

LOURES

ENVELOPE Nº 1 - PROPOSTA TÉCNICA - A
CONCORRÊNCIA nº 09/2021
UNIDADE DE COMUNICAÇÃO
SECRETARIA ESPECIAL DE RELAÇÕES
INTERNACIONAIS
LOURES MIDIA LTDA
CNPJ: 28.022.286/0001-25

Adio

QUESITO 1: PROPOSTA PARA O TEMA DO EXERCÍCIO CRIATIVO

SUBQUESITO 1 – Raciocínio Básico

O estado de São Paulo é, historicamente, aberto para o mundo. Seus 44 milhões de habitantes têm origens em 150 países¹. Sua capital, São Paulo, é a maior cidade da América do Sul, uma das maiores do mundo². Dados demográficos e financeiros mostram o Estado como o coração econômico da América Latina.

O porto de Santos é o maior entre todos os latino-americanos – e está crescendo. No primeiro semestre de 2021 atingiu movimentação de 2,4 milhões TEUs (unidade de medida de um contêiner de 20 pés), 18,5% acima do primeiro semestre de 2020, alcançando um recorde absoluto³. Além da capital, que lidera o ranking do Produto Interno Bruto (PIB) no Brasil⁴, concentrando 10,3% do total, Osasco está na sétima colocação (1,1%) e Campinas empata em nono lugar com Fortaleza, com 0,9%⁵.

Mas não para por aí. O estado conta ainda com a produção canavieira de Ribeirão Preto, a laranja em Araraquara, e com as semijoias de Limeira. A indústria aeronáutica de São José dos Campos. Guarulhos e seu maior aeroporto da América Latina, interligando 34 países, todas as capitais e as principais cidades brasileiras⁶. Campinas e o aeroporto de Viracopos, o maior de carga importada no país, que bateu seu recorde mensal de movimentação em outubro de 2021, com 27.886 toneladas⁷. A USP, a Unesp e a Unicamp, sempre como destaques nos rankings das melhores universidades nacionais. É também no território paulista que estão dezenove das vinte melhores rodovias do Brasil⁸.

Todas essas características impulsionam São Paulo. Em um cenário difícil para a economia mundial, que recuou 3,5% em meio à pandemia da Covid-19, o PIB do Estado expandiu 0,4% em 2020; no Brasil, a retração foi ainda maior que a média global, atingindo 4,1%⁹. São Paulo avançou em um cenário mundial e brasileiro de retração porque adotou medidas certas. O Estado foi pioneiro em desenvolver e aplicar a vacina contra a Covid-19

¹ São Paulo no cenário global: <http://www.relacoesinternacionais.sp.gov.br/Relinternacionais.aspx#gsc.tab=0>

² Maiores cidades da América do Sul em 2021 - <https://www.carpemundi.com.br/maiores-cidades-da-america-do-sul>

³ Contêiner eleva movimento de cargas e Porto de Santos supera recordes em junho e no semestre: <https://bit.ly/3z5QYYj>

⁴ Cidade de São Paulo respondeu por 10,3% do PIB do país em 2019, diz IBGE <https://glo.bo/3z49RuX>

⁵ PIB de São Paulo cresce e se destaca em meio à queda da economia nacional e mundial: <https://bit.ly/3sAUUPL>

⁶ Terminal de Cargas – GRU Cargas: <http://www.grucargo.com.br/terminal-de-cargas.aspx>

⁷ Viracopos registra recorde de movimentação de carga no mês de outubro: <https://bit.ly/3qyb3mi>

⁸ São Paulo é o 21º colocado no ranking das maiores economias do mundo: <https://bit.ly/hEHC9I4>

⁹ PIB de São Paulo cresce e se destaca em meio à queda da economia nacional e mundial: <https://bit.ly/3pyQabx>

e cerca de 80% da população está com o esquema vacinal completo. A estratégia do Governo no combate à doença proporcionou um ambiente mais seguro para investimentos no Estado¹⁰.

São números e ações positivas, sem dúvida. Porém, há sempre o desafio de traduzir a força paulista em ainda mais crescimento. “São Paulo não pode parar”, entoou o Trio da Amizade na célebre canção lançada na década de 1950. Não pode parar porque é preciso que a população, crescente ao longo dos anos, produza e tenha emprego. Não há programa social mais efetivo do que a geração de empregos para trazer autonomia às pessoas e desenvolvimento à sociedade.

Atrair investimentos internacionais para São Paulo não é tarefa simples, já que o estado está em um país que historicamente sofre de precariedade na infraestrutura e instabilidade na economia. Por exemplo: estudo apresentado à Confederação Nacional da Indústria (CNI) aponta que somente 12% das rodovias brasileiras são pavimentadas, sendo que 60% das vias asfaltadas são regulares, ruins ou péssimas. Na Alemanha 100% das rodovias são pavimentadas; na Rússia, 85%; China 81%, Japão, 78%; e EUA, 65%. Diante desse quadro, no último estudo de competitividade do Fórum Econômico Mundial, o Brasil apareceu em 116º no ranking de infraestrutura rodoviária, entre 141 países analisados¹¹.

Para reforçar o potencial de internacionalização do estado, atraindo investimentos do exterior, o Governo de São Paulo recriou em janeiro de 2019 a Secretaria de Relações Internacionais (originalmente lançada em 1991, mas rebaixada em status ao longo dos anos)¹². Com uma atuação transversal, envolvendo diversos outros órgãos públicos, a Secretaria contribui para o crescimento econômico estadual e nacional.

Apoiado pela Secretaria, o Governo do Estado tem promovido ações e participado de eventos internacionais, como a Expo Dubai, considerada a maior exposição do mundo. Para esse evento, o Governo organizou a “Missão Dubai”, que, além de integrantes do governo, reuniu 42 empresários em viagem aos Emirados Árabes. Foram fechados quatro acordos de cooperação e garantidos US\$ 1,1 bilhão em investimentos no Estado, além de terem sido combinadas 12 visitas técnicas e a retomada dos voos na rota Dubai - São Paulo¹³. São Paulo foi ainda anfitrião da SP Expo Week durante a Expo Dubai, com apresentações artísticas,

¹⁰ Governo de SP prorroga obrigatoriedade de máscaras até 31 de janeiro de 2022: <https://bit.ly/3Jo9Neb>

¹¹ Estudo sobre transporte de cargas aponta gargalos de infraestrutura no Brasil: <https://bit.ly/3mD0TzO>

¹² Institucional – Secretaria de Estado de Relações Internacionais:
<http://www.relacoesinternacionais.sp.gov.br/institucional.aspx#gsc.tab=0>

¹³ Dor comemora resultados na Expo Dubai; US\$ 1,1 bi em investimentos: <https://bit.ly/3pxMxCs>

culturais e esportivas mostrando como tradição e modernidade unem-se no estado, que está aberto para negócios¹⁴.

É igualmente digno de destaque o papel da InvestSP, a agência de apoio a investimentos do Governo do Estado, que gere quatro escritórios internacionais, em Nova York (Estados Unidos), Xangai (China), Dubai (Emirados Árabes Unidos) e Munique (Alemanha). A abertura desses escritórios, que hoje cobrem praticamente o planeta todo, tem fornecido um importante apoio à internacionalização das empresas do estado. “A principal missão será atrair novos investimentos para São Paulo, utilizando parcerias locais e conectando empresas do nosso estado às cadeias econômicas americanas”, afirmou o governador de São Paulo, João Doria, ao inaugurar o mais recente escritório, em Nova York¹⁵.

Uma das diretrizes do novo escritório é trabalhar na atração de investimentos de economia verde para São Paulo. O foco em projetos desse setor é uma resposta às mudanças em andamento no mundo, assim como a adesão do estado à campanha da Organização das Nações Unidas (ONU) para reduzir emissões de poluentes e mitigar efeitos das mudanças climáticas. São Paulo se juntou a mais de 700 cidades, 30 regiões e 120 países que aderiram à campanha Race to Zero¹⁶.

A cultura, outra ferramenta para desenvolvimento econômico, também está na pauta do Governo. Entre outras ações, a Secretaria de Cultura e Economia Criativa e a Secretaria de Relações Internacionais lançaram, em dezembro de 2021, a Segunda Mostra Internacional de Cinema Virtual¹⁷.

Com todas essas iniciativas em curso, é preciso não apenas posicionar São Paulo como o lugar ideal para investimentos das mais diversas naturezas, mas também atingir os diversos *stakeholders* – empresariado, indústrias, missões e imprensa internacionais, governos federais e estaduais de outros países – que participam desse processo de decisão, gerando uma conexão e um interesse cada vez mais forte entre todos que buscam aterrissar seus negócios no Brasil. São Paulo deve ser encarada como a porta de entrada para os investimentos no país. Com posicionamento, diálogo e articulação, a Secretaria de Relações Internacionais pode, por meio de sua Comunicação, ser a ponte entre o território paulista e o mundo.

¹⁴ São Paulo terá semana de destaque na Expo Dubai: <https://bit.ly/3z91BKc>

¹⁵ Governo de SP inaugura escritório comercial da InvestSP em NY: <https://bit.ly/3EDepJI>

¹⁶ SP assume compromisso com a ONU de zerar emissão de poluentes até 2050: <https://bit.ly/3Ew1KIX>

¹⁷ Segunda Mostra Internacional de Cinema Virtual tem 45 filmes de 25 países; exibição é online e gratuita: <https://glo.bo/3FCoOXo>

SUBQUESTO 2 – Plano de Ação: Estratégia de relacionamento com a mídia

“A imagem do Brasil no exterior é a pior da história”: Marcello Brito, presidente da Abag (Associação Brasileira do Agronegócio) em reportagem do UOL.¹⁸ “A derrocada na imagem (do Brasil) a partir de 2019 é a mais significativamente negativa já registrada pelo Nation Brands Index (estudo que mede a percepção das pessoas sobre os países em áreas como governança, exportação, cultura e população)”: Simon Anholt, professor de Ciência Política da Universidade de East Anglia, no Reino Unido, à BBC.¹⁹ “A imagem do Brasil no exterior é a pior possível”: Alberto do Amaral, professor do Departamento de Direito Internacional da USP, ao Jornal da USP.²⁰

As três declarações resumem como está a imagem brasileira no exterior. São de diferentes tipos de veículos, que atingem públicos distintos: o maior portal de notícias do Brasil (UOL), um dos mais respeitados e abrangentes veículos de comunicação do mundo (BBC) e um jornal/site segmentado (Jornal da USP). As afirmações e reportagens mostram como rotineiramente a imagem brasileira no exterior é tida como ruim ou péssima. E são ratificadas por pesquisas como a da consultoria Curado & Associados, que em 2020 analisou as publicações de sete veículos internacionais de diferentes linhas editoriais, mostrando que a percepção negativa do país piorou em 2020 com a chegada da pandemia do Novo Coronavírus e as ações do Governo Federal²¹. O tema da pandemia foi responsável por 68% do total da cobertura negativa no segundo trimestre daquele ano, seguido pela cobertura da demissão do ex-ministro de Justiça Sergio Moro (10%) e da perda de natureza da Amazônia (8%). O estudo mostra que a cobertura da gestão federal da Covid-19 pela imprensa internacional cresceu 146% no segundo trimestre – e o viés prioritário foi de crítica.

A partir desse cenário, São Paulo precisa se diferenciar do Brasil no relacionamento com a mídia internacional.

¹⁸ 'Imagem do Brasil no exterior é a pior da história', diz presidente da Abag:

<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/09/01/presidente-abag-imagem-brasil-exterior.htm>

¹⁹ Como Copa, Olimpíada e Bolsonaro implodiram imagem do Brasil no exterior:

<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57972980>

²⁰ “Imagem do Brasil no exterior é a pior possível”: <https://jornal.usp.br/radio-usp/imagem-do-brasil-no-exterior-e-a-pior-possivel/>

²¹ Imagem do Brasil derrete no exterior e salienta “crise ética e de falência de gestão” com Bolsonaro:

<https://bit.ly/3F8LcGP>

Conforme a Análise de Mídia realizada pela Loures para este certame, as ações do Governo do Estado já trabalham neste sentido. O período avaliado – de abril a junho de 2021, conforme o especificado no edital desta concorrência, aponta claramente que enquanto o Brasil brigava com países estrangeiros, especialmente a China, São Paulo construía boa relação. Enquanto o Consulado Chinês reforçava parceria com o Estado, o Governo Federal entrou em conflito com o país asiático por piadas. Outro exemplo: São Paulo pediu à União Europeia a aprovação da Coronavac, produzida em seu território pelo Instituto Butantan, ligado à Secretaria de Estado da Saúde, para ingresso nos países europeus.

Para precisão no diagnóstico, tal situação de Brasil *versus* São Paulo precisa ser comparada a outras cidades e estados mundo afora. Um extenso trabalho de *benchmarking* realizado para este plano mostra que há cases de sucesso a serem seguidos. Hong Kong é um deles. Hoje parte da China, a ex-colônia britânica encanta por sua localização geográfica, por ter o maior porto de entrada no país e por ter uma economia capitalista diferente em relação à economia chinesa. É claro que o interesse de investimento na China auxilia, mas Hong Kong concorre com Xangai e outras tantas cidades e estados chineses e tem vencido no aporte de investimento estrangeiro. Como São Paulo, o Reino Unido tem investido na criação de escritórios de investimento estrangeiro, procurando se diferenciar em relação aos demais países europeus, especialmente depois da saída do país da União Europeia. Nos Estados Unidos, o Texas tem se diferenciado, demonstrando internacionalmente opções como o aeroporto de Dallas/Fort Worth, um dos maiores do mundo, estrategicamente posicionado no centro do país, conectando costa leste e oeste, bem como países da América do Sul e Canadá, com intenso movimento de carga e passageiros.

Tanto a Análise de Mídia quanto o *benchmarking* apontam que, a partir de estratégias direcionadas a diferentes públicos-alvo (que serão detalhados adiante), o Governo do Estado de São Paulo tem totais condições de, com sucesso, **evidenciar o desenvolvimento econômico e social de São Paulo e demonstrar como o Estado está preparado e avança continuamente para receber mais investimentos estrangeiros.**

Com dois eixos principais de trabalho - **nacional e internacional** -, a Loures propõe que todo o trabalho desenvolvido siga o mote “**SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO**”. A frase remete à importância do Estado, mostra ao público estrangeiro que São Paulo tem tamanho e desenvolvimento de um país, mas que ao mesmo tempo é orgulhoso de ser brasileiro, de fazer parte e apoiar o Brasil.

Será colocada em prática uma estratégia certa para, mais do que divulgar as ações da Secretaria de Relações Internacionais, anunciar as principais ações, projetos, dados e números deste Estado que tem porte de nação – a 22ª economia do mundo se fosse um país²². Áreas como educação, saúde, segurança pública, tecnologia, logística e transportes terão seus grandes projetos e números direcionados à mídia de maneira consistente e rotineira, em diferentes partes do mundo.

O Estado de São Paulo irá marcar seus diferenciais sobre outras localidades do Brasil, do continente e do planeta. Exemplo disso é demonstrar que, com um território do tamanho do Reino Unido e uma população de 44 milhões de pessoas, maior que a da Austrália (24 milhões de habitantes) e do Canadá (36 milhões de habitantes), São Paulo abriga o maior mercado consumidor do Brasil (e seus 216 milhões de habitantes) devido ao nível socioeconômico da população. Mais: que abriga o maior porto da América Latina, em Santos; que é um dos mais importantes focos de desenvolvimento do hemisfério sul da Terra, já que sua área de influência ultrapassa, em muito, seus limites territoriais; e que, de acordo com o Índice de Potencial de Consumo (IPC Marketing), sua população concentrou, em 2020, R\$ 1,18 trilhão em potencial de consumo²³.

E não para por aí. São Paulo é um país brasileiro porque tem *cases* de sucesso de empresas que surgiram ou investiram no Estado e hoje colhem frutos ao redor do mundo – e, assim, podem ser vistas como referência para outros investidores.

O Nubank, *startup* pioneira no segmento de serviços financeiros, é um exemplo. Foi recentemente avaliada em US\$ 41 bilhões ao abrir seu IPO (oferta pública inicial de ações) na Bolsa de Valores de Nova York, e pouco tempo depois chegou a US\$ 54,6 bilhões, tornando-se o mais valioso banco da América Latina. É um *case* de empresa paulista, nascida e com sede em São Paulo, que pode ser demonstrado ao planeta. Jason Wilk, CEO e fundador da *fintech* Dave, dos Estados Unidos, já declarou que a empresa é vista como um dos casos de sucesso mais interessantes entre competidores²⁴.

²² São Paulo, conectando o Brasil ao mundo: <https://www.global.sp.gov.br/>

²³ InvesteSP – mercado consumidor: <https://www.investe.sp.gov.br/por-que-sp/mercado-consumidor/>

²⁴ Fintech Dave vê Nubank como inspiração na briga com bancos dos EUA: <https://bit.ly/3qXeWBr>

Eixo Nacional

O eixo nacional reúne as ações que serão realizadas com a mídia brasileira. “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO” servirá como base para relacionamento com jornalistas estrangeiros no país, com empresários, membros do Governo do Estado, e demais *stakeholders* da Secretaria de Relações Internacionais no país.

É imprescindível a construção de um relacionamento entre o Governo do Estado e as companhias de sucesso – como o citado Nubank – que façam parte da estratégia – para, então, partir para o próximo eixo, a divulgação internacional.

Por meio da ACIE (Associação dos Correspondentes de Imprensa Estrangeira no Brasil) e da ACE (Associação dos Correspondentes Estrangeiros de São Paulo), ou diretamente com os jornalistas estrangeiros no país, serão sugeridos encontros de relacionamento, entrevistas do secretário de Relações Internacionais e de demais porta-vozes do Governo do Estado (secretários de Estado e Governador, especialmente) e produção de pautas especiais. Além disso, e tão importante quanto, também haverá sugestões de encontros dos jornalistas com empresários que investem em São Paulo e são sucesso mundial.

Para dentro do Governo do Estado, a licitante também irá agir em consonância com as ações que integram o Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (Sicom), com o objetivo de integrar as áreas de outros órgãos do Governo em busca de exposição e bom relacionamento internacional. A soma das estruturas irá incrementar o resultado para fora do Brasil. As áreas de Comunicação das demais Pastas e órgãos poderão cavar espaços ou receber pedidos internacionais. Essencial que sigam o mote “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO”. Serão compartilhados conteúdos com as Secretarias, assim como serão convidados jornalistas estrangeiros para coletivas de imprensa e demais eventos do Governo do Estado, potencializando resultados.

Eixo internacional

No eixo internacional, o mesmo mote – “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO” – irá atingir os *stakeholders* de fora do Brasil, principalmente jornalistas. Serão elaborados materiais com os diferenciais de São Paulo em, no mínimo, três idiomas (português, inglês, espanhol e, se necessário, o idioma local da divulgação). Haverá acompanhamento das missões internacionais e participações em feiras, levantamento dos principais eventos de negócios do

mundo (por exemplo, NFR, varejo; CES, tecnologia; Hannover Fair, indústria; entre outras), envio de material para organizações de investimentos estrangeiros, convite a jornalistas locais para vistas a estandes de São Paulo fora do Brasil, intermediação de entrevistas com o governador e/ou secretários e porta-vozes e, por fim, criação e treinamento de um elenco de porta-vozes fluentes nas línguas locais destes eventos.

Como o Governo do Estado de São Paulo já dispõe de escritórios de representação fora do Brasil, conforme demonstrado no Raciocínio Básico, será produzido um levantamento dos principais jornalistas destas cidades/países para aproximação com eles, impulsionando a realização de encontros e de convites para visitas ao Estado, com entrevistas de porta-vozes do Governo e empresários de sucesso. Aqui são especialmente importantes os jornalistas de economia, mas também precisarão ser acionados os que cobrem outras áreas, como educação e saúde. São Paulo é exemplo na vacinação contra Covid-19, por exemplo, e isso pode ser exposto internacionalmente.

Um ponto relevante: a gestão de possíveis crises também será tema do trabalho, antecipando cenários, capacitando porta-vozes e atuando fortemente em eventuais situações negativas. Por fim, monitorar, avaliar e mensurar os resultados obtidos é premissa da atuação. O acompanhamento do trabalho realizado terá análise de mídia diária, boletins, *dashboards*, monitoramento e pesquisas que permitam melhorar a qualidade da entrega e fazer eventuais ajustes de rotas estratégicas.

SUBQUESITO 3 – Plano de Ação: Ações a serem desenvolvidas pela contratada

A implementação do plano, com um cronograma de duração de seis meses, deve atingir os grandes veículos de imprensa ao redor do mundo – jornais, sites, rádios e TVs –, mas sem ignorar as mídias regionais e locais de determinados países, além de publicações especializadas de áreas como infraestrutura, logística, tecnologia e transportes. Plataformas de *streaming* por áudio e vídeo também estão presentes no plano, com podcasts e webséries, nos quais a licitante poderá atuar na produção de conteúdos em texto e roteiros.

Capacitação de porta-vozes – Os treinamentos serão atividades de rotina, podendo passar por atualizações bimestrais, e ter focos em cenários específicos, como a instabilidade provocada pela pandemia. A ideia é aliar a necessidade de um discurso consistente, direto e, ao mesmo

tempo, humanizado. Não menos importante é a adequação de discurso ao mote “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO”.

Mapeamento de jornalistas, veículos e *creators* – Um completo mapeamento incluirá profissionais de diferentes editorias dos veículos de fora do Brasil, especialistas em cobertura internacional, além de *digital creators* que possam alcançar os diferentes públicos de interesse do Governo do Estado. Serão mapeados também produtores de conteúdo audiovisual nichados das plataformas digitais.

Produção de dossiês sobre “medalhas” do Estado – Um dossiê sobre os principais pontos positivos paulistas será atualizado mensalmente com informações precisas sobre o cenário econômico, quantidade de empresas e suas principais áreas de atuação, além do impacto da iniciativa privada paulista fora do país. Os dossiês permitirão trabalhar pautas com o máximo possível de apelo sobre São Paulo.

Atualização constante de notícias – O Governo do Estado já dispõe de sites com extensão de notícias sobre seus pontos principais. Exemplos são os sites da InvestSP (<https://www.investe.sp.gov.br/>) e o www.global.sp.gov.br. É importante que eles continuem municiados com conteúdo relevantes, mas que sejam sempre indicados para consulta de jornalistas.

Press tours – Visitas de correspondentes internacionais e influenciadores estrangeiros aos principais pontos de orgulho do Estado. Por exemplo, visita à fábrica de vacinas do Instituto Butantan, que produz vacina contra Covid-19, aos 13 parques tecnológicos do Governo do Estado, e às universidades de ponta. Isso resultará em aproximação dos jornalistas, mas também em reportagens especiais produzidas por eles.

Rodada de entrevistas ao vivo – Uma vez por mês, o secretário de Relações Internacionais participará de entrevista com veículo estrangeiro. O dossiê sobre “medalhas” do Estado norteará a escolha da pauta, assim como a possibilidade de uma entrevista conjunta com outro secretário para falar sobre os projetos então lançados pelo Governo. Seja para rádio, televisão, podcasts ou YouTube, serão realizadas no estúdio multimídia Adalberto Bottini, localizado no Palácio dos Bandeirantes.

Encontros virtuais com jornalistas e *creators* – Setoristas de economia e empreendedorismo serão convidados, mensalmente e individualmente para conversas via plataformas de

videoconferência. Eles serão sensibilizados pelos porta-vozes a respeito das ações desenvolvidas pelo Governo do Estado durante a pandemia e receberão, em primeira mão, dados e novidades para suas pautas.

Banco de personagens – Conforme descrito, seguindo exemplo do Nubank, serão previamente definidos personagens que ilustram a política econômica de São Paulo. Um banco com dados e histórias desses personagens, segmentado por regiões do Estado, ajudará a Secretaria de Relações Internacionais a ter mais controle sobre a narrativa produzida. A atualização será mensal e a participação desses personagens não terá nenhum custo envolvido.

Produção de artigos – A pujança de São Paulo e as novidades que impulsionam ainda mais o Estado serão temas que embasarão a produção de artigos. Produzidos mensalmente, poderão ser publicados em veículos impressos ou online, generalistas ou segmentados. Haverá uma curadoria prévia sobre a relevância de cada veículo.

SP no Instagram e no LinkedIn – De acordo com o Reuters Digital Report 2020, o Instagram é a plataforma com maior crescimento no consumo de notícias, exigindo, portanto, um trabalho integrado entre as equipes de assessoria de imprensa/comunicação e mídias sociais. Webséries temáticas no Reels, uso do recurso Guias para organizar assuntos específicos e resumos de materiais como o *ebook* e os webinars (detalhados no próximo eixo), *cards* com padronização chamativa para notícias sobre o Estado de São Paulo, séries de *stories* com linguagem adaptada e *lives* mediadas por jornalistas são algumas das possibilidades. Caberá à licitante organizar os temas e roteiros para esses conteúdos. Já a maior rede social profissional do mundo, com 740 milhões de membros, também precisa ser explorada. São Paulo precisa demonstrar aos CEOs e demais executivos estrangeiros que está na vanguarda mundial em diferentes áreas. Um perfil que será traduzido automaticamente pela ferramenta levará o Estado a milhares de profissionais do mundo. A licitante ajudará na produção do conteúdo.

Websérie “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO” – Com 12 episódios, dois por mês, será publicada no YouTube, Facebook e LinkedIn do Governo do Estado, e replicada em todos os canais digitais de secretariais e demais órgãos, especialmente os voltados ao público estrangeiro. Mostrará a crescente infraestrutura paulista, contará histórias de empresários que nasceram em São Paulo e hoje são referência mundial. A licitante irá apurar as histórias, entrevistar os empresários e apoiar a construção do roteiro.

E-book “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO” – Com linguagem simples e acessível, deve expor as vantagens de São Paulo para o investimento estrangeiro. Será disponibilizado em todos os canais do Governo do Estado voltados para o empreendedorismo estrangeiro. Também será enviado aos jornalistas para inspirar pautas estilo “tira-dúvidas”. A licitante irá produzir o conteúdo textual do *ebook* e lançará versões atualizadas à medida que novas dúvidas precisem ser esclarecidas. O ebook contará com versões em português, inglês, espanhol e chinês.

Mapeamento de parceiros – Presentes no próprio Governo do Estado (secretarias, autarquias e empresas públicas), nas prefeituras, na iniciativa privada e em associações, os parceiros auxiliarão na disseminação dos conteúdos e na produção de artigos assinados de forma conjunta com porta-vozes do Governo do Estado. Um artigo do secretário de Relações Internacionais com empresário de sucesso, por exemplo, ao ser publicado fora do Brasil irá demonstrar como São Paulo pode abrigar investimentos de fora do Brasil.

Participação em eventos segmentados – Mapeamento de eventos para que a Secretaria de Relações Internacionais ou outros órgãos do Governo do Estado, avaliem a participação e dêem visibilidade às ações empreendidas no Estado. São Paulo já participa de alguns dos mais importantes eventos do planeta, mas é sempre importante o olhar da Comunicação para direcionamento e mensagens-chave.

Plano de contingência – É essencial evitar que São Paulo fique atrelado aos problemas de imagem que o Brasil enfrenta internacionalmente. Possíveis crises nacionais podem afetar a imagem do Estado. É fundamental que um plano de contingência, produzido por um comitê com representantes da Comunicação e de várias áreas do Governo, seja colocado em prática sempre que necessário, para mitigar e gerenciar situações na imprensa ou nas mídias sociais.

Comunicação interna – Ações específicas com os principais disseminadores da imagem institucional do Governo do Estado (secretários, secretários-adjuntos e demais porta-vozes) ajudarão a amplificar o alcance do debate sobre a importância de São Paulo no cenário mundial, prevenindo crises e possibilitando que a mensagem de sucesso de São Paulo se espalhe entre todos os *stakeholders*.

Monitoramento – Com ferramentas de monitoramento, *business intelligence* e algoritmos próprios (índices de capilaridade/eficiência narrativa e de risco reputacional), a Loures desenvolverá produtos customizados que apoiarão as tomadas de decisões acerca do

planejamento de comunicação proposto para a Secretaria de Relações Internacionais. Análises e alertas de imprensa, monitor de *fake news*, auditoria de imagem e mapeamento de temas sensíveis estão entre os conteúdos propostos.

SUBQUESTITO 4 – Plano de Ação: Materiais a serem produzidos

As ações indicadas neste plano necessitam, evidentemente, de materiais que propiciem sua efetivação. A Loures indica que tais materiais serão produzidos por ela sempre em consonância às determinações da Unidade de Comunicação e da Secretaria de Relações Internacionais do Governo do Estado.

Releases – A equipe da Loures produzirá e divulgará releases sobre os pontos já explicitados neste documento; sobre lançamentos de projetos e ações e sobre todas as iniciativas que estiverem ligadas a “SÃO PAULO, UM PAÍS BRASILEIRO”.

Textos – Serão elaborados os roteiros para webséries, *presstours*, *lives*, podcasts e vídeos sugeridos, além de textos institucionais necessários.

Artigos – A equipe da Loures produzirá a base dos artigos a serem publicados em veículos impressos e online ao redor do planeta. Evidentemente, o missivista terá a responsabilidade pela finalização do texto.

Ebooks – Textos presentes nos ebooks indicados no Plano de Comunicação.

Capacitação e conteúdo para ações propostas – Treinamento de porta-vozes e materiais relacionados; elaboração de briefings para entrevistas e encontros com jornalistas; elaboração de roteiros; produção de pequenos textos para encaminhamento à equipe de mídias sociais e de Comunicação das Secretarias e demais órgãos do Governo do Estado a partir das pautas que serão trabalhadas com a imprensa; e kit de comunicação para os porta-vozes.

Relatórios – A Loures fornecerá relatórios diários, semanais e mensais sobre o trabalho efetuado, além de realizar monitoramento e análise de mídia. Também elaborará mapeamentos e perfil dos jornalistas, veículos e influenciadores.

CRONOGRAMA

AÇÕES	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
Capacitação de Porta-Vozes	X		X		X	
Mapeamento de jornalistas	X	X				
Atualização Mapeamento jornalistas		X	X	X	X	X
Produção de dossiês sobre "medalhas" do Estado	X	X	X	X	X	X
Atualização constante de notícias	X	X	X	X	X	X
Press tours - mapeamento de correspondentes	X					
Press tours (1 por mês)		X	X	X	X	X
Rodada de entrevistas ao vivo (1 por mês)	X	X	X	X	X	X
Encontros virtuais com jornalistas e creators	X	X	X	X	X	X
Banco de personagens - mapeamento	X					
Banco de personagens		X	X	X	X	X
Produção de artigos	X	X	X	X	X	X
São Paulo do Instagram e LinkedIn - produção de textos	X	X	X	X	X	X
Webserie "São Paulo, um País Brasileiro"	X	X	X	X	X	X
E-book "São Paulo, um País Brasileiro" - levantamento de informações e edição	X	X				
E-book "São Paulo, um País Brasileiro" - lançamento			X	X	X	
Mapeamento de parceiros	X					
Participação em eventos segmentados - mapeamento	X					
Plano de contingência	X	X	X	X	X	X
Comunicação Interna	X	X	X	X	X	X
Monitoramento - desenvolvimento de produtos customizados	X	X				
Monitoramento	X	X	X	X	X	X

ações internas

ações eixo nacional

ações eixo internacional

SUBQUESTO 5 – Oportunidades de mídia positiva

Escritórios internacionais, missões empresarias e participação em eventos

Toda ação da Secretaria de Relações Internacionais do Estado de São Paulo (seus escritórios internacionais, missões empresarias ao Exterior e participação em eventos) é uma grande oportunidade de mídia positiva. Há algum tempo, o noticiário internacional sobre o Brasil está contaminado por notícias que não são benéficas à imagem do País e a divulgação do Estado de São Paulo – sua atividade econômica e social, o potencial consumidor, mão de obra especializada e logística eficiente – permite criar uma nova narrativa sobre o Brasil mundo afora.

Ao traçar o perfil de jornalistas e das demandas e ofertas de cada país, será possível desenvolver materiais de comunicação com mais possibilidades de publicação. Entrevistas exclusivas com os porta-vozes da Secretaria, elaboração e negociação de artigos assinados e um contato periódico com os jornalistas são alguns exemplos de ações.

Com uma comunicação unificada e com dados que atraiam a atenção da mídia e de investidores locais, a Secretaria de Relações Internacionais poderá divulgar melhor os atributos do Estado e atrair mais investimentos estrangeiros.

No eixo nacional, a divulgação das ações da Secretaria de Relações Internacionais servirá para confirmar a pujança do Estado e mostrar a força de suas ações.

Meio ambiente

A preservação ambiental é uma das grandes preocupações globais, sendo fator decisivo na tomada de decisão de empresas/indústria na hora de decidir pelo investimento. Ações como o Refloresta SP, que pretende recuperar 1,5 milhão de hectares de vegetação nativa até 2050, a regulamentação do novo ICMS Ambiental, coletado para a preservação do meio ambiente, o programa voluntário de corte na emissão de poluentes proposto pelo Governo do Estado às 645 prefeituras de municípios do Estado, o programa Novo Rio Pinheiros, que tem por objetivo a despoluição do Rio Pinheiros e a recuperação ambiental do seu entorno, são alguns exemplos

de oportunidades de divulgação positiva da imagem do Estado e do Brasil no Exterior, proporcionando um ambiente menos hostil para a divulgação das ações específicas da Secretaria de Relações Internacionais.

Neste item, a ação coordenada entre a comunicação da Secretaria de Relações Internacionais e demais órgãos (Secretarias e autarquias) do Estado será fundamental para o sucesso da divulgação.

Esporte, cultura e lazer

Mostrar para a mídia estrangeira, e, conseqüentemente, para investidores internacionais, que São Paulo é um polo de cultura, do esporte e do lazer será importante ferramenta para angariar novos investimentos para o Estado.

Grandes festivais de música como o Lollapalooza, o The Town (que terá sua primeira edição na cidade de São Paulo no segundo semestre de 2022), o plano de privatização de parques e espaços de lazer (como o Anhembi), a transformação de clubes de futebol de sociedades anônimas (SAF), peças de teatro, a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo, e o Festival de Campos do Jordão são apenas alguns exemplos de ações que têm grande potencial de atração de investimento internacional e de divulgação na mídia internacional.

SUBQUESITO 6 – Identificação dos riscos à imagem

Relação com o Governo Federal e outros Estados

Um incremento da divulgação das ações internacionais do Estado de São Paulo e a possível captação de novos investimentos transformará São Paulo em *benchmarking* nacional, o que pode resultar em fissuras com o Governo Federal (ainda mais se os dois governos – federal e estadual – não forem alinhados politicamente) e com outros Estados.

Para evitar esse potencial conflito, o Plano de Comunicação prevê mostrar que São Paulo faz parte do Brasil e que o crescimento do Estado reflete em todo o País, seja através do aumento de arrecadação de impostos, seja com a retomada de uma imagem mais positiva do País na mídia internacional.

Efeitos da pandemia

Inflação alta, desemprego, crise social e econômica, pandemia. Além de ser bombardeado por notícias negativas sobre o Brasil pela mídia internacional, o investidor que chega a São Paulo é logo impactado pelo trânsito da capital paulistana, o visual das comunidades ao longo do trajeto do aeroporto ao centro, o ‘odor’ do rio Tietê, além da grande quantidade de moradores de rua.

Para reverter essa imagem, é preciso atacar cada um destes problemas nos materiais de divulgação da Secretaria de Relações Internacionais mostrando as ações a curto, médio e longo prazo que são tocadas pelo Governo do Estado. A despoluição dos rios Pinheiros e Tietê, as ações sociais do Governo de São Paulo, a ligação do aeroporto com a cidade são exemplos de ações a serem destacadas.

O protagonismo do Estado e do Instituto Butantan no desenvolvimento e na aplicação da vacina contra a Covid-19 também serão citados, assim como a adesão da população do Estado à vacina. Segundo o site Vacine Já SP (www.vacineja.sp.gov.br), em 12 de janeiro de 2022, no Estado de São Paulo 79,70% da população estava com o esquema vacinal completo, sendo que 98,46% da população adulta (acima dos 18 anos) já havia tomado as duas doses.

Outra vacina para mostrar as ações do Governo é destacar como cada novo investimento é revertido em novos empregos, aumento de renda da população e impostos que servirão para ações sociais, ambientais e econômicas.

Entrevistas exclusivas com os porta-vozes da Secretaria de Relações Internacionais, elaboração e publicação de artigos assinados pelo Secretário e encontros informais com jornalistas formadores de opinião são algumas das ferramentas utilizadas para reforçar o posicionamento do Estado de São Paulo.

Saída de empresas do Estado

Eventualmente, empresas e indústrias estrangeiras podem fechar suas operações no Estado, o que pode causar dano à imagem de São Paulo.

Caso isso ocorra é importante reforçar a comunicação na mídia estadual e nacional, trazendo um balanço de novos investimentos, ressaltando os ganhos mais recentes (novos empregos e maior arrecadação) e o conseqüente reaquecimento da economia. Também é fundamental que a Secretaria de Relações Internacionais funcione como uma interlocutora entre a indústria e o Governo como um todo, procurando apoiar na adoção de soluções conjuntas para que a empresa permaneça por aqui.

A divulgação periódica de cases de sucesso de investimentos internacionais no Estado também servirá para amenizar notícias negativas como a saída de empresas de São Paulo. Solicitar a elaboração de artigos assinados por executivos de empresas estrangeiras sediadas no Estado também será algo utilizado para mostrar a pujança do Estado.

QUESITO 2 – ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM**12 DE ABRIL DE 2021**

Na mídia de alcance nacional, os portais R7, Terra e Estadão situam que o metrô de São Paulo registrou prejuízo inédito de R\$ 1,7 bilhão no ano de 2020, resultado decorrente da queda do número de passageiros devido à pandemia de coronavírus.

Paralelamente ao prejuízo por causa da pandemia, o governo do Estado decidiu assinar dois contratos aditivos com a empresa Via Quatro, do Grupo CCR, que administra a Linha 4-Amarela, garantindo à companhia pagamento adicional de R\$ 1,05 bilhão por causa dos atrasos para a conclusão das obras da linha.

A decisão de assinar os contratos foi tomada em dezembro, em uma reunião unânime do Conselho Diretor do Programa Estadual de Desestatização, composto pelo vice-governador, Rodrigo Garcia, o secretário de Projetos, Orçamento e Gestão, Mauro Ricardo, a secretária Desenvolvimento Econômico, Patricia Ellen, o secretário de Infraestrutura, Marcos Penido, e o secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, além de outros representantes.

Pontos positivos: Não há.

Riscos à imagem: Os textos em veículos de alcance nacional lançam dúvidas sobre a decisão do Conselho Diretor do Programa Estadual de Desestatização de assinar contratos aditivos com custo de R\$ 1,05 bilhão, que se somam ao prejuízo de R\$ 1,7 bilhão do Metrô paulista em 2020.

Ações sugeridas: Divulgação de nota oficial sobre a participação do secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, em reunião que definiu dois contratos aditivos para empresa que administra linha do Metrô, enfatizando o respeito ao caráter técnico da decisão no âmbito do Conselho Diretor do Programa Estadual de Desestatização.

noticiário relevante do dia

Metrô de SP tem prejuízo de R\$ 1,7 bi, corta trens e aumenta espera

Online | R7



Com pandemia, Metrô de SP tem prejuízo de R\$ 1,7 bilhão, corta trens e aumenta tempo de espera

Online | Terra

Com pandemia, Metrô tem prejuízo de R\$ 1,7 bilhão, corta trens e aumenta tempo de espera

Online | Estadão




15 DE ABRIL DE 2021

Em artigo no Correio Braziliense, os secretários estaduais de Relações Internacionais, Julio Serson, e de Turismo, Vinicius Lummertz, fazem um agradecimento à China e à diplomacia chinesa no contexto da pandemia.

Os articulistas sustentam que a China tem conseguido ajudar os países amigos, mesmo tendo que enfrentar a Covid-19 em seu território, e é a única nação a atender aos parceiros com vacinas. O texto defende ainda que a mudança na condução do Itamaraty é bem-vinda, pois abandona a orientação que tratava um parceiro estratégico como “inimigo ideológico”.

Pontos positivos: O artigo dos secretários estaduais do Turismo e das Relações Internacionais reforça a percepção de São Paulo como referência nas negociações e esforços diplomáticos com a China, no contexto de pandemia, e coloca em evidência a Secretaria de Relações Internacionais.

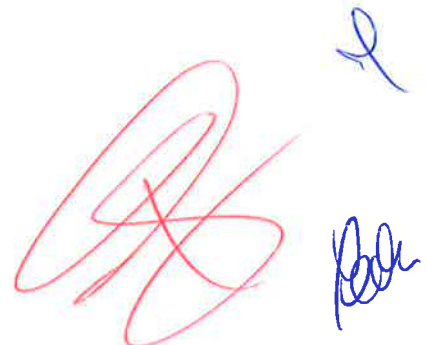
Riscos à imagem: Não há.

Sugestões de ação: Designação de porta-voz, com sugestão de entrevistas para emissoras de rádio e TV sobre a importância do esforço diplomático de São Paulo no contexto da pandemia, especialmente em relação aos chineses.

noticiário relevante do dia:

Xiè, Xiè, China: obrigado, China!

Impresso/Correio Braziliense

Handwritten signatures in red and blue ink, located in the bottom right corner of the page.

17 DE ABRIL DE 2021

Folha de S.Paulo expõe que a postura antipolítica do governador de São Paulo, João Doria (PSDB), e supostos exageros de marketing têm criado ruídos e são entraves para alianças eleitorais do tucano, que almeja disputar a Presidência da República.

O texto cita que boa parte da equipe de governo de Doria é formada por nomes escolhidos pelo governador, alguns egressos da iniciativa privada, como Julio Serson (Relações Internacionais).

Pontos Positivos: não há.

Riscos à imagem: A postura do governador, que tem criado ruídos e entraves, pode gerar reflexos negativos no âmbito dos investimentos internacionais no Estado.

Sugestões de ações: não há.

noticiário relevante do dia:

Postura antipolítica e exagero de marketing criam ruídos e são entrave para alianças eleitorais de Doria

Online/Folha.com

Handwritten signatures in red and blue ink. The red signature is a large, stylized scribble. The blue signature is a smaller, more legible cursive signature. There is also a small blue mark above the signature.

24 DE ABRIL DE 2021

Folha Regional aponta que as secretarias de Relações Internacionais, Desenvolvimento Regional, Infraestrutura e Meio Ambiente anunciaram no dia 22 de abril, data em que é comemorado o Dia da Terra, uma ampliação do alcance do Acordo Ambiental São Paulo, permitindo que municípios e organizações internacionais também se engajem no movimento. O Acordo Ambiental São Paulo é uma ação voluntária em que empresas e associações empresariais assumem o compromisso de reduzir a emissão de gases que ocasionam o efeito estufa. O secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, afirma que a ampliação do programa é oportunidade para mostrar aos parceiros internacionais o bom desempenho do Acordo Ambiental.

SP de Fato reporta que a Comissão de Relações Internacionais da Assembleia Legislativa realizou na manhã desta quinta-feira um debate com o cônsul de Israel em São Paulo, Alon Lavi, e com o secretário de Estado das Relações Internacionais, Julio Serson, sobre o uso de tecnologia israelense no reaproveitamento de recursos hídricos do Estado. Durante o encontro, Julio Serson celebrou a reunião, afirmando que Israel é parceiro estratégico para o governo de São Paulo.

Pontos Positivos: A ampliação do alcance do Acordo Ambiental São Paulo, com possíveis parcerias com os municípios, abre novo campo de atuação para a Secretaria de Relações Internacionais e cria a oportunidade de conferir capilaridade às ações da pasta.

Riscos à Imagem: Não há.

Ações Sugeridas: Produção de release sobre a ampliação do Acordo Ambiental São Paulo sob a ótica da Secretaria de Relações Internacionais, com sugestão de porta-voz para falar sobre o tema em sites e rádios regionais; Artigo conjunto dos titulares das quatro pastas envolvidas na ampliação do Acordo Ambiental São Paulo para publicação em jornais de alcance nacional. Sugestão de entrevista para emissoras de TV e rádio sobre o trabalho desenvolvido pela Secretaria de Relações Internacionais, em parceria com o Consulado de Israel, no sentido de identificar tecnologias que possam ser aplicadas no aproveitamento dos recursos hídricos do Estado.

noticiário relevante do dia:

Acordo Ambiental de São Paulo é ampliado no “Dia da Terra”

Online/Folha Regional

Comissão da Alesp discute medidas na área de tecnologia e inovação com Israel

Online/SP DE FATO

Handwritten signatures in red and blue ink, located in the bottom right corner of the page.

25 DE ABRIL DE 2021

O veículo regional Correio da Manhã registra que deputados que integram a Comissão de Relações Internacionais receberam o cônsul de Israel em São Paulo, Alon Lavi, e o secretário de Relações Internacionais de São Paulo, Julio Serson, em um encontro virtual. Durante a reunião, foi discutido o uso de tecnologia israelense no reaproveitamento de recursos hídricos do Estado.

Pontos Positivos: A mídia regional mantém em evidência a participação da Secretaria de Relações Internacionais do Estado em negociações com Israel para o uso de tecnologia para melhor aproveitamento dos recursos hídricos do Estado.

Riscos à Imagem: Não há.

Ações Sugeridas: Produção de release sobre a prospecção de tecnologias em parceria com o Consulado de Israel e com sugestão de porta-voz para falar às emissoras de rádio e TV sobre o tema.

noticiário relevante do dia

Tecnologia/Correio Paulista

Impresso/Correio da Manhã



26 DE ABRIL DE 2021

Na mídia nacional, a coluna Painei, na Folha de S. Paulo, destaca que o secretário de Relações Internacionais do governo de São Paulo, Julio Serson, disse que as piadas com tom xenofóbico de Jair Bolsonaro sobre a China atrapalham a relação com o país e podem atrasar a importação de insumos para a produção de vacinas.

Na última sexta-feira (23), o presidente participou do programa do apresentador Sikêra Júnior e voltou a fazer ataques aos chineses. “O Brasil depende da autorização do governo chinês para importar o IFA (Insumo Farmacêutico Ativo) e o presidente fazendo piadas com quem tem nos ajudado”, disse Serson à Folha.

Pontos positivos: A Secretaria de Relações Internacionais de São Paulo ganha protagonismo na defesa de boas relações com a China no contexto da pandemia e faz o contraponto aos ataques feitos aos chineses pelo governo federal, em espaço de relevância no noticiário nacional.

Riscos à imagem: Apesar da postura adotada pela Secretaria de Relações Internacionais de São Paulo, é inegável que os atos do Governo Federal também influenciam diretamente nos investimentos internacionais direcionados aos Estados do País, como é o caso de São Paulo, e esses entraves podem atrasar qualquer desenvolvimento nesse sentido.

Ações sugeridas: Sugestão de artigo sobre a importância e avanços da relação entre o Estado de São Paulo e a China nas negociações de vacinas e insumos para o combate ao coronavírus; produção de release e sugestão de porta-voz para entrevistas a emissoras de rádio e TV sobre o esforço diplomático liderado pelo governo paulista no contexto da pandemia.

noticiário relevante do dia

Piadas de Bolsonaro sobre chineses atrapalham a importação de insumos para vacina, diz secretário de Doria

Online | Folha de S.Paulo

27 DE ABRIL DE 2021

Os veículos de alcance nacional Brasil 247 e O Antagonista reproduzem texto da Folha de S.Paulo, situando que o secretário de Relações Internacionais do governo de São Paulo, Julio Serson, diz acreditar que as mais recentes piadas de cunho xenofóbico de Bolsonaro podem atrapalhar a relação com a China e atrasar a importação pelo Instituto Butantan dos insumos para vacinas.

A coluna Painel, na Folha de S.Paulo, reforça que Serson vê com preocupação a entrevista de Bolsonaro ao programa de Sikera Jr, no qual o presidente fez piadas sobre os chineses. Segundo o secretário de Relações Internacionais, o Brasil depende de autorização do governo chinês para importar insumo de vacinas e não faz sentido fazer piada com quem nos tem ajudado.

Pontos positivos: Veículos nacionais mantêm em evidência a entrevista do secretário Julio Serson à Folha de S.Paulo, repudiando as piadas xenofóbicas do presidente Jair Bolsonaro durante um momento de necessidade de insumos chineses para produção de vacinas. Há ampla possibilidade de repercussão em veículos regionais e emissoras de rádio.

Riscos à imagem: A postura do Governo Federal influencia negativa e diretamente nas relações propostas dentro do Estado, inclusive no que diz respeito ao envio/recebimento dos insumos para a produção da vacina.

Ações sugeridas: Sugestão de artigo sobre a importância e avanços da relação entre o Estado de São Paulo e a China nas negociações de vacinas e insumos para o combate ao coronavírus; produção de release e sugestão de porta-voz para entrevistas a emissoras de rádio e TV sobre o esforço diplomático liderado pelo governo paulista no contexto da pandemia.

noticiário relevante do dia

Piadas de Bolsonaro sobre China atrapalham importação de insumos, diz secretário de Doria

Online | O Antagonista

Secretário internacional de Doria: piadas de Bolsonaro sobre chineses atrapalham importação de insumos para vacina (VÍDEO)

Online | Brasil 247

Piadas racistas de Bolsonaro travam relação com a China

Online | Poliarquia

Painel

Impresso/Folha de S.Paulo

A large, stylized handwritten signature in red ink is located in the bottom right corner of the page. Above it, there is a smaller, blue handwritten mark that resembles a stylized letter 'e' or a similar symbol.

28 DE ABRIL DE 2021

Coluna do Estadão, em O Estado de S. Paulo, reproduzida no impresso e no online, relata que em reunião virtual, o prefeito de Buenos Aires, Horácio Larreta, manifestou interesse em comprar a Butanvac, a vacina do Butantan.

Na nota seguinte, a coluna aponta que naquela ocasião nenhum acordo havia sido assinado, mas cita que o governador João Dória, o secretário Júlio Serson e o presidente do Butantan, Dimas Covas, estavam na reunião.

Pontos positivos: O interesse internacional na Butanvac é algo positivo principalmente para o Governo do Estado de São Paulo, que incentivou a produção da referida vacina, que está ganhando visibilidade positiva.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Explorar melhor a agenda do secretário Júlio Serson na pauta sobre as negociações sobre a vacina é uma forma de ampliar a exposição do porta-voz. Essa medida também pode ser aplicada em outras ações/projetos/medidas que envolvem o relacionamento com outros países.

noticiário relevante do dia

Coluna do Estadão

Impresso/O Estado de S. Paulo

Coluna do Estadão

Online/Estadão



08 DE MAIO DE 2021

O veículo setorial Diário do Transporte situa que, após a gestão Doria contratar a empresa Metra no valor de R\$ 22,6 bilhões, em projeto que envolve modernização do sistema e a construção do Bus Rapid Transit, parte dos empresários de ônibus ficaram insatisfeitos no ABC.

Uma ação popular, iniciada por Alcenil Salviano da Silva, tenta barrar o procedimento e está sendo movida contra o governador João Doria; o vice Rodrigo Garcia; o Secretário de Relações Internacionais, Julio Serson; além dos secretários das pastas de Transportes Metropolitanos; Infraestrutura e Meio Ambiente; Desenvolvimento Econômico; Projetos, Orçamento e Gestão e, por fim, Fazenda e Planejamento.

Pontos positivos: Não há.

Riscos à imagem: Apesar de constar em veículo de baixo alcance, a menção ao secretário Julio Serson como um dos alvos de ação popular contra o acordo do Governo de São Paulo pode render repercussão negativa em emissoras de rádio locais para a Secretaria de Relações Internacionais.

Ações sugeridas: Divulgação de nota oficial com posicionamento da Secretaria de Relações Internacionais em relação ao projeto do Bus Rapid Transit, enfatizando que a pasta não é gestora do contrato e atua apenas na interlocução com entes e empresas no exterior.

noticiário relevante do dia

Presidente do Consórcio ABC e prefeito de Santo André diz que BRT foi a escolha mais adequada para a região e acredita em impactos econômicos positivos

Online | Diário do Transporte



18 DE MAIO DE 2021

Em O Globo, artigo da consulesa-geral da China em São Paulo, Chen Peijie, traz que, sendo parceiros estratégicos globais, China e Brasil têm testado e aprofundado sua amizade tradicional e parceria pragmática mesmo no contexto da pandemia.

A consulesa descreve iniciativas de parcerias da China com o Brasil e aponta que o secretário de Turismo do Estado de São Paulo, Vinicius Lummertz, junto com o secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, publicaram artigo para manifestar respeito e gratidão à China pelo apoio no combate à pandemia.

Pontos positivos: Artigo em veículo de alcance nacional repercute esforço diplomático das secretarias de Turismo e de Relações Internacionais do Estado de São Paulo no sentido de fortalecer os laços com a China.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Produção de release com balanço de reuniões e resultado dos esforços diplomáticos liderados pela Secretaria de Relações Internacionais para garantir o fornecimento de vacinas e insumos ao Brasil. Sugestão de porta-voz para falar sobre o tema em emissoras de rádio da capital paulista.

noticiário relevante do dia

A cooperação Brasil-China acima de falácias

Online | O Globo



25 DE MAIO DE 2021

Na mídia de alcance regional, A Cidade On destaca que a plataforma Cultura em Casa apresenta nesta terça-feira (25), uma programação especial em comemoração ao Dia da África, com conteúdos que evidenciam a influência do continente na formação cultural do povo brasileiro.

A ação é uma parceria entre a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, por intermédio da Organização Social Amigos da Arte, e a Secretaria de Relações Internacionais do Estado de São Paulo.

Pontos positivos: Veículo de destaque regional expõe a programação especial da plataforma Cultura em Casa e abre novo campo de percepção positiva para a atuação da Secretaria de Relações Internacionais. Há possibilidade de repercussão em outros veículos regionais e emissoras de rádio.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Produção de release sobre a parceria com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado, com sugestão de porta-voz para falar sobre o tema em emissoras de rádio regionais; sugestão de artigo conjunto dos secretários de Cultura e de Relações Internacionais para mídia impressa e sites regionais.

noticiário relevante do dia

Plataforma Cultura em Casa comemora Dia da África com programação especial

Online | A Cidade On



01 DE JUNHO DE 2021

Na mídia nacional, Jovem Pan traz que a cônsul-geral da República Popular da China coloca o Estado de São Paulo à frente da colaboração do país com o Brasil. Chen Peijie participou da reunião da Comissão de Relações Internacionais, da Assembleia Legislativa.

A cônsul Chen Peijie ressaltou que o governo Doria já fez muitos trabalhos para liderar a cooperação com a China e promover essa parceria. Ela lembrou também que a China é o maior parceiro comercial do Brasil.

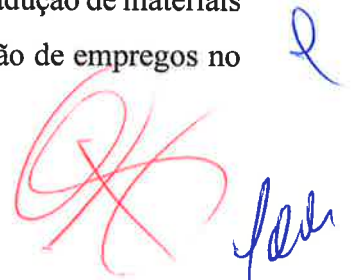
O secretário estadual de Relações Internacionais, Julio Serson, também participou da reunião virtual da Alesp. “Hoje o maior investidor externo no Estado de São Paulo é a China. Através de investimentos públicos, privados, mistos. A China tem uma participação no programa de parcerias público-privadas que o vice-governador Rodrigo Garcia conduz tão bem.”

Na mídia de alcance regional, Jornal da Franca e outros 3 sites regionais apontam que oito secretarias do Governo do Estado de São Paulo e a Câmara de Comércio e Turismo LGBT do Brasil assinaram dois termos de cooperação para promover ações conjuntas pelo turismo inclusivo.

A coordenação será da Secretaria de Turismo e Viagens (Setur) e o encontro, no Palácio dos Bandeirantes, marcou o início do mês do Orgulho LGBT no Estado.

No termo entre as secretarias, que alinha as iniciativas governamentais, além de Turismo e Viagens, assinam Justiça e Cidadania, Relações Internacionais, Desenvolvimento Regional, Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Social, Direitos da Pessoa com Deficiência e Cultura.

Entre as ações de governo destacam-se a ativação de redes diplomáticas, a tradução de materiais sobre os destinos, a atração de multinacionais e novas estratégias de geração de empregos no turismo.



Pontos positivos: A reunião da Comissão de Relações Internacionais da Assembleia Legislativa confere protagonismo e percepção de proatividade à Secretaria de Relações Internacionais de São Paulo na condução de negociações com a China.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Sugestão de artigo do secretário Julio Serson sobre a consolidação das relações comerciais entre São Paulo e China e sobre outras pontes entre governo do Estado e o governo chinês; release com balanço de investimentos externos da China em São Paulo no atual mandato.

noticiário relevante do dia

Cônsul chinesa diz que São Paulo está à frente da colaboração entre Brasil e China

Online | Jovem Pan

Ações afirmativas marcam a abertura mês do orgulho LGBT no Estado de São Paulo

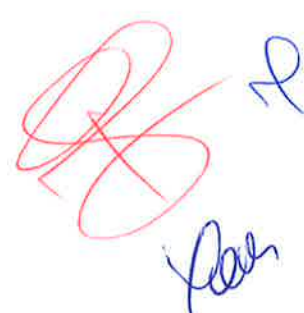
Online | Jornal da Franca

Setur-SP e Câmara LGBT assinam acordo de cooperação

Online | Panrotas

Ações afirmativas para o turismo marcam abertura do mês do orgulho LGBTQIA+ em São Paulo

Online | Jornal em Dia



02 DE JUNHO DE 2021

Os veículos de alcance nacional TV Cultura, TV Band News e Rádio Band News reportam que, durante entrevista coletiva à imprensa, o governador João Doria informou ter enviado cartas aos presidentes da Comissão Europeia e do Parlamento Europeu solicitando a inclusão da vacina do Instituto Butantã entre os imunizantes aceitos por estes países para entrada de viajantes brasileiros.

O secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, também participou da entrevista e ressaltou que, desde o início da pandemia, a União Europeia apostou e acreditou que era só uma questão de tempo para que a vacina Coronavac fosse aceita internacionalmente. Serson observou também que a UE contribuiu com mais de 2 bilhões de euros para o consórcio Covax, para auxiliar os países mais pobres na imunização de seus habitantes.

Na mídia regional, Tribuna Paulista, Portal ABC Paulista e Jovem Pan Bauru repercutem que o Estado de São Paulo celebra o mês do orgulho LGBT com foco no turismo e na economia de nicho.

No termo de cooperação assinado entre oito secretarias estaduais, que alinha as iniciativas governamentais, além de Turismo e Viagens, assinam Justiça e Cidadania, Relações Internacionais, Desenvolvimento Regional, Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Social, Direitos da Pessoa com Deficiência e Cultura.

Pontos positivos: A presença de Julio Serson como porta-voz durante entrevista coletiva do governador de São Paulo enfatiza o papel da Secretaria de Relações Internacionais na diplomacia da vacina levada a cabo pelo governo paulista.

Narrativas de viés positivo sobre o termo de cooperação assinado pelas Secretarias Estaduais estabelecem uma frente de atuação social para a pasta, com foco em ações conjuntas para promover o turismo inclusivo.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Sugestão de entrevista para emissoras de rádio e TV, com designação de porta-voz, sobre a participação da Secretaria de Relações Internacionais nas negociações sobre

a inclusão da Coronavac na pauta de vacinas aceitas pela União Europeia. Criação de link no site da Secretaria para a divulgação das ações de turismo inclusivo em São Paulo, no contexto do termo de cooperação assinado com outras sete secretarias estaduais.

noticiário relevante do dia

Coletiva de imprensa do Governo do Estado de São Paulo

TV | TV Cultura

Doria: "Todos adultos vacinados até outubro" (12h46)

TV | TV Band News

Entrevista coletiva concedida pelo governo do estado de São Paulo (12h59)

Rádio | Rádio Band News FM

SP celebra o mês do orgulho LGBT com foco no turismo e na economia de nicho

Online | Jovem Pan Bauru

Ações afirmativas marcam abertura mês do orgulho LGBT no Estado de SP

Online | Tribuna Paulista



07 DE JUNHO DE 2021

Último Instante e 10 veículos regionais relatam que o Governador João Doria fez, nesta segunda-feira (07/06), a inauguração virtual do escritório comercial do Governo de São Paulo em Munique, na Alemanha.

Esta é a terceira unidade de representação internacional da InvestSP, juntamente com as operações de Xangai e Dubai, que já intermediaram mais de R\$ 7 bilhões em investimentos do exterior para o estado. Com isso, a rede de apoio à internacionalização das empresas de São Paulo passa a cobrir Europa, Ásia, Oriente Médio e Norte da África.

O escritório de Munique atuará na atração de investimentos estrangeiros para o Estado de São Paulo, com foco especial para projetos na área de sustentabilidade. A unidade também fornecerá serviços aos empresários com negócios sediados em São Paulo que tenham interesse na expansão da operação para a Europa.

“Todos sabemos que o relacionamento com a Alemanha é muito importante para o Estado de SP, somos ótimos parceiros comerciais, tanto que a maior concentração industrial fora da Alemanha está aqui”, disse Julio Serson, secretário de Relações Internacionais.

Pontos positivos: A inauguração do escritório comercial do governo de São Paulo em Munique abre caminho para a Secretaria de Relações Internacionais mapear e projetar oportunidades investimentos no Estado em parceria com a InvestSP.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Produção de release sobre a rede de apoio à internacionalização das empresas paulistas, em parceria com a InvestSP, destacando o potencial de atração de investimentos estrangeiros ao Estado, com sugestão de porta-voz para entrevistas a emissoras de rádio e TV.

noticiário relevante do dia

Governo de SP instala escritório comercial em Munique

Online | Último Instante



São Paulo lança escritório comercial na Alemanha

Online | Bem Notícias

Governo de SP inaugura escritório comercial em Munique - Vale News 2.0

Online | Vale News

Governo de SP inaugura escritório comercial em Munique

Online | Folha do ABC

Handwritten signatures in red and blue ink, located in the bottom right corner of the page. The red signature is a large, stylized scribble, and the blue signature is a smaller, more legible scribble.

08 DE JUNHO DE 2021

O veículo impresso Diário Comercial destaca que o governador João Doria realizou, ontem, a inauguração virtual do escritório comercial do Governo de São Paulo em Munique, na Alemanha.

Localizado no centro de Munique, o escritório funciona em um espaço cedido pela iniciativa privada, sem custo de aluguel. A estrutura oferece área com estações de trabalho e sala de reuniões para as empresas associadas, que poderão utilizá-las quando estiverem realizando atividades na Alemanha.

“Todos sabemos que o relacionamento com a Alemanha é muito importante para o Estado de São Paulo, somos ótimos parceiros comerciais, tanto que a maior concentração industrial fora da Alemanha está aqui”, disse Julio Serson, secretário de Relações Internacionais.

Pontos positivos: Com ênfase para declarações do secretário de Relações Internacionais, veículo impresso mantém em evidência os esforços do Governo de São Paulo para potencializar o comércio internacional e enfatiza os benefícios trazidos pelo escritório comercial inaugurado em Munique.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Release com balanço de investimentos alemães em São Paulo e projeção de captação de novos negócios, com base em estimativas da InvestSP, é uma oportunidade para alavancar a participação da Secretaria de Relações Internacionais na busca de novos parceiros comerciais para o Estado.

noticiário relevante do dia

Governo estadual inaugura novo escritório comercial em Munique

Impresso | Diário Comercial



10 DE JUNHO DE 2021

Na mídia nacional, G1 aponta que a arrecadação cresce e gastos do governo de SP mantêm patamar de 2020. A oposição faz críticas e vê interesse eleitoral em guardar recursos que poderiam ser usados na pandemia para o próximo ano.

Segundo o G1, em fator de “grande estranhamento”, a Secretaria de Relações Internacionais gastou 0% do orçamento deste ano nos primeiros quatro meses, mesmo sendo a pasta essencial no diálogo de Doria com a China para a liberação e envio para o Butantan da IFA (Insumo Farmacêutico Ativo), utilizado pelo instituto para produção da Coronavac, a vacina contra a Covid-19.

O Relatório Resumido de Execução Orçamentária causou preocupação entre deputados da Alesp devido aos níveis de execução do orçamento de várias secretarias estarem muito aquém de 33% da verba prevista para este ano.

Pontos positivos: O aumento da arrecadação e a manutenção do patamar de gastos pode demonstrar a melhor administração e emprego de recursos por parte do governo do estado.

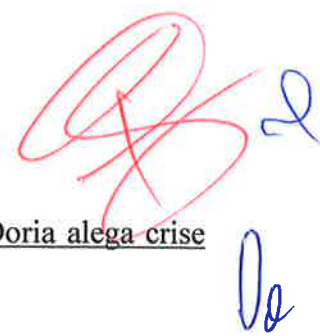
Riscos à imagem: Em meio ao cenário de pandemia e falta de vacinas no Brasil, o gasto de 0% do orçamento anual previsto para a Secretaria de Relações Internacionais lança dúvidas sobre a efetividade do trabalho realizado pela pasta em possíveis acordos de compras de insumos da China para fabricação de vacinas.

Ações sugeridas: Divulgação de nota oficial sobre a execução orçamentária da Secretaria de Relações Internacionais, enfatizando o trabalho realizado em parceria com outras pastas que permitiu evitar gastos. Publicação de comunicado no site da Secretaria enfatizando o trabalho de interlocução que vem sendo desenvolvido pela pasta e as manifestações favoráveis de parceiros estrangeiros, como China e União Europeia.

noticiário relevante do dia

Arrecadação cresce e gastos do governo de SP mantêm patamar de 2020; Doria alega crise hídrica em 2022

Online | G1



14 DE JUNHO DE 2021

Jovem Pan relata que o governo de São Paulo projeta a independência de insumos para a fabricação de vacinas contra a Covid-19 até outubro com a ButanVac.

Apesar da perspectiva de autossuficiência, o secretário de relações internacionais do Estado, Julio Serson destaca que o intercâmbio de tecnologia continuará, especialmente com a China. “Com relação às vacinas, vamos continuar nesse intercâmbio, nessa troca de tecnologia, nessa transferência de tecnologia. Hoje o próprio Butantan é reconhecido internacionalmente.

Provavelmente, em setembro, outubro, já vamos estar, espero eu, com a ButanVac aprovada. Ela vai suprir essa necessidade e evitar que a gente dependa de insumos estrangeiros”, pontuou.

Sobre as exportações em geral, Julio Serson assinala que, além do câmbio favorável, o retorno da economia mundial está favorecendo a criação de novos negócios. Ele aponta que é o momento de criar estruturas a fim de impulsionar a entrada de pequenas e médias empresas no mercado externo.

“Principalmente aquelas pequenas e médias empresas, que geram muitos negócios, começam a ter acesso a mercados que elas talvez nunca tiveram conhecimento”, afirma. Serson indica que a instalação de escritórios em hubs estratégicos possibilita também o acesso de empresas estrangeiras a investimentos no Estado.

Pontos positivos: A Secretaria de Relações Internacionais assume protagonismo nas negociações com a China por insumos e por troca de tecnologia e na montagem de escritórios em hubs de negócios estratégicos para o governo paulista.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Produção de release, com sugestão de porta-voz, com balanço do trabalho realizado até agora pelos escritórios abertos por São Paulo em hubs estratégicos; sugestão de artigo sobre o tema do secretário de Relações Internacionais do Estado para os veículos impressos de alcance nacional e veículos focados em economia.

noticiário relevante do dia

Governo de SP projeta independência de insumos para fabricação de vacinas contra Covid 19 (12h00)

Rádio | Jovem Pan

SP manterá intercâmbio com a China mesmo com produção própria de vacinas, diz secretário

Online | Jovem Pan

Handwritten signatures in red and blue ink, located in the bottom right corner of the page. The red signature is a large, stylized scribble, and the blue signature is a smaller, more legible cursive signature.

18 DE JUNHO DE 2021

Jornal de Itatiba descreve que a Comissão de Relações Internacionais da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo recebeu, na quinta-feira (17/6), o cônsul-geral da Itália no Estado, Filippo La Rosa, para discutir parcerias entre o país europeu e São Paulo. Também esteve presente na reunião o secretário de Estado de Relações Internacionais, Julio Serson.

Além da populosa presença italiana em São Paulo, o cônsul destacou também a forte participação empresarial no Estado. Das 972 empresas italianas em atuação no Brasil hoje, 57% delas estão em território paulista. "É a demonstração de que São Paulo é o carro chefe do Brasil", afirmou.

O secretário de Relações Internacionais, Julio Serson saudou a realização da reunião. "Traz um prestígio muito grande para que a gente continue o trabalho de internacionalização do Estado de São Paulo", disse.

Pontos positivos: A presença de Julio Serson como porta-voz do governo do Estado em evento para fortalecer os laços do Estado com a Itália traz uma percepção positiva dos esforços da Secretaria de Relações Internacionais para internacionalizar a "marca" São Paulo.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Produção de release com balanço do trabalho de "internacionalização" do Estado de São Paulo desenvolvido pela Secretaria, destacando países que já fazem parte do intercâmbio de negócios e potencial de investimentos envolvido. Sugestão de entrevista para emissoras de rádio regionais sobre o fortalecimento da marca São Paulo na diplomacia do governo paulista.

noticiário relevante do dia

Parlamentares da Assembleia Legislativa de São Paulo planejam visitas ao interior com cônsul italiano

Online | Jornal de Itatiba

24 DE JUNHO DE 2021

São Paulo de Fato reporta que a Comissão de Relações Internacionais da Alesp discute medidas nas áreas da tecnologia e inovação com Israel, com foco na limpeza do rio Pinheiros e uma possível crise hídrica em São Paulo.

Deputados que compõem o colegiado debateram com o cônsul de Israel em São Paulo, Alon Lavi, e o secretário de Estado das Relações Internacionais, Julio Serson, o uso de tecnologia israelense no reaproveitamento de recursos hídricos no Estado.

Durante a reunião, o secretário de Relações Internacionais, Julio Serson, celebrou a parceria entre os países. "Não é só pela cultura, pela comunidade judaica, pelo empreendedorismo, pela tecnologia, ou pelas startups. Israel é um parceiro prioritário do Estado de São Paulo e também do Brasil", afirmou.

Pontos positivos: A mídia regional segue mantendo em evidência os esforços do Governo de São Paulo na promoção das relações comerciais e parcerias estratégicas com outros países, atribuindo protagonismo à Secretaria de Relações Internacionais.

Riscos à imagem: Não há.

Ações sugeridas: Sugestão de artigo do secretário Júlio Serson em conjunto com o presidente da Comissão de Relações Internacionais da Alesp é oportunidade para mostrar a união do Executivo e Legislativo em torno da internacionalização da São Paulo e busca de parcerias estratégicas no exterior.

noticiário relevante do dia

Comissão da Alesp discute medidas nas áreas da tecnologia e inovação com Israel

Online | São Paulo de Fato



QUESITO 3 – QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE DE PROFISSIONAIS

A LOURES

A Loures Comunicação é uma agência de comunicação corporativa com atuação e projetos desenvolvidos para clientes dos mais variados portes e setores, no Brasil e no exterior. Faz parte do Grupo FSB, o maior grupo de comunicação da América Latina, com mais de 40 anos no mercado, e conta com quatro escritórios, em São Paulo, no Rio de Janeiro (duas unidades, uma no Centro e outra em Ipanema), e em Brasília, além de uma unidade de atendimento em Curitiba.

Com aproximadamente 230 colaboradores, atua, em seus seis anos existência, nas mais diversas áreas, nos segmentos de relações públicas/assessoria de imprensa, comunicação interna, *digital*, *design*, eventos e produtos. Para a Loures, buscando sempre soluções inovadoras, o importante é entender onde a audiência está e como se relacionar com ela: trata-se da abordagem #PRIGITAL (Public Relations/Relações Públicas + digital, termo lançado no mercado pela própria Loures), em que não há mais barreiras entre o *on* e o *offline* para a estratégia de relacionamentos, desde o planejamento estratégico à produção e compartilhamento de conteúdo que gerem valor, canais múltiplos e inovadores, informação ágil e diálogo.



Por meio da atuação #PRIGITAL, a agência busca o desenvolvimento, a difusão e a manutenção de uma comunicação que crie, fortaleça e proteja a imagem das instituições, públicas ou privadas, suas causas, visão e missão. Contempla todos os públicos – jornalistas, formadores de opinião, influenciadores, colaboradores, clientes, consumidores finais, autoridades, investidores, gestores governamentais etc.

Pautada pela convicção de que a reputação é o principal valor dos clientes, a Loures atua por meio de processos altamente personalizados, garantindo soluções que levam em conta as características e especificidades de cada um deles. A agência acredita que a construção da imagem está diretamente ligada aos fundamentos da empresa e aos objetivos do negócio. E, por acreditar nisso, investe permanentemente na imersão cultural junto a seus clientes, entendendo que a conquista da credibilidade passa necessariamente por um aprofundamento do diálogo entre os profissionais envolvidos nos projetos com os mais diferentes públicos, sejam internos ou externos, e na construção de uma relação de confiança mútua e consistente.

São esses atributos que permitiram à Loures a criação de uma agenda importante de relacionamento com a imprensa de todo Brasil e com formadores de opinião e parceiros que conferem qualidade e solidez aos projetos criados e implementados ao longo dessa história. Amparada pela crença de que a ousadia é matéria-prima para os processos criativos e que a ética e a lisura são seus maiores norteadores, a Loures investe no capital humano e na construção de relações como ponto fundamental de qualquer empreitada.

No processo de gerenciamento de crises, desenvolve estratégias que permitem às instituições uma reação rápida e eficaz aos fatos, notícias e acontecimentos críticos à imagem do cliente.

CAPITAL HUMANO

O capital humano está no centro das operações na Loures. Por isso, a agência constrói um time diversificado, com habilidades e perfis diferentes e que se completam. A experiência e competência de seus profissionais e colaboradores enriquece as entregas e dinamiza a operação, oferecendo aos clientes um repertório qualificado e dinâmico no entendimento dos desafios impostos. A equipe é composta por profissionais de diferentes áreas e formações,

como: Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade, Design, Cinema, História, Direito, entre outros.

Essa diversidade confere às entregas um caráter altamente qualificado e personalizado a partir das necessidades e perfil de cada cliente. Tendo em vista suas competências, as equipes são divididas a partir de suas áreas de atuação, sempre com diretrizes estabelecidas por um núcleo estratégico – o dos sócios da agência – que coordena todas as operações e sinaliza a necessidade de mudanças de rumo ou alterações de escopo dos trabalhos realizados.

PREMIAÇÕES E RECONHECIMENTO

No levantamento PR SCOPE Brasil 2021/22, a mais renomada pesquisa com clientes de serviços de relações públicas do país, a Loures teve melhor avaliação no ranking brasileiro em nove categorias: desenvolvimento de estratégia digital, capacidade de inovação, boa execução no design de ideias criativas, gestão adequada de reputação e crises online, envolvimento da alta direção na conta, assessoria em estratégias de sustentabilidade, cumprimento de prazos, relacionamento com líderes de opinião e relacionamento com stakeholders.

Em 2021, a Loures venceu o prêmio Jatobá com o case “Ambev – Orgulho Resiste”, em duas categorias: comunicação digital e relacionamento com influenciadores.

Além disso, sócios e colaboradores da Loures receberam alguns dos mais importantes reconhecimentos do mercado, entre eles: Top of Marketing, Top Social, Prêmio Abril de Jornalismo e o Prêmio Esso de Jornalismo.

GOVERNANÇA LOURES

A Loures adota política de tolerância zero para atos de corrupção. A Diretoria de Compliance e Governança Corporativa da empresa, ligada ao Grupo FSB, zela pela aplicação de seu Programa de Integridade, garantindo a obediência irrestrita à legislação vigente e às normas internas, descritas em seu manual de conduta e em políticas específicas, de conhecimento de todos os profissionais.

A Diretoria de Compliance e Governança Corporativa tem apoio de auditorias interna e externa e presta contas ao Comitê de Compliance e aos sócios do Grupo FSB. Faz uso de tecnologia independente para gerir seu canal de denúncias, com garantia de anonimato, e para o aceite de suas normas e políticas por profissionais, funcionários e clientes, sempre que for o caso.

A diretoria promove treinamentos frequentes para reciclagem constante de seus profissionais, representantes e fornecedores.

FLUXO DE TRABALHO

Para estabelecer fluxos e rotinas de trabalho eficientes, a Loures opera a partir de dinâmicas que envolvem os profissionais de todas as áreas, tanto os que atuam internamente quanto os que operam sediados nos clientes. Para isso, são realizadas reuniões de alinhamento semanais e oficinas de *brainstorming* que possibilitam novas ações e ideias a serem incrementadas.

Além do acompanhamento permanente da imprensa para mapeamento do noticiário, em especial das áreas de atuação dos clientes, a Loures atua com diagnóstico e acompanhamento consistente de boas práticas relacionadas e *benchmarking* da concorrência.

Esses procedimentos possibilitam para além do controle da saúde da marca, a percepção e o diagnóstico de como a audiência está sendo impactada por ações relacionadas às atividades dos clientes, permitindo a implementação de novas práticas e a antecipação de eventuais crises.

CÓDIGO DE MELHORES PRÁTICAS DE CONDUTA

A Loures conta com código para guiar a conduta pessoal e profissional dos sócios, administradores, funcionários, colaboradores, estagiários e prestadores de serviços regulares da agência.

O código trata das relações com o público interno, com o setor público, com concorrentes, com a comunidade e o meio ambiente e com fornecedores. Aborda a relação com as mídias e o uso adequado das mídias sociais. Trata, ainda, da propriedade intelectual de terceiros, da preservação da imagem institucional, da preservação do patrimônio físico, da manipulação de

informações confidenciais e/ou privilegiadas, dos conflitos de interesses e das responsabilidades gerais dos profissionais da Loures.

É considerado uma declaração do compromisso dos profissionais da Loures e de sua alta direção com as regras de ética empresarial e social, bem como com princípios da transparência, respeito à igualdade de direitos, à diversidade e à prestação de contas.

SUSTENTABILIDADE

O Grupo FSB, do qual a Loures faz parte, lançou a 1ª edição com sua política de sustentabilidade, por meio de adoção de práticas que visam contribuir com a sociedade e o meio ambiente. A Loures preocupa-se com a comunidade e busca seus resultados financeiros de forma ética, propiciando, também, o desenvolvimento dos espaços nos quais a agência está inserida.

MONITORAMENTO E SUPERVISÃO – COMITÊ DE COMPLIANCE

O cumprimento do código de conduta é monitorado e supervisionado pelo Comitê de Compliance da Loures, que tem competência para adotar medidas para assegurar a efetivação das diretrizes e princípios estabelecidos. O Comitê de Compliance é regido por manual próprio, disponível a todos os colaboradores na Intranet. É composto por três sócios, dois diretores e um auditor externo, com apoio da área de Auditoria Interna.

COMITÊ EXECUTIVO

A Loures conta, ainda, com Comitê Executivo, integrado por seus sócios e diretores executivos. É responsável pelas principais decisões de posicionamento de mercado da agência, impulsionando, entre outras frentes, suas áreas de tecnologia e inovação.

CAPACITAÇÃO E ATUALIZAÇÃO

A Loures investe em constante capacitação de seus profissionais, por isso promove o aprendizado permanente disponível por meio de cursos, palestras, conteúdos e uma plataforma de estudos. Cria condições de troca de experiência e compartilhamento de conhecimento entre

seus colaboradores e os principais profissionais atuantes no mercado. Tem o foco em desenvolver habilidades e talentos ao máximo, tanto na área de gestão como na área de execução.

BÚSSOLA

Em 2020, o Grupo FSB inovou em sua área de conteúdos e lançou a plataforma Bússola, em parceria com a revista Exame. A Bússola é um canal 'multi-conteúdo' dentro do portal da Exame, em que são veiculados diariamente conteúdos voltados aos setores do varejo, infraestrutura, saúde, educação, sustentabilidade, política, comunicação e marketing. Além do portal na internet, a Bússola conta com newsletters, webinars e podcasts e conta hoje com uma audiência qualificada e diversificada. O objetivo é ressignificar a comunicação, ampliando o debate entre líderes de empresas e o mercado, oferecendo um melhor contexto sobre os principais setores da economia e da política à sociedade.

LISTA DE CLIENTES

A carteira de clientes da Loures conta com mais de 60 clientes. São clientes das áreas de energia, consumo, varejo, finanças, educação, saúde... enfim, a Loures atende uma gama enorme de segmentos. Entre eles, estão: Grupo Cosan, Grupo Carrefour Brasil, Ambev, Burger King, Pearson, PwC Brasil, Kraft Heinz, Mondelez, Rumo, Raizen, Fila, Grupo RBS, Golden Cross, Rede Santa Catarina, Liv Up e Grupo Alliar.

Você não passa um dia sem lidar com pelo menos um de nossos clientes



ESTRUTURA FÍSICA

A Loures declara para todos os fins possuir a infraestrutura e o aparelhamento técnico relacionados a seguir. Está plenamente capacitada, tanto do ponto de vista humano e profissional quanto em relação a suas instalações e equipamentos, para atendimento completo ao previsto pelo edital desta concorrência. Tem sua sede instalada na avenida Presidente Juscelino Kubitschek, 1400 – 5º andar, Itaim-Bibi, São Paulo-SP.

Em ambiente totalmente adequado às necessidades específicas do trabalho de comunicação, os profissionais da Loures desenvolvem suas atividades em locais climatizados, confortáveis e integrados nas suas mais diversas áreas, a saber: Sócios, Administrativo e Financeiro, Assessoria de Imprensa, Digital, Design e Produtos Gráficos. Além disso, a estrutura dispõe de quatro salas de reunião, suporte em Tecnologia da Informação, copa, cozinha e banheiros.

Seus equipamentos estão interligados por roteadores Cisco em uma rede MPLS, permitindo a troca de dados, voz e imagens. Conta com ferramenta de voz sobre IP, que permite interligação dos PABX, e equipamentos de videoconferência da Polycom em todos os escritórios. Isso viabiliza uma comunicação telefônica direta, centralização e organização das informações e dados em um único local, além de um equipamento de *firewall* em cada escritório, com links redundantes de acesso à internet. Pode também realizar videoconferências por meio dos equipamentos instalados em cada unidade. É possível, inclusive, realizar videoconferência com a participação dos cinco escritórios simultaneamente, o que é de extremo valor em momentos de crise, com necessidade de apoio nas principais capitais do país.

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A Loures manterá equipe suficiente e plenamente disponível para o atendimento diário à conta, segundo as necessidades da SECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS. Os profissionais alocados para a execução dos produtos e serviços possuem experiência técnica e qualificação compatível com o exigido na presente licitação.

A equipe se guiará por um modelo de comunicação contemporâneo, inovador, de articulação entre diferentes atores e de conexão das mensagens entre diferentes fontes e para os diferentes públicos da SECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS. Vai informar,

promover, mobilizar e engajar cidadãos do estado de São Paulo por uma vida mais segura e protegida e, portanto, melhor, com bons dados, com boa informação e conhecimento, sob um modelo de inteligência em comunicação e ferramentas precisas de planejamento, estratégia e inovação.

Durante toda a execução do contrato, o atendimento contará com a metodologia desenvolvida pela empresa, que inclui rotinas e processos comprovadamente assertivos, tidos, de acordo com os resultados apresentados a seu rol de clientes, com um dos mais complexos programas de comunicação integrada do Brasil. A metodologia engloba quatro etapas: **Diagnóstico, Planejamento, Implementação e Avaliação.**

As duas etapas iniciais – **Diagnóstico e Planejamento** – irão seguir a demanda da SECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS, acontecendo rapidamente, seguindo os prazos definidos neste edital. Serão base para o trabalho contínuo de **Implementação e Avaliação**, que acontecerão durante toda a extensão do contrato.

A seguir é apresentada a descrição de cada etapa, assim como a sistemática a ser adotada para garantir o melhor atendimento à Secretaria.

1 - DIAGNÓSTICO

Prazo de execução:

15 dias após a aprovação para início de trabalho

De imediato, a Loures iniciará um diagnóstico da situação de comunicação da pasta. Tal ação será facilitada devido à experiência da empresa com clientes do mesmo porte. Nesta fase, será possível explorar os desafios e variáveis que poderão tornar o projeto um sucesso ou os problemas que podem servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

Para essa etapa, os profissionais terão uma completa “imersão” na companhia, para, assim, detalhar objetivos a serem alcançados, com a elaboração de um cenário macro, que inclui a análise retroativa da exposição em mídia e a interpretação de pesquisas de opinião, conforme os detalhes abaixo explicitados:

- ✓ **Análise da exposição em mídia:** tal análise permite mensurar e avaliar a presença em mídia da SECRETARIA DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS. Auxilia sobremaneira na definição de parâmetros e dos objetivos. De imediato, a Loures irá iniciar análise do passado recente e do presente, em toda a mídia brasileira, com foco em São Paulo, ação que permitirá comparação em tempo real entre o passado e o presente, permitindo que o futuro seja planejado.
- ✓ **Cenário macro:** define a situação abrangente que a Loures terá de enfrentar, em face dos objetivos definidos.
- ✓ **Interpretação de pesquisas de opinião:** as pesquisas de opinião, se disponíveis, servirão como ferramenta de elaboração do cenário macro. Em conjunto com a análise da exposição em mídia, servirão para mapear pontos fracos e pontos fortes em relação à Secretaria.
- ✓ **Objetivos a serem alcançados / cenário macro:** Com base nos dados coletados nas ações acima descritas, a Loures irá elaborar objetivos a serem alcançados, com a determinação de metas, sempre seguindo as premissas da Secretaria, nos prazos curto, médio e longo. Será executado um “road map” para a comunicação, com as seguintes ações táticas:
 - Criação de um cronograma de ações importantes, com possíveis oportunidades de comunicação, com prazos definidos a cada três meses (3 meses, 6 meses, 9 meses e assim por diante)
 - Elaboração de matriz de riscos, com mapeamento de temas sensíveis e definição de abordagem a cada tema
 - Identificação de “influenciadores”, pessoas da mídia que podem levar mensagem adiante de maneira rápida e certa
 - Definição de mensagens-chave a serem difundidas via mídia
 - Elaboração de matriz de oportunidades, que irão gerar a difusão de serviços de relevância para a população.

2 - PLANEJAMENTO

Prazo de execução:

5 dias após o Diagnóstico

Este será o momento de pensar no futuro, de elaborar como será a base da comunicação da Loures para a Secretaria. Já de início a agência irá elaborar um planejamento que servirá para definir ações de comunicação.

A partir da coleta do diagnóstico, os profissionais da Loures irão se reunir para elencar os seguintes pontos: objetivos, cronograma, prioridades, público-alvo, estratégias, porta-vozes, mensagens a serem transmitidas, plano de ação e plano de gestão de crises.

3 - IMPLEMENTAÇÃO

Prazo de execução:

Início imediatamente após o término do Planejamento

Implementar uma gestão de comunicação de sucesso é o objetivo principal da Loures, utilizando as ferramentas anteriormente indicadas. Processos e métodos já testados e com resultados comprovados serão seguidos à risca, em uma estruturada rotina. Isso irá maximizar os resultados positivos.

A implementação terá compromisso permanente com a celeridade de atendimento, com a ótima relação com a mídia, com a produção correta de materiais de comunicação, com o cumprimento de prazos e com a oferta de *feedback* constante aos gestores indicados pela pasta.

A equipe de comunicação da Loures focará seu atendimento à imprensa na proatividade, de maneira estruturada. Todas as ações terão em comum procedimentos pré-definidos, permitindo, assim, a otimização de projetos e ações. Os seguintes documentos serão elaborados de acordo com o assunto a ser tratado, sempre à disposição de maneira inteira para a Secretaria. Evidentemente, o atendimento reativo também fará parte do cotidiano, sempre de maneira eficaz.

- Calendário de atividades, eventos, possíveis problemas e oportunidades
- *Papers* de posicionamento, Q&A e demais informações
- Indicações de melhores práticas e procedimentos para gestão de crises

- Press-kits
- Mailings de imprensa
- Perfis de veículos, jornalistas e demais formadores de opinião
- Contatos de porta-vozes e demais técnicos e gestores da área a ser atendida
- Relatório diário de atividades

4 - AVALIAÇÃO

Prazo de execução:

Imediato, ocorrendo em concomitância à implementação

Além do relatório diário de atividades, a Secretaria receberá relatórios quinzenal e mensal de avaliação. A saber:

- O primeiro sobre a estratégia no período, com resultados obtidos, além de propostas para os 15 dias seguintes;
- O segundo, com o consolidado do mês anterior.

(mais abaixo os relatórios são detalhados).

Todas as ações realizadas pela equipe da Loures terão mensuração constante, definindo sucessos e insucessos. Os resultados serão aferidos mediante a exposição de mídia e seu impacto na sociedade. Tanto a análise de mídia quanto a avaliação de resultados permitirão revisão periódica do diagnóstico e do planejamento, possibilitando a redefinição, se assim for preciso, de estratégias e até objetivos.

TERMO DE ENCERRAMENTO

A **LOURES MÍDIA LTDA.**, sociedade limitada, inscrita no CNPJ sob o nº 28.022.286/0001-25, sediada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek nº 1400, 5. andar, bairro Vila Nova Conceição, São Paulo/SP, CEP: 04543-000, DECLARA que a PROPOSTA TÉCNICA – parte integrante do ENVELOPE 1A, da Concorrência nº 09/2021, contém páginas de 1 a 43.

São Paulo, 20 de janeiro de 2022.



LOURES MÍDIA LTDA.

CNPJ: 28.022.286/0001-25

Danilo Vicente

Procurador

R.G. 283.655.227 SSP/SP

C.P.F. 281.507.478-85

