além de dicas para fugir de “armadilhas” dos jornalistas. Os encontros contarão com a participação de jornalistas que atuam na Grande Imprensa.



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

b.1.9. – Equipe de atendimento

- Definição da equipe de jornalistas de campo da **Trio** (4 profissionais de atendimento e 2 Digital PR) e atribuições de tarefas. As atividades por meio de aplicativo de gestão de projetos, inclusive com acesso para os gestores da área do Prospera Jovem para acompanhar o processo.

b.1.10. – Apresentação às redações

- Visita às redações para apresentar e notificar o lançamento do Programa. Os jornalistas receberão press kit sobre o assunto.

b.1.11. – Levantamento dos stakeholders

- Visita aos locais de Programa e contatos com os participantes e comunidade envolvida. A partir daí, a equipe da Trio passará a trabalhar diretamente na área. O objetivo inicial é identificar os formadores de opinião da comunidade, como rádios e TVs comunitárias, e nanoinfluenciadores. A produção de pautas positivas também será atribuição desta equipe. Posts para redes sociais e matérias para o site do Prospera passam a ser regulares.

b.1.12. – Pautas positivas

- Levantamento de pautas positivas, evidenciando o conceito diferenciado do Programa, a serem sugeridas para veículo de comunicação.

b.1.13 – Envio de avisos de pautas

- Aviso de pauta sobre programas e atividades realizadas pelo Prospera Jovem para as mídias local, regional e Grande Imprensa. Divulgação de autoridades confirmadas, local, horário e porta-vozes. Elaboração de press kit para o evento. Envio de notas para columnistas.

b.1.14.- Artigos em blogs

A **Trio** produzirá artigos semanais para os principais blogs de Educação e Empreendedorismo do país. Os artigos serão assinados pela Secretária ou Técnicos da

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022

Bozza SC



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

SEADS e trarão uma visão baseada em dados e fatos sobre o futuro do mercado de trabalho, programas e ações exemplares executadas pela Secretaria etc.

b.1.15.– Aproximação com imprensa comunitária

Para dar mais visibilidade às atividades do Prospera Jovem, será incentivada aproximação dos polos de trabalho com os formadores de opinião, ou seja, blogueiros, rádios e TVs comunitárias. A proposta é estabelecer maior vínculo de relacionamento entre técnicos e educadores com a comunidade do entorno para divulgar programas, ações e projetos voltados para a área onde acontece o Programa.

b.1.16. – Jornal Mural

- Lançamento de jornal mural mensal “Prospera Jovem” com fotos das ações desenvolvidas e depoimentos dos estudantes participantes do Programa. Os jornais serão fixados no comércio local e serviços públicos dos municípios.

b.1.17. – Newsletter Digital

- Lançamento de newsletter digital “Prospera Jovem” que trará conteúdo semelhante ao jornal mural, acrescidos de vídeos das atividades.

b.1.18. – Apps de áudio

- Criação de sala nos apps ClubHouse e GreenRoom. A proposta é discutir semanalmente questões voltadas a educação, mercado de trabalho e empreendedorismo com estudiosos da área com intuito de aprimorar esse processo. Jornalistas especializados no assunto e estudantes serão convidados a participar.

b.1.19. – Participação ativa na mídia regional

- Articulação para a participação mensal do gerente/ líder do Prospera Jovem em programas de rádio da região. O objetivo será apresentar o desenvolvimento da iniciativa e esclarecer dúvidas de ouvintes.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
A. Silva



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

b.2 - Ações de médio prazo – 5 a 8 meses

- Divulgação intensa do andamento do Prospera Jovem, especialmente para as mídias regional e nacional.

b.2.1.- Entrevistas exclusivas nacionais

- A **Trio** organizará um calendário de entrevistas exclusivas da Secretaria em algumas capitais com a finalidade de aproximar a SEADS dos principais veículos do Brasil, demonstrando como São Paulo é pioneiro na implementação em programas para jovens voltados para capacitação profissional, apresentar os diferenciais do Prospera, benefícios, dificuldades e exemplos de estudantes que estão se destacando.

b.2.2.- Notas para colunistas

- Envio de notas para colunistas da Grande Imprensa com curiosidades e destaques do Programa e ações desenvolvidas junto a comunidade que surtiram resultados positivos.

b.2.3. Podcast Supera Jovem

- Lançamento do podcast quinzenal “Olha nós aqui”, apresentando ações e atividades que geraram resultados positivos à comunidade e aos estudantes. A produção e apresentação dos programas serão dos participantes do Prospera Jovem.

b.2.4. – Programa no Youtube

- Lançamento do programa mensal “Olha nós aqui” no canal do Youtube e Instagram do empreendimento. A proposta é levar informações à comunidade sobre as ações sociais desenvolvidas pelo Prospera Jovem. Mensalmente um jornalista da região será convidado para participar. O âncora do programa será escolhido entre jovens da comunidade.

b.2.5. – Visitas às redações com jovens participantes

- Organização de visitas dos jornalistas da região aos polos do Prospera Jovem com acompanhamento do gerente local do Programa. A proposta é valorizar a presença da imprensa estimulando as boas relações entre Governo de São Paulo e os meios de comunicação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Rauzy 12



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

b.3 - Ações de longo prazo – 9 a 12 meses

b.3.1. – Supera Jovem no Vale do Futuro

- Realização de encontro com a mídia, formadores de opinião e influenciadores digitais em município do Vale do Ribeira para apresentar o andamento dos trabalhos. Será uma grande apresentação do Programa, suas características e resultados positivos. O evento será feito em parceria com veículo de comunicação. Serão convidados integrantes da SEADS, da administração municipal e empresários da região.

b.3.2. – Programas de treinamento de participantes para a comunidade

- Programas de treinamento para geração de Trabalho e Renda realizados pelos estudantes em parceria com os municípios participantes do Vale do Futuro. A iniciativa deve gerar o interesse dos meios de comunicação regional e da Grande Imprensa.

3.2.1.2. PLANO DE AÇÃO

c) Materiais a serem produzidos

c.1. - Mural “Prospera Jovem”

Veículo mensal de comunicação com formato A3 e impressão em quatro cores e tiragem de 300 exemplares. Será fixado em locais de grande fluxo como bares, postos de saúde, restaurantes, ônibus urbanos, entre outros. Trará imagens das atividades desenvolvidas acompanhadas de pequenos textos. A proposta é manter os municípios atualizados sobre o andamento do Prospera Jovem na região.

c.2. - Newsletter digital “Prospera Jovem”

Com propósito semelhante ao mural, a newsletter trará assuntos voltados ao Programa. Serão matérias um pouco mais detalhadas também com grande quantidade de imagens. O material será enviado por email ou WhatsApp, inclusive para os meios de comunicação locais e regionais.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Beuzo 33



c.4. - Posts para redes sociais

Elaboração de criativos sobre o desenvolvimento de atividades, testemunhais de estudantes, novidades sobre mercado de trabalho, fotos e vídeos de atividades, entre outros assuntos. As mídias preferenciais serão Facebook e Instagram e, em segundo plano, o Tik Tok, com a participação de influenciadores locais.

c.5. - Podcast “Olha nós aqui”

A **Trio** criará o podcast quinzenal para tratar de assuntos do Programa e suas oportunidades apresentando ações e atividades que geraram resultados positivos à comunidade e aos estudantes. Lideranças locais serão convidadas para apresentar seus pontos de vista e debater com os profissionais das áreas técnicas. Um jornalista reconhecido na região será convidado para participar de cada episódio.

c.6. – “Olha nós aqui” no Youtube

Programa mensal de assuntos variados como mercado de trabalho, empreendedorismo, saúde, entre outros temas. O apresentador será um dos influenciadores locais e contará com participação de jornalista de veículo da região. O programa será exibido em canal do Youtube e no Instagram. Todas as edições estarão disponibilizadas no site do Prospera Jovem.

c.7.- Papo Blog

Mensalmente a Secretaria terá encontro com blogueiros das áreas de Economia, Negócios e Empreendedorismo e jornalistas de veículos do Vale do Ribeira. A pauta priorizará as novidades e o dia-a-dia do Programa. O encontro será virtual com duração de 1 hora.

c.8. - Perguntas e respostas (Q&A)

A **Trio** irá elaborar um guia digital com respostas para uma grande gama de perguntas que possam surgir sobre o Prospera Jovem. Esse material será de extrema importância para que todos os porta-vozes e assessores de imprensa estejam alinhados e não prestem informações divergentes. O Q&A também será ferramenta fundamental de apoio para preparar os porta-vozes, principalmente para questionamentos mais críticos.

**c.9. - Cartilha informativa**

Com apoio das áreas técnicas da SEADS, a **Trio** elaborará uma cartilha digital com questões práticas sobre as atividades da Secretaria, o Prospera Jovem e demais programas oferecidos. A cartilha terá relação completa das atividades desenvolvidas pela Pasta, contatos úteis para os usuários, glossário do setor, endereços de sites e redes sociais da SEADS, assim como contatos da assessoria de imprensa. A cartilha funcionará como um guia para o jornalista e poderá ser disponibilizada nos sites da Secretaria.

c.10. - Press kit

A **Trio** fortalecerá as relações com a imprensa com apoio de press kit que incluirá release sobre as ações desenvolvidas, com infográficos, mapas da região atendida, telefones úteis e informações sobre a atividade. O texto do release indicará, ainda, o endereço digital para os jornalistas acessarem a cartilha informativa.

Esse material será disponibilizado pela **Trio** no formato digital. A distribuição será feita por e-mail para todas as redações do mailing, seguida de contato telefônico de checagem de recebimento. O press kit também poderá ser disponibilizado nos sites da SEADS.

c.11. – Notas e avisos de pauta

A agência irá trabalhar com o formato de notas e avisos de pauta para divulgar balanços de participantes de ações e projetos específicos do Prospera Jovem e também programas da Secretaria que tenham relação com o mercado de trabalho para jovens. O objetivo é pautar o assunto na mídia e levar dados interessantes sobre as atividades da SEADS e do Programa. As notas terão caráter de exclusividade, antecipando-se aos releases.

c.12.- Press Releases

Os press releases são considerados materiais de base para a comunicação da **Trio** com a Imprensa sobre as ações da SEADS e o Programa Prospera Jovem. Sendo assim, sempre estarão acompanhados de ações complementares para fortalecer o seu conteúdo e despertar interesse da imprensa. Desse modo, toda distribuição de release será seguida por follow up ou sugestão de entrevista, por exemplo. Os textos dos releases produzidos pela agência terão como diretriz a geração de oportunidades de trabalho para jovens.



3.2.1.3. OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

A Secretaria Desenvolvimento e Assistência Social do Estado de São Paulo (SEADS) vem incentivando o ensino profissionalizante associado ao ensino formal por meio do Programa Prospera Jovem. A iniciativa tem como grande diferencial oferecer aulas de Ensino Médio associadas a cursos no contraturno de aulas já ofertadas aos alunos. Desta forma, São Paulo sai na dianteira nacional ao implementar ações com foco nos jovens que ingressarão no mercado de trabalho em um período muito conturbado e desconhecido no pós-pandemia da Covid-19. Considerando essa iniciativa, a **Trio** identificou as três oportunidades abaixo para explorar pautas positivas.

1. Divulgação em âmbito nacional

O Programa Prospera Jovem é um diferencial implementado pela gestão Doria para a formação profissional de jovens. As diversas ações disponibilizadas colocam o Programa em um elevado patamar no processo de educação pública. Mais do que isto: o Prospera Jovem traz um sopro de modernidade para a grade do Ensino Médio. Ao aliar educação formal com ensino profissionalizante no contraturno de aulas do participante, São Paulo assume seu pioneirismo frente aos demais Estados da União ao oferecer, ainda, recursos financeiros para que os participantes possam se iniciar no empreendedorismo.

A proposta da **Trio** é divulgar experiências bem-sucedidas do Programa para outros Estados. Releases, avisos de pauta, notas, agendamento e sugestões de entrevistas serão encaminhados para os principais veículos de comunicação do país para apresentar o Prospera Jovem, sinalizando também como pode ser adotado pelos Estados. Desta forma, o Prospera Jovem irá romper as fronteiras paulistas para se tornar referência nacional em gestão de programas para jovens do Ensino Médio da rede pública.

2. Participação da comunidade

Em uma sociedade com desigualdade social como a que vivemos, a escola pública representa muitas vezes a principal fonte de acesso às informações e aos recursos tecnológicos, de jovens e das famílias da classe trabalhadora de baixa renda. O tema ganha ainda mais relevância quando se trata do Vale do Ribeira. Embora São Paulo seja o estado brasileiro com os mais altos índices de desenvolvimento, condições históricas e



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

geográficas acabaram isolando os municípios do Vale do Ribeira das demais regiões paulistas. Como consequência, as cidades da região têm médias piores em indicadores como PIB per capita, percentual de inscritos em programas sociais, renda média de emprego formal e mortalidade infantil, entre outros. O IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) da região é de 0,711 (nível médio), abaixo da média estadual de 0,783 (nível alto).

Paralelamente a esta realidade, iniciativas como o Prospera Jovem trazem novos ares para a população. Em razão disto, a Secretaria Estadual de Desenvolvimento Social do Estado de S. Paulo deve intensificar os encontros desses grupos em âmbito das Diretorias Regionais ou mesmo da Capital para atrair a Grande Imprensa. Oferecer pautas de casos de sucesso da relação da escola – associação/conselho – com a comunidade é importante para a divulgação do assunto.

3- Fortalecimento de vínculos com os formadores locais de opinião.

O Programa Prospera Jovem irá permitir que o poder público, por meio de seus representantes nas comunidades, tenha papel importante na rotina das pessoas. Em conjunto com esta situação, deve ocorrer o aumento considerável no nível de relacionamento entre os meios de comunicação e formadores de opinião locais com os agentes - sociais e de comunicação - que atuam diretamente com a comunidade no desenvolvimento das atividades.

A relação de confiança e interação deve permanecer mesmo após o término das atividades previstas pelo Programa, transformando os estudantes participantes em evangelistas de ações semelhantes idealizadas pelo Governo do Estado em suas comunidades. Para que isto aconteça deve-se manter relacionamento transparente e clareza nas informações aos meios de comunicação.

Finalmente, a **Trio** acredita que o envolvimento com as partes interessadas e o compartilhamento ágil de informações é fator preponderante para a manutenção do relacionamento.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP



13/01/2022
Bouzo JF



3.2.1.4 – IDENTIFICAÇÃO DOS RISCOS À IMAGEM

O Programa Prospera Jovem trouxe uma lógica totalmente nova ao estabelecer que o Ensino Médio seja ministrado como um processo que reúne educação formal e atividades voltadas para a capacitação para o mercado de trabalho com o diferencial de distribuição de recursos de participantes na conclusão do programa. Mesmo assim está sujeito a uma série de críticas e mal-entendidos. Surgem, assim, novos desafios, que impulsionam a necessidade de repensar práticas, adequando-se ao novo modelo de sociedade. Em análise do edital e do clipping, a **Trio** identificou os três pontos abaixo como os mais propensos a oferecer riscos à imagem da SEADS e sugere estratégias para evitar, minimizar ou reverter seus impactos negativos.

1. Interpretação equivocada do Programa Prospera Jovem

O Programa Prospera Jovem apresentou nova dinâmica na gestão de programas voltados para jovens do Ensino Médio. A introdução de atividades voltadas à formação profissional, ao lado da grade curricular tradicional, trouxe modernidade para uma área ainda presa a antigos paradigmas. No entanto, essa mudança pode desagradar parte dos pais de alunos, que podem interpretar a realização do Prospera Jovem, inicialmente, apenas no Vale do Ribeira como protecionismo. Essas demonstrações de insatisfação chegam com facilidade aos ouvidos da Imprensa, que tem falta de interesse em divulgar ações positivas sobre o assunto. Este é um alto fator de risco para adoção definitiva da medida nas escolas públicas estaduais.

Ações para a divulgação da importância do Prospera Jovem para a imprensa, comunidade escolar e a sociedade são primordiais. Vale destacar também o papel das Associações de Pais e Mestres como multiplicadores do programa. As unidades devem estar atentas a ruídos de comunicação que venham a surgir e devem, imediatamente, comunicar a Assessoria de Imprensa das secretarias de Educação ou Desenvolvimento para tomar as medidas necessárias para esclarecer a questão.

2. Baixo número de escolas participantes do Prospera Jovem

O Programa Prospera Jovem é resultado de diversas mudanças que vêm ocorrendo no perfil dos estudantes, na sua relação com o mercado, no processo de decisão frente ao seu

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
13/01/2022
Bouzo 18



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

futuro profissional e, especialmente, na indefinição de como será o mercado de trabalho com o fim da pandemia da Covid-19. Com o novo programa, a possibilidade de obter uma posição em disputado mercado profissional cresce consideravelmente. No entanto, caso o programa não seja adotado de imediato em escolas de Ensino Médio de outras regiões do Estado, pode causar a sensação de insatisfação e de protecionismo, o que gera movimento contrário à sua adoção. Pode ainda provocar procura nas escolas do Vale do Ribeira que oferecem a modalidade contra a baixa adesão daquelas que ofertam o Ensino Médio tradicional.

A proposta é atuar com transparência e participação. Ou seja, transmitir aos alunos as limitações da unidade em termos de capacidade física e de recursos humanos e finalizar as linhas de trabalho educacionais com as lideranças comunitárias. Em paralelo, oferecer programas de formação e aprimoramento constantes dará uma nova dimensão à unidade e, por consequência, valorizará os atores envolvidos. Os cursos devem ser comunicados à imprensa e aos formadores de opinião das comunidades. Sugerimos que na conclusão do programa, integrantes do grêmio estudantil, Associação de Pais e Mestres e Conselhos façam as entregas dos certificados de participação.

3. Rejeição por parte de outros Estados

O Programa Prospera Jovem é inovador e tem perspectiva de resultados excepcionais. De acordo com o apurado nas matérias disponibilizadas para análise de imagem, a SEADS oferta milhares de vagas do Programa no Vale do Ribeira, as quais são preenchidas rapidamente. Este modelo vencedor deve ser multiplicado em outros Estados do país. No entanto, a ação deve ser bem coordenada para evitar atribuir qualquer aspecto de arrogância ao modelo de São Paulo. Para conquistar, é preciso modéstia e ausência de soberba. A Trio acredita que ao ser fonte de matérias sobre formação de mão de obra qualificada de outros Estados, a SEADS irá, naturalmente, se colocar como importante mecanismo para a capacitação de jovens no Brasil. Outro ponto a ser levado em consideração é que São Paulo saiu na frente e, portanto, tem experiências concretas a serem relatadas.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moerna, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

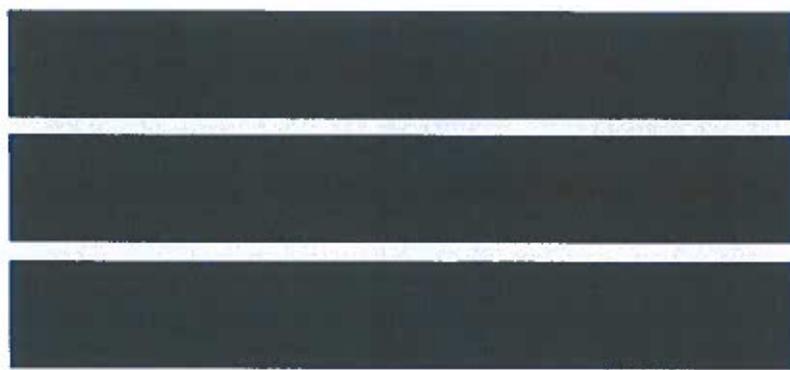


13/01/2022
Rouzo 19



Envelope 1

Proposta técnica



2

13/03/2022
Grupo 20



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

4/MARÇO/2021

Número de matérias: 3

Web: 0 **Impresso:** 3 **rádio:** 0 **TV:** 0

Resumo do dia: As matérias de hoje foram publicadas nos jornais **Primeira Página** (São Carlos / SP), **Estação** (São Paulo / SP) e **O Dia** (São Paulo / SP) e trataram sobre o lançamento do Prospera Família.

Matéria de referência: SP lança programa para incentivar inclusão produtiva de lares monoparentais

Veículo: jornal Primeira Página (São Carlos / SP)

Análise da matéria: O jornal do interior paulista informa que o governo de São Paulo lançou nesta quarta-feira (3) o programa Prospera Família, da Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado, que promove a geração de renda, autonomia e mobilidade social por meio do acesso ao mercado de trabalho e inclusão. A iniciativa recebeu investimento de mais de R\$ 63 milhões e beneficiará 12 mil famílias em 23 municípios do Estado.

De acordo com o veículo, o programa tem como público-alvo famílias monoparentais, com crianças de 0 a 6 anos, em situação de extrema pobreza, (ou seja, que sobrevivem mensalmente com até R\$ 89 por pessoa) e estejam devidamente cadastradas no CadÚnico, preferencialmente atendidas por programas e serviços destinados à primeira infância.

Elaborado com base na bem-sucedida metodologia do Prospera Jovem, que já impulsionou a mobilidade social de 400 estudantes do Vale do Ribeira, o Prospera Família visa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda por meio do acesso ao trabalho, empreendedorismo e oportunidades de ofício atrelado a um plano de futuro que combina aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras; além do incentivo à bancarização e à cultura de poupança, com a transferência de recursos.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Rosa 22



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

Ao todo, participarão 23 municípios de regiões com maior concentração de pessoas em vulnerabilidade social. São eles: Miracatu, Iguape, Capão Bonito, Francisco Morato, São Lourenço da Serra, Embu-Guaçu, Pirapora do Bom Jesus, Juquitiba, Cajamar, Itanhaém, Guararema, Bertioga, Biritiba-Mirim, Teodoro Sampaio, Peruíbe, Mongaguá, Embu das Artes, Itararé, Poá, Registro, Arujá, Itaquaquecetuba e Carapicuíba.

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o programa Prospera Família e os municípios beneficiados.

Sugestão de estratégia: Assessoria deve intensificar a divulgação do Prospera Família, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social e que merece tratamento diferenciado pelos veículos de comunicação. É importante oferecer porta-vozes para as mídias para oferecer maior quantidade de informações sobre o Programa à população.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Rouza 23



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

6/MARCO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 **Impresso:** 1 **rádio:** 0 **TV:** 0

Resumo do dia: O destaque de hoje é matéria publicada no jornal **Folha de Itapetininga** (Itapetininga / SP) sobre o lançamento do Programa Prospera Família.

Matéria de referência: SP lança programa para incentivar inclusão produtiva de lares monoparentais

Veículo: jornal Folha de Itapetininga (Itapetininga / SP)

Análise da matéria: O jornal informa que o Governador João Doria lançou nesta quarta-feira (3) o programa Prospera Família, da Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado, que promove a geração de renda, autonomia e mobilidade social por meio do acesso ao mercado de trabalho e inclusão. A iniciativa recebeu investimento de mais de R\$ 63 milhões e beneficiará 12 mil famílias em 23 municípios do Estado.

“Lançamos o Programa Prospera no Vale do Ribeira no ano passado, sendo há mais de um ano realizado exitosamente no Vale do Futuro. Agora, a vantagem deste programa é que ele prioriza a família como um todo, dá a oportunidade de todos participarem e usufruírem do aperfeiçoamento e do resultado dos seus trabalhos. Mais do que apenas assistência social e Financeira, oferece a capacitação para a atividade empreendedora”, afirmou o Governador.

De acordo com a Folha de Itapetininga, o programa tem como público-alvo famílias monoparentais, com crianças de 0 a 6 anos, em situação de extrema pobreza, (ou seja, que sobrevivem mensalmente com até R\$ 89 por pessoa) e estejam devidamente cadastradas no CadInico. preferencialmente atendidas por programas e serviços destinados à primeira infância.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

31/03/2022
Group 24



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C.A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

“Direcionamos nosso olhar para chefes de famílias com múltiplas vulnerabilidades sociais e que desempenham papéis duplos na criação dos seus filhos. Com isso, buscamos gerar oportunidades para que essas famílias se desenvolvam e conquistem autonomia e sustentabilidade financeira”, explica Célia Parnes, Secretária de Desenvolvimento Social do Estado.

Elaborado com base na bem-sucedida metodologia do Prospera Jovem, que já impulsionou a mobilidade social de 400 estudantes do Vale do Ribeira, o Prospera Família visa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda por meio do acesso ao trabalho, empreendedorismo e oportunidades de ofício atrelado a um plano de futuro que combina aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras; além do incentivo à bancarização e à cultura de poupança, com a transferência de recursos.

Ao todo, participarão 23 municípios de regiões com maior concentração de pessoas em vulnerabilidade social. São eles: Nliracatu. Iguape, Capão Bonito, Francisco Morato. São Lourenço da Serra. Embu-Guaçu. Pirapora do Bom Jesus, Juquitiba. Cajamar, Itanhaém. Guararema. Bertioga. Biritiba-Mirim. Teodoro Sampaio, Peruibe, Mongaguá, Embu das Artes, Itararé, Poá, Registro, Arujá, Itaquaquecetuba e Carapicuíba.

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o programa Prospera Família e os municípios beneficiados.

Sugestão de estratégia: Assessoria deve intensificar a divulgação do Prospera Família, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social e que merece tratamento diferenciado pelos veículos de comunicação. É importante oferecer porta-vozes para as mídias para oferecer maior quantidade de informações sobre o Programa à população.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

33/03/2022

Roupa 25



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

8/MARÇO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 **Impresso:** 0 **rádio:** 1 **TV:** 0

Resumo do dia: O destaque de hoje fica para entrevista ao vivo da secretária Celia Parnes para a rádio Trianon 740 AM de São Paulo (SP) com duração de 31 minutos sobre o

Matéria de referência: Entrevista com Celia Parnes, secretária de Desenvolvimento Social do Estado de S. Paulo

Veículo: rádio Trianon 740 AM (São Paulo / SP)

Análise da matéria: Na rádio Trianon (SP), no programa MetrÓpole em Foco, às 09h03, o âncora Pedro Nastro anuncia entrevista com a secretária estadual de Desenvolvimento Social de São Paulo, Célia Parnes, no dia Internacional da Mulher. A secretária afirmou que integra a gestão de João Doria no Governo de São desde antes do início desta gestão, uma vez que os trabalhos começam em outubro, com o processo de transição.

O âncora salientou que a entrevistada foi responsável por implementar o Centro do Idoso no estado de São Paulo. A secretária comentou sobre as atividades de sua pasta e ressaltou o funcionamento do Centro Dia do Idoso, criado para auxiliar no cuidado de pessoas com mais idade permitindo que seus familiares trabalhem.

O comentarista Adilson de Moraes questionou a entrevistada sobre o funcionamento do Bom Prato durante o período de pandemia. A secretária iniciou a resposta enfatizando a relevância dos programas Viva Leite, Alimento Solitário e Bom Prato. Em relação ao Bom Prato a entrevistada afirmou que os 59 restaurantes que funcionam no estado não paralisaram seus serviços durante nenhum dia, pontuando que o programa está funcionando 7 dias da semana fornecendo café da manhã, almoço e jantar, desde o início da pandemia. Célia Parnes defendeu as ações do governador João Doria em prol da alimentação da população mais carente do estado.

O comentarista Célio Egídio perguntou sobre o programa Prospera Família. Pedro Nastro pontuou que esse programa foi anunciado a pouco pelo Governador Doria, que prevê auxiliar 12 mil famílias em 23 municípios do estado de São Paulo. Célia Parnes reportou

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Rouzo 26



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

que o projeto teve início no Vale do Ribeira como Prospera Família, mas mudou seu nome para Prospera Mulher, já que o projeto auxiliará mulheres chefes de família em suas compras, aplicando valores em uma poupança e estimulando seu desenvolvimento profissional.

Pedro Nastri destacou que o governador João Doria destinou 202 milhões ao Fundo Estadual de Assistência Social e a entrevistada esclareceu sobre as aplicações deste recurso em municípios do Estado de São Paulo.

Adilson de Moraes levantou que a entrevistada veio do 3º setor, questionando sobre as diferenças de atuação no 1º setor e sobre a relação do estado com ONGs. Célia Parnes afirmou que já trabalhou no 1º, 2º e 3º setores, tendo dito que o setor público necessita das ONGs para promover suas ações. A entrevista relatou que a assistência social trabalha em rede envolvendo todos os setores. Parnes ressaltou que a pandemia intensificou a parceria entre os três setores.

Pedro Nastri registrou que a pasta de Desenvolvimento Social está sendo intensamente monitorada durante esse período de pandemia. Célia Parnes destacou os desafios que ainda serão enfrentados em decorrência da vigente ação do vírus, evidenciando, porém, em relação as ações do governo de São Paulo para melhorar a situação da população.

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações importantes sobre a atuação da Pasta e os principais programas oferecidos à população carente do Estado.

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação dos serviços oferecidos pela Secretaria de Desenvolvimento Social, pois tratam-se de programas importantes para uma faixa da população cada vez maior. A assessoria deve oferecer porta-vozes para entrevistas, buscando amplificar a informação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

33/03/2022

Bozo 24



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

12/MARÇO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 Impresso: 1 rádio: 0 TV: 0

Resumo do dia: O destaque de hoje é matéria publicada no jornal **A Tribuna Piracicabana** (Piracicaba / SP) sobre o lançamento do Programa Prospera Mulher.

Matéria de referência: São Paulo lança programa para incentivar a inclusão produtiva em famílias dirigidas por mulheres

Veículo: jornal O Ouvidor (Santa Isabel / SP)

Análise da matéria: O jornal do município de Piracicaba informa que o Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Social, lançou o programa Prospera Mulher, que promove geração de renda, autonomia e mobilidade social, por meio do acesso ao mundo do trabalho e inclusão.

“O Governo de São Paulo trabalha prioritariamente para a população mais fragilizada, mantendo sempre um olhar atencioso para as famílias monoparentais lideradas por mulheres, que desempenham papéis duplos na criação dos seus filhos enfrentando múltiplas vulnerabilidade sociais”, comenta a Secretária de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo, Célia Parnes.

Segundo o jornal piracicabano, o programa tem como premissa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda através do acesso ao trabalho, empreendedorismo, capacitações e oportunidades de ofício atrelado a um plano de futuro que combina aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras, além do incentivo à bancarização e cultura de poupança, com a transferência de recursos.

O apoio financeiro, com acompanhamento contínuo para desenvolvimento de vínculo interpessoal e referência positiva, acontece com a transferência de renda para a manutenção de despesas primárias, com valores a partir de R\$100,00 mensais, e

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

33/03/2022
R
W
Rony 28



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

incentivos financeiros destinados à compra de ferramentas de trabalho e à cultura de poupança e bancarização, que chegam a até R\$ 2.000,00.

Esta primeira fase do Prospera Mulher visa beneficiar 12 mil famílias em todo o Estado e tem como público-alvo as chefes de famílias monoparentais, com crianças de 0 a 6 anos, e que estejam em situação de extrema pobreza, (ou seja, que sobrevivem mensalmente com até R\$89 por pessoa), devidamente cadastradas no CadÚnico e, preferencialmente, atendidas por programas e serviços destinados à primeira infância.

Elaborado com base na bem-sucedida metodologia do Prospera Jovem, que já impulsionou a mobilidade social de 400 estudantes da região do Vale do Ribeira, o Prospera Família tem como premissa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda através do acesso ao trabalho, empreendedorismo e oportunidades de ofício atrelado a plano de futuro combinando aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras; eo incentivo a bancarização e cultura de poupança, com a transferência de recursos.

Os 23 municípios que participarão desta primeira fase do programa são: Miracatu, Iguape, Capão Bonito, Francisco Morato, São Lourenço da Serra, Embu-Guaçu, Pirapora do Bom Jesus, Jujuitiba, Cajamar, Itanhaém, Guararema, Bertioga, Biritiba-Mirim, Teodoro Sampaio, Peruíbe, Mongaguá, Embu das Artes, Itararé, Poá, Registro, Arujá, Itaquaquecetuba e Carapicuíba.

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o programa Prospera Família e os municípios beneficiados.

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação do Prospera Mulher, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social. A assessoria deve oferecer porta-vozes para as mídias buscando amplificar a informação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
Rosa 29



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

13/MARCO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 Impresso: 1 rádio: 0 TV: 0

Resumo do dia: O destaque de hoje é matéria publicada no jornal **O Ouvidor** (Santa Isabel / SP) sobre o lançamento do Programa Prospera Mulher.

Matéria de referência: São Paulo lança programa para incentivar a inclusão produtiva em famílias dirigidas por mulheres

Veículo: jornal O Ouvidor (Santa Isabel / SP)

Análise da matéria: O jornal do município de Santa Isabel informa que o Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Social, lançou o programa Prospera Mulher, que promove geração de renda, autonomia e mobilidade social, por meio do acesso ao mundo do trabalho e inclusão.

“O Governo de São Paulo trabalha prioritariamente para a população mais fragilizada, mantendo sempre um olhar atencioso para as famílias monoparentais lideradas por mulheres, que desempenham papéis duplos na criação dos seus filhos enfrentando múltiplas vulnerabilidade sociais”, comenta a Secretária de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo, Célia Parnes.

Segundo o jornal, o programa tem como premissa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda através do acesso ao trabalho, empreendedorismo, capacitações e oportunidades de ofício atrelado a um plano de futuro que combina aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras, além do incentivo à bancarização e cultura de poupança, com a transferência de recursos.

O apoio financeiro, com acompanhamento contínuo para desenvolvimento de vínculo interpessoal e referência positiva, acontece com a transferência de renda para a manutenção de despesas primárias, com valores a partir de R\$100,00 mensais, e

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022
30



incentivos financeiros destinados à compra de ferramentas de trabalho e à cultura de poupança e bancarização, que chegam a até R\$ 2.000,00.

Esta primeira fase do Prospera Mulher visa beneficiar 12 mil famílias em todo o Estado e tem como público-alvo as chefes de famílias monoparentais, com crianças de 0 a 6 anos, e que estejam em situação de extrema pobreza, (ou seja, que sobrevivem mensalmente com até R\$89 por pessoa), devidamente cadastradas no CadÚnico e, preferencialmente, atendidas por programas e serviços destinados à primeira infância.

Elaborado com base na bem-sucedida metodologia do Prospera Jovem, que já impulsionou a mobilidade social de 400 estudantes da região do Vale do Ribeira, o Prospera Família tem como premissa a inclusão produtiva, estimulando a geração de renda através do acesso ao trabalho, empreendedorismo e oportunidades de ofício atrelado a plano de futuro combinando aspirações pessoais, profissionais, sociais e financeiras; eo incentivo a bancarização e cultura de poupança, com a transferência de recursos.

Os 23 municípios que participarão desta primeira fase do programa são: Miracatu, Iguape, Capão Bonito, Francisco Morato, São Lourenço da Serra, Embu-Guaçu, Pirapora do Bom Jesus, Jujuitiba, Cajamar, Itanhaém, Guararema, Bertioga, Biritiba-Mirim, Teodoro Sampaio, Peruíbe, Mongaguá, Embu das Artes, Itararé, Poá, Registro, Arujá, Itaquaquecetuba e Carapicuíba.

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o programa Prospera Família e os municípios beneficiados.

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação do Prospera Mulher, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social. A assessoria deve oferecer porta-vozes para as mídias buscando amplificar a informação.



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

16/JUNHO/2021

Número de matérias: 1

Web: 1 **Impresso:**0 **rádio:** 0 **TV:** 0

Resumo do dia: A matéria de hoje foi publicada no site **G1/Nacional** sobre a abertura de inscrições para o Programa Prospera Jovem.

Matéria de referência: Ribeirão Grande e Tapiraí abrem inscrições para programa 'Prospera Jovem'

Veículo: site G1 /Itapetininga e Região

Análise da matéria: Site produz matéria com base em informações de reportagem da TV Tem (SP) e informa que estão abertas as inscrições para o programa "Prospera Jovem" em Ribeirão Grande e Tapiraí (SP). O projeto do governo estadual tem como objetivo ajudar jovens do Ensino Médio a planejarem os próximos passos da vida profissional.

Segundo a Secretaria de Desenvolvimento Social, o "Prospera" está focado em planejamento, empreendedorismo e auxílio financeiro para ajudar jovens em situação de vulnerabilidade social a correrem atrás dos seus sonhos.

O G1 afirma ainda que o projeto também é realizado em outras 20 cidades que integram a região do Vale do Ribeira. Os interessados têm até o dia 27 de junho para fazer a inscrição nos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) ou pelo site.

Podem participar estudantes matriculados no 2º e 3º ano do Ensino Médio da rede pública estadual, com cadastro no CadÚnico (famílias com renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa) e que moram nos municípios que integram o programa.

Os estudantes que tiverem o cadastro aceito receberão capacitações técnicas, mentorias e, ao concluir o curso, um incentivo financeiro de até R\$ 1,2 mil.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP


13/01/2022
Rauy 32



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o programa Prospera Jovem, como e onde se inscrever.

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação da abertura das inscrições do Programa Prospera Jovem, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social. A assessoria deve oferecer porta-vozes para as mídias buscando amplificar a informação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2024
Rouza 33



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

18/JUNHO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 Impresso: 0 rádio: 1 TV: 0

Resumo do dia: O destaque de hoje fica para entrevista ao vivo da secretária Celia Parnes para a **rádio Ilha 87,9 FM** de Pariquera-Açu (SP) com duração de 4 minutos sobre o Programa Prospera Jovem.

Matéria de referência: Entrevista com secretaria Celia Parnes.

Veículo: rádio Ilha 87,9 FM (Pariquera-Açu / SP)

Análise da matéria: Em entrevista ao vivo para a rádio de Registro, a secretaria Celia Parnes detalha o Prospera Jovem, conduzido pela Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo e que integra o programa Vale do Futuro, idealizado pelo governo João Doria.

Segundo a Secretaria de Desenvolvimento Social, o "Prospera" está focado em planejamento, empreendedorismo e auxílio financeiro para ajudar jovens em situação de vulnerabilidade social a correrem atrás dos seus sonhos.

O G1 afirma ainda que o projeto também é realizado em outras 20 cidades que integram a região do Vale do Ribeira. Os interessados têm até o dia 27 de junho para fazer a inscrição nos Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) ou pelo site.

Podem participar estudantes matriculados no 2º e 3º ano do Ensino Médio da rede pública estadual, com cadastro no CadÚnico (famílias com renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa) e que moram nos municípios que integram o programa.

Os estudantes que tiverem o cadastro aceito receberão capacitações técnicas, mentorias e, ao concluir o curso, um incentivo financeiro de até R\$ 1,2 mil.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

33/03/2022

Bouze 34



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações importantes sobre o programa Prospera Jovem, como e onde se inscrever.

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação da abertura das inscrições do Programa Prospera Jovem, uma vez que se trata de assunto de alto interesse social. A assessoria deve oferecer porta-vozes para as mídias buscando amplificar a informação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/01/2022


35



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

23/JUNHO/2021

Número de matérias: 1

Web: 0 **Impresso:** 1 **rádio:** 0 **TV:** 0

Resumo do dia: A matéria de hoje foi publicada no jornal **Notícias do Vale** (Registro / SP) e aborda o início das obras do Centro de Convivência do Idoso de Iguape (SP).

Matéria de referência: Governo inicia obras de modernização e ampliação do Hospital Regional do Vale do Ribeira

Veículo: jornal Notícias do Vale (Registro / SP)

Análise da matéria: Em matéria sobre modernização do Hospital Regional da região, o jornal do Vale do Ribeira traz retranca destacando que no mesmo evento, o Governador João Doria e a Secretaria de Desenvolvimento Social Celia Parnes, anunciaram a construção de um Centro de Convivência do Idoso em Iguape, também na região do Vale do Ribeira.

O novo equipamento receberá investimento de R\$250 mil. Ao todo, a atual gestão já entregou 48 equipamentos para idosos em todo Estado. O Centro de Convivência do Idoso terá 200 m2 de área construída e capacidade de atender cerca de 200 idosos independentes em situação de vulnerabilidade, a partir de 60 anos. Os espaços de sociabilização oferecerão atividades socioeducativas, aprendizado de novas habilidades e inclusão digital.

O jornal informa que também foi anunciado que as cidades de Ilha Comprida, Iguape e Registro receberão o projeto Casa da Juventude, que vai oferecer espaços multiuso de apoio ao público jovem no início da vida profissional

Riscos à imagem: Não há. Assunto altamente positivo.

Pontos positivos: A matéria traz informações básicas sobre o novo Centro de Convivência do Idoso em Iguape.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

WP
31/01/2022
Bozzo 36



CONCORRÊNCIA N°08/2021 – PROCESSO SEGOV-PRC -2021/02218

C A DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA - 34.182.448/0001-95

Sugestão de estratégia: Assessoria de Comunicação deve intensificar a divulgação dos Centros de Atendimento ao Idoso no Estado, pois é um serviço importante para uma faixa da população cada vez maior. É importante oferecer porta-vozes para entrevistas, buscando amplificar a informação.

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP

13/03/2022

34

Licitação Assessoria de Imprensa
- Desenvolvimento Social

Concorrência nº 08/2021

OBSERVAÇÃO: Envelope nº 1 - Proposta Técnica

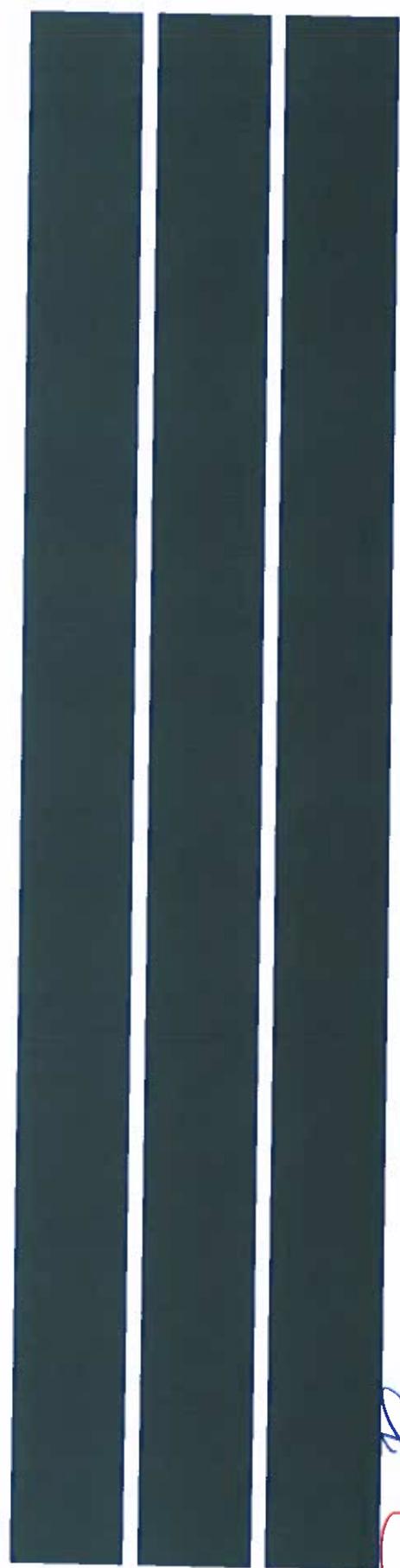
C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

fls. 38 às fls. 80: Documentos da Equipe de Profissionais

QUESITO 3

EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO E HABILIDADE
DOS PROFISSIONAIS

(3.4)



3.4 – Experiência, Capacidade de Atendimento e Habilidades dos Profissionais

Relação de clientes, Instalações, Capacidade de Atendimento, Sistemática de Atendimento e Qualificação da Equipe:

- Relação nominal dos clientes atuais:

Tia Pipoca

C.N.P.J: 30.938.122/0002-75

Desde: 2019



Megahub Marketing Digital LTDA.

C.N.P.J: 09.242.259/0001-13

Desde: 2019

- Instalações e infraestrutura:**Escritório:**

Av. Moema, 728, Conj. 21, Moema CEP 04077-023 – São Paulo - SP

C A da Silva Comunicação Corporativa

C.N.P.J: 34.182.448/0001-95

C.A. da Silva Comunicação Corporativa
Avenida Moema, 728 – cj. 21
04077-023 – São Paulo – SP



33/03/2022
Boya 82

Dados Bancários:

Banco Banco do Brasil

Agência: 8258-9

Conta Corrente: 0671-8

Representante Legal

Carlos Alberto da Silva – Telefone: (011) 96510-5671

E-mail: carlos@Trio.etc.br

Sócio Administrador:

Carlos Alberto da Silva

Área: 100 m²

Funcionários: 5 (atual)

- Capacidade de atendimento:

A Trio é uma agência de Relações Públicas e Comunicação Corporativa, especializada em desenvolvimento de negócios, com profissionais com mais de 30 anos no mercado;

Possui sede em São Paulo;

Centraliza uma gama de serviços e expertise em torno de uma potente estrutura de Relações Públicas, que busca o crescimento de seus clientes;

Seus profissionais possuem vasta experiência nas áreas de Negócios, *Real Estate*, Finanças, Economia, Tecnologia, Transporte, Logística, Terceiro Setor, Educação e Cultura.

Uma agência completa que disponibiliza serviços de:

Marketing;

Media Training;

Construção de Reputação;

Gerenciamento de Riscos e Crises;

Eventos;

- Recursos materiais:

Computadores:

7 – Notebooks – HP – Windows 10 – Modelo: Core I5, 6GB,

3 – Notebooks – MacBook Air – Inspiron – 8GB – Intel Core i5, ”

2 – Computadores – Dell – Windows 7 – Modelo: Inspiron One 2320 – Intel R 2,50 GHZ
– Memória: 6 GHZ – Sistema Operacional: 64 bits

3 – Computadores – AOC – Windows XP – Modelo: 712Sa – Intel R 2,00 GHZ –
Memória: 1,60 GHZ – Sistema Operacional: 32 Bits

2 – No break – TS Shara – UPS Mini 500 Mono 115V

Impressoras:

1 – Xerox Phaser – Modelo: 6510

1 – Samsung – Modelo: ML-6125

Telefonia:

- 1 – Aparelho digital PABX– Intelbras
- 6 – Aparelho de telefone sem fio – Samsung
- 4 – Aparelhos de telefone comum – Intelbras

Mobiliário:

- 2 – Estações de trabalho, cada uma com quatro lugares
- 1 – Sala de reunião, equipada com TV e Notebook.

Insumos:

- 2 – Máquina de Café Nexpresso
- 1 – Purificador de Água – Eletrolux
- 1 – Microondas – Consul
- 2 – TV “27” – Sony
- 1 – TV “50” Phillips
- Câmera Fotográfica
- Gravador de voz – Sony

- Sistemática de Atendimento

A **Trio** apresenta abaixo sistemática de atendimento para cumprir as exigências previstas em edital, assim como o plano de ação para o desafio proposto. O início dos trabalhos leva em consideração que a dinâmica de funcionamento da assessoria de imprensa da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO não pode ser interrompida sob pena de trazer prejuízos de imagem

e de relacionamento com a mídia. Após essa fase inicial, será implantado o modelo de atendimento proposto, considerado flexível para ser reorganizado em momentos de crise ou maior volume de demanda como, por exemplo, lançamento de licitações e início de operação de novas concessões. A sistemática proposta pela **Trio** prevê o atendimento diário, sete dias por semana, trabalhando com escala de plantões aos finais de semana, feriados e período noturno.

Etapa de transição

A **Trio** fará um diagnóstico da estrutura atual da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO para formular um relatório com avaliação das demandas em andamento, de eventos programados, pautas negativas frequentes e propostas para minimizar ou reduzir seus impactos.

Em sequência, a **Trio** levantará quem serão seus principais contatos dentro de cada área da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO e agendará reuniões a fim de apresentar a estrutura de atendimento da assessoria de imprensa, a dinâmica de fechamento de matérias das redações e a importância da participação e envolvimento dos colaboradores para a imagem da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO/Governo do Estado de São Paulo junto à sociedade.

Nesse trabalho inicial serão feitas, ainda, as seguintes ações:

Planejamento das atividades de assessoria de imprensa para os 15 meses seguintes. Serão considerados os calendários de atividades de comunicação, publicidade e marketing da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, datas comemorativas que possam render pautas com dados, entre outros marcos previsíveis. Essa agenda será semanalmente revista para incluir novas ações e reprogramar datas quando necessário.

Análise de mídia dos 30 dias que antecedem o início de contrato da **Trio**. Esse trabalho resultará em relatório com avaliação da exposição do SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO e propostas para aprimoramento de imagem.

A **Trio** iniciará um processo de identificação de novos porta-vozes, além dos já elencados no levantamento de clipping e que permanecem no quadro da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. A equipe de imprensa providenciará todo o apoio necessário para a qualificação dos porta-vozes, de forma que se posicionem diante da mídia afinados com as políticas públicas desenvolvidas pela SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO e em sinergia com os serviços e orientação da assessoria de imprensa.

Esses representantes serão treinados para transmitir as mensagens de forma articulada, com clareza e transparência para total compreensão e entendimento dos mais diversos segmentos sociais. Os profissionais que já atuam como porta-vozes da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO também receberão treinamento e orientações como forma de reciclagem e constante aprimoramento. O treinamento será contínuo, uma vez que antes de cada entrevista, um assessor de imprensa da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO irá orientar o porta-voz sobre o perfil do veículo, do repórter e como atender as especificidades da pauta.

A **Trio** organizará um comitê de crise com diretores do SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO e técnicos. Além de reuniões periódicas, esse grupo será acionado em casos de demandas mais críticas para a rápida tomada de decisão, inclusive aos finais de semana.

Seus membros serão permanentemente informados pela **Trio** sobre eventuais situações negativas que possam vir a configurar uma crise de imagem para o SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. Esses alertas possibilitarão que os membros do comitê se antecipem em medidas para tentar conter problemas antes que virem crise de imprensa.

Atendimento diário e equipe

A **Trio** estudou o dimensionamento da equipe necessária para o atendimento de rotina da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO após analisar o clipping e suas divulgações de imprensa feitas no ano de 2020. Considerando o volume de trabalho avaliado, serão alocados para atuar na sede da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO **6 (seis) jornalistas** de níveis sênior e pleno. Havendo necessidade a **Trio** disponibilizará colaboradores extras de seu quadro para atuarem temporariamente no atendimento à SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO.

A assessoria de imprensa funcionará de segunda à sexta das 6h às 20h presencialmente. A **Trio** também fará o atendimento no período noturno e aos finais de semana e feriados alocando os profissionais em escala de trabalho.

Todos os jornalistas estarão disponíveis, em regime de revezamento, para representar a SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO no atendimento à imprensa em eventos, coletivas e reuniões externas entre outras atividades, inclusive aos finais de semana e feriados. Esse acompanhamento compreende deslocamentos estaduais e nacionais, conforme estipulado em edital.

Reuniões semanais com toda a equipe de atendimento da **Trio** para avaliar o desempenho da assessoria e a eficácia dos métodos adotados, definir providências com relação às demandas em andamento e previstas para a semana, além de levantar pautas para os 15 dias subsequentes para apurações internas de informações e definições de estratégias de divulgação. Essa agenda será compartilhada com a, SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO e, eventualmente, com outros órgãos que sejam correlatos aos temas que serão trabalhados. A **Trio** irá estimular esse compartilhamento entre órgãos e secretarias para evitar sobreposição de pautas, alinhar dados e identificar possibilidade de trabalho conjunto para ampliar a repercussão.

Reuniões semanais com a gerência de comunicação da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO para alinhar o trabalho de ambos os times.

O sucesso dos trabalhos de assessoria de imprensa e comunicação depende da integração e sinergia entre esses profissionais e suas agendas de ações.

No atendimento direto à mídia feito pela SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, todas as demandas dos jornalistas serão encaminhadas à assessoria por escrito, no endereço de e-mail de imprensa, para oficializar o pedido e manter controle dos questionamentos e respostas. Esse padrão será essencial para preparar relatórios e gráficos de atendimento, assim como manter em arquivo todo o processo para dirimir eventuais dúvidas e conflitos. Será consolidado diariamente o total de demandas enviadas por email e as recebidas pelo aplicativo.

Para as demandas com potencial negativo serão emitidos previamente “alertas de pauta crítica”, especialmente as de veículos de repercussão nacional, tanto para a SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO quanto para as secretarias afins. Tais pautas merecerão acompanhamento minucioso até o final da produção da reportagem e de sua veiculação. Posteriormente será feita avaliação, em equipe, sobre a adequação e efetividade das estratégias adotadas, assim como a necessidade de pedir espaço para resposta frente às eventuais incorreções.

A troca de e-mails para documentação do atendimento não dispensará o contato direto com o profissional de mídia, tanto na fase de entendimento da pauta, negociação de espaço e de prazos, quanto na fase final, quando a demanda já foi respondida por escrito. Esse contato deve ser amistoso e profissional, a fim de estreitar o relacionamento e dirimir eventuais equívocos em relação ao posicionamento da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. A experiência da **Trio** tem demonstrado que esse é o caminho mais correto e eficiente.

A **Trio** estabelecerá diretrizes para gestão de eventuais crises com revisões semestrais de procedimentos frente às experiências mais recentes. Sempre que identificado qualquer foco de potencial conflito, a equipe de imprensa será reunida por seu coordenador para avaliar a situação e planejar as estratégias adequadas de enfrentamento do problema para sua imediata solução, incluindo membros do comitê de crise no debate e tomada de decisão.

O monitoramento do noticiário será feito diária e continuamente, de segunda à sexta-feira, das 6h às 21h, com envio aos destinatários de três edições consolidadas do *clipping*, sendo a primeira até as 7h e a última, até às 21h. Sempre que necessário, serão enviadas edições extraordinárias do *clipping*.

A **Trio** irá monitorar constantemente todos os periódicos indicados no edital para assinaturas, assim como demais veículos que tenham versões online e façam cobertura dos assuntos relativos à SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. Os arquivos do *clipping* estarão acessíveis pela internet formando um banco de dados de fácil acesso remoto disponível para todos os colaboradores da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO.

Diariamente, todas as matérias receberão auditoria de imagem com classificações de sentimento quanto ao conteúdo, sendo positivas ou negativas. Será avaliada, ainda, a repercussão da matéria e, sempre que necessário, a **Trio** tomará providências quanto ao conteúdo, seja por conter equívocos ou por não trazer posicionamento da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO.



13/03/2022

Bozza 90

Às sextas-feiras, a **Trio** fará um relatório com os resultados da semana consolidados em gráficos com os balanços qualitativos e quantitativos dos atendimentos. O material servirá de base para o planejamento e desenvolvimento das ações de assessoria de imprensa e para estipular novas metas e objetivos a serem alcançados.

O material de divulgação da **Trio** será baseado em informações devidamente apuradas junto a SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, inclusive com dados estatísticos

e documentação, sempre que pertinente. Esse trabalho de apuração será feito para os atendimentos às demandas e para as divulgações proativas e compreenderá, ainda, entrevistas junto a fontes oficiais. A **Trio** produzirá, seguindo as diretrizes da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, todo material de assessoria de imprensa como *releases*, avisos de pauta, notas de esclarecimento, artigos, respostas a cartas de leitores e comentários de ouvintes. A divulgação desses materiais será feita por meio do *mailing* da **Trio**, que inclui redações de todo o Estado e dos principais veículos do país, resultado do relacionamento próximo que seus assessores construíram junto à imprensa. Toda divulgação será seguida de reforço por telefone ou plataforma digital, quando do envio de releases e avisos de pauta. Além das divulgações amplas, a **Trio** identificará quando o assunto pode ser tratado de maneira atrativa para espaços privilegiados dos veículos, oferecendo a pauta de forma exclusiva para colunistas e formadores de opinião.

A **Trio** produzirá, ainda, materiais de caráter informativo e para consumo interno, com a finalidade de preparar porta-vozes sobre assuntos de competência da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. São materiais como *papers*, *Q&A* (perguntas e respostas) e informativos, por exemplo, com dados atualizados sobre temas que possam ser abordados pela imprensa em eventos e coletivas. Esse levantamento será feito para compromissos de representantes da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, mas também para secretários e para o Governador, sempre que solicitado.

Da mesma forma, a **Trio** produzirá e disponibilizará todos os materiais necessários para o cumprimento da agenda de eventos da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO.

Durante o contrato, a **Trio** irá compor um banco multimídia digital com arquivos de fotos, áudios e vídeos decorrentes de eventos, obras, apresentações, fiscalizações, e qualquer atividade da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO que seja executada com o acompanhamento da assessoria de imprensa. O material será disponibilizado para a imprensa.

Relatórios sobre as ações de assessoria de imprensa

A **Trio** produzirá diariamente, ao final do expediente, relatório consolidado sobre as atividades diárias de atendimento à mídia, com detalhamento das situações que incorram em risco à imagem da SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO. O arquivo será disponibilizado para a diretoria da Comunicação para acompanhamento de assuntos relativos ao Governo Estadual.

Às sextas-feiras, o relatório conterá o material do dia, assim como os gráficos com balanço semanal de solicitações de mídia e atendimento das demandas. No final de cada mês, a **Trio** produzirá relatório de clipping com auditoria de imagem.

Anualmente, será editado um *e-book* com as principais matérias impressas, assim como dados estatísticos de ocupação de espaços na mídia. A **Trio** produzirá, ainda, relatório semanal e mensal, com avaliação da efetividade da aplicação do plano estratégico de ação.

Em situações de crise, poderão ser produzidos relatórios adicionais sobre o assunto a fim de avaliar o atendimento e estipular novas ações. Serão feitos, ainda, relatórios específicos com demonstração de resultados de pautas positivas e cobertura de eventos.

Atendimentos emergenciais

Entre as premissas da **Trio** de seus colaboradores está o atendimento ininterrupto a seus clientes com equipes que operam em regime de revezamento. Assim, sempre haverá jornalista acessível por meio de telefone celular de plantão e, inclusive, disponível para deslocamentos, quando necessário. O sistema adotado funciona 24 horas para atendimento à imprensa pela **Trio**, em situações emergenciais. A agência irá disponibilizar manual de atendimento emergencial com *check list* de ações a serem tomadas para a rápida prestação de informações à sociedade por meio da imprensa.

Esta é a sinopse da sistemática de atendimento que será implantada pela **Trio** para prestação dos serviços de imprensa SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL DO ESTADO DE S. PAULO, em conformidade com as exigências da licitação no que se refere à quantidade de horas previstas em edital. A **Trio** destaca, ainda, que conta com infraestrutura e capacidade operacional para o atendimento integral das exigências descritas no “Edital de concorrência para a contratação de serviços de assessoria de imprensa” (CONCORRÊNCIA N° 08/2021).



Carlos Alberto da Silva