

# ***Proposta Técnica***

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO

PROPOSTA TÉCNICA  
CONCORRÊNCIA Nº 03/2020  
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO



## Quesito 1

### 2.2.1. Subquesito 1 – Criação de texto para site

**Governo de SP promove nova rodada de mutirões do Empreenda Rápido**  
*Eventos, a partir do segundo semestre, serão destinados a interessados em abrir a própria empresa e para os empreendedores que desejam ampliar seus negócios*

#### Ouvir o texto

O governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, promove a partir do segundo semestre deste ano uma nova rodada de mutirões do programa Empreenda Rápido na capital paulista e em cidades de Região Metropolitana, interior e litoral do Estado.

Esses eventos serão destinados a pessoas interessadas em abrir um negócio próprio e também para os empreendedores que desejam alavancar suas empresas.

Durante os mutirões haverá palestras sobre relacionamento com o cliente, dicas para o uso eficiente das mídias sociais e utilização consciente do crédito. Além disso serão oferecidas aos participantes informações a respeito de abertura de empresas, cursos e capacitações do Sebrae-SP e opções mais interessantes de crédito disponíveis no mercado, entre outras.

Em julho estão previstos mutirões do Empreenda Rápido na cidade de São Paulo, São Bernardo do Campo, Mogi das Cruzes, Osasco e Guarulhos. Já em agosto será a vez de Campinas, Jundiaí, Sorocaba, Bauru e Botucatu. No mês seguinte, setembro, os mutirões serão realizados em Santos, Praia Grande, Registro, Caragatatuba e Ubatuba. Já em outubro será a vez São José dos Campos, Taubaté, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto.

Lançado em julho de 2019, o Empreenda Rápido é um programa do Governo de São Paulo em parceria com o Sebrae-SP que tem como finalidade disponibilizar em um só lugar tudo o que as pessoas precisam para abrir uma empresa ou alavancar seus negócios. É baseado em seis pilares básicos: Qualificação Empreendedora, Qualificação Técnica, Formalização e Regularização, Inovação, Tecnologia e Produtividade, Acesso a Crédito e Acesso a Mercado. O programa foi dividido com soluções tanto para quem possui CNPJ quanto para aqueles que ainda não têm o documento.

### 2.2.2. Subquesto 2 - Criação de texto para redes sociais

As redes sociais escolhidas para as publicações são Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn. O conteúdo proposto para o post é uma série de vídeos que apresenta histórias de empreendedores beneficiados pelo programa Empreenda Rápido, mostrando o desenvolvimento do negócio por meio da iniciativa. Para promover acessibilidade, todos os posts das plataformas serão acompanhados da #PraCegoVer.

**Facebook:** Aprendizado e apoio ao seu negócio. Já imaginou conquistar capacitação e crédito para iniciar ou potencializar seu empreendimento? Por meio do Programa Empreenda Rápido você consegue diversas vantagens para dar um passo à frente e alcançar seus objetivos. Acompanhe a série de vídeos #EmpreendaMotiva e se inspire na história de pessoas, como Dona Aurélia, que realizaram o sonho de empreender. Acesse: [www.empreendarapido.sp.gov.br](http://www.empreendarapido.sp.gov.br).

#EmpreendaRapido #DesenvolvimentoEconomicoSP #Sebrae #ViaRapida #GovernoSP  
**#PraCegoVer:** O vídeo mostra imagens da Dona Ana Aurélia trabalhando em sua loja de doces, fazendo brigadeiros e atendendo clientes. As cenas das atividades são intercaladas com depoimentos dela.

**Instagram:** Com o apoio do Empreenda Rápido, o sonho do negócio próprio se tornou realidade para muitas pessoas, entre elas a Dona Aurélia. Na série de vídeos #EmpreendaMotiva saiba como o programa ajudou novos empreendedores.

**Twitter:** Nesta série de vídeos #EmpreendaMotiva, entenda como diversas pessoas estão realizando o sonho de empreender e conquistando melhores resultados nos seus negócios.

**LinkedIn:** Acredite nos seus sonhos! Para te ajudar a ter um negócio próprio de sucesso, o Empreenda Rápido oferece diversas facilidades de crédito e formalização, além de cursos de qualificação profissional. Conheça na série de vídeos #EmpreendaMotiva histórias de pessoas que transformaram seus objetivos em realidade, como a Dona Aurélia, que abriu sua loja de doces a partir dos benefícios do programa. Entenda a iniciativa em: [www.empreendarapido.sp.gov.br](http://www.empreendarapido.sp.gov.br).

### 2.2.3. Subquesto 3 - Criação de gif animado

Neste quesito a estratégia utilizada é explorar através de gifs animados os objetivos do Empreenda Rápido, quais as vantagens que o empreendedor pode obter com programa e o passo a passo para participar.

Além de divulgar o programa, a proposta dos gifs animados é também deixar mais interativa a experiência do usuário, que hoje em dia precisa de um estímulo maior para se sentir interessado em um conteúdo a ponto de explorá-lo, já que há uma imensidão de informações a seu dispor.

O primeiro gif é uma breve explicação do que é o Empreenda Rápido, com o intuito de emitir o conceito principal do programa ao usuário, informando também o endereço eletrônico do site para mais detalhes.

Já o segundo gif, lista quatro motivos para se inscrever no programa, isto é, apresenta os principais benefícios que o Empreenda Rápido oferece aos participantes. Destacar objetivamente o que o programa proporciona de positivo ao usuário, falando diretamente com ele, é uma das principais maneiras de atrair sua atenção. vai exibir cenas com animações lúdicas para explicar as principais...

O terceiro gif utiliza recursos para deixar claro que o programa é destinado tanto para quem já tem CNPJ como para quem está começando do zero. Através de animação, o gif faz com que todos se identifiquem ao programa, seja o empreendedor que quer alavancar seu negócio ou aquela pessoa que quer transformar uma ideia de projeto em realidade.

A linha de crédito oferecida pelo programa é o tema do gif 4, que dá ênfase aos números. A peça informa com ilustrações o valor de crédito oferecido, o prazo e a taxa de juros. Expor dados concretos, especialmente em números, é uma forma de despertar o interesse do internauta.

O quinto gif torna o programa convidativo para o internauta ao expor os resultados positivos que ele pode conquistar ao se inscrever no programa. Para isso, a peça destaca frases fortes com verbos no imperativo afirmativo (aprimore, atraia, aumente, cresça, etc), estimulando o público a realizar a ação sugerida.

Para deixar o conteúdo acessível, após cada gif virá a #paracegover com a descrição das imagens. Todos as peças contêm os logos do programa Empreenda Rápido, do Governo do Estado de São Paulo e do Sebrae SP.

### 2.2.3.1. Apresentação de peças

As imagens abaixo representam um demonstrativo de cenas capturadas de cada um dos cinco gifs produzidos. A apresentação completa dos gifs animados desenvolvidos consta no CD fornecido pela licitante VFR Comunicação.

#### GIF 1

É um programa que **auxilia** o empreendedor com o seu negócio.



#### GIF 2

### 04 motivos para participar do Empreenda Rápido



#### GIF 3

### Não tenho CNPJ

Se ainda não tem CNPJ e quer formalizar ou montar seu negócio, você está no **lugar certo** para dar os primeiros passos



R\$ 3mil em crédito

24 meses para pagar

0,35% de juro ao mês

#### GIF 4



#### GIF 5

Inscreva-se e **cresça junto** com seu negócio!



*Handwritten signature*

*Handwritten signature*  
4

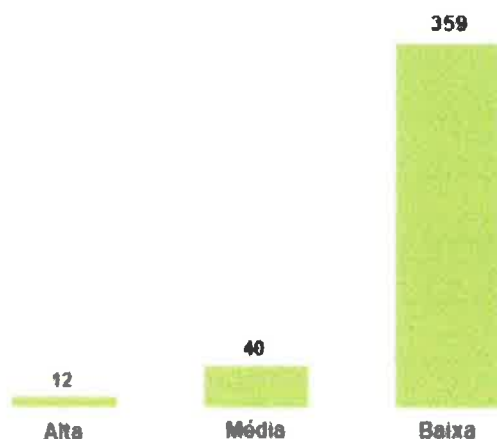
#### 2.2.4. Subquesto 4 - Acompanhamento de tema em veículo online

O monitoramento do tema Programa Empreenda Rápido em veículos online resultou na captura de 1045 notícias relativas ao período de um ano, de 01/03/2019 até 01/03/2020.

Os conteúdos foram publicados por 411 veículos distintos: 12 com alta audiência, 40 com média audiência e 359 com baixa audiência. A classificação é baseada na maior audiência por veículos, para o período utilizado.

Verifica-se também que entre as notícias capturadas, 580 delas são similares, totalizando, portanto, 465 matérias distintas.

#### Audiência dos veículos das notícias



Legenda (em número diário de visualizações online):

Alta: acima de 1.000.000 Média: entre 999.999 e 100.000 Baixa: abaixo de 100.000

#### Regionalização

A distribuição da audiência geográfica global corresponde aos países Brasil e Estados Unidos e a distribuição da audiência geográfica por estado tem origem principalmente nos veículos de São Paulo, Mato Grosso, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e Rio Grande do Sul.

### Audiência geográfica global



\*Distribuição por quantidade de notícias

### Audiência geográfica por estado



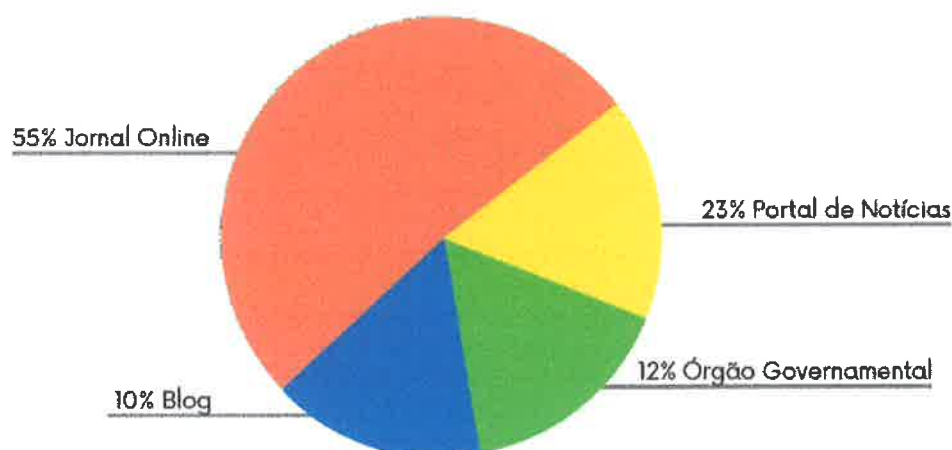
\*Distribuição por quantidade de veículos

### Origem das notícias

As publicações que mencionam o Empreenda Rápido são provenientes, em sua maioria, de jornais online (55%) e portais de notícia (23%), conforme próximo gráfico. Os veículos que mais destacaram o tema foram os portais Mais Bauru, com quatro matérias publicadas, além do Repórter Diário e Destak, que noticiaram três matérias sobre o programa.

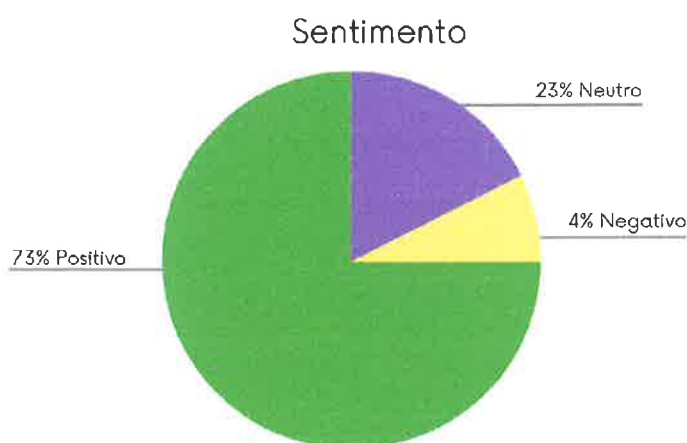
*Handwritten signatures and initials in red and blue ink.*

## Notícias por tipo de veículo



## Classificação

A maioria das notícias capturadas (73%) é considerada neutra por representar material jornalístico de utilidade pública, isto é, são conteúdos que divulgam informações gerais do programa, datas e locais dos mutirões, por exemplo.



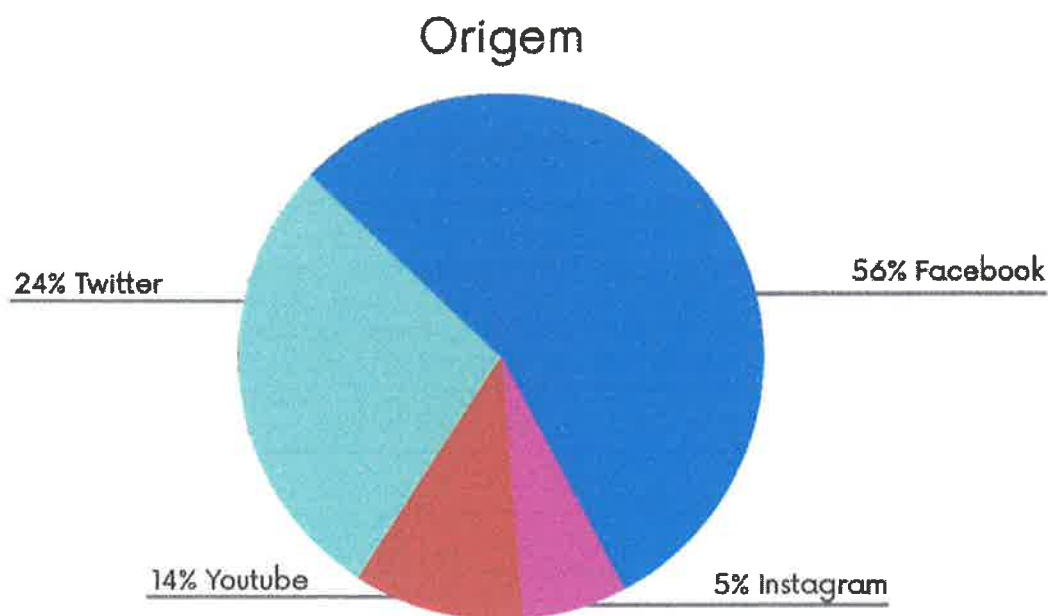
As matérias negativas, que manifestam de alguma maneira críticas ao programa, equivalem a 4% do total de conteúdos monitorados. Já 23% das matérias podem ser classificadas como positivas, pois evidenciam o investimento do Governo do Estado e os benefícios do programa, como seu papel de fomentar o empreendedorismo e promover o desenvolvimento socioeconômico.



### 2.2.5. Subquesto 5 - Acompanhamento de tema em redes sociais

Neste quesito foi feito o monitoramento do termo “Empreenda Rápido” abrangendo o período de um ano, entre março de 2019 e março de 2020. Foram encontradas no total 692 menções orgânicas do tema.

Entre as redes sociais, a que teve maior origem de mensagens - ou seja, a mais utilizada pelos usuários para mencionar o programa - foi o Facebook, que apresentou 56% das menções totais, seguido do Twitter com 24% dos resultados nas redes. O Youtube e o Instagram foram menos utilizados para mencionar o programa, conforme exposto no gráfico abaixo.

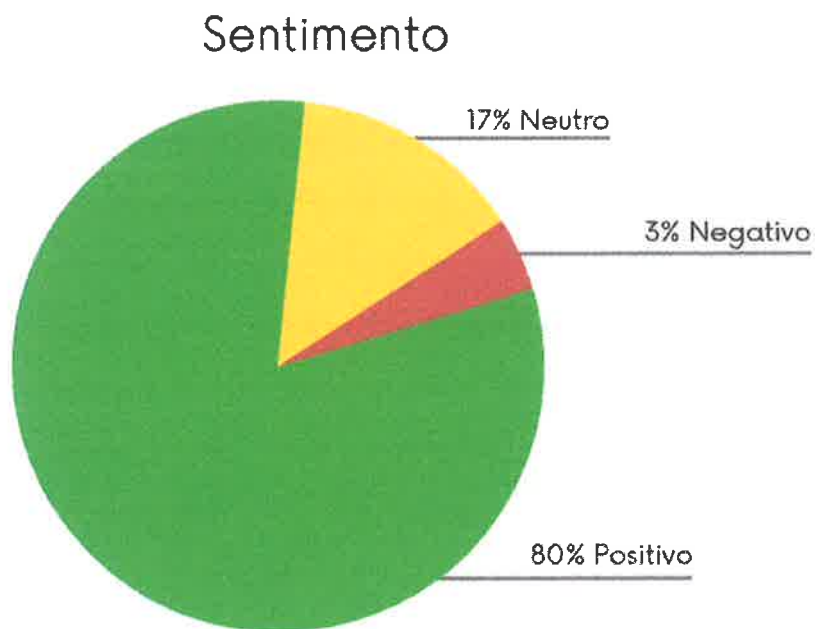


Tanto no Twitter como no Facebook, a maior parte das menções encontradas foi de publicações governamentais, dentre elas do governador João Dória e do Centro Paula

*Handwritten signature and initials in blue and red ink.*

Souza. Portanto, a maioria do conteúdo foi de postagens de divulgação do programa e replicações das mesmas.

São consideradas positivas 80% das interações dos usuários das redes, enquanto 17% são neutras e 3% negativas, conforme gráfico a seguir.



Abaixo, estão destacados exemplos relacionados a cada uma das classificações.

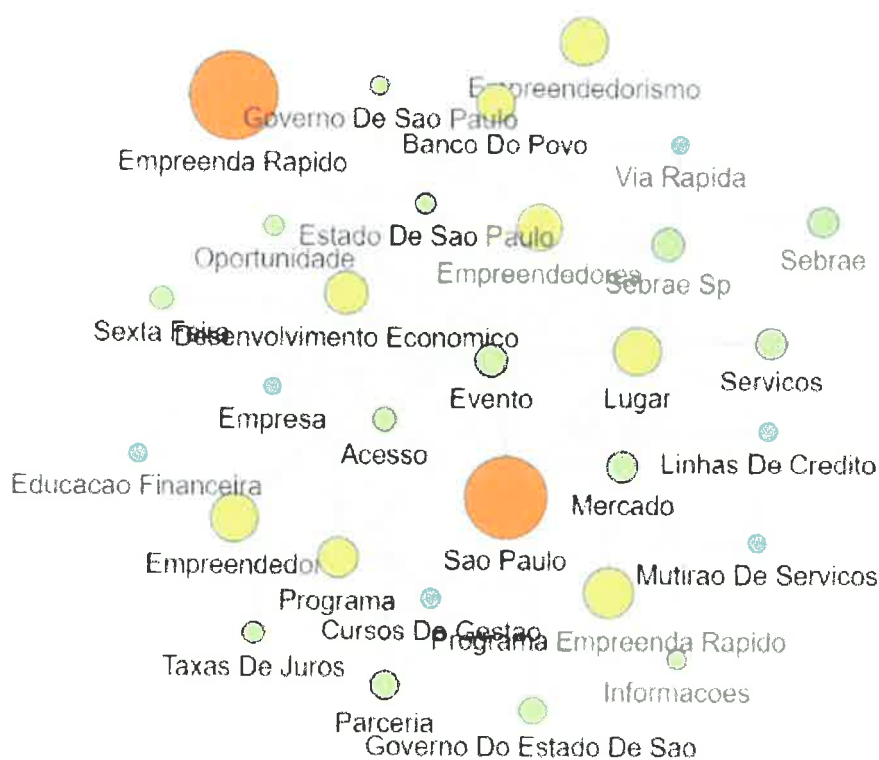
<p>Márcio Penha Do Carm...</p> <p>Infelizmente, os sites de site <b>Emprenda Rapido</b> mencionados, estão <b>SUSPENSOS</b>. Portanto, não temos acesso para os programas exemplo: programa, <b>lucro empreendedor!</b></p>	<p>Revista Pequenas Emp...</p> <p>Evento gratuito incluirá palestras, oficinas e oportunidades de crédito para empreendedores ou interessados em empreender.</p>	<p>JUNJI ABE</p> <p>Orgulho de ver Mogi consolidada como polo de <b>empreendedorismo e inovação!</b> É resultado de ações desenvolvidas na gestão do prefeito <b>Marcius Melo</b> e vice <b>Juliano Abo</b>, como o <b>Desenvolve Mogi</b> que trouxe hoje à Cidade o <b>Emprenda Rapido</b>, em parceria com <b>governo</b> estadual e <b>Sebrae-SP</b>. <a href="https://t.co/5D6Mo8eqAe">https://t.co/5D6Mo8eqAe</a></p>
---	--	---

*Handwritten signature and date:*  
Dm  
19

Fig.: A imagem mostra exemplos de comentários em publicações nas redes sociais.  
(1) Comentário negativo no Youtube; (2) Comentário neutro no Facebook; (3) Comentário positivo no Twitter

Foi possível observar que as pessoas ainda não estão movimentando espontaneamente a rede com opiniões sobre o programa. As menções sobre o termo são em grande parte de compartilhamento de notícias e das redes sociais de autoridades e órgãos envolvidos no programa.

Os termos mais citados em publicações que mencionam o programa Empreenda Rápido são: São Paulo, Governo de São Paulo, Empreendedorismo, Desenvolvimento Econômico e Banco do Povo. Abaixo, a relação dos termos mais utilizados quando abordado o assunto “Empreenda Rápido”.



Identificamos ainda que a distribuição geográfica da audiência corresponde, em sua maioria, às seguintes cidades do Estado de São Paulo: São Paulo, Bauru, Ribeirão Preto, Sorocaba, Guarulhos, Marília, Mogi das Cruzes, Campinas, Vargem Grande

Paulista, Ubatuba e Barretos. Além disso, observa-se que os municípios com mais menções são aqueles que receberam eventos ou mutirões do Empreenda Rápido.

*[Handwritten signature in red ink]*

*[Handwritten signature in blue ink]*

*[Handwritten signature in black ink]*

**PLANILHA DE PREÇOS UNITÁRIOS E TOTAIS**

**CONCORRÊNCIA Nº 03/2020**

**PROCESSO SG Nº 1.074.856/2019**

Nº	Produto/Serviço	Unidade de medida	Quantidade	Valor unitário em R\$	Valor total para 15 meses em R\$ (Quantidade X Valor Unitário)	
1.	Monitoramento e Análise de Dados					
1.1	Monitoramento online					
	a	Baixa complexidade	Unidade	15	R\$ 21.418,30	
	b	Média Complexidade	Unidade	15	R\$ 32.286,80	
	c	Alta complexidade	Unidade	15	R\$ 46.335,08	R\$ 695.026,20
1.2	Análise de dados e Sala de Situação	Diária	450	R\$ 832,30	R\$ 374.535,00	
2.	Produção de Conteúdo					
2.1	Produção de conteúdo para sites, portais, aplicativos e redes sociais					
	a	Baixa complexidade	Unidade	15	R\$ 13.683,25	
	b	Média complexidade	Unidade	15	R\$ 24.767,06	
	c	Alta complexidade	Unidade	15	R\$ 40.731,24	R\$ 610.968,60
2.2	Elaboração de texto de língua estrangeira (Inglês / Espanhol)	Unidade	45	R\$ 579,03	R\$ 26.056,35	
2.3	Apresentação de projetos, ações e programas de Estado de São Paulo					



	a	Baixa complexidade	Unidade	15	R\$ 3.585,14	R\$ 53.777,10
	b	Média complexidade	Unidade	10	R\$ 6.156,03	R\$ 61.560,30
	c	Alta complexidade	Unidade	10	R\$ 9.331,38	R\$ 93.313,80
3.	Gestão de redes sociais e Interação Digital: SAC – Serviço de Atendimento ao Cidadão					
	a	Baixa Complexidade	Unidade	15	R\$ 16.324,31	
	b	Média complexidade	Unidade	15	R\$ 28.018,27	
	c	Alta complexidade	Unidade	15	R\$ 40.521,91	R\$ 607.828,65
4.	Produção e manutenção de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis					
4.1	Adaptação ou replicação de tela					
	a	Baixa complexidade	Unidade	30	R\$ 1.115,15	R\$ 33.454,50
	b	Média complexidade	Unidade	30	R\$ 1.802,06	R\$ 54.061,80
	c	Alta complexidade	Unidade	30	R\$ 3.096,89	R\$ 92.906,70
4.2	Diagnóstico e matriz estratégica					
	a	Baixa complexidade	Unidade	16	R\$ 2.882,62	R\$ 46.121,92
	b	Média complexidade	Unidade	30	R\$ 5.590,23	R\$ 167.706,90
	c	Alta complexidade	Unidade	24	R\$ 7.988,01	R\$ 191.712,24
4.3	Diagnóstico de TI		Unidade	24	R\$ 7.519,48	R\$ 180.467,52
4.4	Análise de Conteúdo		Unidade	30	R\$ 3.251,25	R\$ 97.537,50
4.5	Arquitetura de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis					
	a	Baixa complexidade	Unidade	24	R\$ 4.017,43	R\$ 96.418,32
	b	Média complexidade	Unidade	24	R\$ 6.842,91	R\$ 164.229,84
	c	Alta complexidade	Unidade	24	R\$ 9.758,56	R\$ 234.205,44
4.6	Projeto Editorial		Unidade	24	R\$ 6.119,52	R\$ 146.868,48
4.7	Escopo Funcional de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis					
	a	Baixa complexidade	Unidade	24	R\$ 2.320,99	R\$ 55.703,76
	b	Média complexidade	Unidade	24	R\$ 3.890,90	R\$ 93.381,60

	c	Alta complexidade	Unidade	24	R\$ 6.045,54	R\$ 145.092,96
4.8		Escopo Técnico de Ti	Horas	20.000	R\$ 72,45	R\$ 1.449.000,00
4.9		SEO – Search Engine Optimization	Unidade	15	R\$ 4.389,26	R\$ 65.838,90
4.10		Análise de Tráfego de rede e Usabilidade	Unidade	15	R\$ 6.571,24	R\$ 98.568,60
4.11		Manutenção	Horas	20.000	R\$ 86,80	R\$ 1.736.000,00
		<b>Total</b>				<b>R\$ 7.672.342,98</b>

A VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI, com sede nesta capital do Estado de São Paulo, na Praça Santo Agostinho, nº 70 – 10º andar, inscrita no CNPJ sob nº 10.354.430/0001-65, apresenta a sua proposta de preços nos termos requeridos no edital de Concorrência nº 03/2020 cujo Processo SG nº 1.074.856/2019, acima detalhados, que totaliza o valor de **R\$ 7.672.342,98 (sete milhões e seissentos e setenta e dois mil e trezentos e quarenta e dois reais e noventa e oito centavos)** para 15 meses.

O prazo de validade da presente proposta de preços é de 60 (sessenta) dias, podendo ser renovado, automaticamente, por igual período.

São Paulo, 29 de maio de 2020.



*[Handwritten Signature]*

**VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI**

**CNPJ Nº 10.354.430/0001-65**

**VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA**

**DIRETOR**

**R.G. Nº 22.965.955-X**

**28 MAIO 2020**

**Oficial de Registro Civil das Pessoas Naturais do 37º Sub. Acclimação - São Paulo - SP**  
Rua Pires da Mota, 984 - CEP 01529-000 - fone (11) 3209-9690 / 3209-1917 - E-mail: 37sub@uol.com.br

**Oficiala - Bª Marlene Marchiori**

VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE

Seio: 1071AA0313033

Reconheço, por semelhança, a firma de **VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA**,  
São Paulo, 28 de maio de 2020,  
Em testemunho \_\_\_\_\_ da verdade.

**CILENE SOARES - Escrevente Substituta**

Preço da firma R\$ 9,85 (com valor) Total R\$ 9,85



*[Handwritten Signature]*



## **2.3 Quesito 2 - Relato de ação de Comunicação Digital**

**Identificação do cliente final: Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo**

**Nome do signatário: Flavio Henrique Benvenuto Garcia Vaz – Assessor Técnico de Gabinete IV – e-mail: fbenvenuto@saude.sp.gov.br**

### **Exposição da ação de comunicação e motivação da contratação**

A VFR Serviços de Comunicação era, em 2017, responsável pela prestação de serviços de comunicação digital da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo. Em julho daquele ano, a Central de Transplantes da Secretaria e o Sistema Estadual de Transplantes completaram 20 anos de existência.

Com o objetivo de celebrar a data, premiar instituições de saúde na área de transplantes de órgãos e também de incentivar a doação de órgãos no Estado de São Paulo, a VFR executou ao longo daquele mês uma ação digital, que consistiu na divulgação do aniversário de duas décadas da Central de Transplantes e de uma campanha nas redes sociais da Secretaria, com duração de 15 dias.

A VFR produziu um texto para o Portal de Notícias da Saúde intitulado “Central de Transplantes de SP completa 20 anos com mais de 100 mil doações de órgãos e tecidos” (<https://tinyurl.com/vg5el9m>), destacando que a Central conseguiu, em duas décadas, um saldo de 101,3 mil doadores e 107.000 transplantes realizados, dos quais 29 mil de órgãos e 78 mil de córneas.

O texto informava, ainda, que o Estado de São Paulo responde por cerca de metade dos transplantes realizados no país. “Nessas duas décadas, a Central de Transplantes detectou aumento de 916% no número de doadores-cadáveres no Estado de São Paulo, que passou de 83 em 1997 para 844 no ano passado, que bateu o recorde da série histórica. Consequentemente, o número de procedimentos cresceu 890%, com 2.110 transplantes realizados em 2016, contra 213 em 1997”.

Ainda conforme o material desenvolvido pela VFR, a implantação do sistema estadual, em julho de 1997, ajudou a tornar a regulação da distribuição de órgãos captados mais



16

justa e transparente. Foram estabelecidos critérios de tempo de espera dos pacientes inscritos, compatibilidade e gravidade.

“Antes disso, os órgãos eram distribuídos pelo Estado às equipes transplantadoras nos hospitais, e elas é quem definiam quais pacientes iriam recebê-los. Com a organização do sistema e da Central de Transplantes, a Secretaria, sempre cumprindo os critérios e protocolos clínico, determina para qual paciente o órgão ou tecido deve ser encaminhado”.


Ao longo do mês de julho de 2017, a VFR promoveu uma campanha virtual para incentivar a doação de órgãos e sensibilizar pessoas de todas as faixas etárias para o impacto positivo dessa atitude, utilizando as hashtags #DoeÓrgãos e #MultipliqueVidas.

As páginas oficiais da pasta tiveram sua identidade visual alterada, e todos os interessados em apoiar a causa puderam alterar suas fotos de perfil, seja publicando um selo criado especificamente para isso, em formato de “coração”, ou utilizando um avatar que levava o selo e a hashtag #DoeÓrgãos.

A VFR produziu um vídeo, intitulado “Nem todo fim é um ponto final”, que mostrou todas as etapas do processo de doação: captação, transporte de órgãos, realização do transplante, profissionais envolvidos e personagens (receptores dos órgãos que estavam na fila de espera).

O post do vídeo na página do Facebook da Secretaria conteve o texto: “Em 2017 comemoramos os 20 anos da criação da Central de Transplantes, sistema que coordena o processo de doações de órgãos e tecidos do Estado de São Paulo. Desde então já foram 107 mil transplantes. Você é parte vital neste processo também. Por isso, #DoeÓrgãos e #MultipliqueVidas.”

A campanha ainda incluiu alteração da identidade visual dos perfis da pasta nas redes, com avatar e capas personalizadas, além de artes e gifs em comemoração à data e incentivando as doações de órgãos, tendo como principais temas: 100 mil transplantes em 20 anos, hospitais que mais transplantaram órgãos no Estado de São Paulo, curiosidades sobre a doação, dados sobre doações e transplante de órgãos e importância de se avisar os familiares sobre a intenção de doar. Também foram realizadas, via



“Facebook Live”, entrevistas ao vivo com a coordenadora da Central de Transplantes, Marizete Medeiros, e com o diretor do Hospital do Rim e Hipertensão, José Medina.

A VFR também promoveu a cobertura, para as mídias digitais da Secretaria, do evento em comemoração aos 20 anos da Central de Transplantes, realizado no Instituto do Coração (Incor) do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP, ocasião em que foram homenageadas equipes transplantadoras de hospitais de referência nesse tipo de procedimento, a exemplo do próprio Incor e do Hospital de Transplantes do Estado de São Paulo “Euryclides de Jesus Zerbini”.

Resultados alcançados: No Facebook, foram 14 posts sobre o tema, com 180.934 pessoas alcançadas, 14.344 interações e 29.097 visualizações de vídeo. Somente o vídeo ‘Nem todo fim é um ponto final’ (<https://goo.gl/E2Gu5y>) contou, em julho de 2017, com alcance de 78.891 pessoas, 3.037 interações e 694 compartilhamentos. Das interações, 956 foram na própria página da Secretaria e 2.081 em páginas de terceiros (incluindo a do então governador do Estado de São Paulo), reforçando que o conteúdo postado pela Secretaria, por intermédio da VFR, teve relevância e foi endossado pelos usuários da rede social.

No Twitter, o tweet com mais interação foi o post com vídeo “A Central de Transplantes está comemorando 20 anos. Você é parte vital dessa história #DoeÓrgãos #MultipliqueVidas” (<https://goo.gl/A61dxR>), que contou com 10 retuítes e 35 likes, gerando um alcance de 11.151 pessoas.

No Youtube, entre os vídeos publicados em julho, o mais visto foi “Central de Transplantes - 20 anos” (<https://goo.gl/6MB8bg>), com 372 visualizações.

**Flavio Henrique Benvenuto Garcia Vaz**

**Assessor Técnico de Gabinete IV**

**Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo**

Flavio Benvenuto  
Assessor Técnico de Gabinete IV  
R. 24, 180.477-6

*[Handwritten signatures and initials in blue and red ink]*



## **EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA**

### **Sobre a VFR Comunicação**

A VFR Serviços de Comunicação possui expertise em comunicação digital (internet e redes sociais), relacionamento com a mídia, consultoria estratégica, relacionamento na área pública, gerenciamento de crises, comunicação digital (internet e redes sociais), comunicação interna, publicações (produção de conteúdo, fotos e diagramação), produção e edição de vídeos e media training, atuando nos mais diversos segmentos da área de comunicação conforme as necessidades de cada cliente.



A empresa acumula mais de 15 anos no atendimento a clientes de grande porte, contando com profissionais de comunicação altamente capacitados, com experiência nos maiores e mais importantes veículos de comunicação do país.

Integram as instituições atendidas atualmente pela VFR a Necton Investimentos, Bulla Sociedade de Empréstimo entre Pessoas, Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo, Faculdade de Medicina da USP, Hospital das Clínicas de São Paulo, Hospital de Transplantes do Estado de São Paulo, Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp), SPDM (Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina), Instituto Butantan, Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde (Ibross) e Duosystem Tecnologia e Informática, entre outros.

A VFR possui larga experiência na elaboração de estratégias de comunicação com a imprensa para situações de crise, seja para superar ou para evitar danos à imagem dos clientes. Nosso modelo de trabalho já foi testado e aprovado pela Aberje (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial).

Mais de 80 colaboradores, entre jornalistas, designers, publicitários e profissionais de relações públicas e marketing, compõem o time da VFR Comunicação.

Cuidar das práticas e processos de comunicação que envolvem o público interno de uma empresa também é especialidade da VFR. De forma integrada, criamos planejamentos estratégicos para o alinhamento da cultura organizacional para a construção da imagem da



empresa de “dentro para fora”. Desenvolvemos e produzimos produtos de alta qualidade como revistas, newsletters, jornais e vídeos institucionais.

A VFR está preparada para treinar porta-vozes de empresas a se relacionarem com jornalistas de todas as áreas de forma clara e positiva. Possuímos em nosso portfólio consultores de grandes veículos nacionais, que estão familiarizados com os diversos formatos e aptos para auxiliar seus representantes no relacionamento com a imprensa.

Os profissionais da VFR realizam o diagnóstico das necessidades do cliente, planejam as estratégias e monitoram sistematicamente os resultados. A empresa tem equipe altamente capacitada de assessores de imprensa, repórteres, redatores, diagramadores e fotógrafos, com experiência tanto em assessoria de comunicação como nos mais importantes veículos de imprensa do país, como Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Agência Estado, Globosat, TV Record, entre outros.



### **Cientes atuais**

Eu, Vanderlei de Oliveira França, representante legal da licitante VFR SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO EIRELI, CNPJ nº 10.354.430/0001-65, declaro para fins desta licitação que a referida empresa atende, no presente momento, os seguintes clientes:

- a) Secretaria de Estado da Saúde do Governo do Estado de São Paulo – desde setembro 2007, até o presente momento;
- b) Instituto do Câncer do Estado de São Paulo Octávio Frias de Oliveira – desde janeiro de 2010, até o presente momento;
- c) Hospital de Transplantes do Estado de São Paulo Euryclides de Jesus Zerbini – desde junho de 2010, até o presente momento;
- d) Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo – desde maio de 2011, até o presente momento;
- e) Faculdade de Medicina da USP, desde janeiro de 2015 até o presente momento;
- f) Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde, desde agosto de 2016 até o presente momento;
- h) Fundação Butantan/Instituto Butantan, desde dezembro de 2017 até o presente momento.

  
  
23

- i) SPDM (Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina), desde 2014 até o presente momento.
- j) Hospital Municipal de Barueri, desde 2018 até o presente momento.
- l) Duosystem Tecnologia e Informática, desde janeiro de 2018, até o presente momento;
- m) Bulla Sociedade de Empréstimo entre Pessoas S.A., desde maio de 2019, até o presente momento;
- o) Necton Investimentos, desde novembro de 2019 até o presente momento.

São Paulo, 29 de maio de 2020.



**VANDERLEI DE OLIVEIRA FRANÇA**  
**R.G. nº 22.965.955-X**



22

### **Instalações e infraestrutura**

A VFR Serviços de Comunicação Eireli, além dos profissionais indicados na presente proposta, que irão compor a equipe técnica de atendimento ao objeto desta licitação, deixará à disposição da CONTRATANTE toda a sua redação de jornalistas / assessores de imprensa, que serão constantemente informados acerca das divulgações da instituição feitas aos veículos de comunicação, demandas dos órgãos de imprensa, e do tema específico mencionado no exercício criativo da presente proposta técnica.

A VFR Serviços de Comunicação Eireli está equipada com equipamentos de última geração e com as versões mais atuais dos principais programas para criação, finalização, produção, planejamento e compra de mídia e administração.

### **Instalações e infraestrutura**

A VFR Serviços de Comunicação Eireli, além dos profissionais indicados na presente proposta, que irão compor a equipe técnica de atendimento ao objeto desta licitação, deixará à disposição da CONTRATANTE toda a sua redação de jornalistas / assessores de imprensa, que serão constantemente informados acerca das divulgações da instituição feitas aos veículos de comunicação, demandas dos órgãos de imprensa, e do tema específico mencionado no exercício criativo da presente proposta técnica.

A VFR Serviços de Comunicação Eireli está equipada com equipamentos de última geração e com as versões mais atuais dos principais programas para criação, finalização, produção, planejamento e compra de mídia e administração.

A licitante utilizará para atendimento específico da CONTRATANTE os seguintes equipamentos:

- Quinze terminais de computadores Acer Gamer - Intel Core I7 7700 4.2 GHz, Memória Ram DDR4 de 16GB, HD de 1TB, Placa de Vídeo GeForce GTX 1060ti de 8GB, Monitores de 25'' Ultrawide - Todos com acesso a Internet Banda-Larga;
- Dez terminais de computadores - Apple iMac Tela Retina 5k, 27'', Processador Intel Core I5 (9ª Geração), 3,7 GHz, Memória Ram DDR4 de 8GB, Fusion Drive de 2TB - Todos com acesso a Internet Banda-Larga;
- Um Roteador *Wireless* (Sem Fio) – W 2310;
- Trinta Ramais Telefônicos;

*Handwritten signature in blue ink*  
*Handwritten signature in red ink*  
*Handwritten number 23*



- Um Impressora Epson L495 WiFi (Impressora + Copiadora + Scanner);
- Uma Câmera Sony Alpha a7S II + (Uma lente Sony Intercambiável 50mm F1.8 Mod. SELF50F18) + (Uma lente Sony Intercambiável PZ 18-105MM FA G OSS) + (Cartão de Memória SD Extreme 128GB - Sandisk);
- Dois painéis de LED CN300 Air Video Light com bateria e carregador;
- Um microfone sem-fio Sennheiser E835;
- Um microfone de mão Azden;
- Três microfones Lapela Audiotechnica OMI;
- Um HD externo Seagate 2TB;
- Um HD externo Seagate 5TB;
- Um tripé profissional Targus TG-5060tr;
- Um tripé profissional WT 6734 com cabeça hidraulica;
- Um gravador de áudio ZOOM H1.
- Um rebatedor de luz.
- Um Smartphone Samsung Galaxy J7 Pro 64GB Completo.

Além dos equipamentos acima descritos será mantido estoque estratégico de tintas para impressora, canetas esferográficas, lápis, borrachas, grampeadores, furadores, papéis para impressão e blocos para anotação e demais materiais de escritório necessários à perfeita execução do objeto do contrato ou os solicitados pela CONTRATANTE.



Apresentamos, a seguir, um resumo sobre a atuação da VFR e o atendimento aos seus principais clientes.

### **Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo**

A Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (SES-SP) é responsável pela formulação da Política Estadual de Saúde e de suas diretrizes, norteada pelos princípios do Sistema Único de Saúde (SUS), que tem como propósitos promover a saúde priorizando as ações preventivas e democratizando as informações relevantes para que a população conheça seus direitos e os riscos à sua saúde.

A pasta também é responsável pela articulação e pelo planejamento de ações desenvolvidas pelos 17 Departamentos Regionais de Saúde (DRS) distribuídos pelo Estado.

Além das unidades e órgãos vinculados, a Secretaria possui dez coordenadorias: Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos de Saúde (CCTIES), Controle de Doenças (CCD), Planejamento de Saúde (CPS), Regiões de Saúde (CRS), Serviços de Saúde (CSS), Administração (CGA), Recursos Humanos (CRH), Gestão de Contratos de Serviços de Saúde (CGCSS), Gestão Orçamentária e Financeira (CGOF) e Assistência Farmacêutica (CAF).

Os Departamentos Regionais de Saúde ficam sediados na Grande São Paulo, Baixada Santista, Registro, Sorocaba, Campinas, Piracicaba, São João da Boa Vista, Presidente Prudente, Marília, Bauru, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto, São José dos Campos, Araraquara, Araçatuba, Barretos e Franca. Cada DRS é responsável por um conjunto de cidades na região de saúde de sua abrangência.

A Secretaria mantém convênios com centenas de serviços de saúde, de natureza filantrópica ou privada, para atendimento à população. Fabrica medicamentos e os oferta ao SUS do Brasil inteiro por intermédio da Fundação do Remédio Popular. Produz importantes vacinas e soros distribuídos na rede pública brasileira por meio do Instituto Butantan, um dos maiores centros de pesquisa biomédica do mundo. Investiga surtos e epidemias com agilidade por meio de seu Centro de Vigilância Epidemiológica e de seus 28 Grupos de Vigilância regionais espalhados pelo Estado, do mesmo modo que fiscaliza a qualidade dos serviços hospitalares, da produção

*[Handwritten signatures and initials in blue and red ink, including a large 'X' and the number '25']*

de alimentos e de medicamentos pela indústria por intermédio de seu Centro de Vigilância Sanitária e de seus igualmente 28 Grupos de Vigilância regionais.

A pasta também contribui de forma inequívoca para a investigação epidemiológica de São Paulo e de outros estado por meio de sua rede de laboratórios do Instituto Adolfo Lutz, e presta fundamental apoio no controle de vetores por meio da Superintendência de Controle de Endemias (Sucen).

A Secretaria da Saúde possui o maior sistema de regulação de urgências e emergências, bem como de agendamento de consultas e exames, conectado aos municípios, por meio de sua Central de Regulação da Oferta de Serviços de Saúde (Cross).

Por meio da Fundação Pró-Sangue, a pasta garante o abastecimento de hemocomponentes a 130 hospitais da região metropolitana da Grande São Paulo.

A sede da SES-SP se divide em dois edifícios localizados na região do HC-FMUSP, um situado na avenida Doutor Enéas de Carvalho Aguiar, onde fica o Gabinete do Secretário, ao lado do InCor, e outro na avenida Doutor Arnaldo, ao lado do Instituto do Câncer.

O trabalho da VFR na prestação de serviços de Assessoria de Imprensa da Secretaria de Estado da Saúde triplicou a visibilidade da pasta na imprensa nos últimos cinco anos.

A atuação proativa é desenvolvida a partir de reuniões de pauta semanais, com busca ativa de estudos, serviços diferenciados e personagens. As principais notícias positivas, como serviços ou balanços inéditos que destacam resultados do trabalho desempenhado pela pasta, são sugeridas como agenda para o governador. Os eventos são organizados previamente, com aviso de pauta e convite para os principais veículos da área de cobertura, assegurando-se a visibilidade da Secretaria da Saúde e do Governo do Estado.

No início de 2019, diante do aumento de casos de dengue e detecção da circulação do tipo 2 no Estado, a Secretaria, com apoio da VFR, tem acompanhado videoconferências e iniciou um plano de ação e de comunicação para o mês de fevereiro, de porte intersecretarial.

O destaque do mês foi a elaboração e execução do Plano Estadual para enfrentamento do mosquito *Aedes Aegypti*, com ações integradas entre as Secretarias da Saúde, Educação, Infraestrutura e Meio Ambiente, Defesa Civil, Artesp (Agência de Transporte do Estado de SP), além de apoio das prefeituras e da população paulista.

A handwritten signature in blue ink is located in the bottom right corner of the page. Below the signature, the number '26' is written in blue ink.

Entre os dias 11 e 16 de fevereiro foi realizada uma Semana Especial, em parceria com os municípios, com ações coletivas como arrastões, limpezas e eliminação de criadouros, além de distribuição de materiais informativos para a população. Houve ampla cobertura da imprensa, principalmente no interior de São Paulo. A Semana foi lançada simultaneamente em São José do Rio Preto e Andradina.

Foram organizadas coletivas de imprensa e entrevistas com o Secretário Executivo de Estado da Saúde e representantes da concessionária Rodovias do Tietê, que participaram do 'Dia D' de combate ao Aedes Aegypti em estradas paulistas, numa ação na Marechal Rondon.

Grande divulgação foi feita para a ação emergencial e sem precedentes da SES para vacinar contra sarampo 10 mil passageiros do navio MSC Seaview que atracou em Santos com casos da doença. As matérias abordaram a ação feita dentro do navio e a importância da imunização na cidade de Santos. O programa Bem Estar e Jornal Hoje (TV Globo), Jornal da Record e Jornal da Band, além de veículos da região da Baixada Santista, veicularam entrevista com infectologista do Centro de Vigilância Epidemiológica.

O destaque foi a ampla cobertura sobre o massacre na Escola Estadual Raul Brasil, em Suzano. As informações foram apuradas imediatamente pela assessoria com a equipe do Grupo de Resgate (Grau), com o início imediato de um plano de gerenciamento de crise, com alinhamento e monitoramento ininterrupto das informações sobre o atendimento às vítimas nos hospitais, evitando assim divulgações com erros. As atualizações foram centralizadas pela Assessoria de Imprensa da Saúde e alinhadas com a Secretaria de Comunicação, criando um fluxo que integrou os hospitais e a sede da pasta. Também foi alinhada matéria especial com especialista do HC-FMUSP, com a TV Globo e SBT, sobre o plano de atendimento acionado pelo Hospital das Clínicas para a situação.

O programa inédito "Corujão da Saúde" foi expandido para serviços privados do Vale do Paraíba, Campinas e Grande São Paulo, o que gerou repercussão em veículos da capital e interior de SP. As matérias abordaram o número de exames que serão realizados e o objetivo de diminuir a fila de espera. Houve coletiva de imprensa e entrevistas com o Governador do Estado de São Paulo, João Doria, e o Secretário de Estado da Saúde, José Henrique Germann Ferreira, em evento realizado no Hospital Sírio Libanês, um dos parceiros do programa na capital.

Um dos maiores destaques do mês foi o gerenciamento de crise após a divulgação do Ministério da Saúde a respeito da liberação de medicamentos de Hepatite C próximos ao vencimento. A assessoria de imprensa alinhou junto ao Gabinete a estratégia para recebimento dos medicamentos e preparou respostas para imprensa mostrando o empenho da pasta para atender o maior número possível de pacientes.

Estratégia semelhante foi usada para pautas sobre a demora na entrega de medicamentos do Ministério para Esclerose Múltipla. Os posicionamentos focaram no planejamento de solicitações do medicamento e diálogos com a nova gestão federal visando à solução do problema.

Por conta do verão e da elevação da incidência de acidentes com escorpiões, foram organizadas entrevistas com fontes do Instituto Butantan para orientações, cuidados e tratamento de picadas destes animais peçonhentos. Reportagem de destaque foi exibida no Fantástico, da TV Globo, além de conteúdos em veículos de imprensa regionais.

Ainda nesse tema, houve ampla repercussão sobre o curso inédito sobre manejo de escorpiões realizado pelo Butantan para os agentes de saúde municipais. A pesquisadora do Instituto deu entrevista ao vivo ao jornal SP 1 da Globo, destacando o pioneirismo nesse treinamento e alertando a população sobre os cuidados de prevenção quanto a esses animais.

Estratégia similar foi adotada para demandas referentes à poliomielite (paralisia infantil), em 2018. O Programa Nacional de Imunizações (PNI), do Ministério da Saúde, divulgou balanços que indicavam baixa cobertura vacinal contra a doença. Foi viabilizado porta-voz para enfatizar a importância da vacinação e, também, para esclarecer que os dados do PNI estavam defasados devido a problemas técnicos no sistema do governo federal.

As medidas de monitoramento e prevenção de sarampo também tiveram destaque neste mês. A pasta fez divulgações de orientação aos viajantes, para que tomassem a vacina pelo menos 15 dias antes de viajar para a final da Copa do Mundo ou outros locais que com risco de contágio. Através de notas informativas e entrevistas através de porta-vozes Coordenadoria de Controle de Doenças e Centro de Vigilância Epidemiológica, a Secretaria de Estado da Saúde também pôde tranquilizar a população paulista acerca dos casos de sarampo que tem acontecido no Brasil e da situação do Estado de São Paulo, que não registra casos autóctones desde o ano 2000.

  
20

Ainda sobre imunização, a assessoria continuou atuando para sensibilizar e orientar jornalistas quanto às matérias sobre balanços de febre amarela no Estado. No mês de agosto, como estratégia para prevenir uma crise e um tom alarmista, foi preparado material com maior foco para a região do Vale do Paraíba, devido à identificação de oito macacos mortos na Unidade de Conservação do Parque Estadual da Serra do Mar – Núcleo Caraguatatuba. A área continuou aberta à visitação e a população foi orientada a tomar a vacina pelo menos dez dias antes de frequentar o local através dos veículos de imprensa e faixas fixadas em pontos estratégicos do parque.

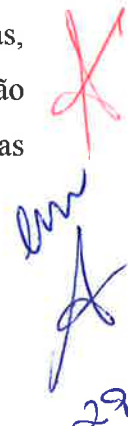
Ainda sobre a febre amarela, ações com alcance regional foram trabalhadas pontualmente, com releases e entrevistas sobre a criação de um posto volante de vacinação instalado no km 19 da rodovia Tamoios, nos dias 14 e 15, para imunizar viajantes a destino do Litoral Norte. A ação foi fruto de parceria entre as Secretarias de Estado da Saúde, de Lógica e Transportes e da Concessionária Tamoios, e divulgada após alinhamento com as respectivas assessorias.

### **Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP**

O Hospital das Clínicas da FMUSP é o maior complexo hospitalar da América Latina, por onde passam diariamente cerca de 20.000 pessoas, entre médicos, funcionários, pacientes e acompanhantes. O hospital possui aproximadamente 2.400 leitos em seus oito institutos, como o Incor, o Instituto Central, Instituto da Criança, Instituto do Câncer e o Instituto de Ortopedia e Traumatologia, além de seus dois hospitais auxiliares. São realizadas mais de 4.000 cirurgias, 1 milhão de exames e 140 mil consultas por mês em suas unidades.

Desde maio de 2011, a VFR é responsável pela comunicação de todo o complexo com a imprensa, com atenção especial aos órgãos diretivos: Superintendência, Diretoria Clínica e Diretoria da Faculdade de Medicina da USP.

Por ser a principal referência para casos muito graves em todo o Sistema Único de Saúde, o HC é um caso bastante específico no que diz respeito à assessoria de imprensa. Ao mesmo tempo em que reúne os maiores nomes da medicina nacional, com tratamentos e pesquisas pioneiras, também é alvo permanente de reportagens por parte dos mais diversos veículos de comunicação em busca de problemas no atendimento, a exemplo de filas, que possam representar as dificuldades enfrentadas pela população em relação ao sistema público de saúde.



29

Desta forma, a estratégia de comunicação relativa ao Hospital das Clínicas precisa atender com precisão a duas linhas de interesse da imprensa: a resposta rápida e convincente sobre demandas negativas e a proatividade em relação a demandas positivas, que irão reforçar os melhores aspectos do complexo. Isso faz parte do dia a dia do trabalho da VFR dentro do complexo.

Apenas no último ano, podemos destacar ao menos dois casos de enorme relevância para a imprensa, com sentidos opostos, que traduzem o trabalho estratégico da VFR na comunicação do HCFMUSP. Em um deles, uma denúncia de superfaturamento culminou com a presença da Polícia Federal, com mandados de busca e apreensão, em prédios do HCFMUSP, com o conjunto da imprensa avisado a priori e acompanhando toda a ação. Em outro, um transplante pioneiro de útero e posterior nascimento de um bebê, ocorrido no HCFMUSP, precisava ser mostrado de forma a atingir o maior público possível, com o material de melhor qualidade. Cada um dos casos são exemplos de estratégias de comunicação bem-sucedidas da VFR para reduzir danos, no primeiro caso, e para divulgar a excelência do hospital para milhões de pessoas, no segundo, como se verá a seguir.

A chamada “Operação Dopamina” teve início em uma operação surpresa da Polícia Federal dentro do HC, com policiais entrando em salas e retirando computadores e processos com o acompanhamento da imprensa. Neste momento, a equipe da VFR respondeu com agilidade e precisão, comunicando imediatamente à imprensa que o HC colaborava com a investigação.

Essa agilidade foi fundamental para que iniciássemos a gestão da crise antes mesmo da entrevista coletiva da PF, às 11 horas daquele dia. Assim, pudemos corrigir, antes dos jornais da tarde, a informação que circulava de que o envolvido na fraude era “presidente” do Instituto de Psiquiatria. Falamos diretamente com os editores, esclarecendo tratar-se de um erro e que o envolvido era um mero diretor de área.

Ao concentrarmos nossa estratégia na nossa colaboração com o MPF e no sigilo que nos foi requisitado, evitando nos estender em explicações que não nos cabia, induzimos que o foco de toda a imprensa passasse a ser os dois suspeitos, como ficou claro nas edições dos jornais da noite, como o Jornal Nacional. Ou seja, o enfoque da imprensa deixou de ser “Fraude do HC”, o que envolveria a direção, para “Fraude dentro do HC”, ainda muito grave, mas corretamente dirigido para os suspeitos, não para a instituição.



Handwritten signature in blue ink and a red 'X' mark.

Essa estratégia e nossa proximidade com as direções de redação certamente evitou que a imprensa se concentrasse na porta do IPq, ou mesmo no prédio da administração, para cobrar diretamente da presidência do instituto ou da própria direção do HC, em entrevistas de improviso e sem qualquer controle, explicações sobre a fraude. Vale lembrar que este padrão da imprensa se concentrando nos locais da operação tem se repetido em todas as operações pelo país, expondo, muitas vezes injustamente, a direção das instituições investigadas. Com a agilidade da VFR, isso foi evitado.

Passado o primeiro dia, a equipe da VFR, junto com a superintendência, fez o levantamento minucioso de todos os documentos referentes à investigação, conseguindo certificar-se de que o HCFMUSP fazia as compras citadas de maneira correta e via licitação. Com este conjunto de informações, a VFR realizou um media training com o Superintendente do HCFMUSP e com sua Diretora Clínica, preparando-os para dar respostas com segurança aos jornalistas. Isto feito, uma entrevista coletiva foi convocada, e o HCFMUSP pode esclarecer, de forma organizada e documentada, que estava trabalhando de acordo com a legislação e que os eventuais desvios não haviam ocorrido no complexo e que os suspeitos haviam sido imediatamente afastados. Com isso, firmou-se a percepção, nos jornalistas e no público, de que a instituição havia feito tudo o que estava ao seu alcance, tendo ficado protegidos dos ataques tanto o HCFMUSP quanto os membros da alta administração.

Este enfoque acabou balizando toda a cobertura da imprensa, que se seguiu por meses, quando, a cada nova etapa, como denúncia do MPF, os dois suspeitos afastados eram sempre o alvo e o HC apareceu sempre como parte interessada e ativa no esclarecimento dos fatos. Foi uma crise de proporções enormes gerenciada com rapidez e precisão.

Na outra ponta, o HCFMUSP realizou neste ano o primeiro transplante de útero da América Latina e, mais que isso, realizou o parto do primeiro bebê do mundo gerado em um útero transplantado de doadora falecida. Tratava-se de um caso extremamente positivo, mas de longuíssima duração. Com um problema para a divulgação à imprensa: a receptora e futura mãe, não daria nenhuma entrevista.

Portanto, para garantir que o conteúdo fosse divulgado com a qualidade que deveria, foi definida a estratégia, de primeiro, garantir a exclusividade para um programa de alcance nacional: o Fantástico, da Rede Globo. Em seguida, a divulgação para toda a imprensa,

*Am*  
*A*  
*31*



garantindo a multiplicação da notícia nos diferentes meios, incluindo agências internacionais. Isso foi feito tanto quanto da realização do transplante quanto do nascimento do bebê. O resultado foi a divulgação do HCFMUSP como centro de excelência no cenário do SUS do país, com reportagens aprofundadas e de grande alcance.

Este controle sobre a notícia dentro de um complexo com mais de 20 mil funcionários exige que a assessoria de imprensa tenha ótimas relações em todos os institutos e com todos os principais gestores. As reuniões para a manutenção dessa rede de confiança são rotineiras.

Em sua rotina diária dentro do complexo, para minimizar os aspectos negativos, a VFR realiza monitoramento permanente sobre possíveis focos de reportagens, como falta de medicamento, demora no atendimento e fila para cirurgias, entre outros. Com isso, a VFR consegue dar respostas quase imediatas aos problemas eventualmente levantados pela reportagem, evitando que casos pontuais sejam retratados como problemas sistêmicos.

Os resultados nesse sentido são bastante claros: o HC deixou de ser retratado como um complexo com problemas estruturais. Pelo contrário, nesse período, as reportagens negativas despencaram, representando hoje menos de 5% das cerca de 450 que são mensalmente publicadas/veiculadas sobre a instituição. Mais do que isso, a maioria dessas reportagens negativas se limita a pequenas notas, raras vezes chegando a manchetes de páginas internas.

A VFR também realiza o planejamento estratégico em mudanças no sistema de atendimento do HC que impactem os usuários. É o caso, por exemplo, da redução no atendimento do pronto-socorro do HC, ocorrida em fevereiro de 2013, quando 300 pessoas por dia foram afetadas. Ao se antecipar à imprensa, comunicando ela mesma todos os detalhes das mudanças, a VFR conseguiu transformar o que seriam reportagens negativas em matérias positivas, com serviço para população, e o anúncio de melhorias no PS do HC.

Com o número crescente de vítimas de febre amarela no estado de São Paulo em 2018, o Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicina da USP teve grande repercussão na mídia nacional por prestar atendimento a casos gravíssimos da doença e, também, por realizar o primeiro transplante de fígado em paciente com febre amarela do mundo, encontrando, assim, uma nova maneira de salvar vidas.

A atividade da assessoria de imprensa fez com que, em um momento de crise, o HCFMUSP fosse visto como uma solução, tornando-se destaque nos principais veículos de comunicação, incluindo a TV Globo e o jornal Folha de S. Paulo.

Essa visibilidade ressaltou o pioneirismo que coloca a instituição como uma das grandes da medicina mundial, além de abrir portas para que outros hospitais começassem a replicar esse tipo de procedimento.

Quanto às reportagens positivas, além de terem crescido aproximadamente 50%, frequentemente ocupam lugar de destaque nos principais jornais, como Folha de S. Paulo e Estadão, e emissoras de rádio e TV, como a própria Rede Globo.

A equipe da VFR realiza diariamente a busca por pautas positivas, que reforcem a imagem de centro de excelência do HC. Para isso, a equipe de jornalistas, especializados em saúde, realiza entrevistas com professores-doutores das diversas áreas, pesquisadores, médicos, funcionários e pacientes, antecipando sempre as novidades relativas ao complexo que possam interessar à imprensa e ao público.

A partir disso, são realizados releases todas as semanas, que podem ser negociados individualmente com os órgãos de imprensa, com matérias exclusivas, e também divulgados para o conjunto dos jornais, com a equipe realizando a divulgação e fazendo o follow-up para convencimento dos jornalistas sobre a importância e relevância dos temas divulgados. A equipe possui trânsito em todas as principais redações, sendo atendida seja pelos repórteres, seja por seus editores.

A VFR possui rotina de contatos regulares com os responsáveis pelos principais serviços da instituição para buscar por novidades que possam ser transformadas em notícia. Além disso, centraliza todas as demandas dos veículos de comunicação, para que os jornalistas tenham uma fonte segura de informações.

A VFR também é responsável por colocar o HC-FMUSP no centro dos principais debates em saúde, como residência médica e formação de profissionais e apoio à pesquisa. Para isso, entre outras estratégias, produz e propõe artigos dos principais interlocutores do HC para os grandes jornais e agenda almoços e visitas às grandes redações.



## **Instituto do Câncer do Estado de São Paulo (Icesp)**

Inaugurado em maio de 2008, o Instituto do Câncer do Estado de São Paulo, unidade do Governo do Estado gerenciada em parceria com a Fundação Faculdade de Medicina, é um dos maiores centros de oncologia da América Latina e referência nacional no Sistema Único de Saúde (SUS). Com base na assistência e gestão humanizada, o Instituto oferece aos pacientes da rede pública de saúde um tratamento global e multidisciplinar com práticas assistenciais, de qualidade e segurança do paciente, acreditados pela Joint Commission International, organização internacional de acreditação em saúde.

Os números do Icesp refletem uma produção assistencial expressiva e de grande representatividade. Mensalmente, são realizados mais de 50 mil atendimentos, em 34 especialidades médicas, em média 8,3 mil procedimentos cirúrgicos, 28,6 mil atendimentos de urgência, 55 mil sessões de radioterapia e braquiterapia e 6,1 mil pacientes se encontram em tratamento de quimioterapia. Cerca de 10 mil pessoas circulam no Icesp diariamente e o índice de satisfação dos pacientes é superior a 96%.

Desde 2010 a VFR atua na prestação de serviços de Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna do Instituto, com o objetivo de divulgar o trabalho realizado com foco em novas tecnologias, pesquisa científica, ensino, treinamento e educação de colaboradores, em inovação de processos e na segurança do paciente, garantindo não só a qualidade dos serviços, mas a humanização, um dos principais diferenciais do Icesp entre os grandes centros de oncologia do país.

A disseminação de informações seguras e relevantes amplia o conhecimento sobre a prevenção e o diagnóstico precoce do câncer e auxilia na qualidade de vida das pessoas em tratamento da doença. As ações de relacionamento com a imprensa, além de fortalecerem a imagem da instituição, apresentando os serviços do Icesp na área de assistência, ensino e pesquisa são educacionais e, portanto, essenciais para a constituição de uma sociedade mais saudável.

Fazem parte das atividades da equipe de comunicação do Icesp:

- Acompanhamento de reuniões e planejamento estratégico junto às Diretorias Executiva e Geral
- Levantamento de assuntos pertinentes e que geram visibilidade à marca Icesp
- Produção de releases, notas e conteúdos para campanhas institucionais sobre as atividades do hospital, pautas médicas, serviços sobre prevenção, diagnóstico precoce ou datas comemorativas
- Contato com veículos de imprensa e agendamento de entrevistas
- Acompanhamento de entrevistas e gravações
- Clipping
- Análise de resultados, levantamento de indicadores e elaboração de relatórios
- Administração e monitoramento do site Icesp e das redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e Canal do Youtube).
- Elaboração de planejamento de Comunicação Interna
- Levantamento de pautas, elaboração de textos e diagramação de jornal Semanal Icesp (circulação interna para cerca de 5 mil colaboradores)
- Levantamento de pautas, elaboração de textos e diagramação de “Boletim Entre Médicos” (boletim mensal direcionado ao corpo clínico)
- Abastecimento de notícias na Intranet
- Disparo diário via e-mail de comunicados institucionais sobre atividades internas da Instituição
- Produção de artes: média mensal de 220 artes que podem ser layout de campanhas (Outubro Rosa, Novembro Azul, comunicados, banners, cartazes, adesivos, wallpaper, folhetos, manuais, cartilhas ou ícones de desktop).

### **Fundação Butantan (Instituto Butantan)**

O trabalho estratégico da VFR Comunicação vem fortalecendo a imagem do Instituto Butantan como o maior produtor de vacinas do país. O projeto da VFR contempla a Comunicação Integrada da Instituição, o que inclui a comunicação interna para 2 mil funcionários, o sólido relacionamento com a imprensa nacional e a gestão sobre páginas institucionais extremamente dinâmicas e interativas nas mídias sociais.

Em média, são produzidos mensalmente três press releases (textos que servem como sugestão de pauta para a imprensa), mas também é disponibilizado atendimento rápido e eficaz 24h às solicitações feitas espontaneamente por jornalistas. O resultado disso é que o instituto tem sido citado em média por 150 matérias jornalísticas por mês. Em dezembro do ano passado, por exemplo, 21 veículos de imprensa estiveram presentes no anúncio de um acordo entre o Butantan e a farmacêutica MSD para a continuidade do projeto de uma vacina inédita contra a dengue que está na fase de testes.

Nas mídias sociais, o instituto também reforça sua imagem e confiabilidade junto ao público, alimentando diariamente suas páginas no Twitter (10 mil seguidores), no Instagram (40 mil seguidores) e no Facebook (62 mil seguidores) com conteúdo absolutamente confiável, desenvolvido e revisado por jornalistas profissionais, com o suporte de especialistas. O canal no Youtube também tem ganhado força, especialmente, após o projeto de produção de conteúdo em vídeo implantado pelo Butantan em junho do ano passado. De lá para cá, cerca de 50 vídeos institucionais já foram produzidos e disponibilizados com uma linguagem didática e imagens de alta definição.

Importante destacar que a comunicação integrada do Butantan também supervisiona e produz informes internos, participa da organização dos eventos, além de produzir um grande volume de notícias institucionais para alimentar diariamente a intranet e para produzir o boletim virtual Butantan Notícias, disponibilizado todas as terças-feiras. Tudo para dar real visibilidade às áreas, valorizar o trabalho dos colaboradores e envolvê-los nos projetos e causas do Butantan.

### **Necton Investimentos**

Fruto da fusão entre as corretoras Spinelli e Concórdia, que estão entre as mais tradicionais do mercado, a Necton possui escritórios na capital paulista, no Rio de Janeiro e em Santa Catarina, além de 13 escritórios parceiros distribuídos por todo o Brasil. Com patrimônio líquido de R\$ 33,4 milhões, atende mais de 40 mil clientes com recursos sob gestão na ordem de R\$ 14 bilhões.

A empresa atende a clientes pessoa física e institucionais, com produtos nos segmentos de renda variável, renda fixa, fundos multimercados, fundos imobiliários e Tesouro Direto, além de COEs, CDBs e LCIs e LCAs de bancos de menor porte, entre outros produtos.

Handwritten signatures in red and blue ink, and the number '36' written in blue ink at the bottom right of the page.



A VFR assumiu a assessoria de imprensa da Necton em novembro de 2019 e vem obtendo para empresa, em média, 100 inserções semanais em veículos de comunicação, incluindo os especializados em finanças mas também a grande imprensa, como jornais Valor Econômico, Folha de S. Paulo, O Globo, TV Globo, Globonews e outros.

### **SPDM – Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina**

Fundada em 1933, a Associação Paulista para o Desenvolvimento da Medicina (SPDM) é uma das maiores entidades filantrópicas de saúde do Brasil, atuante em sete estados brasileiros, com aproximadamente 46 mil funcionários e com a vocação de contribuir para a melhoria dos serviços médicos prestados à população. Gerencia unidades hospitalares e ambulatoriais construídas e equipadas por governos estaduais e municipais, tendo como objetivo levar o que há de mais avançado em conhecimento médico à população.

Desde março de 2014, a VFR Comunicação presta serviços de assessoria de imprensa para a instituição. Dentre as tarefas realizadas estão:

- Levantamento contínuo de pautas.
- Produção de materiais de divulgação, releases e matérias especiais.
- Notas exclusivas e artigos.
- Atendimento à imprensa, incluindo o aprimoramento de relações com os veículos de comunicação.
- Monitoramento de reportagens e identificação de oportunidades.
- *Media training* e apoio aos porta-vozes.
- Gestão de crise.
- Criação de estratégias de comunicação.

O trabalho desenvolvido pela VFR promoveu profundas mudanças no dia a dia da SPDM, principalmente em relação à assessoria de imprensa e, posteriormente, mídias digitais. Desde a ampliação da estrutura de comunicação até o relacionamento com a imprensa e gerenciamento de crises. Além de fomentar a credibilidade da organização junto ao público interno e externo,

a VFR passou a antecipar riscos potenciais de crises e trabalhar a imagem de excelência do cliente.

Era possível notar, pela análise da *clipagem* diária, a ausência de reportagens positivas sobre a instituição. As citações referiam-se apenas às crises pontuais relacionadas à entidade. Essa situação se inverteu gradativamente com o trabalho implantado pela VFR, por meio da produção de divulgações das ações positivas da Associação para os principais veículos de comunicação do país.

Em 2018, podemos citar como exemplo uma grande reportagem do jornal Folha de São Paulo sobre o modelo de Organizações Sociais de Saúde, que contou com a SPDM como modelo de gestão positiva, citando o Hospital de Transplantes Euryclides de Jesus Zerbini (HTEJZ) (confira o link: <https://bit.ly/2LWUzPB>). Outro destaque foi a participação de profissionais da entidade em uma pauta sobre saúde masculina do maior telejornal do país, o Jornal Nacional, no Centro de Saúde do Homem do HTEJZ (<https://glo.bo/2Mznblf>). Além disso, outro exemplo do trabalho realizado pela VFR reside na participação do Laboratório de Reprodução Humana do Hospital São Paulo na série especial “Fertilidade, um projeto de vida” do Fantástico, com entrevistas do Dr. Renato Fraietta, além do acompanhamento de dois casais atendidos na unidade (<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/08/05/fertilidade-um-projeto-de-vida.ghtml>).

Desta forma, com estes e os demais materiais elaborados pela SPDM sendo publicados em importantes veículos (como TV Globo, SBT, Record, Folha de São Paulo, UOL e G1), desde 2014, a marca SPDM chegou a:

- Aproximadamente **12 MILHÕES de domicílios** em matérias veiculadas na TV – **39 MILHÕES** de pessoas.
- Mais de **4,5 MILHÕES de exemplares** de jornais impressos – **18 MILHÕES** de pessoas
- Cerca de **900 MIL ouvintes** de rádio.
- Mais de **450 MILHÕES de page views** nos mais diversos sites.

### **Hospital de Transplantes / Centro de Referência em Saúde do Homem**

O Hospital de Transplantes do Estado “Euryclides de Jesus Zerbini” é o primeiro centro público de saúde, ligado ao governo paulista, especializado em transplantes de múltiplos órgãos e tecidos e cirurgias de alta complexidade. A instituição, inaugurada em 2010, também é referência nacional em neurocirurgia, com destaque para a utilização de métodos minimamente invasivos nos tratamentos de Mal de Parkinson e epilepsia. Mensalmente, os atendimentos no Hospital de Transplantes chegam a 10 mil consultas ambulatoriais e 700 procedimentos cirúrgicos.

Já o Centro de Referência da Saúde do Homem, inaugurado em 2008, é atualmente o maior serviço público especializado em urologia da América Latina. Conhecido como “Hospital do Homem”, é o único em toda rede SUS a utilizar equipamentos de laser e endoscópicos para realizar cirurgias renais e da próstata. O constante investimento em tecnologia permite que sete em cada 10 procedimentos realizados sejam minimamente invasivos.

O Hospital de Transplantes do Estado, bem como o Centro de Referência da Saúde do Homem, que compartilham mesmo espaço físico no antigo Hospital Brigadeiro é cliente da VFR Serviços de Comunicação desde 2010. A equipe é responsável pelas estratégias de assessoria de comunicação e, desde o início, trabalha para consolidar o posicionamento da instituição por meio de ações de relacionamento com a imprensa e formadores de opinião. O serviço de urologia da instituição (Hospital do Homem) e seus especialistas, por exemplo, firmaram-se como principais fontes para reportagens sobre saúde masculina e prevenção, publicadas na grande imprensa e veículos regionais, e responde pela maior parte das demandas espontâneas. A opinião do público interno tem grande influência nas perspectivas dos clientes externos (pacientes) e, por isso, as estratégias de comunicação interna visam valorizar o capital humano, envolvendo os funcionários com os valores da instituição. A VFR também é responsável por esta parte, que inclui a produção de arte e conteúdo para a elaboração de campanhas diversas, boletins informativos mensais como newsletter, jornal institucional e a intranet, além das iniciativas de relacionamento com o público externo por meio de material gráfico (folders e informativos) e mídia social (Facebook).



39



### **Ibross (Instituto Brasileiro das Organizações de Saúde)**

Fundado em abril de 2015, o Instituto Brasileiro das Organizações Sociais de Saúde (Ibross) é a primeira entidade a representar as organizações sociais de saúde (OSS) no Brasil. O instituto promove o modelo de administração de equipamentos de saúde por meio de OSS, através de parcerias firmadas entre as instituições e as secretarias estaduais e municipais de saúde.

Atualmente, são associadas ao Ibross 21 instituições filantrópicas que atuam em São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Ceará. Juntas, elas gerenciam mais de 800 equipamentos de saúde e empregam 95 mil pessoas. Essas unidades contam com mais de 15 mil leitos e realizam, em um período de um ano, cerca de 700 mil internações e mais de 750 mil cirurgias. Também são responsáveis por mais de 40 milhões de consultas, quase 50 milhões de exames e chegam a registrar aproximadamente 10 milhões de atendimentos de urgência e emergência.

A VFR desempenha, desde 2016, o trabalho de assessoria de imprensa da instituição, bem como atividades de comunicação digital, para fortalecer e evidenciar nacionalmente a atuação do Ibross no desenvolvimento, aperfeiçoamento e evolução do modelo de gestão por OSS.

Para ampliar o acesso da sociedade a informações e esclarecimentos sobre o modelo de gestão, a VFR dedica-se à divulgação das atividades do Ibross, das boas práticas na Saúde por meio de parcerias público-privada, de estudos que demonstram resultados da administração por OSS e de eventos voltados para o debate do tema.

São produzidos releases, artigos e notas de posicionamento do Ibross direcionados à imprensa, além de alinhamento de entrevistas com porta-vozes da instituição com os veículos. A assessoria faz a elaboração dos textos, monitoramento de mídias e clippings, disparos de conteúdos e follow-up. Para potencializar os resultados na imprensa de todo o país, a equipe elabora mailings personalizados e mantém estratégias para estreitar o relacionamento com os jornalistas.

Artigos e cartas assinados pelo presidente do Ibross foram publicados nos jornais Folha de São Paulo, O Globo, O Imparcial, Diário do Grande ABC, O Povo, entre outros. Os eventos que a entidade realiza anualmente para promover a discussão sobre modelo de gestão já foram divulgados por veículos de grande repercussão, como o Estadão, Valor Econômico, Correio Braziliense, TV Record e rádios CBN, Jovem Pan e BandNews.



Em 2018, o Ibross ganhou amplo espaço em uma matéria da jornalista Claudia Collucci sobre Organizações Sociais, no jornal Folha de São Paulo. Com entrevista do presidente da instituição, Renilson Rehem, o texto destacou os 20 anos das OSs e a iniciativa do Ibross de conceder selo de acreditação às organizações que cumprem normas de segurança e de qualidade. No mesmo veículo e ano, outras ações do Ibross receberam três publicações na coluna Mercado Aberto, em janeiro, maio e dezembro.

Recentemente, em outubro de 2019, o Ibross protocolou uma petição pedindo esclarecimentos ao INSS sobre o afastamento aplicado às gestantes e lactantes em locais de trabalho insalubre. A iniciativa do Ibross foi divulgada na coluna da Mônica Bergamo, da Folha de São Paulo, nos jornais Agora São Paulo, Todo Dia, Diário Indústria&Comércio e outros veículos regionais.

No campo da comunicação digital, a equipe da VFr é responsável pela cobertura de eventos do Ibross e pelo gerenciamento e abastecimento de todos os conteúdos do site, canal do Youtube, Facebook, Instagram e Twitter do Ibross. Além de evidenciar a importância do Sistema Único de Saúde (SUS) e da assistência de qualidade à população, a assessoria também oferece apoio na divulgação das atividades de todos os associados do instituto.

### **Duosystem Inteligência em Saúde**

Fundada em 2006, a Duosystem é uma empresa de tecnologia, especializada em inteligência e inovação em saúde. Com protagonismo e eficiência, oferece soluções de acesso e gestão para clientes públicos ou privados, tendo como foco principal, o paciente.

Atualmente, as centrais de vagas do SUS dos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul e Goiás são algumas das unidades que já utilizam a plataforma tecnológica da Duosystem, para otimizar o processo de regulação. A empresa contabiliza mais de 130 milhões de acessos na intermediação de consultas, exames, internações e regulações de urgência.

A companhia também desenvolveu um aplicativo móvel inédito para agendar a retirada de medicamentos no estado de São Paulo e está expandindo sua atuação de forma contínua para novos estados e municípios brasileiros, além de outros países.

Desde maio de 2018, a VFR é responsável por todo o planejamento de comunicação da Duosystem, além atuar em um trabalho de assessoria de imprensa que identifica, junto ao

cliente, assuntos de relevância e que podem ser transformados em notícia ou divulgados por meio de marketing digital.

Por isso, é fundamental um trabalho de comunicação personalizado, com um estreito contato entre a empresa e a assessoria de comunicação e que permita agilidade na transmissão de informações do emissor para o receptor final.

Desta forma, a estratégia de comunicação relativa à Duosystem baseia-se principalmente, na proatividade em relação às demandas positivas, que irão reforçar a instituição uma referência em seu meio de atuação. Igualmente essencial é trabalhar a comunicação de forma alinhada com seu posicionamento e público-alvo, para que os atributos e vantagens oferecidos pela companhia sejam evidenciados, percebidos e valorizados pelo mercado.

O trabalho da VFR possui como finalidade, abrir espaços noticiosos para a Duosystem junto aos meios de comunicação da capital paulista e demais capitais do país, incluindo a grande mídia e veículos segmentados. Para isso, realizamos o levantamento de informações relevantes e positivas relacionadas às atividades da empresa, elaboramos e divulgamos releases e notas junto aos veículos noticiosos, com foco no público-alvo, além de promover a atualização contínua de mailing de imprensa e trabalho intensivo de contato com jornalistas de diversas emissoras para oferecer sugestões de pauta sobre os assuntos ligados à área de atuação da Duosystem.

Nos últimos anos, podemos destacar ao menos três casos de enorme relevância para a imprensa em relação à Duosystem: Especialmente no mês de setembro de 2019, cabe destacar a estratégia de divulgação do lançamento do “Remédio Agora”, aplicativo inédito desenvolvido com a tecnologia da Duosystem e destinado à utilização do Governo do Estado de São Paulo. Para isso, a VFR elaborou um planejamento estratégico de divulgação e realizou uma interface intensa junto à área de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde (SES) de SP, com o objetivo de explorar ao máximo, o trabalho da assessoria de imprensa. Foram levantados junto à área de Operações e Tecnologia da Duosystem, dados sobre as funcionalidades e benefícios do aplicativo. A equipe da VFR acompanhou as diversas fases de implantação do app, que ocorreu inicialmente na farmácia instalada no AME (Ambulatório Médico de Especialidades) Maria Zélia. Para garantir maior visibilidade à empresa, também foi explorada uma citação do presidente da Duosystem, no texto de divulgação, destacando a contribuição da companhia no



desenvolvimento de soluções de tecnologia inovadoras para o fortalecimento da saúde pública em SP. A equipe da VFR forneceu todas as informações acima levantadas ao Departamento de Comunicação da SES, para a devida divulgação. O assunto obteve repercussão positiva em toda a imprensa (Portal G1, R7 e outros) e inclusive, sendo mencionada no release distribuído pela Secretaria Especial de Comunicação do Governo.

Além disso, no início do ano de 2019, também foi elaborado um artigo sobre os avanços na regulação do SUS, assinado pelo presidente da empresa. Para isso, a VFR entrou em contato direto com veículos de comunicação, com o objetivo de gerar visibilidade positiva à companhia e ao porta-voz. O artigo foi veiculado nos jornais Voz do Vale, Tribuna de Ribeirão Preto, Diário do Grande ABC, entre outros. No ano de 2018, a Duosystem também foi pauta de notícias positivas na mídia, com o desenvolvimento de solução de tecnologia para auxiliar o processo de regulação e operacionalização do Complexo Regulador do estado de Goiás. A VFR foi responsável por intermediar entrevistas junto ao porta-voz da empresa e atendimento aos jornalistas da região.

Em sua rotina diária de trabalho para a Duosystem, a VFR ainda presta serviços relacionados à área de Marketing Digital, com o objetivo de criar visibilidade e relevância para a companhia na Internet e mídias digitais. Para isso, reformulamos todo o conteúdo do website da Duosystem e elaboramos um novo posicionamento digital da companhia, por meio da criação de perfis no Facebook, Twitter e LinkedIn. Somos responsáveis pela produção de conteúdo especializado para os perfis, com a criação de artes, fotos, gráficos, infográficos e vídeos, além da implantação de técnicas de SEO (Search Engine Optimization) no site, visando o aumento de acessos, melhor posicionamento orgânico e a implantação de ferramentas de análise de dados no site para a produção de estratégias de divulgação.

Também faz parte das atividades da VFR a execução de ações relacionadas à comunicação institucional da Duosystem. A equipe é responsável por produzir conteúdos editoriais, como folders e catálogos para apresentação da empresa em feiras de saúde e tecnologia. Vale ressaltar que no último ano, a VFR elaborou materiais informativos, como folders, apresentações e vídeos institucionais para que a Duosystem participasse de dois eventos internacionais de Saúde, o Brazil America Summit e a II Conferência Internacional de Saúde Brasil – Portugal e



Comunidade Lusófona. Tais ações visam a ampliação da Duosystem em eventos do setor, colocando-se como a maior referência no segmento.

Na outra ponta, podemos destacar o trabalho da VFR nas ações de comunicação interna da empresa. A equipe produz diariamente pautas para divulgação aos colaboradores da Duosystem, trabalhando com o apoio de ferramentas, como o Jornal Mural, Intranet, além da produção de comunicados internos. É trabalho da área de comunicação, prestar suporte em reuniões estratégicas da companhia, auxiliando especialmente, em ações de marketing voltadas ao novo plano de negócios da Duosystem.

Todas as estratégias de comunicação prestadas pela VFR são analisadas e monitoradas continuamente através da geração de relatórios de produtividade e prestação de contas.

  
  
44