



PROPOSTA TÉCNICA

CONCORRÊNCIA n° 002/2020
PROCESSO GEPIN.2 n° 020/2020

Handwritten marks in blue and red ink, including a signature and the number 01.



EXERCÍCIO CRIATIVO

EXPOSIÇÃO DA MARCA

DESENVOLVE SP NO CENÁRIO DO CORONAVÍRUS

2

f x

02

3.2.1.1 Raciocínio básico

A pandemia do coronavírus gerou a maior crise sanitária do século, com milhões de mortes em todo o mundo (mais de 250 mil vidas perdidas no Brasil até o fechamento deste texto¹) e economias abaladas - em 2020, o Produto Interno Bruto (PIB) do País diminuiu 4,1%², a pior queda em 24 anos. Também é de desaceleração a expectativa para 2021, um ano de reveses como a incerteza no acesso a vacinas por toda a população, persistência do desemprego e aceleração da inflação. Segundo reportagem de "O Estado de S. Paulo"³, a tendência é de um movimento de revisão para baixo nas projeções de crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) por até dois trimestres seguidos e de estagnação no segundo semestre.

Nesse contexto difícil, chama atenção o desempenho da economia paulista, que, em 2020, acabou superando positivamente as projeções da Fundação Seade⁴. Mesmo em um ano marcado por forte depressão da atividade econômica, o PIB do Estado pode ter aumentado 0,3%, pouco se comparado com os últimos anos, mas expressivo ante a retração observada no resto do País. E, para 2021, a estimativa⁵ é de que o PIB cresça entre 3,8% e 6,0%. Estes números tornam evidente o papel dos bancos e agências de fomento públicos para uma economia sustentável, que não apenas suportem micros, pequenas e médias empresas em momentos históricos difíceis, como também beneficiem a população por meio do desenvolvimento dos municípios. Segundo estudo⁶ da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento sobre o papel dos bancos públicos no enfrentamento da crise econômica ocasionada pela Covid19, são estas instituições, incumbidas de suas responsabilidades sociais, que têm tomado a frente da retomada.

Dentre as lições mais promissoras, segundo os autores do documento, estão a velocidade com que essas entidades têm respondido às crises e a capacidade de mobilização junto à sociedade em prol da retomada econômica. Missões que o **Desenvolve SP**, instituição financeira do Governo do Estado de São Paulo, vem cumprindo com excelência no cenário do coronavírus, já tendo até recebido um prêmio⁷ por sua atuação na pandemia.

Criado em 2009 para financiar setores produtivos da economia paulista, da indústria, do comércio, de serviços e do agronegócio, tendo expansão recente de seu foco para as microempresas além das pequenas e médias e os municípios paulistas, o **Desenvolve SP** reconheceu rapidamente a importância do crédito para

¹ Reportagem do G1 sobre estatísticas da Covid19 [Ver aqui](#)

² Reportagem do Grupo Folha sobre queda do PIB [Ver aqui](#)

³ Reportagem do Estadão sobre projeções econômicas para 2021 [Ver aqui](#)

⁴ Editorial do Estadão sobre a economia paulista em 2020 [Ver aqui](#)

⁵ Análises e projeções econômicas da Fundação Seade [Ver aqui](#)

⁶ Estudo publicado pela Unctad, da ONU, sobre o papel dos bancos públicos durante a pandemia [Ver aqui](#)

⁷ Primeiro colocado do Prêmio ABDE-BID – Especial COVID-19 [Ver aqui](#)

as empresas superarem os meses mais difíceis da pandemia e agiu. Para isso, disponibilizou em 2020⁸ o montante de R\$ 1,8 bilhão em capital de giro - a título de comparação, em 2019, foram liberados R\$ 237 milhões em recursos. Foram 3.583 empresas atendidas, número 313% maior que em 2019. “Com a recidiva da pandemia, as empresas precisam novamente de capital de giro para manter empregos e contas em dia, e o **Desenvolve SP** provê esse amparo”, afirma Nelson de Souza, Presidente da instituição. “Fomos o primeiro banco a oferecer um plano de apoio aos impactos financeiros gerados pela pandemia”, contou Souza para a revista Exame⁹.

Foi ainda em março, quando o País começava a registrar os primeiros casos (e óbitos) da Covid-19 e pouco se sabia sobre a duração e o impacto da pandemia, que o **Desenvolve SP** criou o Comitê de Contingência do Coronavírus, alinhado ao Plano São Paulo do Governo do Estado, de retomada consciente da economia, e ajustou sua política de crédito, voltada principalmente ao financiamento de projetos inovadores e sustentáveis, para atender à necessidade de capital de giro, obras de adequação e aquisição de equipamentos. Em apenas três meses, a demanda da instituição superou a soma de 11 anos de operações, com um aumento de mais de 2000% entre abril e maio de 2020 em relação ao mesmo período do ano anterior. O número de operações seguiu na mesma velocidade, contabilizando um crescimento de 825%.

As linhas de crédito emergencial, com condições especiais, incluem linhas destinadas exclusivamente aos setores mais impactados pela crise – turismo, cultura e economia criativa e comércio. Uma das medidas mais recentes, anunciada¹⁰ em fevereiro de 2021 pelo Governador João Doria, foi a liberação de R\$ 100 milhões via **Desenvolve SP**, com recursos próprios, em crédito para capital de giro destinado a micro e pequenos empreendimentos (com faturamento de até R\$ 4,8 milhões) de qualquer região do Estado. “Para as empresas, o respirador é o capital de giro”, comparou Souza em entrevista ao jornal “A Tribuna”¹¹. Além de os requisitantes poderem usar o faturamento de 2019 ou 2020 na negociação do empréstimo, a instituição também criou um fundo garantidor próprio como alternativa para empresários que não possuem garantias suficientes para as operações de crédito, e congelou as parcelas vincendas para todos os clientes. Tudo sem burocracia e de forma totalmente online.

A entidade também intensificou o trabalho de captação de recursos nacionais e internacionais. Firmou, por exemplo, uma parceria inédita com o CAF (Banco de Desenvolvimento da América Latina) no valor de 50 milhões de dólares - a primeira vez que uma agência de fomento brasileira, sem o suporte da

⁸ Release sobre anúncio de R\$ 100 milhões em créditos pelo Desenvolve SP [Ver aqui](#)

⁹ Reportagem da revista Exame sobre a atuação do Desenvolve SP durante a pandemia [Ver aqui](#)

¹⁰ Release sobre prêmio conferido ao Desenvolve SP [Ver aqui](#)

¹¹ Entrevista do jornal "A Tribuna" com o presidente do Desenvolve SP, Nelson Souza [Ver aqui](#)

Garantia Soberana, captou diretamente no mercado internacional. O **Desenvolve SP** também negocia funding com outras instituições, como o International Finance Corporation (braço do Banco Mundial para o setor privado), o New Development Bank (Banco de Desenvolvimento dos Brics) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento, além do BNDES e a FINEP.

No setor privado, os recursos para financiamento são, principalmente, para projetos com foco em inovação, aumento da produtividade empresarial, eficiência energética, energias renováveis e inclusão financeira. No setor público, os municípios serão atendidos em projetos de infraestrutura econômica e social com ênfase em melhorias de vias públicas, iluminação e saneamento, em conformidade com os “17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU”¹² para o Brasil.

Reforçar e ampliar o entendimento dos cidadãos quanto ao papel fundamental da instituição, expondo estrategicamente a marca **Desenvolve SP** no cenário do coronavírus, são ações que devem partir de um planejamento de comunicação cuidadoso. Além da comunicação do órgão diretamente com a população por múltiplas plataformas, a compreensão da importância do **Desenvolve SP** como aliado durante e após a pandemia tem de passar pela ativação dos propagadores de informação e opinião - imprensa e influenciadores.

Análise de mídia realizada pela **Pridea Comunicação** indica uma abordagem mais superficial dos jornalistas sobre o **Desenvolve SP**. A maioria dos conteúdos não vai além da mera nota jornalística que reproduz conteúdo de release, pouco contribuindo para a construção da marca da entidade em seu máximo potencial. Para trazer maior visibilidade ao **Banco do Empreendedor** e seu papel no contexto da pandemia, a equipe da **Pridea** planejou uma divulgação em larga escala das ações do banco. Estabelecer diálogo com um público diverso de empresários, de diferentes setores e regiões do Estado, e ainda referendar o **Desenvolve SP** como player fundamental para atravessarmos a maior crise sanitária do século, depende de um trabalho de comunicação amparado no fortalecimento da imagem deste órgão.

Estruturamos um Plano de Ação, estabelecido em premissas e pilares descritos a seguir, em que o **Desenvolve SP** se torna mais conhecido entre os paulistas como o “banco empreendedor do Estado”. O Plano deve colocar em prática uma ampla divulgação das políticas públicas de crédito criadas para o enfrentamento da crise provocada pela pandemia do coronavírus por meio da imprensa e das mídias sociais, incentivando assim a discussão do tema, o engajamento da sociedade e o reconhecimento do trabalho fundamental da instituição para a resposta, recuperação e sustentação da economia paulista.

¹² Objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil (ONU) [Ver aqui](#)

3.2.1.2. Plano de Ação

a) Estratégia de relacionamento com a mídia

Hoje, o empenho do governo estadual para firmar a marca **Desenvolve SP** como a instituição-referência capaz de recuperar e promover o crescimento econômico sustentado no Estado, em meio a um cenário pandêmico sem precedentes, não resulta no impacto pretendido na imprensa e nos meios de comunicação. Apesar de a análise detalhada de 100 matérias veiculadas na imprensa entre março e outubro de 2020 sobre o **Desenvolve SP**, realizada pela **Pridea Comunicação**, ter detectado que a maior parte dos conteúdos é positiva (68) ou neutra (11) para a imagem da entidade, há críticas quanto à burocracia no processo de solicitação de recursos, tanto no acesso quanto na conclusão dos processos, e também quanto ao montante despendido pelo **Desenvolve SP** para o projeto de retomada econômica. Trabalhar a imagem de credibilidade e transparência da entidade deverá ser tópico prioritário na estratégia de comunicação.

Além disso, concluímos que é preciso tornar mais perceptível, tanto pelo público quanto pela imprensa, a relação entre as políticas públicas do **Desenvolve SP** e a vida dos cidadãos. Ou seja, a marca da entidade como referência de banco público do empreendedor, de uma agência de desenvolvimento sustentável, tem sua atuação e seu papel ainda pouco conhecidos e valorizados.

Estas percepções estão em conformidade com os resultados do *Media Audit* realizado pela **Pridea**¹³ junto a 20 jornalistas de mídia impressa, eletrônica e televisiva. Apesar dos esforços empreendidos pelo **Desenvolve SP**, ainda há pouco engajamento e não são claros o escopo e a própria identidade da instituição perante certo público, o que não contribui para o objetivo da instituição de fortalecer sua marca.

Dentre as matérias analisadas, tem sido incomum um jornalismo de serviço que explique, por exemplo, o passo-a-passo da obtenção de crédito, que realize entrevistas esclarecedoras com porta-vozes do **Desenvolve SP**, ou ainda que acompanhe histórias de empreendedores locais para ilustrar o impacto dessas iniciativas para os empresários, municípios e sociedade. Decerto há espaço para este tipo de conteúdo, como nos indicou uma repórter da rádio CBN de São Carlos ao demonstrar interesse por pautas educativas sobre educação financeira, ou dicas de empreendedorismo, como salientou um repórter do Vale do Paraíba. Mas a maior parte das matérias publicadas acaba reproduzindo o que se convencionou chamar, pejorativamente, de “linguagem de release”, textos com tom institucional e termos técnicos.

Alguns jornalistas também revelaram certa confusão de entendimento quanto ao próprio papel da instituição. “Pensei que o **Desenvolve SP** e a Investe fizessem parte do mesmo programa”, disse uma repórter

¹³ Media Audit realizado pela Pridea para esta concorrência

do portal IstoÉ, referindo-se à agência de captação de investimentos do governo. Evitar abordagens excessivamente técnicas, dando ênfase à prestação de serviços, parece ser outro consenso entre os entrevistados para nossa análise. Uma repórter do "Jornal de Piracicaba" revelou que as melhores pautas são aquelas "com linguagem mais acessível, sem economês", opinião que vai ao encontro da fala de um repórter do "SPTV", da TV Globo São Paulo, que enfatizou a importância do "como", e de um jornalista do "Giro Marília", para quem as pautas mais interessantes são as "práticas".

Outro ponto importante é o investimento da regionalização das pautas - uma oportunidade de gerar mídia positiva e mobilizadora, considerando que a própria forma de atuação do **Desenvolve SP** é inerente às especificidades de cada região. "Trabalhamos com público regional, então as pautas têm que ser regionais", exemplificou uma repórter do portal G1 da Baixada Santista. Um repórter de "A Cidade On", de Campinas, reforçou que acha importante o papel de um banco público para o desenvolvimento social, mas com "dados regionais". "Tudo o que envolve nossa região", disse um jornalista do "Jornal de Franca".

Além das questões abordadas acima, detectamos que um dos principais desafios na construção da marca tem sido o próprio relacionamento do órgão com os veículos, tido como distante pelos entrevistados. Alguns recebem releases por email, mas a maioria não tem nenhum tipo de contato. Jornalistas como o de o "Diário de Suzano", que cobre a região do Alto Tietê; "A Cidade On" de Ribeirão Preto; e "Portal Meon", do Vale do Paraíba disseram à **Pridea** que o **Desenvolve SP** não os procura para divulgar pautas.

Lacunas na comunicação das ações do banco podem interferir negativamente na absorção do conteúdo educativo e, principalmente, na exposição da marca **Desenvolve SP** pelos cidadãos em um momento histórico tão crítico. Reforçar seu papel como aliado indispensável para atravessar as turbulências da economia, solidificando a imagem da entidade como instituição financeira confiável, com compromisso e calcado no desenvolvimento sustentável, possibilita a construção de sua autoridade no setor.

A partir da pesquisa com análises quantitativas e qualitativas e, considerando o impacto econômico e social causado pelas medidas de combate à pandemia, a **Pridea** se baseará em cinco pilares estratégicos para o desenvolvimento do Plano de Ação junto à imprensa, influenciadores e formadores de opinião. São eles:

-Reforçar a marca **Desenvolve SP** como player referência na pandemia do coronavírus para o enfrentamento, recuperação e retomada econômica e para o desenvolvimento sustentável do Estado, trabalhando as múltiplas possibilidades de divulgação de ações como o crédito emergencial para empreendedores e as linhas de financiamento, dentro do tema proposto por este edital;

-Trabalhar o **Desenvolve SP** como um agente de desenvolvimento ágil, com boas práticas de governança, descomplicado, transparente e moderno, capaz de atender às especificidades de diversos setores

econômicos e de diferentes regiões do Estado com claro impacto na vida dos cidadãos. Serão enfatizados o desenvolvimento, fomento e estímulo às micro, pequenas e médias empresas (MPME's) paulistas;

-Desenvolver a percepção do **Desenvolve SP** como um órgão em constante diálogo com parceiros, públicos e privados, em todas as esferas federativas, e com a sociedade, com visão de longo prazo;

-Ampliar a participação de especialistas e profissionais do **Desenvolve SP** como porta-vozes a respeito de políticas públicas do órgão durante e pós- pandemia, reforçando o caráter educativo, informativo e social das ações do banco e de forma adequada aos segmentos com os quais se pretenda comunicar;

-Divulgar cases de sucesso, como a recuperação de empresas, realizações em municípios contemplados por programas do **Desenvolve SP** e crescimento econômico do Estado como consequência dessas histórias.

Para a execução do Plano de Comunicação, a **Pridea Comunicação** estabeleceu algumas premissas e determinou ações, detalhadas mais adiante, contemplando um cronograma com providências de curto, médio e longo prazos, conforme estabelecido por este edital. São elas:

- **Desenvolve SP no cenário do coronavírus:** enfatizar divulgação para a imprensa do pacote de medidas emergenciais em favor do crédito e do fomento às MPME's para enfrentar a crise econômica e o passo-a-passo de todo processo de acesso ao crédito com o objetivo de demonstrar sua praticidade, confiabilidade e transparência. É fundamental trabalhar a imagem do **Desenvolve-SP** como instituição financeira pública que beneficia a todos, preocupada com o desenvolvimento sustentável, em prol da vida.

- **Negócios pela Vida:** ampliar o banco de micro e pequenos empresários, de diversos perfis, que tenham histórias marcantes de enfrentamento de dificuldades após a pandemia com a ajuda essencial do **Desenvolve SP**. Dessa forma, serão oferecidos para os veículos de imprensa, além dos conteúdos convencionais, personagens que poderão compor e humanizar as notícias. Os materiais também poderão abastecer o site e as redes sociais do órgão, com foco na imprensa como multiplicadora dessas histórias.

- **Cidades pela Vida:** trabalhar com um banco de cases de municípios que ou recorreram diretamente aos créditos do **Desenvolve SP** para financiar, por exemplo, uma obra importante no contexto da pandemia; ou que foram beneficiados com a geração de valor de empresários locais que contaram com crédito da entidade. Em ambos os casos, será enfatizado o retorno concreto para a população, sempre com apelo local, regionalizado, com foco no poder multiplicador das redes sociais e veículos de comunicação.

- **Experts pela Vida:** mapear os principais especialistas e profissionais que atuam no **Desenvolve SP**, bem como suas últimas iniciativas e áreas de atuação. Desta forma, a **Pridea** criará um documento com os principais nomes para disponibilizar de maneira permanente à imprensa. A prática reforça o nome da entidade com profissionais de excelência, atuando na construção de uma imagem moderna e com propósito.

- **Dados pela Vida:** abastecer e explorar ao máximo os dados gerados pelas ferramentas estatísticas de desenvolvimento por região e por atividade econômica, com ênfase nos números pré, durante e pós-pandemia. O levantamento, com base em estudos, estatísticas do **Desenvolve SP** e nas atualizações da Biblioteca do Investidor existente no portal do banco, irá além, permitindo criar diversas pautas com apelo visual e alto nível de segmentação.

A **Pridea** sugere ainda algumas ações dentro com a finalidade de ajudar o órgão a se comunicar mais efetivamente:

- **Mapeamento de canais de comunicação a serem ativados:** a prática inclui os canais oficiais do Governo e do próprio **Desenvolve SP** e garante, tendo como base os objetivos detalhados anteriormente, uma comunicação mais assertiva junto aos público-alvos das campanhas (de microempresários a prefeitos, parceiros e cidadãos). A construção de um estreito relacionamento com a mídia permitirá que as ações sejam melhor assimiladas pela sociedade e ampliará o diálogo com os públicos do órgão. Em parceria com a equipe de redes sociais do Governo, a **Pridea** subsidiará os profissionais da Comunicação Digital na produção de conteúdo para outras plataformas, garantindo uma conversa ativa com os usuários e funcionários da entidade.

- **Planejamento estratégico e definição das principais mensagens:** os conteúdos a serem trabalhados com esses públicos serão sugeridos pela **Pridea** e alinhados com a Secretaria de Fazenda e Planejamento, garantindo a unidade dos discursos dos porta-vozes e materiais divulgados para a imprensa.

- **Gerenciamento e prevenção de crises:** é importante que o **Desenvolve SP** esteja preparado para lidar com problemas operacionais e de imagem cujos riscos serão detalhados adiante, disponibilizando respostas rápidas e informando a população sobre as providências tomadas. Para lidar com esses episódios e mitigar seus efeitos negativos, a **Pridea** criará um documento com pontos de fragilidades e eventuais crises que possam ocorrer a partir deles na imprensa ou nas redes sociais. O material será submetido à avaliação da Secom e atualizado mensalmente, ou mediante novos pontos sensíveis que envolvam o órgão e sua reputação.

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

Baseada nas premissas e metodologias descritas acima, a **Pridea Comunicação** implantará ações com foco específico no relacionamento com veículos de imprensa e formadores de opinião para informar a população e mostrar caminhos de superação da crise econômica tendo o **Desenvolve SP** como referência. Será enfatizada a marca no cenário do coronavírus por meio de um cronograma estratégico de divulgação, segundo o qual a assessoria de imprensa atuará proativamente na divulgação de ações relacionadas ao tema. O cronograma englobará, a curto prazo, desde ações tradicionais, como a realização de coletivas de imprensa e envio de releases, até a, médio e longo prazos, novas abordagens sugeridas visando diferentes públicos:

- **Lives do Desenvolve SP:** transmissões ao vivo, com periodicidade quinzenal ou mensal, com a participação dos principais porta-vozes e convidados (empresários, prefeitos, parceiros, especialistas etc), visando descomplicar temas pertencentes ao universo do banco, como o processo de acesso ao crédito; a importância do crédito emergencial para o capital de giro no contexto da pandemia; as diferentes linhas de financiamento para os setores produtivos mais afetados; como funcionam os fundos garantidores; práticas de boa governança; desenvolvimento sustentável; etc.

- **Think Thanks do Desenvolve SP:** formatação de conteúdo para think tanks (encontros de ideias sobre temas relevantes para a sociedade), que podem acontecer online em um primeiro momento e voltados para diferentes públicos-alvo e em diversos municípios, situando o **Desenvolve SP** em uma tendência global de novos formatos de difusão do conhecimento. Assim, é possível ainda criar mais um canal inovador para a abordagem de desenvolvimento sustentável e múltiplas possibilidades de divulgação tanto na grande imprensa quanto na mídia regional e em veículos de comunicação onde o órgão não costuma aparecer. Em um primeiro momento, serão tratados assuntos pertinentes à crise sanitária e econômica, como a importância do capital de giro para conferir liquidez às empresas, e conversas sobre contextos de setores específicos, como cultura, economia criativa, turismo e comércio, os mais afetados na pandemia.

- **TED Talk do Desenvolve SP:** formatação de uma apresentação completa do principal porta-voz do **Desenvolve SP** nos parâmetros do novo estilo mundialmente consagrado de palestras, que alia fatos a emoção, para edição brasileira do TED (online ou presencial). Sugerimos como tema a reflexão de como o Desenvolve, banco público de referência, agiu rápido, bem no início da pandemia - quando não se conhecia a dimensão nem o impacto da crise sanitária no País e no mundo e em um cenário político turbulento.

lançando o crédito emergencial para empreendedores. Diminuiu os juros - na contramão de todos os outros bancos; ofereceu condições excepcionais de crédito para apoiar especialmente os micro e pequeno empresários do Estado; aumentou exponencialmente a quantidade de empresas atendidas na comparação com os anos anteriores; e alcançou significativo impacto na qualidade de vida dos cidadãos e no PIB do Estado (ao contrário da situação dos demais estados da federação). É uma estratégia com grandes possibilidades de repercussão midiática, desde viralização da palestra ou de seus trechos mais marcantes nas redes sociais a chamadas na imprensa tradicional.

- **Desenvolve SP no Clubhouse:** tem tudo para ser bem-sucedida a consolidação da marca em uma nova rede social com forte caráter comunitário como o Clubhouse, que reúne ao vivo executivos, políticos e personalidades mundiais em salas agrupadas por temas específicos. Os encontros ocorrem de maneira informal, com cara de bate-papo, conferindo autenticidade e aproximando os debatedores dos ouvintes. Especialistas em mídia digital apontam que esta rede é uma das mais promissoras para marcas construírem e engajarem suas comunidades. A sugestão é que o Presidente da entidade participe periodicamente de conversas, junto a outros grandes líderes mundiais de áreas correlatas, sobre temas como crédito e políticas públicas de fomento em meio à pandemia; desenvolvimento sustentável; governança, etc.

- **Pode Descomplicar:** podcast que explica o “economês” para aproximar os cidadãos da marca **Desenvolve SP**. É de fácil interconexão com outros conteúdos do órgão por meio de hiperlinks e repercussão em formatos de posts resumidos no Facebook e Instagram, cujo apresentador ou apresentadora seja influencer de finanças, com postura e linguagem dinâmicas e bem-humoradas. A ideia é que a cada episódio - curto (de no máximo cinco minutos) -, seja abordado um termo técnico, desde “capital de giro” a “leilão de créditos acumulados”, e que não só se explique o significado de forma didática como qual é o impacto daquele termo no contexto do processo de crédito e nos negócios do cidadão. Por exemplo, o que é um leilão de créditos de ICMS e como ele beneficia, na prática, empresas avícolas. Nesse mesmo formato, também podem ser trabalhadas respostas a perguntas como “de onde vêm os recursos que o **Desenvolve SP** empresta para você” ou “como funciona a parceria do **Desenvolve SP** com o BNDES e outros bancos e agências”.

- **Por dentro do Desenvolve SP:** para aproximar o público da marca, fortalecer a imagem de um órgão transparente e desmistificar críticas relativas ao processo de financiamento, que questionam os critérios de elegibilidade e até o atraso na liberação do crédito, sugerimos produzir e divulgar nas redes sociais e enviar para a imprensa vídeos curtos, de aproximadamente um minuto, com periodicidade semanal ou

quinzenal, com cenas dos bastidores do **Desenvolve**. Podem ser mostrados, como quem revela uma informação em primeira mão, os detalhes de um dia de trabalho dos principais porta-vozes, como tomadas de decisão emergenciais decorrentes da pandemia; reuniões importantes; gravações ou lives; entrevistas para a imprensa; viagens para firmar parcerias - sempre respeitando os limites de confidencialidade.

- **Comparômetro do Desenvolve SP:** série de infográficos com periodicidade semanal e que, depois, podem ser reunidos em cartilhas impressas a serem distribuídas em associações, cooperativas e também para influenciadores e jornalistas, que poderão utilizar parte das imagens para ilustrar matérias sobre as iniciativas do **Desenvolve SP** ou como material para pautas relacionadas (citando o Desenvolve como fonte). Sugerimos comparar números da economia paulista no cenário do coronavírus com os de outros estados, ou comparar os juros cobrados pelo Desenvolve com os de outros bancos, tanto públicos quanto privados. A ideia é demonstrar de forma simples, rápida e dinâmica a eficácia das ações do órgão, além de apresentar a marca como fonte para informações financeiras e econômicas.

- **Regionalização dos conteúdos:** para atuar de forma mais assertiva junto aos diversos públicos, a **Pridea** produzirá releases, notas e conteúdos regionalizados. Por meio do levantamento de informações com os gestores da entidade e das ferramentas de pesquisa do próprio **Desenvolve SP**, a agência utilizará dados e os interpretará para impactar melhor os veículos de imprensa regionais.

- **Segmentação dos conteúdos por setores econômicos:** a **Pridea** criará pautas referentes aos diferentes agentes dos setores produtivos do Estado, relacionando-os às conjunturas macro e microeconômicas, e trabalhando este conteúdo com veículos especializados. Por exemplo, para divulgar o Fungetur, a linha de repasse para as empresas privadas do setor turístico, serão criadas pautas com cases de empresas que, com a ajuda deste financiamento e de uma boa dose de criatividade, estão conseguindo passar pelo período turbulento da pandemia.

- **Núcleo de rádio:** será criado um núcleo na equipe de comunicação para falar com as rádios de todo o estado e reforçar o caráter de prestação de serviço para a população. Serão oferecidas entrevistas com porta-vozes, além de notas e levantamentos exclusivos.

- **Pesquisa de percepção de mídia (Media Audit):** a **Pridea** desenvolverá um questionário para avaliar, periodicamente, a percepção e o entendimento dos jornalistas e *influencers* sobre as políticas

desenvolvidas pelo **Desenvolve SP** e aferir suas opiniões sobre o atendimento da assessoria de imprensa do órgão. O objetivo é ouvir os principais repórteres e profissionais, dos mais importantes sites e veículos de imprensa (de abrangência regional, estadual e nacional), identificando melhorias no suporte à produção de conteúdo. O questionário será aplicado pela própria Agência a partir de uma ferramenta utilizada rotineiramente em seus projetos.

- **Reunião de pauta semanal:** é fundamental contar com uma assessoria de imprensa proativa, que sugere pautas e não apenas age conforme as demandas chegam. Serão propostas pautas sobre todos os assuntos dentro do escopo de atuação do órgão, de orientações financeiras e educação para o empreendedorismo a análises de conjunturas pelos porta-vozes, sempre com o objetivo de firmar a marca **Desenvolve SP** como referência e estabelecer diálogo constante com a sociedade. Os assessores discutirão assuntos levantados com as áreas internas do órgão e possíveis encaminhamentos a veículos.

- **Encontros com jornalistas:** acreditamos ser de suma importância promover conversas informais de gestores e técnicos com jornalistas - online, enquanto for necessário por conta da pandemia, para aproximação e esclarecimento de dúvidas institucionais e sobre políticas públicas para financiamentos e outros temas correlatos.

O **Desenvolve SP** tem profissionais e especialistas renomados e qualificados. Dar voz a eles é valorizar o trabalho desenvolvido por todos na instituição e reforçar o valor desse capital conquistado pelo governo. A **Pridea** atuará junto à mídia propondo que estes porta-vozes se posicionem com frequência, dentro de suas áreas de atuação. Para tanto, sugerimos:

- **Media Training e capacitação de porta-vozes:** a **Pridea** identificará os gestores mais adequados para responder por cada demanda e realizará treinamentos que costumeiramente aplica a seus clientes. A prática prepara os gestores para se posicionarem melhor em entrevistas, tanto individuais quanto coletivas.

- **Produção de conteúdo para faculdades e escolas técnicas e de negócios:** a fim de formar cidadãos conscientes desde cedo sobre educação financeira, haverá ações voltadas para jovens junto a técnicos do **Desenvolve SP**, como produções de cartilhas, em parcerias com secretarias, como a da Educação.

- **Agência de Notícias do Desenvolve SP:** abastecimento diário das novidades envolvendo o órgão. O conteúdo, produzido pelos profissionais da **Pridea**, poderá ser adaptado a diferentes plataformas.

- **Canal no Youtube:** divulgação dos vídeos produzidos para o **Desenvolve SP**, que serão utilizados em estratégias de comunicação multiplataforma.

- **Monitoramento e Avaliação:** todos os dias, a Agência acompanhará a repercussão dos programas e da imagem do **Desenvolve SP** nos veículos de comunicação para avaliar como sua marca está sendo retratada na imprensa e corrigir eventuais equívocos ou problemas. Serão produzidos relatórios para subsidiar a Secom e os gestores do órgão e da Secretaria da Fazenda e Planejamento.

c) Materiais a serem produzidos

- **Releases:** envio diário para imprensa regional, estadual e nacional para informar os veículos de mídia sobre ações, projetos e novidades envolvendo o **Desenvolve SP**;

- **Papers para alinhamento de discursos:** o material será compartilhado com a equipe da Secom, com a superintendência do **Desenvolve SP** e com diretores para que as informações repassadas envolvendo o órgão e suas ações estejam alinhadas;

- **Formatação de conteúdo opinativo:** artigos de opinião assinados pelo Presidente, cartas para jornais e conteúdo para apresentações, com destaque para eventos inovadores, como think tanks, TED Talks, lives e demais participações em plataformas que valorizem pontos de vista relacionados ao escopo e cotidiano do **Desenvolve SP**, primordialmente conectados à atuação da entidade no cenário do coronavírus.

- **Notas:** busca por espaços estratégicos em jornais e revistas com dados relevantes do **Desenvolve SP**, ações, pesquisas, estatísticas ou novidades que serão implantadas.

- **Newsletter para funcionários do Desenvolve SP:** a prática desperta o sentimento de pertencimento e amplia o engajamento dos profissionais. O material será enviado mensalmente.

- **WhatsApp Imprensa:** envio de releases e notas adaptadas à plataforma para informar os jornalistas

que cobrem cidades ou temas relacionados ao suporte à economia em meio à pandemia, financiamento, desenvolvimento sustentável, responsabilidade socioambiental, etc.

- **Guia de Perguntas e Respostas:** o material será compartilhado com os principais porta-vozes do **Desenvolve SP** e com a equipe da Secom para alinhar discursos.

- **Manual de Crise:** o material reunirá informações e orientações para eventuais situações de crise na imprensa envolvendo o **Desenvolve SP**. O conteúdo, importante em casos de emergência, será para os gestores do órgão.

- **Banco de Dados:** a **Pridea** organizará um banco de informações com todas as ações do **Desenvolve SP** em andamento, e também balanços e estatísticas relacionados à conjuntura econômica das regiões atendidas, para apoiar tanto o atendimento das demandas de imprensa quanto a produção de conteúdo para todas as plataformas e informes.

- **Banco de Personagens e Boas Práticas:** reunirá informações para divulgação de cases de boas práticas empresas e cidadãos, ampliando a visibilidade da entidade.

- **Informativos:** papers para informar sobre as ações em andamento e novidades a serem divulgadas. O informativo poderá servir de suporte para entrevistas de porta-vozes do Governo sobre o tema.

- **Colaboração nos conteúdos para Site e Redes Sociais:** produção e curadoria de conteúdos para subsidiar as equipes responsáveis pelo setor de Comunicação Digital. Também indicamos criar um canal específico para o crédito emergencial para empreendedores no cenário do coronavírus, com notícias e conteúdo factual.

- **Relatórios diários e mensais de análise de mídia:** medem como a imprensa tem tratado programas e políticas públicas do **Desenvolve SP**. Diariamente, será enviado um resumo de todo o trabalho realizado no dia, com atendimentos, respostas dadas e eventuais publicações que poderão ocorrer no dia seguinte.

- **Clipping de notícias:** enviado diariamente, com matérias de jornais, sites e revistas sobre o **Desenvolve SP**. As notícias serão classificadas como positivas, negativas ou neutras.

3.2.1.3. Oportunidades de mídia positiva

1) **Desenvolve SP como aliado fundamental para os empreendedores reagirem e retomarem seus negócios em meio a uma crise sanitária e econômica sem precedentes**

As medidas rápidas e assertivas do **Desenvolve SP** no cenário da pandemia do coronavírus, como o repasse de montante inédito de recursos para financiamento a condições igualmente inéditas - principalmente para os mais vulneráveis dentre o público atendido pela instituição, os micro e pequeno empresários -, despertam para a importância do papel do **Desenvolve SP** no fomento à economia do Estado de São Paulo. Consequentemente, para o bem-estar da população em geral.

Perante este momento crítico, é papel da imprensa, como prestadora de serviços em favor da cidadania e do cidadão, amplificar tais esforços e engajar toda a sociedade a fim de mostrar possibilidades concretas de fomento e apoio para o enfrentamento da crise econômica que assola o país. Por isso, na medida em que o **Desenvolve** implementou de maneira rápida e assertiva diversas iniciativas de amparo financeiro para este momento, trata-se de importante oportunidade de dar ainda mais publicidade e visibilidade a essas oportunidades.

Para que isso aconteça, é necessário aprofundar o relacionamento com jornalistas e adotar uma postura mais proativa, fazendo chegar às redações, não só via releases mas com encontros com porta-vozes e outras maneiras criativas de abordagem, as iniciativas que, cada vez mais, serão levadas adiante pelo **Desenvolve SP**.

2) **Consolidação da marca Desenvolve SP como referência para a retomada econômica e o desenvolvimento sustentável no Estado**

Há um forte apelo midiático nos esforços inéditos de captação de recursos no exterior por uma instituição pública no Brasil - caso do **Desenvolve SP**, que tem buscado diversas linhas de crédito para poder continuar emprestando para os empresários e fazer frente aos impactos da pandemia na economia paulista. É o que se pode aferir a partir de matéria do Valor Econômico¹⁴, que destaca o movimento de captação de 50 milhões de dólares do **Desenvolve SP** junto ao Banco de Desenvolvimento da América Latina, “pode parecer pouco, mas a **Desenvolve SP** precisa de bastante funding, depois de emprestar mais de R\$ 1 bilhão

¹⁴ Reportagem do Valor Econômico sobre estratégia de funding do **Desenvolve SP** [Ver aqui](#)

durante a pandemia, quase dobrando sua carteira de crédito.”

A parceria prevê o fomento a projetos alinhados com os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU¹⁵, diretriz que faz parte do *modus operandi* da instituição, colocando o **Desenvolve SP** como um órgão proativo e de credibilidade em meio a um cenário de incertezas e instabilidades.

3) Moderno, o Desenvolve SP pode assumir protagonismo em políticas públicas e em diálogos com a sociedade

Como propulsor da maior economia do País, fomentando os setores produtivos do Estado que é o grande fornecedor de bens de consumo, bens de capital, insumos e serviços para as demais regiões do Brasil e para o exterior - São Paulo representou, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE) e a Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade)¹⁶, 30,7% do PIB brasileiro em 2019 -, o **Desenvolve SP** reafirma, mais do que em qualquer outro momento desde a sua criação, a importância de uma instituição financeira pública com diretrizes sólidas. O fato de seus processos já serem totalmente digitais antes da pandemia confirma sua vocação para o pioneirismo e para políticas públicas que salvam vidas.

Nesse sentido, são inúmeras as oportunidades de pautas a serem trabalhadas junto à imprensa, grande ou regionalizada; aos influenciadores; e aos cidadãos por ações diretas. Sempre visando a uma ampla prestação de contas junto à sociedade e aos públicos-alvo da entidade, valorizando as oportunidades e iniciativas criadas para auxílio dos pequenos e médios empresários paulistas.

¹⁵ Objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil (ONU) [Ver aqui](#)

¹⁶ Release com dados estatísticos sobre a economia paulista [Ver aqui](#)

3.2.1.4. Identificação dos riscos à imagem

1) Imagem atrelada à burocracia e/ou à falta de transparência no processo de solicitação dos recursos, do acesso à liberação

O trabalho de comunicação do **Desenvolve SP** terá o desafio de descolar a imagem da entidade como instituição financeira não totalmente confiável, com base em matérias analisadas pela **Pridea** nos comentários dos usuários de redes como Facebook nas páginas oficiais do **Desenvolve SP**, em sua maioria postando críticas sobre problemas na liberação de crédito.

Nas redes sociais, por exemplo, os poucos comentários de internautas geralmente versam sobre a dificuldade para acesso e liberação ao crédito, demonstrando uma visão que limita o **Desenvolve SP** a um banco “como qualquer outro”, que, para além de reclamações operacionais e processuais possivelmente legítimas, podem revelar também uma incompreensão conceitual se levarmos em conta que alguns destes casos seriam elegíveis ao Banco do Povo, programa do governo do Estado que atende pessoas físicas e microempreendedores individuais (MEIs), público não-contemplado pelo **Desenvolve SP**.

O mesmo aconteceu na página Reclame Aqui¹⁷, com 58 reclamações registradas contra o **Desenvolve SP** desde 2018, a maioria tratando da demora na resposta sobre qualificação para crédito e problemas técnicos no site, com comentários como “fake news”, “falta informação sobre critérios de aprovação para crédito” e “propaganda enganosa”. Apesar de a quase totalidade delas ter sido respondida pelo órgão, a reputação do **Desenvolve SP** no site é de uma nota 6,9 (em uma escala de 0 a 10), considerada mediana.

A abordagem sugerida pela **Pridea Comunicação** é a de incrementar o diálogo com os cidadãos nas redes sociais a partir de nosso suporte junto ao time online e termos um discurso previamente planejado, em conformidade com a visão do órgão, para que, assim, sejam realizadas matérias mais positivas e a entidade, aos poucos, consolide a imagem de credibilidade.

2) Volume de recursos para empréstimo apontado como insuficiente

Segundo análise de mídia realizada pela **Pridea**¹⁸, o **Desenvolve SP** foi criticado, especialmente no início da pandemia do coronavírus, por não disponibilizar recursos para capital de giro de maneira rápida e

¹⁷ Análise de ocorrências do **Desenvolve SP** na página Reclame Aqui [Ver aqui](#)

¹⁸ Análise de mídia da **Pridea** feita para essa concorrência

à altura da demanda dos pequenos negócios. Em entrevista à Folha de S. Paulo¹⁹ em abril do ano passado, o vice-presidente da FecomercioSP, Ivo Dall'Acqua, havia dito que o dinheiro liberado pelo governo de São Paulo até então, de R\$ 650 milhões, por meio do Banco do Povo e do **Desenvolve SP**, era considerado "irrisório". Apesar de o montante concedido ter aumentado exponencialmente de lá para cá, chegando à cifra de R\$ 1,8 bilhão via **Desenvolve SP**.

A **Pridea** acredita que é preciso enfatizar os esforços da entidade na concessão de crédito, captando e repassando o máximo de recursos possível e com volumes recordes. Para isso, a estratégia de comunicação deve se amparar em uma postura proativa, cultivando o relacionamento dos porta-vozes com a imprensa e mantendo um diálogo aberto, principalmente nas diversas possibilidades trazidas pelas redes sociais com os cidadãos.

3) Equívocos conceituais podem prejudicar a consolidação da marca **Desenvolve SP**

Segundo nossa análise qualitativa de mídia (Media Audit), que entrevistou 20 jornalistas de 18 regiões do Estado, apesar de todos afirmarem ter uma imagem positiva ou neutra do banco, alguns demonstram ter um entendimento superficial do banco ou, até mesmo, chegam a confundir os escopos do **Desenvolve SP** com os do Banco do Povo e do Investe SP, outros programas de governo do Estado.

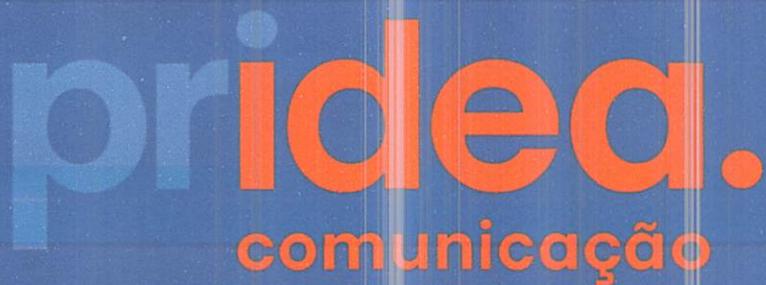
Essa imprecisão, percebida também nos comentários do público geral das redes sociais, acaba por limitar o trabalho de consolidação da marca **Desenvolve SP** como um dos pilares da retomada econômica do Estado e referência em desenvolvimento sustentável.

O Plano de Ação proposto pela **Pridea Comunicação** para esta concorrência contempla uma série de ações, informativas e criativas, que visam a tornar os propósitos do **Desenvolve SP** amplamente conhecidos e a corrigir eventuais enganos desta natureza.

¹⁹ Reportagem sobre concessão de crédito na Folha de S. Paulo [Ver aqui](#)

2

19



Análise de Imagem

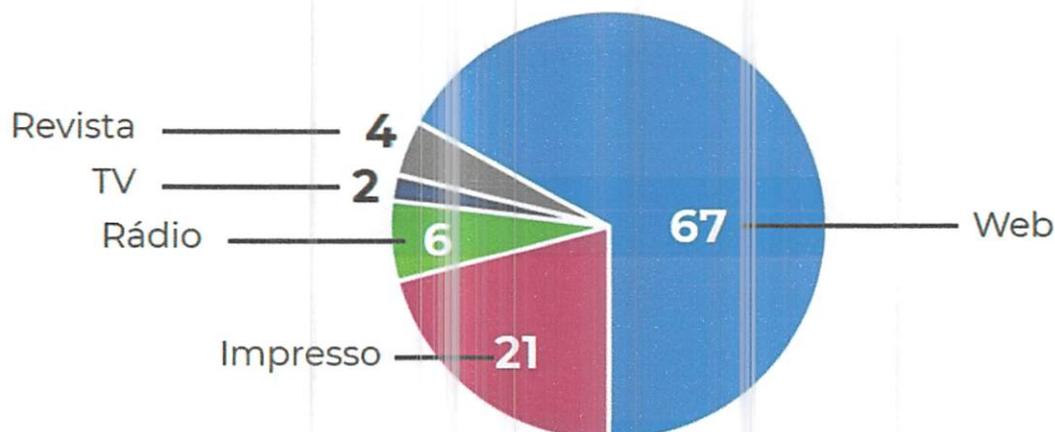
[Handwritten signature]
[Handwritten mark]
20

Análise Diária de Imagem

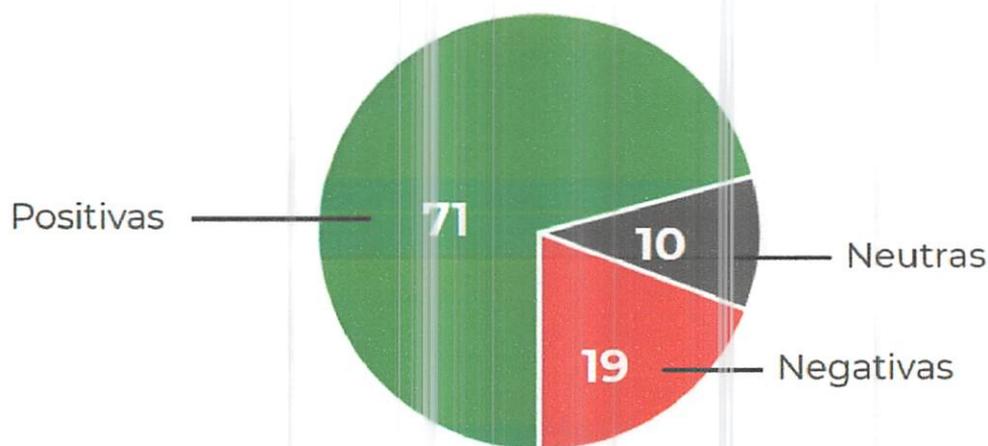
A Pridea Comunicação realizou auditoria do conteúdo publicado em jornais, revistas, televisão, rádio e internet que se referem à imagem e marca da **Desenvolve SP** do Estado de São Paulo dentro do tema “**Exposição da marca Desenvolve SP no cenário do coronavírus**”. A análise de imagem foi realizada durante o período de 13 de março de 2020 a 30 de outubro de 2020 a partir do link: <https://bit.ly/3oUAQ5H>.

Foram selecionadas 100 reportagens veiculadas na mídia, de 54 veículos de imprensa, que envolveram ou citaram a **Desenvolve SP** a fim de produzir um diagnóstico da visibilidade e reputação que a instituição tem na imprensa. No que diz respeito ao tipo de mídia, os conteúdos analisados abarcaram reportagens e matérias veiculadas em impresso, web, TV e rádios, sendo a web a mídia de maior quantidade de matérias, representando 67%. Em seguida aparecem as matérias de jornais impressos, atingindo 21%, revistas 4%. Emissoras de rádio e TV, 6% e 2% respectivamente.

Dentro do período analisado e, a partir do link disponibilizado, constatou-se que a mídia televisiva e as emissoras de rádio somam apenas 8%. Este cenário pode ser um ponto a ser avaliado pela **Desenvolve SP**. São veículos de comunicação com grande abrangência, atingindo públicos de diferentes classes sociais, e que podem impactar principalmente os pequenos, micros e médios empresários.

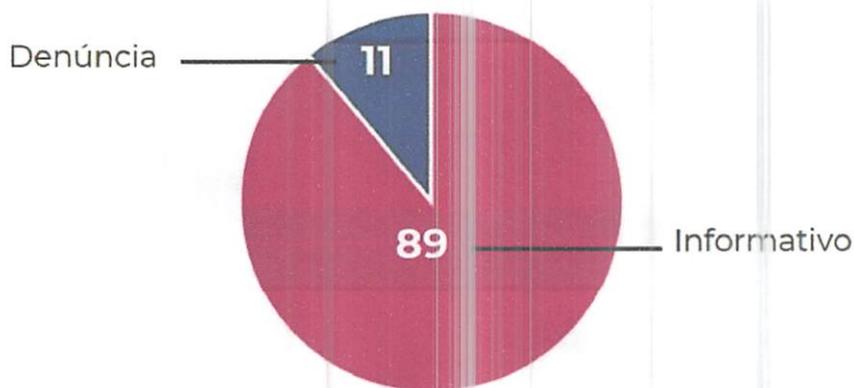


Para compreender a imagem das ações do Governo Estadual junto à imprensa, a Pridea dividiu as matérias analisadas entre positivas, negativas e neutras. O que se percebeu foi que, em sua maioria, as matérias relacionadas às ações da **Desenvolve SP** são de conotação positiva, representando 71 das 100 matérias analisadas. Em seguida, foram registradas 19 reportagens negativas e 10 neutras. No geral, há uma boa avaliação referente à imagem da **Desenvolve SP** em relação ao tema Covid-19 junto à imprensa, pois as matérias positivas e neutras atingem 81% do total de matérias avaliadas durante o período.

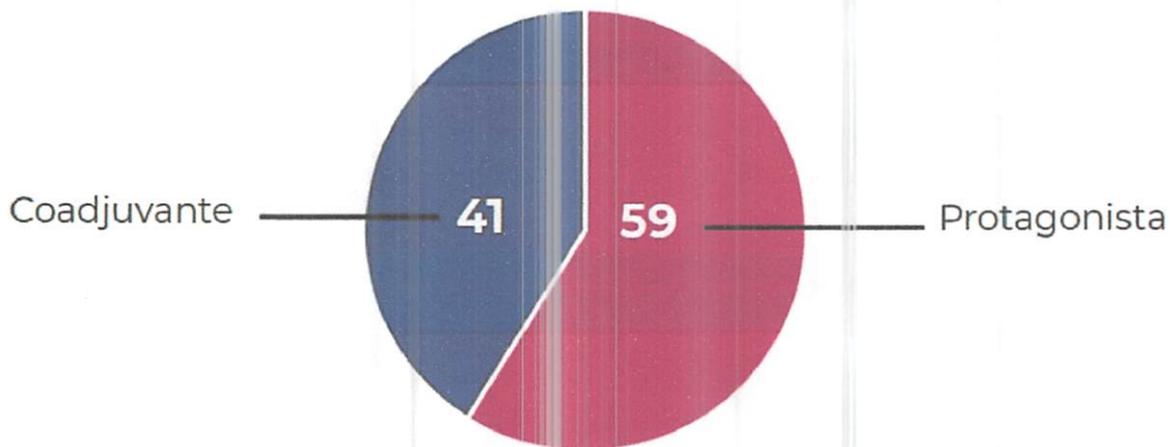


Outro ponto de avaliação elaborado pela Pridea se refere ao caráter da matéria, ou seja, o que motivou a imprensa a realizar a inserção de determinadas pautas em seus veículos. A divisão foi feita entre Informativo e Denúncia. O primeiro, marcando 89% das matérias analisadas, se refere ao conteúdo de informação veiculado para população, como a liberação de crédito com taxas reduzidas de juros durante a pandemia e investimentos da **Desenvolve SP** para compra de equipamentos hospitalares, como ambulância e para produção de testes que detectam coronavírus.

Já o segundo, trata de questões denunciadas pela imprensa. Entre elas a burocracia e a demora de respostas para obtenção de créditos destinados aos empresários durante a crise sanitária.



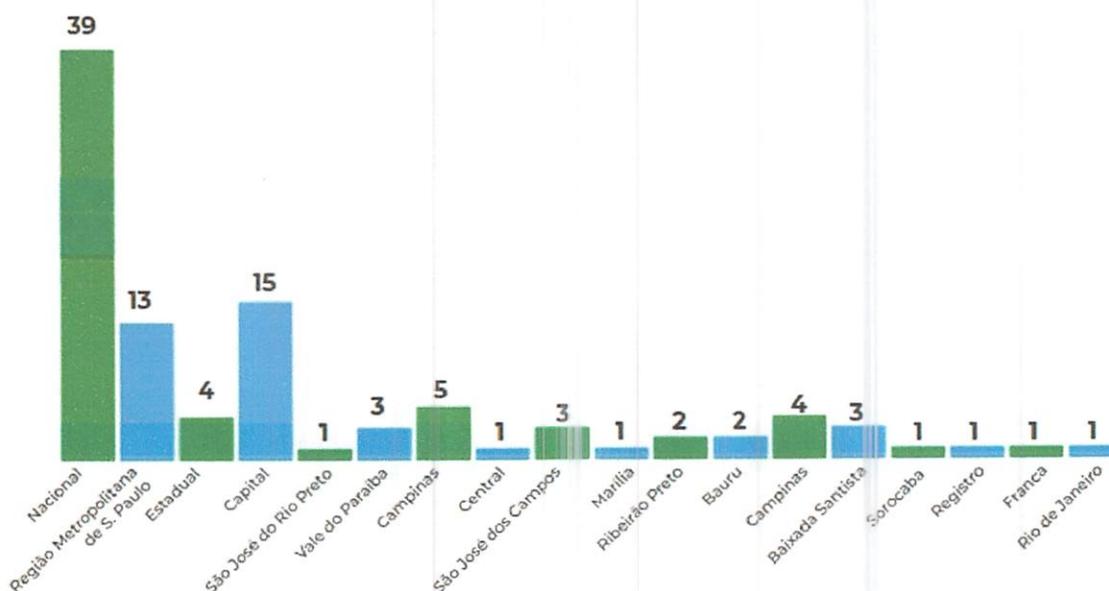
A Pridea também buscou compreender a posição que a instituição ocupa nas notícias avaliadas. Foram estabelecidos dois cenários: Protagonista, quando a **Desenvolve SP** conduz a notícia publicada, sendo ator principal; e Coadjuvante, quando é apenas citada no contexto da notícia. A entidade esteve como protagonista, de maneira positiva ou neutra em 59 veículos de imprensa e em 41 como coadjuvante. Portanto, é recomendável um esforço na estratégia de comunicação para que a marca da **Desenvolve SP** aumente ainda mais sua participação como portgonistas nas matérias veiculadas pela imprensa.



A Pridea Comunicação também buscou avaliar os veículos que a **Desenvolve SP** marca presença, seja de maneira positiva ou negativa, caráter informativo ou denunciioso, seja como protagonista ou como coadjuvante. O que se pode notar foi a inserção de matérias em 54 diferentes veículos, destacando-se o G1, um dos principais portais do país, com 8 conteúdos veiculados. Em seguida, o UOL com 7 matérias. Os jornais O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo tiveram, respectivamente, 8 e 6 reportagens, considerando tanto as versões impressa e online. O portal Agora Vale foi o que registrou mais inserções no interior, com 4 matérias.

Também foi selecionada a abrangência das reportagens veiculadas. Das 100 matérias avaliadas, 39 têm alcance nacional. Demonstrando, portanto, o protagonismo que a **Desenvolve SP** no cenário global do país. Em seguida, o destaque é para as notícias veiculadas em mídias da capital, região metropolitana e estadual, totalizando 32. E uma veiculada no Rio de Janeiro, pelo jornal O Globo. O interior paulista soma 28 matérias.

Quanto à abrangência envolvendo as 16 regiões administrativas do Estado, 15 regiões trazem notícias sobre as ações da **Desenvolve SP**. A região de Itapeva não esteve presente nas 100 matérias selecionadas a partir do link disponibilizado. É recomendável um esforço na divulgação para impactar a imprensa e a opinião pública dos 17 municípios que a compõem.



Além disso, a Pridea também verificou diferentes oportunidades de comunicação para a pasta, que serão apresentadas no decorrer deste documento. Como método de organização, as análises apresentam os seguintes dados: data, veículo, programa/editoria, título da matéria e região em que a matéria foi veiculada.

O conteúdo incluiu itens como **Análise**, que descreve e indica o tom da reportagem; **Pontos positivos**, que destaca as qualidades da matéria; **Riscos à imagem**, que detectam o que pode soar negativo para o Governo Estadual; e **Sugestão de estratégia**, com ações estrategicamente pensadas para as equipes de comunicação tomar em cada uma das situações avaliadas.

Data: 13/03/2020

Veículos: G1 / O Extra.net

Programas/editorias: Economia / Economia

Títulos das matérias: Doria anuncia R\$ 225 milhões em crédito com taxa de juros reduzida para estimular economia de SP devido ao coronavírus / Desenvolve SP reduz juros para ajudar empresas paulistas

Regiões: Nacional / São José do Rio Preto

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

A matéria do repórter Giba Bergamin traz dois interlocutores importantes do governo: Patrícia Ellen, secretária de Desenvolvimento Econômico, e Henrique Meirelles, titular da Fazenda. O espaço que o G1 concedeu ao governo foi bastante positivo e deve ser ampliado a outros veículos de comunicação. A fala dos secretários ratificou o anúncio do governador, que defende um maior estímulo da economia em tempos de coronavírus. "Os R\$ 225 milhões serão disponibilizados em linhas de crédito pelo Banco do Povo e o Banco Desenvolve SP", disse.

O portal Extra.net, de Fernandópolis, repercutiu, na íntegra, um release enviado pela assessoria da Desenvolve SP, que trata da divulgação de juros para empresários. A repercussão mostra que este tipo de divulgação é bastante necessária e não precisa ficar restrita à São Paulo.

Pontos Positivos

O aspecto favorável da reportagem do G1 foi a informação de que os recursos do Banco do Povo serão destinados em especial a municípios com pacientes diagnosticados com coronavírus, sem dúvida, foi o destaque desta notícia. No caso o portal Extra.net, a informação de que os prazos de carência e de amortização foram alterados para beneficiar as micro, pequenas e médias empresas de São Paulo é um dado que pode chamar a atenção de outros gestores. É bastante relevante destacar isso como forma de obter outros espaços na mídia.

Riscos à Imagens

O repórter chamou a atenção para o fato de o governo não ter calculado os impactos da doença na economia. Não foram identificados riscos à imagem no caso portal Extra.net.

Sugestões de Estratégias

A pauta veiculada no G1 é um assunto que merece destaque na grande imprensa. Neste caso, o texto foi produzido a partir de uma coletiva de imprensa concedida pelo governador.

Como se trata de disponibilização de recursos para as cidades paulistas, indicamos que aconteçam coletivas semelhantes pelo interior como forma de conseguir mais espaço. Sugerimos, ainda, a participação de porta vozes do governo para que falem nas rádios do interior, concedendo entrevistas às TVs locais e às rádios.

A redução de juros para minimizar os impactos econômicos do coronavírus, publicada no Extra.net, é um assunto que está na pauta nacional e paulista

Em São Paulo, houve uma redução expressiva dessas taxas e essa informação deve ter destaque. Seria interessante que o presidente da Desenvolve SP se pronunciasse sobre o assunto e virasse referência quando a tema fosse o auxílio aos municípios.

Portanto, é recomendável que a Desenvolve SP continue enviando os seus materiais à imprensa e que eles sejam acompanhados de informações sobre iniciativas do Governo do Estado sobre as medidas tomadas para reduzir o impacto econômico decorrentes da doença e das restrições em curso. Um exemplo para ampliar essa divulgação é a utilização de personagens – empresários beneficiados com a medida –, que neste caso, justificaria a importância da disponibilização de recursos pelo governo para o seu negócio.

Data: 16/03/2020

Veículos: M&E Eventos / Valor Econômico / Estadão.com / Agora Vale

Programas/editorias: Mercado e Eventos / Economia / Política / Cultura

Títulos da matérias: Workshop de crédito turístico da Secretaria de Turismo de SP vai acontecer online / Estados apostam em agências locais para estimular economia / Workshop de crédito turístico será apenas online

Regiões: Capital / Nacional / Nacional / Vale do Paraíba

Veiculações: Positiva / Neutra / Positiva / Neutra

Análises

O texto do site M&E Eventos informa sobre workshop de crédito turístico realizado pela Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo junto com a Desenvolve SP. O texto traz a informação do último seminário realizado no Vale do Ribeira, mas poderia destacar o calendário dos próximos eventos, alertando para quem pode participar. O texto do Valor Econômico traz exemplos de agências de fomento em São Paulo, no Rio de Janeiro, no Espírito Santo e em Minas Gerais, que estariam reforçando as suas atuações e mudando a concentração de financiamentos para fortalecer o desenvolvimento regional dos seus respectivos estados. A análise é bastante interessante, mas é injusta quando coloca São Paulo como estado "gastador". De todo modo, a matéria é completa e destaca a ampliação da carteira de crédito da Desenvolve SP e o caixa da agência, de R\$ 650 milhões disponíveis em recursos para financiamento. Também foi citada a captação de R\$ 7 bilhões junto a organismos internacionais como o Banco Mundial e a Agência Francesa de Desenvolvimento. Em artigo publicado no portal Estadão.com, o governador João Doria destaca a necessidade de reduzir o impacto econômico decorrente do coronavírus e das restrições em curso. Entre vários temas, o governador cita a disponibilização de R\$ 200 milhões em crédito para micro e pequenos empreendedores subsidiado por meio do banco Desenvolve SP. A matéria do Agora Vale informa o leitor que, por conta da pandemia do Covid-19, houve uma mudança de um evento, que antes aconteceria presencialmente e passou a ser online. A mudança aconteceu para evitar que os interessados tenham de se deslocar até a Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo, organizadora do evento junto com a Desenvolve SP.

Pontos Positivos

O aspecto favorável do M&M é justamente a divulgação do informação do Programa de Crédito Turístico, que muitos empreendedores e gestores públicos ainda não conhecem, e cujo

objetivo é viabilizar o acesso a linhas de financiamento oferecidas por BNDES, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal. No caso da matéria Valor Econômico, o fato da Comissão de Financiamentos Externos do Ministério da Economia autorizar operação de crédito da Desenvolve SP no valor de US\$ 200 milhões junto ao Novo Banco de Desenvolvimento (NDB) e o grupo do Brics formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul coloca a Agência em evidência. O artigo do governador João Doria cita esforços do governo paulista em várias áreas e destaca a ampliação de crédito sem avalista para os empreendedores, que teve seu limite ampliado, o que demonstra que há ações do estado e de suas agências voltadas para os empresários durante a pandemia.

Riscos à Imagem

Não foram identificados nas matérias do portal M&M eventos, no Estadão.com e no Agora Vale. No Valor Econômico, a informação trazida pelo presidente da Desenvolve SP de que a agência está se reestruturando pode gerar dúvidas por parte da opinião pública e questionamentos da imprensa.

Sugestões de Estratégias

A reportagem dos portais M&E Eventos e do Agora Vale trazem inúmeras possibilidades de divulgação no interior. Uma delas é destacar a parceria da Desenvolve SP com a Secretaria de Turismo em diversas ações, como em coletivas de imprensa conjuntas pelo interior do Estado. É bastante importante observar a existência de seminários espalhados por todo o Estado que tratam de viabilizar o acesso a linhas de financiamento oferecidas por BNDES, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal. Um dos caminhos propostos é que porta-vozes da Desenvolve SP se desloquem às principais cidades paulistas para dar entrevista e explicar quais são os prazos, os pré-requisitos e o funcionamento desta medida. Esses porta-vozes precisam estar orientados para aproveitarem os espaços de entrevista na imprensa local. A pauta veiculada pelo jornal Valor Econômico pode ser sugerida em outros veículos de imprensa seja especializados em economia ou não. O objetivo é que o presidente da Desenvolve SP possa explicar detalhadamente o processo de reposicionamento do órgão. Agendar encontros com esses formadores de opinião ou visitar redações são possibilidades interessantes. Os dados do artigo do governador no Estadão.com podem ser divulgados na forma de matérias de serviço pela capital e interior com ganchos de, por exemplo, “Quem pode solicitar o financiamento”.

Data: 17/03/2020

Veículos: Segs / Guia da Semana / G1/ O Estado de S. Paulo / UOL / Folha.com

Programas/editorias: Economia / Na Cidade / São Paulo / Opinião / MPME / Mercado

Títulos das matérias: Desenvolve SP reduz juros para ajudar empresas paulistas / Coronavírus: Governo de São Paulo determina fechamento de espaços culturais / Coronavírus: associação anuncia fechamento de bares e baladas de SP, mas pede ajuda financeira para Covas e Doria / São Paulo contra o Coronavírus / Crédito para capital de giro ajuda empresário a enfrentar crise do coronavírus / Doria anuncia mais R\$ 275 milhões em crédito subsidiado contra coronavírus

Regiões: Nacional / Capital / Nacional / Estadual / Nacional / Nacional

Veiculações Positiva / Negativa / Negativa/Positiva / Positiva / Positiva

Análises

O portal Segs publicou na íntegra release enviado pela assessoria da Desenvolve SP. O texto foca na redução de juros para ajudar empresas paulistas e traz aspas do presidente da Desenvolve SP. "São inúmeras as medidas para o combate ao coronavírus e não seria diferente na área econômica. Estamos buscando realizar um movimento anticíclico que visa minimizar os impactos econômicos na maior economia do Brasil", explicou Nelson de Souza. Por sua vez, reportagem do Guia da Semana, portal especializado em Cultura traz informações a partir da coletiva de imprensa. Logo no lead da matéria, há aspectos bastante negativos e críticas ao governo por falta de priorização ao setor da cultura. Mas a fala do secretário de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, Sergio São Leitão, amenizou as críticas explicando que a área cultural não é afetada apenas em São Paulo. Sérgio Sá Leitão destacou a importância da cultura e da economia criativa e abordou o crédito facilitado e subsidiado via Desenvolve SP. O texto do G1 ignora as ações tomadas pelo Estado para mitigar prejuízos por conta das recomendações sanitárias e traz praticamente um release da Associação da Noite e do Entretenimento Paulistano (Anep) que ameaça o fechamento de casas noturnas e bares de São Paulo. Na matéria, a Anep sugere que a Desenvolve SP crie uma linha de crédito para tentar ajudar. O artigo do governador João Doria, publicado no jornal O Estado de S Paulo, aborda diversas medidas de combate ao coronavírus realizadas pelo governo como oferta de crédito de R\$ 200 milhões em crédito empresarial subsidiado pela Desenvolve SP. A matéria do UOL traz como gancho a liberação de bilhões de reais que vão ajudar os empresários a enfrentar a crise do coronavírus. A reportagem na Folha de S. Paulo, apresenta o impacto do coronavírus na economia e a forma com que o governo tem lidado com a questão tem sido foco de diversas reportagens positivas.

Segundo a reportagem, será oferecido crédito será oferecido via banco Desenvolve São Paulo, para empresas que faturam de R\$ 81 mil a R\$ 300 milhões por ano.

Pontos Positivos

No caso da notícia do Segs, o aspecto favorável é a fala do presidente da Desenvolve SP informando sobre o objetivo de reduzir os impactos econômicos devido à pandemia. Por sua vez, o Guia da Semana tem como ponto favorável a fala do secretário Sérgio Sá Leitão sobre o crédito via Desenvolve SP para o setor, o que pode repercutir favorável no meio artístico. Em seu artigo, o governador citou as possibilidades que existem no governo para mitigar a crise econômica, como crédito empresarial subsidiado pela Desenvolve SP, reforçando o papel da Agência. A reportagem do UOL também tem como ponto positiva apresentar linhas de financiamento. Já a matéria da Folha de S. Paulo tem como ponto favorável a informação sobre crédito via banco Desenvolve SP dando protagonismo à Agência. No caso do G1 não foi identificado aspecto positivo.

Riscos à Imagem

No caso do Guia da Semana, a repercussão de suposta falta de priorização na área cultural pode surtir questionamento da imprensa sobre a atuação da Desenvolve SP para o setor. A matéria do G1 é toda baseada em informações trazidas pela Anep e não dá espaço algum ao governo. Não foram identificados nos casos das matérias do Segs, do UOL, no artigo publicado no Estadão e na Folha de S. Paulo.

Sugestões de Estratégias

É relevante que um texto enviado pela Desenvolve/SP seja replicado em outros veículos de comunicação, como aconteceu com o portal Segs. No caso de pautas equivalentes ao Guia da Semana, é fundamental alinhamento de estratégia com a equipe de comunicação da Secretaria Cultura a fim de alinhar o discurso junto à imprensa. O G1 ignorou a máxima jornalística e desinformou quando para a Anep. No caso em que citam a Desenvolve SP, vale a equipe de assessoria de imprensa da Agência fazer contato com o editor do G1 e enviar uma nota contundente repudiando a linha editorial. A pauta do UOL pode ser explorada na imprensa de diversas formas: em visitas do presidente da Agência nas principais redações, se colocando como autoridade quando assunto das matérias estiverem relacionadas ao corte de gastos, à negociação de prazos para pagamento com fornecedores, por exemplo. No caso da Folha de S. Paulo, a sugestão é que os porta-vozes da Desenvolve SP tentem ser didáticos e expliquem mais diretamente como funciona o órgão.

Data: 18/03/2020

Veículos: Agência Brasil / Correio Popular

Programas/editorias: Geral / Opinião

Títulos da matéria: Doria pede fechamento de shoppings e academias na região metropolitana / São Paulo contra o coronavírus

Regiões: Nacional / Campinas

Veiculações Negativa / Positiva

Análises

A matéria da Agência Brasil mostra as medidas mais rígidas tomadas pelo governador João Doria para conter a disseminação do coronavírus. Além do fechamento de shoppings e academias, Doria anunciou que os postos do Poupatempo e do Detran terão contenção de fluxo. “Eles não serão fechados no momento, mas a intenção é diminuir bastante o fluxo nesses locais para evitar aglomeração. Não há fechamento, mas regulação para permitir fluxo adequado e sem concentração de pessoas”, falou o governador.

O texto da repórter Aline Leal detalha medidas do governo paulista para enfrentar a doença e cita a destinação de mais R\$ 275 milhões em linhas de crédito que foi anunciada para conter os efeitos da pandemia na economia paulista. A matéria é positiva e destaca o fato de o dinheiro extra ser aplicado por meio dos programas Banco do Povo e Desenvolve SP, que incentivam o empreendedorismo e à geração de emprego e renda.

O artigo do governador João Doria, publicado no jornal Correio Popular, aborda diversas medidas de combate ao coronavírus realizadas pelo governo, desde a suspensão das aulas presenciais até a oferta de crédito de R\$ 200 milhões em crédito empresarial subsidiado pela Desenvolve SP. Uma sugestão nesta linha é vender artigos do presidente da Desenvolve SP para veículos do interior explicando para os micro e pequenos empreendedores como eles devem fazer para conseguir o financiamento.

Pontos Positivos

O texto da Agência Brasil destaca o fato de o dinheiro extra ser aplicado por meio dos programas Banco do Povo e Desenvolve SP, que incentivam o empreendedorismo e à geração de emprego e renda.

Já o artigo no Correio Popular aborda as diversas possibilidades que existem no governo para mitigar a crise econômica, como crédito empresarial subsidiado pela Desenvolve SP, passando sensação de credibilidade e de atuação da Agência neste momento de crise mundial.

Riscos à Imagem

Não foram identificados em ambas as publicações.

Sugestões de Estratégias

No caso da Agência Brasil ficou a sensação de que a repórter não tinha informações mais detalhadas da Desenvolve SP. Cabe à assessoria de imprensa reforçar isso por meio de notas e releases, que devem ser enviados constantemente às redações.

No artigo do governador, foram tratados diversos pontos, entre eles o papel da Desenvolve SP, sobretudo neste momento de crise econômica. Foram citadas medidas para reduzir o impacto econômico decorrente do coronavírus e das restrições em curso. Matérias de serviço também podem ser divulgadas pela capital e pelo interior com ganchos de, por exemplo, “Quem pode solicitar o financiamento”. Os financiamentos de capital de giro empresas paulistas com faturamento anual entre R\$ 81 mil e R\$ 90 milhões. Para os projetos de investimento, o faturamento da empresa pode ser de R\$ 81 mil até R\$ 300 milhões ao ano.

São dados importantes que, certamente, poderão ser explorados nos mais diversos canais de comunicação. Os jornais, rádios e emissoras do interior carecem de notícias e certamente replicariam esse serviço prestado pela Desenvolve SP. É, inclusive, uma forma de realizar seminários ou encontros com empreendedores e empresários.

2

X

→

32

Data: 19/03/2020

Veículo: O Vale / Estadão.com / Central Dia e Noite Online

Programas/editorias: São José do Campos / Política /Brasil

Títulos da matéria: Estado anuncia fechamento de shoppings e anuncia pacote de 500 milhões / Promotoria pede a Doria e Covas medidas de isolamento social, teste do coronavírus e contabilização de casos / Governo de SP dobra linha emergencial de crédito para proteger empresas durante pandemia do coronavírus

Regiões: Vale do Paraíba / Nacional / Central

Veiculações Positiva / Negativa / Positiva

Análises

O anúncio de diversas medidas para combater o coronavírus foi o mote da reportagem no jornal O Vale, que detalhou ponto a ponto quais seriam as ações da prefeitura de São José dos Campos. É importante ressaltar que, em uma matéria sobre emprego e renda, a Desenvolve SP aparece como oportunidade de minimizar os efeitos da crise. Já o texto do Estadão.com informa sobre recomendação do Ministério Público com diversas críticas à atuação do prefeito de São Paulo, Bruno Covas e do governador, João Doria. A promotoria alegou que falta uma 'resposta satisfatória' sobre questionamentos a respeito dos casos de coronavírus. Fica claro que o texto do Estadão foi pautado pela promotoria de São Paulo e que faltou apurar o que já havia sido implantado pelo governo paulista. Dessa forma, o 'outro lado' talvez não existisse. Na matéria, o Estado respondeu elencando as realizações e o que já havia sido implantado para prevenção do coronavírus. Por sua vez, o texto do site São Carlos Dia e Noite Online é 100% positivo e destaca o anúncio de R\$ 500 milhões para beneficiar microempreendedores paulistas. O jornal também traz a informação de que haverá um pacote especial para as empresas dos setores de Turismo, Viagens, Economia Criativa e Comércio.

Pontos Positivos

Foi bastante relevante o fato de a Desenvolve SP aparecer em uma matéria que trata de um anúncio realizado pela prefeitura de Suzano. Na matéria do Estadão, o aspecto positivo é ter "o outro lado da história", que disponibilizou todas as informações ao jornal com total transparência. O texto do portal São Carlos Dia e Noite Online destaca a comissão de monitoramento que avalia os impactos econômicos do coronavírus em São Paulo e explica como funciona o grupo e quem faz parte dele. Informações fundamentais que apresentam a opinião pública, ações positivas, envolvendo a Desenvolve SP.

Riscos à Imagem

Não foi identificado no caso das matérias veiculadas pelo O Vale e pelo portal de São Carlos. Todos os gestores públicos foram surpreendidos com a pandemia e os efeitos dela só estão sendo sentidos agora. O texto do Estadão replica informações do Ministério Público sem a devida checagem, o que prejudica enormemente a imagem do governo e de suas ações no combate ao coronavírus.

Sugestões de Estratégias

A geração de emprego e renda, principalmente neste período de crise, é tema recorrente nos veículos de comunicação da capital e do interior. A opinião pública e a população se preocupam genuinamente com o desemprego, por isso a possibilidade de a Desenvolve SP ter espaço na imprensa é enorme. As oportunidades começam com a realização de coletivas de imprensa no interior reafirmando o papel da agência e reunindo empresários e empreendedores para mostrar as possibilidades de financiamento neste momento de crise e as formas de obtê-los. Além de divulgar as ações da Desenvolve SP, as coletivas são um momento de fazer com que os jornalistas não especializados no assunto possam tirar dúvidas. Os materiais para subsidiar os porta-vozes envolvidos nas coletivas serão preparados para que eles respondam a todas as questões e possam discorrer o tema sem tropeços. Outro ponto que pode render boas pautas são as visitas dos porta-vozes às redações dos principais veículos do interior. Essa aproximação fortalece a instituição. No caso da pauta do Estadão.com, é importante reforçar junto ao portal e demais veículos de imprensa todas as medidas que estão sendo tomadas para reduzir os efeitos da crise. Uma sugestão é o envio de artigos de opinião para veículos da capital e do interior. Os artigos podem ter recortes específicos sobre o papel da Desenvolve SP na pandemia. Outra sugestão é realizar eventos com empreendedores de todo o Estado para que eles conheçam o Programa de Crédito Turístico, cujo objetivo é viabilizar o acesso a linhas de financiamento oferecidas por BNDES, Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal. O espaço concedido a Desenvolve SP no portal São Carlos pode ser replicado em outros veículos, por meio de envio de releases que detalhem a importância do órgão e expliquem, didaticamente, de que maneira as linhas de crédito podem ser liberadas. É fundamental, também, que esses materiais sejam regionalizados a fim de ganhar maior abrangência junto à imprensa e à sociedade. Incentivo ao empreendedorismo e geração de emprego e renda podem caminhar juntos nas divulgações. Importante também orientar os porta-vozes regionais e aproveitar os espaços de entrevista para elencar as ações que a Desenvolve SP vem adotando no combate à pandemia.

Data: 24/03/2020

Veículo: Diário do Grande ABC Online

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: Fecomercio recomenda a varejistas que não aumentem estoques

Região: Metropolitana

Veiculação Positiva

Análise

A matéria traz recomendações da Fecomercio para que varejistas de bens duráveis e semiduráveis não ampliem os estoques. Segundo a instituição, este "não é o momento de investir, endividar-se ou assumir compromissos no longo prazo".

Desde o início da crise, muitos comerciantes e empresários fecharam as portas por falta de capital de giro. Mais de 1 milhão de empregos formais, que ocupavam vagas em cerca de 460 mil estabelecimentos, tiveram o seu trabalho interrompido de forma temporária ou definitiva.

E a Fecomercio, no texto, recomenda que esses empresários tomem crédito na Desenvolve SP e não em instituições que tem juros muito altos.

Ponto Positivo

A recomendação da Fecomercio para que empresários tomem crédito pelas estatais Desenvolve SP e Banco do Povo Paulista, que liberaram R\$ 500 milhões de reais para o comércio e turismo do Estado.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

As recomendações para se obter crédito por meio da Desenvolve SP certamente não partiram só da Fecomercio. Seria interessante mapear outras entidades representativas do comércio, da indústria e do setor de serviços que fizeram essa sugestão para, dessa forma, conseguir espaço na imprensa. Coletivas de imprensa reunindo representantes dessas entidades também podem ser uma alternativa para conseguir espaço na mídia. No interior, é possível realizar eventos com Empreendedores e pequenos empresários para que conheçam as possibilidades de financiamento e de que forma é possível obtê-lo.

Data: 25/03/2020

Veículos: O Globo / R7

Programas/editorias: Política / Economia

Títulos das matérias: Doria critica Bolsonaro e alerta sobre coronavírus: "Pior ainda não chegou" / SP terá crédito a juros baixos para medidas pequenas e microempresas

Regiões: Rio de Janeiro / Nacional

Veiculações: Positiva/Positiva

Análises

A entrevista concedida ao jornal O Globo pelo governador João Doria foi política. Os pontos levantados, em sua maioria, fizeram o contraponto com ações adotadas pelo governo federal. O governador sinaliza que, apesar das restrições e dos indicadores, as medidas para a retomada da economia foram feitas em São Paulo.

No que se refere à Desenvolve SP, o destaque foi a liberação de R\$ 500 milhões para que pequenos e microempresários não tivessem que demitir os seus trabalhadores ou chegar ao limite de ter que fechar as portas.

O texto do R7 é positivo e traz informações de coletiva de imprensa concedida pelo governador João Doria, que destaca preocupação com a economia. As aspas do governador e do secretário da Fazenda e Planejamento do estado, Henrique Meirelles deram robustez à matéria, cujo assunto é a forma de aliviar os efeitos da crise econômica provocada pela disseminação do coronavírus.

Doria pretende se reunir com representantes do setor financeiro para mostrar experiências bem-sucedidas em outras crises pelo mundo para que os bancos possam continuar operando normalmente. "Mesmo que seja necessário adiar pagamentos, aceitar atrasos e continuar mantendo crédito para médias, pequenas e microempresas, que precisam lidar com um problema temporário".

Segundo Meirelles, o Desenvolve SP vai liberar linhas especiais para o financiamento destas empresas, de acordo com o tamanho de cada uma. As taxas serão ainda mais baixas do que as oferecidas normalmente pelo banco e com prazo de pagamento estendido".

Pontos Positivos

A entrevista teve um espaço grande no jornal, o suficiente para que todas as ações realizadas pelo governo paulista fossem exploradas de forma detalhada.

A matéria do R7 dá um bom espaço para que o secretário da Fazenda e Planejamento do estado, Henrique Meirelles, pudesse detalhar o papel do Desenvolve SP.

Riscos à Imagem

Não foram identificados.

Sugestões de Estratégias

A polêmica em torno das medidas dos governos federal e estadual no combate ao coronavírus, pode gerar oportunidade de trazer o tema na imprensa sobre o papel das agências de fomento, sobretudo neste momento de crise. Aliás, este é um tema pouco explorado pelos veículos de comunicação. Para além da crise econômica, as agências de fomento têm papéis fundamentais na coordenação e implantação de políticas de financiamentos aos setores produtivos. Além disso, a Desenvolve SP oferece diversas linhas de financiamento voltadas para incentivar e promover o crescimento da economia do Estado de São Paulo, nos diversos setores da economia.

No caso do texto do R7, é importante continuar mostrando à imprensa, por meio de releases e notas, qual o papel da Desenvolve SP, reforçando que os pequenos empresários podem sobreviver ao aperto de caixa.

Data: 27/03/2020

Veículo: IstoÉ

Programa/editoria: Investidor

Título da matéria: Fôlego para menores

Região: Nacional

Veiculação Positiva

Análise

A revista IstoÉ conta a história de uma série de personagens (pequenos e médios empresários) ligados à crise da Covid-19. Para não ter uma parada geral dos negócios, a maioria deles tomou crédito que lhe garantiram taxa baixa e prazo maior de pagamento.

Tirso Meirelles, presidente do Sebrae-SP disse que o empresário deve perder a vergonha de pedir prazo para pagar o aluguel, fornecedores e negociar com os funcionários. “Estamos vivendo um cenário inédito. Em 20 dias, o capital de giro pode se esgotar e não há como pagar nenhuma obrigação”, diz.

Ponto Positivo

Para manter os negócios funcionando em tempos de crise, a matéria traz como possibilidade bastante segura e positiva que os empreendedores e pequenos empresários tomem crédito de bancos e agências de fomento.

Risco à Imagem

A demora para o empresário ter uma resposta sobre o seu financiamento. Uma microempresária relata na matéria que procurou a Desenvolve SP há várias semanas, mas ainda aguarda o resultado para estudar a possibilidade de empréstimo.

Sugestão de Estratégia

A crise na economia é pauta quase que diária na imprensa. Só no estado de São Paulo são mais de 4 milhões de microempreendedores individuais e empresas de pequeno porte. Elas são responsáveis por ocupar 10 milhões de trabalhadores e movimentam 27% do PIB.

Esse dado fez com que muitos trabalhadores procurassem um banco porque contaram com o pior cenário. A oportunidade é para que a Desenvolve SP se torne autoridade no que se refere a auxílio aos micro e pequenos empresários.

As TVs e as rádios têm dado muito espaço para entrevistas com especialistas que discorrem sobre diversas alternativas para driblar a crise. Os dois veículos de comunicação são excelentes para atingir um público grande.

Data: 03/04/2020

Veículo: UOL

Programa/editoria: Empreendedorismo

Título da matéria: Pequeno negócio: 10 dicas para sobreviver em meio à crise do coronavírus

Região: Nacional

Veiculação: Neutra

Análise

O texto do UOL ouve especialistas que trazem medidas para evitar que as pequenas empresas fechem as portas. Um dos itens fala do aporte do governo paulista para empreendedores e explica como funcionam as linhas de crédito.

Um dado preocupante trazido pela Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) é a estimativa de que o setor do comércio e serviços tenha impacto negativo superior a R\$ 100 bilhões nos próximos meses.

Ponto Positivo

O texto dá alternativas ao empreendedor que ainda luta para manter o seu negócio funcionando na crise. A matéria traz como possibilidade positiva que os empreendedores e pequenos empresários tomem crédito de bancos e agências de fomento.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

A possibilidade de um colapso na economia é real e várias medidas foram anunciadas pelo governo paulista para reduzir os danos e evitar que dezenas de empresas fechem as portas no estado. Essa recuperação econômica passa pelo crédito financiado às pequenas empresas.

Neste caso, indicamos que porta-vozes da Desenvolve SP mostrem as alternativas por meio de entrevistas nas revistas especializadas em economia e em visitas pelas redações do interior, que podem oferecer bons espaços para fazer com que a mídia tenha acesso às informações oficiais e que esses dados sejam difundidos.

Data: 05/04/2020

Veículo: G1

Programa/editoria: Pequenas empresas, grandes negócios

Título da matéria: Pequenos empresários precisam se reinventar para superar crise

Região: Capital

Veiculação: Positiva

Análise

O mote da matéria é a redução de gastos, a renegociação, o refinanciamento e todas as mudanças realizadas para lidar com a realidade do país em meio à crise causada pelo novo coronavírus. O texto traz o exemplo de uma empresária que logo no início da crise entrou com um pedido de financiamento de R\$ 1 milhão na linha de crédito criada pelo governo paulista para ajudar empresas em dificuldade. Ela fez o pedido online pelo site do Desenvolve SP.

Ponto Positivo

O texto traz aspas de Nelson de Souza, presidente da Desenvolve SP. “Micro e pequena empresa, especificamente para esses segmentos, nós lançamos capital de giro com 42 meses para amortização e nove meses de carência. O programa deve ajudar, pelo menos, mil empresas no estado a enfrentar os impactos financeiros da pandemia. As taxas de juros são a partir de 1,20 ao mês”.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Nacionalizar a discussão em torno das possibilidades de crédito que as empresas têm para continuar funcionando pode ser um bom caminho. Acionar a imprensa nacional e provocar, principalmente, os cadernos de economia por todo o país. Nos releases, vale comparativos entre os estados destacando que São Paulo saiu na frente no auxílio aos municípios e as pequenas e microempresas.

Data: 06/04/2020

Veículos: AgoraVale / Folha de S. Paulo

Programas/editorias: Geral / Mercado

Títulos das matérias: Instituição financeira do Governo do Estado promove workshop online em parceria com a prefeitura de Guaratinguetá / Comércio paulista deve perder R\$ 15 bilhões em faturamento em abril com quarentena maior

Regiões: Vale do Paraíba / Capital

Veiculações Positiva / Negativa

Análises

O texto do Agora Vale convoca o público para um workshop promovido pela prefeitura de Guaratinguetá que irá discutir as três opções de linhas de financiamento da Desenvolve SP, que contam com taxas de juros competitivas e prazos de até 10 anos para pagar: o crédito será liberado 1- para os setores de Turismo, Cultura, Economia Criativa e setor de Comércio; 2- para as empresas paulistas; e 3- voltada a projetos de investimento.

O texto da Folha de S. Paulo destaca as dificuldades que os comerciantes e pequenos empresários estão enfrentando com a crise econômica. Há críticas tanto ao governo estadual como ao federal sobre a celeridade de liberação de recursos.

No caso de São Paulo, o repórter afirma que o dinheiro liberado pelo governo –R\$ 650 milhões– por meio do Banco do Povo e da Desenvolve SP, para capital de giro e investimento de empresas com faturamento de até R\$ 300 milhões ao ano, é considerado irrisório. “Esse valor equivale a meio dia de faturamento no comércio. Precisamos de medidas mais drásticas para injeção de liquidez”, diz o vice-presidente da FecomercioSP, Ivo Dall’Acqua.

Pontos Positivos

A notícia do Agora vale destacou a redução da taxa de juros e um prazo maior para pagamento das empresas que precisam enfrentar os impactos financeiros provocados pela pandemia.

Demonstra, portanto, à população, que as ações da Desenvolve SP para minimizar a crise.

No caso da Folha de S. Paulo não foram identificados pontos positivos.

Riscos à Imagem

No Agora Vale não foram identificados riscos à imagem. No caso da Folha de S. Paulo, o jornal destaca uma enorme perda de faturamento com a quarentena. A informação de que o comércio emprega cerca de 1,3 milhão de pessoas e que as demissões já começaram é o ponto mais

sensível da matéria, e que pode repercutir também em outros veículos de imprensa e impactar negativamente a opinião pública.

Sugestões de Estratégias

No agora Vale, os encontros pelo interior que tratam de viabilizar o acesso a linhas de financiamento oferecidas por agências de fomento pode ser mais explorada pela mídia. Um dos caminhos propostos é que porta-vozes da Desenvolve SP se desloquem às principais cidades paulistas para dar entrevista e explicar quais são os prazos, os pré-requisitos e o funcionamento desta medida. Esses porta-vozes precisam estar orientados para aproveitarem os espaços de entrevista na imprensa local. A ampliação do acesso ao crédito turístico a empresas e municípios paulistas também é um assunto a ser repercutido, provocando os telejornais locais das cidades onde acontecerão os seminários.

Na Folha de S. Paulo, apesar das fortes críticas do vice-presidente da FecomercioSP, Ivo Dall'Acqua, é possível que São Paulo, por meio de ações da assessoria de imprensa da Desenvolve SOP em alinhamento com a Unidade de Comunicação, esteja na pauta de forma positiva, sobretudo, nos veículos nacionais, como um estado que começou a definir um plano que já contemple uma retomada, mesmo antes de o governo federal anunciar qualquer medida. A paralisação de muitas atividades comerciais sensibiliza enormemente a opinião pública, e a imprensa repercute frequentemente este assunto. Por meio de releases e notas, é possível buscar mais espaço para a instituição financeira que auxilia esses comerciantes a manterem os seus espaços abertos.

Data: 10/04/2020

Veículos: Diário do Transporte / Diário do Comércio

Programas/editorias: Geral / Acontece no Estado

Títulos das matérias: Fórum de secretários de transporte de municípios paulistas encaminha reivindicações ao governo Doria / Governo de SP anuncia plano para recompor economia no pós-coronavírus

Regiões: Capital / Capital

Veiculações Neutra / Positiva

Análises

O texto do repórter Alexandre Pelegi destaca as necessidades dos empresários do Transporte Coletivo, dos Transportes Individuais, Transporte Escolar e de Controle de Acesso aos Municípios. Eles enviaram um ofício ao secretário de Logística e Transportes, João Octaviano Machado Neto, e propuseram três itens para minimizar o prejuízo do setor em meio à crise do Covid-19. Uma delas é a Linha de crédito por intermédio da Desenvolve SP para as empresas e/ou Prefeituras para pagamento da folha e encargos e com carência para 08 (oito) meses.

A matéria do Diário do Comércio destaca a criação do Plano de Resposta e Recuperação Econômica que deve analisar ações a serem implantadas no setor econômico estadual no período pós-crise do coronavírus. Souza revelou que avalia a “excepcionalidade na oferta de empréstimos”, se referindo a análise para uma possível diminuição das exigências feitas aos empreendedores.

A secretária de Desenvolvimento Econômico, Patricia Ellen, também teve espaço no jornal. Ela falou sobre a criação de fóruns regionais para a retomada da economia em cidades do Interior, Litoral e Grande São Paulo. “As Associações Comerciais do Interior do Estado terão papéis importantes nestes grupos regionalizados. Já foram mais de 100 reuniões com diferentes setores, para que tenhamos respostas para a recuperação, a retomada e a sustentação da economia. Também há entrevistas com o presidente da Facesp e da ACSP, Alfredo Cotait. “Além do indeferimento dos tributos, precisamos que o governo estadual flexibilize a abertura do comércio, de forma paulatina, regionalizada e com o mínimo de previsibilidade, para que o empreendedor não seja pego de surpresa e possa minimamente se preparar”, afirmou Alfredo Cota à reportagem.

Pontos Positivos

O texto do Diário do Transporte traz a Desenvolve SP como alternativa viável para que os empresários saiam da crise ou, pelo menos, tenham menos prejuízo, destacando positivamente a entidade como agente viabilizadora de crédito e de soluções para enfrentar a crise econômica.

O jornal do Comércio deu espaço para o presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza, que adiantou que o órgão já tem um estudo em andamento para a redução dos juros, que atualmente está em 1,2% ao mês. Portanto, o aspecto positivo é a entrevista com o presidente da Desenvolve SP, o que demonstra o protagonismo da Agência.

Riscos à Imagem

Não foram identificados no Diário do Transporte.

Por sua vez, na matéria do Comércio, as cobranças do presidente da Fapesp e da ACSP, Alfredo Cotait Neto, cobrando providências do governo podem gerar questionamentos da imprensa.

Sugestões de Estratégias

Mesmo sendo um veículo especializado, o Diário dos Transportes também acompanha a evolução da pandemia e a crise econômica. Com isso, abre espaço para falar do assunto, sem que ele seja relacionado a questões voltadas à sua linha editorial. Vale tentar uma entrevista com o presidente da Desenvolve SP ou algum porta-voz do órgão que explique detalhadamente as possibilidades de financiamento para empresários, levando informação de serviço ao leitor. Dialogar com as diversas entidades em busca de consensos e se antecipar às demandas é uma bela saída para ganhar espaço na mídia. Neste caso do Diário do Comercio, foi bem importante a participação do presidente da Desenvolve SP e da secretária Patricia Ellen. Isso mostra transparência do governo. Estratégias semelhantes podem ser adotadas em pautas futuras. Importante também a equipe de assessoria de imprensa da Desenvolve SP monitorar notícias sobre as diferentes entidades setoriais para levantar dados e questionamentos que podem vir a surgir diante de denúncias destas associações.

Data: 12/04/2020

Veículo: Estadão.com

Programa/editoria: Blog Fausto Macedo

Título da matéria: Crise x Crise: como sobreviverão as empresas em recuperação

Região: Nacional

Veiculação Positiva

Análise

Matéria com foco total na crise mostrando os empresários de pequeno, médio e grande porte tendo que fechar suas portas, trabalhar na modalidade home office, e dispensar os seus funcionários. Para auxílio a esses empresários, foram citadas as seguintes instituições financeiras: Banco do Brasil, Caixa Econômica, BNDES e Desenvolve SP.

Ponto Positivo

O blog colocou a Desenvolve SP como um banco que incentiva o empreendedorismo e a geração de emprego e renda. Repercutindo como positiva sua imagem em meio a uma das maiores crises econômicas mundiais, dando uma resposta à opinião pública, de que há ações que buscam levar soluções ao empreendedor, além de gerar empregos.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

No caso desse texto, indicamos uma divulgação mais focada nos veículos especializados em economia. As informações sobre a disponibilização de recursos e quem pode receber pode gerar pautas interessantes, inclusive de serviço. São vários dados a serem divulgados: A Desenvolve SP disponibilizará, para empresas do Estado de São Paulo, com faturamento anual entre R\$ 81 mil e R\$ 90 milhões, R\$ 200 milhões em créditos e condições especiais de financiamento. As taxas de juros da linha de capital de giro foram reduzidas de 1,43% para 1,20% ao mês. O prazo do financiamento subiu de 36 para 42 meses, e a carência foi de três para nove meses. O Governo de São Paulo também disponibilizou, para micros e pequenos negócios (MEIs, MEs, LTDAs e EIRELIs) urbanos e rurais, linha de crédito por meio do Banco do Povo, com redução da taxa de juros de 1% para 0,35% ao mês e prazo para pagamento alongado de 24 para 36 meses, já incluindo o prazo de carência, que aumentou de 60 para 90 dias.

O Banco disponibilizará R\$ 25 milhões, e as linhas de crédito vão de R\$200 até R\$ 20 mil. Portanto, é importante a produção de papers para que os porta-vozes da Desenvolve SP tenham todas as informações em mãos e alinhadas para as entrevistas. Também é válido, por encontros de relacionamento com jornalistas renomados como Miriam Leitão, do grupo Globo; Bernardo Caram, da editoria de Mercado da Folha de S. Paulo; Eduardo Rodrigues, de economia e Negócios do Estado de S. Paulo; e Cibelle Bouças, Valor Econômico. O objetivo é de apresentar as ações da Desenvolve SP e estreitar o contato com estes profissionais, a fim de reforçar a imagem da entidade e também posicionar seus porta-vozes como fonte para futuras pautas.

Data: 22/04/2020

Veículos: Jornal de Brasília Online / Estadão.com

Programas/editoriais: Política / Saúde

Títulos das matérias: Meirelles diz que há dificuldades para implementação de medidas por parte do BC / Quarentena em SP poderá ser mantida em meio a abertura econômica prometida por Doria

Regiões: Nacional / Nacional

Veiculações Positiva / Neutra

Análises

Um nota curta e objetiva do Jornal de Brasília criticando o atraso de repasses do governo federal. “Este é o momento de proteger empregos e de salvar a economia e não de fazer política”, disse o secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, Henrique Meirelles durante entrevista coletiva.

O texto do Estadão destaca uma coletiva do governador tentando acenar para a área econômica. João Doria fala sobre a implantação do Plano São Paulo e ressalta que o importante é a integração entre secretarias econômicas e da Saúde. Na matéria, o secretário da Fazenda ainda critica o governo federal por não repassar os recursos do BNDES para a Desenvolve SP.

Pontos Positivos

O jornal de Brasília traz a fala do secretário Meirelles explicando que o BNDES se recusou a fazer o repasse para o Banco Desenvolve São Paulo, destacando, portanto, que o entrave dos recursos está no governo federal.

O Estadão vai pela mesma linha e defende as linhas de crédito da Desenvolve SP para os micro e pequenos empresários.

Riscos à Imagem

O texto do Jornal de Brasília traz um tom mais contundente do secretário Henrique Meirelles, o que pode parecer inadequado junto a uma parcela da opinião pública.

Na matéria do Estadão não há risco à imagem da Desenvolve SP. As críticas do jornal são por conta do Plano São Paulo. O repórter diz que ainda não foi detalhado e que não tem data para acontecer.

Sugestões de Estratégias

No Jornal de Brasília, as medidas dos governos federal e estadual no combate ao coronavírus são absolutamente divergentes, mas essa questão pode gerar oportunidade de trazer o tema na imprensa sobre o papel das agências de fomento, sobretudo neste momento de crise. A sugestão é que personagens do governo estadual ou da própria Desenvolve SP deem entrevista sobre as diversas linhas de financiamento voltadas para incentivar e promover o crescimento da economia do Estado de São Paulo, nos diversos setores da economia.

No Estadão, indicamos que o secretário da Fazenda e Planejamento (pasta à qual está vinculada a Desenvolve SP), Henrique Meirelles, conceda entrevistas para os grandes veículos de comunicação do país e que tente, didaticamente, explicar as linhas de crédito do Desenvolve SP. As críticas do secretário ao não repasse de recursos por parte do BNDES também podem render espaço até para fazer o contraponto com o governo federal.

2
A
49

Data: 23/04/2020

Veículos: Época Negócios Online / UOL

Programas/editorias: Economia / Economia

Títulos da matérias: Despesa de retomada tem que se dar na crise, depois austeridade, diz Meirelles / Meirelles diz que reabertura do comércio seguirá disciplina da população

Regiões: Capital / Capital

Veiculações: Positiva / Positiva

Análises

A matéria da Época, curta e objetiva, repercutiu uma entrevista do secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, Henrique Meirelles na GloboNews. Segundo Meirelles, as despesas de retomada da atividade econômica têm que se dar em período de crise e saída da crise. "Depois nós temos que voltar à austeridade fiscal rígida, porque se não teremos problemas", afirma o secretário na reportagem."

O texto do UOL é praticamente um artigo de Meirelles, que discorreu sobre a crise econômica. Meirelles falou sobre os protocolos de retomada das atividades e citou a indústria, os shoppings e as escolas. A reportagem destaca as seguintes aspas do secretário: "É um trabalho intenso, cuidadoso, baseado em dados científicos e na experiência de outros países. Países que já estão com a curva de contaminação mais avançada e podemos nos basear nessas experiências".

Pontos Positivos

Na Época, foi considerável o espaço concedido ao secretário para defender um certo limite de gastos. O UOL também deu um espaço enorme para as falas do secretário da Fazenda, Henrique Meirelles.

Riscos à Imagem

Não identificados nem na Época Online e nem no UOL.

Sugestões de Estratégia

O secretário da Fazenda, Henrique Meirelles, é respeitado no mundo inteiro e qualquer comentário dele acaba gerando uma repercussão e o interesse da imprensa. Ao comentar a atuação da atual equipe econômica, afirmou à Revista Época que "é normal que a área econômica fique preocupada em dar um certo limite para os gastos". Por outro lado, é normal que o Executivo tente fazer o que for necessário para a retomada da atividade", disse, ao ser

questionado se há espaço para gastos em infraestrutura. Com crise ou sem crise a economia é um tema importante e que domina boa parte do noticiário. Neste momento em que as atividades econômicas estão comprometidas, as agências de fomento podem entrar na pauta como alternativas ao empreendedor que ainda luta para manter o seu negócio funcionando na crise.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

51

Data: 26/04/2020

Veículo: G1

Programa/editoria: Vale do Paraíba e Região

Título da matéria: Com Festival de Inverno incerto, turismo de Campos do Jordão teme prejuízo de R\$ 300 milhões

Região: Vale do Paraíba

Veiculação Neutra

Análise

A matéria do G1 inicia relatando a incerteza da realização do tradicional Festival Internacional de Inverno de Campos do Jordão. E destaca a preocupação de associações de Campos do Jordão que estimam prejuízos na ordem de R\$ 300 milhões nesta temporada. Segundo a reportagem, os empresários enviaram ofício a prefeitura e ao governo do Estado solicitando auxílio. Também há entrevista da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, informando dados sobre a importância do evento para a região. Segundo o primeiro estudo de impacto econômico do Festival de Inverno de Campos do Jordão, realizado em 2019. 50ª edição gerou impacto econômico total de R\$ 131 milhões, além de ter gerado 1.844 postos de trabalho. No período do festival, Campos do Jordão recebeu uma média de 134 mil visitantes por fim de semana.

O texto finaliza com nota do governo estadual informando sobre a liberação de R\$ 650 milhões para auxiliar os microempreendedores e aquecer a economia do estado. E que os recursos foram disponibilizados por meio do Banco do Povo e Desenvolve SP, a partir de linhas de crédito com condições especiais, incluindo redução da taxa de juros e prazo de pagamento ampliado.

Ponto Positivo

O aspecto positivo da matéria é o fato G1 apresentar o 'outro lado' do governo que citou a liberação de recursos para auxiliar os microempreendedores e aquecer a economia do Estado, demonstrando à opinião pública ações proativas para o reaquecimento da economia.

Risco à Imagem

Não foram identificados. A matéria não é contrária ao governo, ela só mostra a posição de um setor da economia que está sofrendo com a crise.

Sugestão de Estratégia

No caso do G1, fundamental ter as informações sobre as linhas de crédito destinadas aos microempreendedores. Com o assunto em alta, é válida a sugestão de entrevistas de representantes da Desenvolve SP para as rádios locais. Outra estratégia importante é a elaboração de artigos, assinados pelo presidente da Desenvolve SP, sobre o tema, com o objetivo de fortalecer a marca da entidade junto à mídia e à opinião pública. Importante o alinhamento de informações relacionadas ao setor com a equipe de assessoria de imprensa da Secretaria de Fazenda e Planejamento. E também com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo no caso de pautas voltadas para o setor cultural, como no caso da matéria do G1.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

53

Data: 01/05/2020

Veículo: O Estado de S. Paulo

Programa/editoria: Coluna do Estadão

Título da matéria: Rendeu

Região: Estadual

Veiculação Positiva

Análise

Uma notinha curta, mas que põe lenha nas críticas do governo paulista ao BNDES pelo não repasse de recursos. Segundo a coluna do Estadão, o banco federal irá reavaliar o pedido de crédito de R\$ 1,5 bilhão para a Desenvolve SP.

Ponto Positivo

A coluna informa que, por conta de pressão de parlamentares, a instituição financeira formou um grupo para reavaliar o repasse.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Esse embate entre o BNDES e a Desenvolve SP vai longe, porque São Paulo precisa dos recursos para fortalecer a instituição que trará fôlego aos empresários. Com base nisso, sugerimos que haja um estreitamento maior com a coluna para conseguir espaço quando houver mais capítulos dessa história. Vale também buscar notas positivas em outras colunas como a da Monica Bergamo, na Folha de S. Paulo, ou Sonia Racy, no jornal O Estado de S. Paulo, pois atingem formadores de opinião.

Dependendo de como esse embate terminar – no caso de o BNDES não repassar os recursos para São Paulo -, vale pensar na realização de uma coletiva de imprensa, com a presença de um porta-voz do governo ou da Desenvolve SP, apresentando o que já foi feito sem os recursos federais e rechaçando a posição política do BNDES.

Data: 06/05/2020

Veículo: ABCD Jornal Online

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: Linhas de crédito: Desenvolve SP traz condições especiais a empresas do ABCD

Região: ABC

Veiculação Positiva

Análise

A matéria do ABCD jornal é 100% positiva e traz a informação de uma parceria da Desenvolve SP com a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas de São Caetano do Sul). As duas instituições acordaram oferecer taxas de juros baixas para ajudar empresários a não fecharem suas portas. A matéria traz aspas do presidente da CDL São Caetano do Sul, Alexandre Damasio Coelho, afirmando que: “Nesse momento, a parceria está focada em negócios que precisam de capital de giro para compra de equipamentos, inovação, startups, empresas de turismo que foram amplamente afetadas, entre outras necessidades financeiras”.

Ponto Positivo

O texto é preponderantemente positivo e o destaque é a citação de a “Desenvolve SP estar trabalhando com juros de 1,20% ao mês e carência de nove meses para começar a pagar”.

Risco à Imagem

O texto diz que a parceria está focada, neste momento, em oferecer negócios que precisam de capital de giro. O “neste momento” pode parecer fragilidade do acordo entre a Desenvolve SP e a CDL.

Sugestão de Estratégia

Parcerias sempre rendem boas pautas, principalmente em momentos de crise. Portanto, é recomendável que a equipe de assessoria de imprensa faça um levantamento das atuais e futuras parcerias a serem firmadas. A sugestão é que porta-vozes da Desenvolve SP se desloquem às principais regiões do Estado para dar entrevista e explicar as vantagens de obter financiamento pelo banco. Os acordos e a importância da Desenvolve SP também podem ser explorados por meio da elaboração e sugestão de artigo, notas e releases para os veículos do interior. Outra

Outra ação é a identificação de cases destas parcerias com a identificação de personagem que possam falar positivamente sobre a iniciativa.

Também é válido que a assessoria de imprensa da Desenvolve SP sugira conteúdos sobre os temas para as redes sociais da instituição, a fim de amplificar a divulgação das parcerias.

Handwritten mark

Handwritten mark

Handwritten mark
56

Data: 07/05/2020

Veículo: Diário do Grande ABC

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: Desenvolve SP oferece crédito com taxa menor

Região: Metropolitana

Veiculação Positiva

Análise

O principal jornal da região do ABC destaca a parceria da Desenvolve SP com a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de São Caetano para prestar atendimento a empresas instaladas no Grande ABC. Também explica, didaticamente, as possibilidades de se obter financiamento. A redução de juros, o prazo maior de pagamento e o aumento da carência foram citados no texto, que foi extremamente favorável a Desenvolve SP.

Ponto Positivo

O Diário do Grande ABC presta um serviço importante para os empresários, já que detalha os requisitos necessários para se conseguir o financiamento pela Desenvolve SP: a necessidade de a companhia ter mais de um ano de constituição e alvará de funcionamento, contrato social registrado e certificado digital e-CNPJ válido. Não pode ter dívidas com tributos federais e FGTS, restrição cadastral nos órgãos de proteção ao crédito ou problemas na emissão de licença ambiental.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Neste caso, são válidas as mesmas estratégias sugeridas para a matéria do portal ABCD Jornal Online, publicada no dia 6 de maio com a mesma pauta. Também vale a busca por espaço nas TVs e rádios locais, que normalmente querem informações mais detalhadas do Executivo. Outro ponto interessante é a organização de eventos pela região metropolitana e interior, que além de trazer a informação das parcerias, pode reunir jornalistas e empresários.

Data: 08/05/2020

Veículos: Rádio Jovem Pan / UOL

Programas/editorias: Brasil / Economia

Títulos das matérias: Federação do Comércio estima prejuízo de R\$ 44 bi com quarentena em SP / Fecomercio SP: varejo de SP deve perder pelo R\$ 44 bi com isolamento

Regiões: Capital / Nacional

Veiculações: Negativa / Negativa

Análises

As duas matérias, da Jovem Pan e do UOL, são muito críticas e com apenas um lado, o da Fecomercio. A entidade cobra do governo paulista mais detalhes do projeto de retomada econômica. As críticas passam pelo pedido de mais crédito aos empresários e a cobrança de mais uma prorrogação do recolhimento do ICMS. Ainda segundo a matéria, a Fecomercio, comparado a 2019, o faturamento do varejo neste ano deve encolher em 11%, uma redução de R\$ 83,4 bilhões. As duas matérias trazem uma argumentação da Fecomercio de que os R\$ 650 milhões liberados pelo governo do estado por meio do Banco do Povo e da Desenvolve SP não cobrem “sequer uma média diária do prejuízo no faturamento do comércio”, estimada em R\$ 659,7 milhões pela entidade.

Pontos Positivos

Não foram identificados.

Riscos à Imagem

Emissoras de rádios e portais de notícias atingem um grande número de pessoas. As pautas de ambos os veículos apresentando a reclamação sobre os recursos liberados serem insuficientes e também pelo fato de apresentar nenhum posicionamento da Desenvolve SP colocam em xeque sua credibilidade junto à opinião pública. Além de poder instigar questionamentos de outros órgãos de imprensa.

Sugestões de Estratégias

Nestes dois casos, caso a assessoria de imprensa da Desenvolve SP não tenha sido procurada para dar seu posicionamento, é válido e contato com os dos veículos de imprensa, questionando sobre não terem procurado informações e respostas junto à entidade. Além de oferecer dados sobre todas as ações realizadas pela Desenvolve SP durante a pandemia. Importante também

continuar a monitorar os demais veículos de imprensa para diminuir a repercussão gerada pela denúncia da Fecomercio. Além de preparar porta-vozes para sugestão de entrevistas nos grandes e pequenos veículos de imprensa, tanto nas editorias de economia e geral.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]
[Handwritten mark]
[Handwritten mark]
59

Data: 09/05/2020

Veículos: Jovem Pan / Jornal do Povo Online

Programas/editorias: Notícias / Geral

Títulos das matérias: SP busca apoiar empresas para garantir empregos durante a pandemia, diz secretária / Comércio amarga com portas fechadas as esperadas vendas do Dia da Mãe

Regiões: Capital / Marília

Veiculações Positiva / Negativa

Análises

Na Jovem Pan, a secretária de Desenvolvimento Econômico do Estado de São Paulo, Patrícia Ellen, participou de entrevista no Jornal da Manhã. O desemprego foi a pauta principal e ela destaca, durante a entrevista o auxílio aos micro e pequenos empreendedores, responsáveis pela maior geração de empregos e incentivo à economia. “O governo está atuando para apoiar os pequenos empreendedores e, com isso, garantir a manutenção dos empregos durante a pandemia da Covid-19”, disse a secretária.

O Jornal do Povo traz uma matéria editorializada e critica o governador João Doria por, segundo o jornal, “ignorar a economia, insistir na desastrosa quarentena e acelerar a quebraadeira em todo o Estado”.

Pontos Positivos

A Jovem Pan não fez nenhuma crítica à secretária, que trouxe uma fala contundente sobre a discussão Saúde x Economia.

No Jornal do Povo não foram identificados pontos positivos.

Riscos à Imagem

Na Jovem Pan, não foi identificado.

No caso do Jornal do Povo, a informação sobre prejuízos de mais de mais de R\$ 44 bilhões só na área do comércio varejista, serviços e turismo no Estado de São Paulo atinge negativamente as ações realizadas para reduzir a crise, via Desenvolve SP.

Sugestões de Estratégias

Na Jovem Pan, a entrevista da secretária foi muito importante, mas ela acaba ficando restrita a capital e quase não ressoa no interior. Por isso, cada vez mais, é preciso buscar espaço nos veículos de comunicação regionais. Realização de entrevistas online e visitas institucionais em

redações dos principais jornais das 16 regiões administrativas darão mais protagonismo ao presidente da Desenvolve SP.

O Jornal do Povo leva o leitor a acreditar que a atitude do Governador resultará em baixa popularidade, desqualificando os cientistas. Mesmo sendo veículo de cuja linha editorial é questionável, é importante contato com a direção do jornal para apresentar as ações realizadas e também o envio de uma nota com todas as informações. Fundamental o monitoramento permanente deste jornal para acompanhar e reagir a futuras publicações semelhantes.

Handwritten signature

Handwritten initials and mark
61

Data: 11/05/2020

Veículos: Agora Vale / Jornal Imprensa Regional

Programas/editorias: Geral / Economia

Títulos da matéria: Governo de SP reforça setores essenciais permitidos a funcionar /
Desenvolve SP: Parceria com Sebrae-SP ensina o microempreendedor de Cotia a acessar crédito

Região: Vale do Paraíba / Barueri

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

O texto do Agora Vale contextualiza todo o processo da quarentena e as fases em que houve mais ou menos abertura dos serviços. Sobre a retomada econômica, o governador destacou que as medidas deverão priorizar os setores de acordo com a vulnerabilidade econômica e empregatícia. A matéria traz um levantamento da Secretaria da Fazenda que aponta que há 80 atividades em pleno funcionamento e que 74% dos estabelecimentos mantêm as inscrições estaduais ativas. Setores como agronegócio e construção civil estão liberados a funcionar, assim como comércio e serviços considerados essenciais.

Destacou, ainda, que desde o início da pandemia, o Governo de São Paulo já liberou mais de R\$ 650 milhões para auxiliar os microempreendedores e aquecer a economia do Estado. Os recursos foram disponibilizados por meio do Banco do Povo e Desenvolve SP, a partir de linhas de crédito com condições especiais, incluindo redução da taxa de juros e prazo de pagamento ampliado.

Por sua vez, o Jornal Imprensa Regional mostra como estreitar o diálogo do Desenvolve SP com os municípios. Segundo a notícia, por uma iniciativa do Sebrae-SP, microempreendedores de Cotia poderão acompanhar transmissão ao vivo realizada por especialista que falará sobre como acessar créditos junto aos Bancos Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Banco do Povo para fomentar o seu negócio.

Pontos Positivos

No caso da matéria do Agora Vale é apresentar, o aspecto favorável é o de apresentar à população os recursos liberados pela Desenvolve SP.

A divulgação da live promovida pelo Jornal Imprensa Regional traz uma programação que faz parte do 'Desenvolve SP – Seu Negócio em Tempos de Coronavírus' é extremamente favorável

à instituição pois a coloca como protagonista em ações que têm como objetivo minimizar a crise durante a pandemia

Riscos à Imagem

O levantamento da Secretaria de Fazenda e Planejamento, apontando queda de 19% na arrecadação de ICMS no mês de março de 2020, em comparação com o mesmo período de 2019, e que 27% do PIB foi afetado pela quarentena, pode gerar insegurança juntos aos diversos setores da economia.

Não foi identificado risco à imagem no caso da matéria do Imprensa Regional.

Sugestões de Estratégia

O momento de quarentena trouxe muitas dúvidas sobre quais setores iriam funcionar dentro do Plano São Paulo. Com esse gancho e definidos os estabelecimentos, há espaço para que a Desenvolve SP apareça nos veículos de comunicação como um instrumento de auxílio a quem abriu as portas, mas talvez não tenha condições de mantê-las abertas. Portanto, é fundamental o contato permanente com a imprensa e envio de releases com dados sempre atualizados dos recursos liberados. Elaboração de notas para as colunas de economia dos principais jornais também é importante a fim consolidar a marca da Desenvolve SP.

A matéria da Imprensa Regional cita a palestra será 'Quer saber mais como tomar seu crédito consciente e as novas opções de crédito no mercado?'. Esse é um tema dos mais discutidos em tempos de pandemia. Seja em Cotia ou em qualquer outra cidade, há espaço na imprensa para debater. É válida a sugestão de investir nessa pauta para veículos regionais do Estado, principalmente em cidades onde o Governo precisa de mais apoio.

Data: 12/05/2020

Veículo: Estadão.com

Programa/editoria: Política

Título da matéria: Criatividade e resiliência devem ditar futuro dos negócios

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

O texto trata das mudanças que a pandemia trouxe para os empresários e destaca as estratégias que as empresas podem adotar, como fazer uma projeção do fluxo de caixa para os próximos meses, considerando os custos fixos que não podem ser cortados, negociar com fornecedores, e considerar a possibilidade de redução nos valores acordados antes da crise. O texto cita a Desenvolve SP, “que possui contratação online e possui condições especiais e convidativas: juros de 1,2% ao mês, carência de 12 meses para o início do pagamento e parcelamento em até 60 meses e a linha para financiamento da folha de pagamentos por dois meses”.

Ponto Positivo

O fato favorável é o de informar aos empresários e à opinião pública as condições vantajosas do financiamento via online da Desenvolve SP.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

O jornal traz assuntos que estão no cotidiano dos veículos de comunicação, como as dívidas bancárias e a possibilidade de prorrogação de vencimento de tributos. “Refazer” as contas é básico em tempos de pandemia e enviar releases com esse gancho pode ser uma boa saída. Se possível, vale realizar balanços regionais (quanto foi repassado para cada município). Interessante, também, seria ressaltar que a Desenvolve SP se preparou para as eventualidades porque se preocupa com os micro e pequenos empresários. Portanto, é fundamental mapeamento dos veículos do interior, baixada santista e região metropolitana. Gravar entrevista do presidente da Desenvolve SP e distribuir para as rádios do interior também amplifica a divulgação. Também é válido o levantamento de personagens que realizaram o financiamento online como sugestão para os telejornais.

Data: 13/05/2020

Veículos: DCMais Online / G1

Programas/editorias: Brasil / Economia

Títulos das matérias: Micro e pequenas empresas estão com dificuldade para obter crédito na crise / 'Faz 15 dias que aguardo por uma resposta', diz dono de indústria que busca crédito em banco de fomento

Regiões: Paraná / São Paulo

Veiculações Positiva / Negativa

Análises

A matéria do DCMais Online é longa e fala da complexidade em se obter o financiamento para as micro e pequenas e empresas. Atualmente, há 16 milhões de micro e pequenas empresas no país, de acordo com o Sebrae. Muitas vezes a dificuldade com o financiamento se dá pelo não cumprimento dos requisitos. Na reportagem a CEO do escritório de contabilidade Capital Social, Regina Fernandes, lembra que muitos são negócios familiares, de bairro, com nenhum ou poucos funcionários. A matéria do DCMais Online aponta que a Desenvolve SP tem a menor taxa de juros do mercado como um todo. O G1 dedicou amplo espaço em matéria totalmente baseada em um único personagem, dono de indústria de irrigação, Danny Braz. Segundo o texto, há mais de 15 dias o empresário tenta um contato na Desenvolve SP, sem sucesso. Ele diz que o capital de giro da empresa está prestes a acabar e ele terá que demitir funcionários. "As obras que já começaram continuam, mas não tivemos novos contratos. As novas vendas pararam bruscamente, mas a despesa cresceu", diz. Braz ressalta que, da Desenvolve SP, aguarda por uma resposta de uma linha voltada para as empresas que são filiadas ao Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo (CREA-SP).

Pontos Positivos

Ambas as matérias apontam que a Desenvolve SP tem a menor taxa de juros do mercado como um todo, colocando-a em destaque favorável em relação aos demais bancos

Riscos à Imagem

No DCMais Online, não foi identificado.

No caso do G1, o depoimento do empresário alegando demora no retorno de uma consulta sobre uma linha de crédito para capital de giro da Desenvolve SP, pode gerar sensação de descaso junto à opinião pública.

Sugestões de Estratégias

O DCMais Online compara as taxas de juros de bancos federais e da Desenvolve SP. Este é outro assunto que pode estar na pauta. Releases são bem-vindos neste caso, apontando que a instituição tem a menor taxa do mercado.

No caso da matéria do G1, é recomendável que a assessoria de imprensa da Desenvolve SP levante o caso do empresário citado na notícia. O objetivo é o de averiguar se a informação procede. E, em caso, afirmativo qual o motivo da demora. Com as informações e argumentações alinhadas, é importante o envio de uma nota ao G1, a fim de esclarecimento pontual. Esta nota também pode conter quantos empresários, empreendimentos foram atingidos positivamente com o financiamento da Desenvolve SP e qual o valor envolvido.

Também é recomendável o monitoramento constante do portal a fim de acompanhar possíveis futuras reclamações de outros empreendedores.

[Handwritten signature]

[Handwritten initials and mark]
GG

Data: 24/05/2020

Veículos: Rádio CBN / TV Globo

Programas/editorias: Economia / Bom dia SP

Títulos das matérias: Associação prevê fechamento de ao menos 15 mil lojas em todo o país pós-pandemia / O vice-governador de SP, Rodrigo Garcia, fala dos impactos econômicos do coronavírus no estado e dos recursos disponíveis pelo Bando do Povo e Desenvolve SP

Regiões: Capital / Capital

Veiculações Negativa / Positiva

Análises

A CBN trouxe um levantamento divulgado pela Alshop (Associação Brasileira de Lojistas de Shopping), em que o número de desempregados no comércio já chega a 120 mil. Segundo a matéria, os empresários temem um confinamento mais restrito nos próximos dias e dizem que entendem a necessidade da quarentena, mas cobram dos governos federal e estadual medidas para minimizar o impacto econômico. Há dados da Fecomercio, informando que 214 mil varejistas fecharam as portas parcial ou totalmente durante o período de isolamento. A projeção de perda entre os meses de março e maio é de R\$ 34 bilhões só nos setores não essenciais.

Na matéria, a Alshop e a Fecomercio recomendam que os comerciantes com dificuldades solicitem o crédito disponibilizado pelo governo estadual por meio do Desenvolve SP, o Banco do Empreendedor, e pelo Banco do Povo.

A reportagem do Bom Dia SP contextualizou os dois meses de pandemia, abordando dos casos de Covid-19, das vacinas, do distanciamento social, das máscaras, do fechamento do comércio. O vice-governador, Rodrigo Garcia, conversou com o jornalista Rodrigo Bocardi, que cobrou providências do governo para minimizar a preocupação dos pequenos empresários. Garcia disse para a reportagem que São Paulo foi o primeiro Estado que aderiu à prorrogação por 90 dias dos impostos dos micro e pequenos empresários e que o governo também anunciou duas linhas de crédito, por meio do Banco do Povo e da Desenvolve SP para liberar recursos.

Pontos Positivos

No texto da CBN, a Alshop e a Fecomercio recomendam que os comerciantes com dificuldades solicitem o crédito disponibilizado pelo governo estadual por meio do Desenvolve SP, o Banco do Empreendedor, e pelo Banco do Povo. Esta informação oriunda de ambas entidades do setor de comércio dá credibilidade à imagem da Desenvolve SP.

Na matéria do Bom dia SP o destaque favorável é a informação dada por Rodrigo Garcia sobre o anúncio de linha de crédito via Desenvolve.

Riscos à Imagem

A matéria da CBN é toda negativa. Não há 'outro lado' do governo, só falas de empresários e de entidades.

Na entrevista da TV Globo, alguns pontos da entrevista do jornalista Rodrigo Bocardi com o vice-governador Rodrigo Garcia, há perguntas mais espinhosas, como a não preocupação com os micro e pequenos empresários, o que pode acarretar repercussão em outros veículos de imprensa.

Sugestões de Estratégias

Os veículos de imprensa e, principalmente, as emissoras de TV, estão sempre abordando a crise econômica e de que forma os brasileiros estão lidando com ela. Pode-se alavancar uma agenda positiva sobre o tema. Encontrar personagens que possam ser sugeridos para matérias como empresários que conseguiram superar a crise por conta do empréstimo. Também é válida a divulgação de workshops que a Desenvolve SP realiza voltados para os empresários, incluindo neste material as características positivas das linha de financiamento da entidade. Importante também ter o levantamento dos recursos liberados desde o início da pandemia. Este é um tema como ser tratado em artigo, assinado pelo presidente da Desenvolve SP e sugerir, por exemplo, para o jorna Valor Econômico, como material exclusivo. Posteriormente, este mesmo artigo pode ser distribuído para os jornais regionais, a partir de um mailing qualificado, identificando os jornalistas responsáveis pela editoria de artigo de cada um dos jornais.

Data: 27/05/2020

Veículos: A CidadeOn / Cultura.com / Valor.com

Programas/editorias: Empresas e Trabalhadores / 6 minutos / Brasil

Títulos das matérias: Digitalização é palavra-chave para empresas durante pandemia / Mesmo após reabertura parcial, comércio prevê tempos difíceis pela frente / SP precisa abertura controlada do varejo logo, diz Fecomercio

Regiões: Ribeirão Preto / Nacional / Nacional

Veiculações Positiva / Negativa / Negativa

Análises

A matéria do portal A CidadeOn destaca as mudanças ocorridas desde que a quarentena começou, como os comércios fechando as portas, casas se transformando em escritórios, restaurantes se adaptando para entregar os alimentos nas casas dos clientes e supermercados tendo filas quilométricas para evitar o contato entre as pessoas. O foco é a tecnologia e de que forma ela vem atuando para ajudar os empresários a enxergarem uma nova maneira de trabalhar. Há importante espaço para Nelson de Souza, presidente da Desenvolve SP. Foram duas aspas. “Esse cenário negativo é especialmente assustador para as micro, pequenas e médias empresas, que sofrem os impactos econômicos que acompanham a pandemia de forma ainda mais veloz que as demais” e “Desde março estamos com condições especiais de financiamento para que as empresas paulistas consigam honrar seus compromissos mais urgentes e passem por esse momento adverso, mas temporário. As empresas dos setores de turismo, cultura e economia criativa e comércio, que são os que mais sofrem e que apresentaram o maior número de pedidos de financiamento, contam com condições ainda mais diferenciadas de crédito”

O site Cultura.com apresenta várias questões da Associação Comercial de São Paulo e da Fecomercio na linha de “quanto vai ser o prejuízo?” e “por que as vendas vão demorar para embalar?”. Não traz nenhuma informação nova e cobra do governo medidas efetivas para a retomada econômica.

A notícia do Valor.com também é pautada pela Fecomercio e sem citar as ações da Desenvolve SP. A reportagem informa o posicionamento da Fecomercio sobre a importância do governo estadual combater a pandemia sem comprometer ainda mais as atividades das empresas. Também informa que a entidade tem enviado sugestões ao governador João Doria.

Pontos Positivos

Na CidadeOn, o aspecto favorável é o amplo espaço concedido ao presidente da Desenvolve SP.

Na Cultura.com e no Valor.com não foram identificados pontos positivos.

Riscos à Imagem

Na CidadeOn não foram identificados pontos negativos.

A Cultura.com trouxe crítica do setor do comércio que diz que a liberação de R\$ 650 milhões em crédito pelo governo do Estado de São Paulo, por meio do Banco do Povo e do Desenvolve SP, não cobre nem sequer uma média diária do prejuízo no faturamento do comércio.

No Valor.com, o fato de informar que a Fecomercio apresenta sugestões ao governo estadual para minimizar a crise, coloca a entidade como protagonista e pode gerar sensação para a opinião pública de que a Desenvolve SP não está atuando positivamente para o setor.

Sugestões de Estratégias

O setor de comércio pautou a Cultura e o Valor Econômico, que praticamente não tiveram espaço para a posição do governo. Vale reforçar com os dois veículos de que faltou um contraponto e, no que diz respeito a Desenvolve SP, permanecer fornecendo dados a respeito do assunto, quando solicitada. Sugerimos que a Desenvolve SP continue fornecendo dados a respeito da liberação de créditos.

No caso da CidadeOn, vale pautar as emissoras de TV, impressos e onlines para entrevistas com porta-vozes da Desenvolve SP.

Data: 28/05/2020

Veículos: Folha de S. Paulo / TV Globo

Programas/editorias: Geral / SP 2ª Edição

Títulos das matérias: Shoppings estimam queda de 50% nas vendas em relação ao pré-crise /
Cultura sobre os reflexos da quarentena

Regiões: Estadual / Capital

Veiculações Negativa / Positiva

Análises

O jornal Folha de S. Paulo publica ampla reportagem, contextualizando o cenário econômico do Estado e trouxe a informação de que mais medidas restritivas para o comércio estão sendo trazidas pelo governo. Os empresários pedem a retomada do movimento e do faturamento, principalmente para os pequenos e médios empresários que já vinham de dois meses de fluxo de caixa comprometidos pela quarentena. O texto faz uma breve citação à Desenvolve SP ao informar que o governo de São Paulo injetou R\$ 650 milhões no início da quarentena por intermédio da instituição e do Banco do Povo.

O SP 2ª Edição, da TV Globo mostra a dificuldade que artistas, diretores e técnicos da área cultural estão passando no momento de crise, já que com as atividades paralisadas, eles perderam sua única fonte de renda. Ainda segundo a reportagem, os teatros, museus e circos também estão enfrentando uma batalha diária para não fecharem as portas de vez. A reportagem da emissora traz sonora do secretário da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, Sergio Sá Leitão, informando sobre as linhas de crédito disponibilizadas pela Desenvolve SP como alternativa para minimizar as dificuldades dos artistas.

Pontos Positivos

O aspecto positivo na matéria da Folha de S. Paulo é apenas a informação em relação ao governo de São Paulo sobre a injeção de R\$ 650 milhões por meio da Desenvolve SP e Banco do Povo.

No caso da reportagem da TV Globo, é o fato do secretário Sérgio Sá Leitão citar a instituição em sua entrevista.

Riscos à Imagem

Na Folha de S. Paulo, a Fecomercio diz que, em termos econômicos e financeiros, os reflexos dessa abertura gradual ainda são muito pequenos e o governo do estado não tem apresentado

um plano de ajuda para essas empresas. Também critica o repasse de recursos da Desenvolve SP e do Banco do Povo, que não significam nem um dia de faturamento do comércio do Estado. A TV Globo mostra que várias associações de artistas estão sobrevivendo de doações e cestas básicas. A matéria diz ainda que neste ano o setor cultural terá R\$ 34 bilhões a menos de arrecadação e que ele será o último a retomar as suas atividades. Este é o tipo de pauta que tem ampla repercussão negativa nos veículos de imprensa. Além de incentivar novos questionamentos por parte da mídia sobre o assunto, como por exemplo, sobre como a Desenvolve SP e o governo pretendem ajudar o setor com o prolongamento do isolamento social pois os primeiros a fecharem as portas - teatros, museus, casas de show, cinemas - também serão os últimos a abrir.

Sugestões de Estratégias

Sobre a matéria da Folha, ainda é possível que São Paulo esteja na pauta de forma positiva, sobretudo, nos veículos nacionais, como o estado que começou a definir um plano que já contemple uma retomada econômica, mesmo antes de o governo federal anunciar qualquer medida. A paralisação de muitas atividades comerciais sensibiliza enormemente a opinião pública, e a imprensa repercute frequentemente este assunto. Por meio de releases e notas, é possível buscar mais espaço para a instituição financeira que auxilia esses comerciantes a manterem os seus espaços abertos.

Com relação à TV Globo, a sugestão é divulgar as ações que a Desenvolve SP realiza para o setor artístico. Vale uma estratégia em conjunto com a assessoria de imprensa da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São, alinhando as ações desta pasta, como a criação da plataforma #CulturaEmCasa, que incentiva o setor em diversas linguagens artísticas, com as iniciativas de fomento da Desenvolve SP. Inclusive sugerindo entrevistas do presidente da entidade como a que foi feita com o secretário Sérgio Sá Leitão.

Data: 02/06/2020

Veículo: Diário de Suzano

Programa/editoria: Geral

Título da matéria: Deputado Estevam quer menos burocracia para financiamento estadual

Região: Metropolitana

Veiculação Negativa

Análise

O jornal traz críticas do deputado estadual Estevam Galvão ao governo por conta da demora na contratação de financiamento para o setor têxtil. Segundo a matéria, em reunião virtual com o presidente da Desenvolve SP, Estevam sugeriu a criação de um decreto estadual que permita aos produtores e pequenos empresários do setor utilizar o crédito de ICMS como garantia para contrair o empréstimo. Segundo a matéria, o número de pessoas que tem o pedido negado por não conseguir cumprir todas as exigências da agência estadual é muito grande.

O Diário de Suzano abre espaço para o presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza, que disse estar trabalhando para aumentar a carência do financiamento que hoje é de 12 meses. Ele informa que este prazo está mudando passando para até 24 meses devido à pandemia.

Ponto Positivo

O aspecto favorável da matéria é o leitor ter a informação do próprio presidente da Desenvolve SP, destacando a ampliação do prazo de carência.

Risco à Imagem

O jornal aponta a burocracia para a obtenção de crédito. Este é o tipo de informação que pode afetar negativamente os empreendedores, que neste momento de pandemia desejam agilidade na liberação de recursos para salvar seus negócios que apenas 8 mil dos pedidos de crédito foram atendidos dentre os mais de 20 mil pedidos. E o deputado insiste na tecla da burocracia. A suposta falta de agilidade para obtenção de crédito estrutura é um ponto sério de crítica e de fragilidade à imagem da Desenvolve SP.

Sugestão de Estratégia

Neste caso, vale uma conversa com o editor do Diário de Suzano e fazer uma visita à redação para explicar o outro lado da história. Também é importante que a equipe de assessoria de

imprensa prepare releases com perguntas e respostas informando passo a passo para o processo de solicitação de crédito e o prazo para liberação. Vale também um trabalho conjunto com as redes sociais que pode trabalhar posts sobre o tema com conteúdos disponibilizados pela equipe de assessoria de imprensa. Outro dado importante a ser divulgado está relacionado com a quantidade de empreendedores que obtiveram crédito e qual o montante liberado.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
74

Data: 03/06/2020

Veículos: ABC do ABC / Folha.com

Programas/editorias: Economia / Painel.SA

Títulos das matérias: Desenvolve SP participa de workshop online sobre crédito turístico /
Mais de 1.200 empresários esperam liberação de crédito já aprovado pelo governo de SP

Regiões: Metropolitana / Nacional

Veiculações Positiva / Negativa

Análises

Matéria do portal ABC do ABC extremamente favorável à imagem da Desenvolve SP, já citada no título da reportagem, e toda focada em um workshop promovido pela instituição para tratar das linhas de financiamento voltadas ao setor de turismo. A reportagem traz todas as informações de serviço sobre o workshop - informando quando acontecerá o evento, de que forma e a que horas está previsto para ele acontecer.

A Folha.com publica nota destacando a enorme demanda dos empresários a créditos da Desenvolve SP. Explica que a instituição colocou R\$ 1 bilhão à disposição para ajudar pequenas e médias empresas na pandemia, mas que muitos empresários ainda não receberam o desembolso porque estão parados na burocracia.

Pontos Positivos

O ABC do ABC dá um bom espaço para um material enviado pela própria Desenvolve SP e dá o serviço completo do evento, apresentado à sociedade que a entidade apresenta formas de facilitar o acesso aos canais de fomento.

O aspecto favorável, no caso da nota veiculada na Folha de S. Paulo, um dos principais jornais do país é o de informar que cerca de R\$ 715 milhões já chegaram às mãos dos empresários por meio da Desenvolve SP.

Riscos à Imagem

Não foram identificados riscos à imagem no caso da notícia publicada no site de notícias ABC do ABC não identificados

A nota veiculada na Folha de S. Paulo deixa a sensação de burocracia por parte da Desenvolve SP, ainda que seja explicado que a demanda superou a soma de 11 anos de operações.

75

Sugestões de Estratégias

Na matéria do ABC do ABC, vale sugerir a organização de mais workshops ou eventos em geral, principalmente pelo interior. Dificilmente um evento promovido por uma instituição financeira do Governo do Estado não tenha espaço nas emissoras de TV, rádio e impressos regionais.

No caso da matéria da Folha de S. Paulo, é preciso destacar a informação de que a demanda por crédito na Desenvolve SP é a maior em 11 anos. Nos releases ou em entrevistas com porta-vozes da instituição, é importante citar esse dado afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. A ideia é tirar a sensação de que o governo está mentindo e que não há crédito sendo liberado.

Data: 05/06/2020

Veículos: Diário de Suzano / Diário de Suzano

Programas/editorias: Geral / Editorial

Títulos das matérias: Meirelles analisará ampliação de crédito e parcelamento para o setor têxtil / O desafio de manter empregos

Regiões: Metropolitana / Metropolitana

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

A notícia do Diário Suzano informa sobre a reunião com o secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, Henrique Meirelles, com o deputado Estevam Galvão. Segundo a matéria, o parlamentar solicita a criação de um decreto estadual que permita aos produtores e pequenos empresários do setor têxtil utilizar o crédito de ICMS como garantia para contrair o empréstimo. Estevam informa à reportagem sobre o número de pessoas que têm o pedido negado por não conseguir cumprir todas as exigências da agência estadual é muito grande. O texto também destaca que o secretário se comprometeu a verificar se é possível essa mudança de acordo com a legislação vigente.

O editorial do Diário de Suzano foca no desafio das cidades em gerar emprego e renda no meio da pandemia. Destaca também a necessidade de um acolhimento e orientação aos empresários e comerciantes para o enfrentamento da crise econômica. O texto informa que várias instituições irão trabalhar para que os empresários enfrentem a crise, entre elas, a Desenvolve SP.

Pontos Positivos

O jornal deu um bom espaço para Henrique Meirelles falar sobre o refinanciamento e os parcelamentos de empréstimos estaduais através da Desenvolve SP, demonstrando transparência do processo.

Já o editorial publicado pelo mesmo jornal é citar a instituição como uma das frentes para combater a crise do desemprego.

Riscos à Imagem

No editorial, não foi apontado nenhum ponto negativo.

Sugestões de Estratégias

Importante destacar a informação de que a demanda por crédito na Desenvolve SP é a maior em 11 anos. Nos releases ou em entrevistas com porta-vozes da instituição, é importante citar esse dado afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. É importante que a Desenvolve SP saia na frente e explique à imprensa o porquê da demora em se obter crédito. A ideia é tirar a sensação de que o governo está mentindo e que não há crédito sendo liberado. O editorial do jornal demonstra a importância de reforçar cada vez mais o nome da Desenvolve SP como uma das principais protagonistas no combate à crise. Portanto, manter contatos permanentes com jornais da região metropolitana e interior e visitas à redações podem estreitar este relacionamento e garantir maior espaço positivo nos veículos de imprensa para a instituição.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]
78

Data: 17/06/2020

Veículo: UOL

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: Doria faz apelo a Bolsonaro e Guedes para ampliar crédito a empresas

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

A nota do UOL é curta e factual. Relata a solicitação do governador João Doria ao governo federal para auxílio destinado aos micro e pequenos empresários com ampliação do crédito. Há aspas do governador. Ele destaca em sua afirmação que os estaduais Banco do Povo e Banco Desenvolve SP ofertaram R\$ 650 milhões com juros reduzidos e prazo de carência ampliado para o segmento”, disse o governador.

Ponto Positivo

Apesar de curto, o texto do UOL traz a mensagem de que o Governo do Estado está fazendo a parte dele na ajuda aos empresários e que o vilão da história é o governo federal, que está segurando recursos por questões políticas.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

A nota é curta, mas por ter sido publicada no UOL, mostra um espaço de qualidade que pode ser preenchido, por exemplo, com o balanço de empresários que já conseguiram o crédito por meio da Desenvolve SP. Outra informação nesta mesma linha é sobre a demanda por crédito, que é a maior em 11 anos. Nos releases ou nas conversas institucionais com o veículo, é importante citar esse dado, afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. A ideia é tirar a sensação de que o governo está mentindo e que não há crédito sendo liberado.

Data: 19/06/2020

Veículos: Jovem Pan Bauru / Canaltech

Programas/editorias: Saúde / Tecnologia

Títulos das matérias: Desenvolve SP investe na produção de testes que detectam coronavírus / Governo de SP investe em testes que detectam Covid-19 em uma hora

Regiões: Bauru / Capital

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

As duas matérias, da Jovem Pan e do Canaltech, mostram que a Desenvolve SP também investe em empresas emergentes e com potencial de crescimento. Os textos detalham o investimento em um novo exame molecular que permite processar, por dia, centenas de milhares de testes que detectam a COVID-19 a preço acessível (cerca de R\$ 95) e foi desenvolvido pelo laboratório brasileiro Mendelics, em parceria com o Hospital Sírio-Libanês. Por meio do Fundo, o laboratório recebeu, no total, R\$ 20 milhões.

No caso da reportagem da Jovem Pan Bauru há depoimento do presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza: “Investir em empresas com altíssimo potencial por meio de fundos é uma das formas de apoiar o empreendedorismo e a inovação em nosso estado. Temos orgulho de apoiar iniciativas que diretamente auxiliam no combate ao coronavírus e tornam-se pioneira em nosso país. A nova metodologia de testagem é um marco no enfrentamento da doença, que vai ajudar o Brasil a aumentar o controle de casos e reduzir o número de mortes”.

Pontos Positivos

A matéria da Jovem Pan é excelente, com destaque ao espaço concedido ao presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza. O texto da Canaltech traz um detalhamento de como se dá o investimento da Desenvolve SP na empresa e destaca que ele aconteceu via Fundo de Investimento em Participações (FIP).

Riscos à Imagem

Não foram identificados em nenhuma das duas matérias.

Sugestões de Estratégias

Uma informação não conhecida pela opinião pública é a de que a Desenvolve SP investe em empresas que atuam no mercado de saúde e ciências. Além de reforçar esse dado com os veículos de economia, pode-se ir além e buscar espaço na cobertura de saúde e ciências. Portanto é válido o mapeamento de veículos especializados nestas duas áreas. Contato com os jornalistas especializados também é fundamental para que se reforce a imagem da Desenvolve SP nestes setores. Também é possível realizar estratégia conjunta com laboratórios envolvidos em iniciativas semelhantes. A ideia é oferecer aos jornalistas visitas a estes laboratórios para que conheçam o processo de exames com entrevistas dos responsáveis pela criação do procedimento e também do presidente da Desenvolve SP. É o tipo de pauta rende boas imagens para as emissoras de TV.

2

f. p. 81

Data: 20/06/2020

Veículo: Jornal Cidade

Programa/editoria: Saúde

Título da matéria: Teste que detecta Covid em 1 hora tem investimento

Região: Campinas

Veiculação Positiva

Análise

O texto do Jornal Cidade mostra o investimento da Desenvolve SP em um novo exame molecular que permite processar, por dia, centenas de milhares de testes que detectam a COVID-19 a preço acessível - cerca de R\$ 95,00 - e desenvolvido pelo laboratório brasileiro Mendelics, em parceria com o Hospital Sírio-Libanês.

Ponto Positivo

A matéria do Jornal da Cidade é totalmente positiva. Ela traz um detalhamento de como se dá o investimento da Desenvolve SP no laboratório Mendelics e destaca que ele aconteceu via Fundo de Investimento em Participações (FIP). Por meio do Fundo, o laboratório recebeu, no total, R\$ 20 milhões. Coloca, portanto, a instituição, como protagonista na iniciativa.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

A matéria publicou praticamente o release enviado pela assessoria do governo, o que mostra que a informação é de extrema relevância e que há bastante espaço para replicar boas notícias nos veículos, principalmente do interior. Também é importante o contato com os jornalistas especializados também é fundamental para que se reforce a imagem da Desenvolve SP nestes setores. Também é possível realizar estratégia conjunta com laboratórios envolvidos em iniciativas semelhantes. A ideia é oferecer aos jornalistas visitas a estes laboratórios para que conheçam o processo de exames com entrevistas dos responsáveis pela criação do procedimento e também do presidente da Desenvolve SP. É o tipo de pauta rende boas imagens para as emissoras de TV.

Data: 21/06/2020

Veículo: A Tribuna

Programas/editorias: Economia

Títulos das matérias: Crédito não chega a pequenas empresas

Região: Baixada Santista

Veiculação Negativa

Análise

O texto de A Tribuna destaca a dificuldade dos empresários em concluir o pedido de empréstimo. Uma pesquisa realizada pelo Sebrae e a FGV mostra como o cenário está problemático: 86% dos pequenos negócios que pediram empréstimos não conseguiram; 58% estão sem resposta e 14% tiveram sucesso. A matéria vai nesta linha, traz personagens e muitas críticas à burocracia para se conseguir empréstimos. A reportagem cita personagens que não conseguiram crédito. Cita como exemplo um empreendedor que não o obteve por meio da Desenvolve SP. Porém conseguiu na Caixa Econômica Federal.

Ponto Positivo

Não foi identificado.

Risco à Imagem

Fica a sensação de que é muito mais burocrático conseguir uma linha de crédito da Desenvolve SP do que por intermédio governo federal.

Sugestão de Estratégia

Neste caso específico, a sugestão matéria é tentar um estreitamento com o jornal com o objetivo de conseguir espaços para a publicação de reportagens e notas capazes de mostrar os bons programas e resultados da Desenvolve SP. Portanto é importante o levantamento de dados gerais do estado de São Paulo e também recortes regionais para municiar os veículos de imprensa do interior, baixada santista e região metropolitana.

Data: 23/06/2020

Veículo: Cruzeiro do Sul

Programa/editoria: Conexão

Título da matéria: Programa de Crédito

Região: Sorocaba

Veiculação Positiva

Análise

Apesar de curta, nota publicada pelo Cruzeiro do Sul informa sobre um serviço importantíssimo para o leitor. O texto informa sobre as variadas linhas de crédito disponíveis para os micro, pequenos e médios empresários. São citadas além da Desenvolve SP e do Banco do Povo, a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil.

Ponto Positivo

A própria citação da Desenvolve SP em textos de serviço, como a nota publicada no Cruzeiro do Sul, reforça a imagem da entidade junto à opinião pública.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Um serviço que a Desenvolve SP pode prestar à população é mostrar quais são os diferenciais dela para as outras instituições financeiras. Taxas de juros, carências, prazos para pagamentos. Se a assessoria de comunicação tiver esses dados, pode usá-los em releases com os ganchos de “a menor taxa de todos os bancos”, “o maior prazo para pagamento” e “a menor carência”. Sem apelar para a comparação direta, mas ser firme na divulgação.

Data: 24/06/2020

Veículo: Jornal de Itapevi

Programa/editoria: Educação

Título da matéria: Produção de novo teste que detecta coronavírus em uma hora teve investimento da Desenvolve SP

Região: Metropolitana

Veiculação Positiva

Análise

O Jornal de Itapevi também publica matéria sobre o investimento da Desenvolve SP no laboratório brasileiro Mendelics. O texto detalha o estudo de um novo exame molecular que permite processar, por dia, centenas de milhares de testes que detectam a COVID-19 a preço acessível - cerca de R\$ 95,00. A matéria é positiva para a imagem da Desenvolve SP e dá um ótimo espaço ao presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza. Em sua entrevista a reportagem, ele informa que: “Investir em empresas com altíssimo potencial por meio de fundos é uma das formas de apoiar o empreendedorismo e a inovação em nosso estado. Temos orgulho de apoiar iniciativas que diretamente auxiliam no combate ao coronavírus e tornam-se pioneira em nosso país. A nova metodologia de testagem é um marco no enfrentamento da doença, que vai ajudar o Brasil a aumentar o controle de casos e reduzir o número de mortes”.

Ponto Positivo

A Desenvolve SP ganha importante destaque positivo para sua imagem com entrevista do presidente da instituição. Coloca a entidade como agente proativo em ações de apoio à pesquisas e no combate à Covid-19.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Conseguir espaços em veículos de imprensa regionais também é fundamental para que a Desenvolve SP seja reconhecida favoravelmente em todo as regiões do Estado. Assim como ocorreu no Jornal de Itapevi, é recomendável que a assessoria de imprensa da Desenvolve SP também ofereça entrevistas em jornais e rádios do interior.

Data: 26/06/2020

Veículo: UOL

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: Doria pede crédito do BNDES a pequenas empresas e elogia Paulo Guedes

Região: Nacional

Veiculação Positiva

Análise

O UOL transmite a mensagem de que o governo do estado está fazendo sua parte na ajuda aos empresários e que o vilão da história é o governo federal, que está segurando recursos.

Na matéria, o governador João Doria pediu que o BNDES dê atenção especial aos donos de bares, restaurantes, padarias e cafés. “O problema aflige o setor como um todo, de alimentos e bebidas, serviços. A área de alimentação vem sofrendo muito com a pandemia”, disse à reportagem. A matéria não traz o outro lado do governo federal.

Ponto Positivo

O aspecto positivo é o fato do governador destacar ações para empresários, como o repasse de R\$ 650 milhões com juros reduzidos e prazo de carência ampliado para o segmento via Banco Desenvolve SP e Banco do Povo.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

A entrevista concedida pelo governador ao portal UOL pode possibilitar publicação de matérias em demais veículos. Após alinhamento com as equipes de assessoria de imprensa da Secretaria de Fazenda e Planejamento e da Unidade de Comunicação do estado, é possível sugerir entrevistas com o presidente da Desenvolve SP. Também é recomendável recortes regionais a fim de envio de releases e oferta de entrevistas para jornais e rádios do interior.

Data: 02/07/2020

Veículo: O Estado de São Paulo

Programa/editoria: PME

Título da matéria: Programa de crédito para pequeno negócio destina 3,4% da verba

Região: Capital

Veiculação Negativa

Análise

A matéria do Estadão mostra a dificuldade que os empreendedores enfrentam para conseguir crédito e sobreviver durante a atual crise. Personagens relatam situações complicadas e extremas como fechar o negócio de forma definitiva. A reportagem cita uma personagem que diz ter tentado crédito em dois bancos (Banco do Brasil e Desenvolve SP), mas que até agora não havia conseguido nada.

Ponto Positivo

Não foi identificado.

Risco à Imagem

Mais uma vez a demora e a burocracia em se conseguir crédito é pauta negativa para a imagem da Desenvolve SP, pois dá a sensação ao leitor, falta de transparência e de agilidade na Desenvolve SP em atender as solicitações.

Sugestão de Estratégia

Neste caso, uma sugestão é pautar o jornal com dados atualizados de créditos liberados pela Desenvolve SP. Também é importante elaboração e envio de release geral a demanda por crédito, que é a maior em 11 anos. É importante citar esse dado, afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. A ideia é tirar a sensação de que o governo está mentindo e que não há crédito sendo liberado.

Data: 04/07/2020

Veículo: Folha de S. Paulo

Programa/editoria: Painel S.A.

Título da matéria: Na Fila

Região: Capital

Veiculação Negativa

Análise

A coluna da Folha de S. Paulo é curta, direta e traz a informação de que mais de 1.200 empresários que tiveram o seu crédito aprovado, ainda não receberam resposta da Desenvolve SP. Alguns desses fizeram a solicitação ainda no início da pandemia. A coluna cita que a Desenvolve SP liberou R\$ 1 bilhão para socorrer os micro, pequenos e médios empresários na crise econômica.

Ponto Positivo

O aspecto favorável é a informação sobre o montante de recursos liberados pela desenvolve SP.

Risco à Imagem

A coluna mostra um cenário problemático, de que os empresários solicitam as linhas de crédito, mas não são atendidos e nem recebem resposta da Desenvolve SP.

Sugestão de Estratégia

A assessoria de imprensa agiu de forma correta, explicando que a demora não é fruto da burocracia, mas de uma demanda enorme, a maior em 11 anos. É importante sempre citar esse dado, afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. Além disso, sugerimos que a Desenvolve SP continue fornecendo dados a respeito do assunto, quando solicitada.

Data: 05/07/2020

Veículo: Rádio CBN

Programa/editoria: Economia

Título da matéria: SP: 4 mil empresas de pequeno e médio porte esperam ajuda financeira do governo

Região: Capital

Positiva

Análise

A matéria repercute a preocupação de empresários com a crise econômica. Informa que, por falta de ajuda governamental, poderá haver um aumento do risco de falência principalmente das micro e pequenas empresas. E cita o apelo do governador João Doria para que o BNDES amplie créditos a essas empresas. A rádio CBN diz que a Desenvolve SP ainda tem em caixa R\$ 285 milhões para executar o pagamento de auxílio, mas aguarda a liberação de mais R\$ 2,5 bilhões do governo federal via BNDES. Diz, ainda, que já foram concedidos mais de 9 mil pedidos de financiamento e que, com a baixa oferta de créditos pelos bancos privados e a lentidão de entrega dos bancos públicos, expandiu as suas operações.

Ponto Positivo

O aspecto favorável é o da emissora citar os recursos que da entidade.

Risco à Imagem

Não foi identificado

Sugestão de Estratégia

Uma oportunidade para impulsionar o tema 'crise econômica' é colocar o presidente da Desenvolve SP para dar entrevistas, sobretudo, nos veículos especializados em economia. Tornar um porta-voz da instituição uma autoridade no assunto é o melhor caminho para ganhar espaço na mídia. No caso de porta-vozes não familiarizados com entrevistas, a Pridea oferece um serviço de media training para que eles consigam se posicionar melhor com os jornalistas.

Data: 07/07/2020

Veículo: A Tribuna

Programa/editoria: Geral

Títulos das matérias: Restrição cadastral impede acesso

Região: Baixada Santista

Veiculação Negativa

Análise

A matéria semelhante à publicada no jornal O Estado de S. Paulo no dia 2 de julho. A reportagem apresenta ao leitor a dificuldade que os empreendedores enfrentam para conseguir crédito e sobreviver durante a atual crise. Personagens relatam situações complicadas e extremas como fechar o negócio de forma definitiva. A Tribuna cita uma personagem que diz ter tentado crédito em dois bancos (Banco do Brasil e Desenvolve SP), mas que até agora não havia conseguido nada.

Ponto Positivo

Não foi identificado.

Risco à Imagem

Pauta negativa para a imagem da Desenvolve SP, pois dá a sensação ao leitor, falta de transparência e de agilidade na Desenvolve SP em atender as solicitações.

Sugestão de Estratégia

Neste caso, vale conversar com a edição do jornal para cavar um espaço de contraponto, mostrando personagens que não tiveram problema e conseguiram crédito. Sugerimos também o disparo de releases levando um balanço do quanto já foi repassado pela instituição e destacando a demanda por crédito, que é a maior em 11 anos. É importante citar esse dado, afirmando que a procura foi muito alta e que em três meses, a demanda teve um aumento de 2.161% em abril e maio na comparação com março e fevereiro. A ideia é tirar a sensação de que o governo está mentindo e que não há crédito sendo liberado.

Data: 23/07/2020

Veículos: ABC do ABC / UOL

Programas/editorias: Empresas / Economia

Títulos das matérias: São Caetano aciona bancos públicos para socorrer o comércio / Setor têxtil deve receber crédito via BNDES na próxima semana, diz Sindtêxtil-SP

Regiões: Metropolitana / Capital

Veiculações Neutra / Positiva

Análises

O jornal ABC do ABC relata a tentativa de a Prefeitura de São Caetano do Sul buscar alternativas para facilitar a oferta de crédito e salvar negócios. Segundo o jornal, o prefeito irá se reunir com representantes de bancos públicos e privados e já tem agenda para conversar com um interlocutor da Desenvolve SP.

No UOL, somente um registro da Desenvolve SP de que haverá um aporte considerável do BNDES ao setor têxtil.

Pontos Positivos

O jornal cita todos os bancos públicos e um privado, que é a Desenvolve SP. O fato de o prefeito de São Caetano do Sul ter reunião agendada com o presidente da instituição também é positivo, mostra que a interlocução é fácil e nada burocrática.

A própria Desenvolve SP informar que o BNDES fará um aporte "significativo" a ser destinado ao setor têxtil, demonstra transparência por parte da instituição.

Riscos à Imagem

No ABC do ABC fica a sensação de que o socorro aos pequenos e microempresários vem da Prefeitura de São Caetano do Sul e não da Desenvolve SP.

A leitura é ruim quando o UOL traz a informação de que as empresas de médio porte são as que mais encontram dificuldades para conseguir dinheiro.

Sugestões de Estratégia

Vale investir em mais eventos pelo interior. A imprensa regional é carente de notícias e, por isso, não é difícil emplacar representantes da Desenvolve SP nas TVs, rádios e jornais para que falem não só a respeito da possibilidade de empréstimo para os empresários, mas do papel da instituição dentro do governo, a sua atuação, os programas, entre outros.

No UOL, a Desenvolve SP foi apenas citada, mas poderia ter tido mais espaço com, por exemplo, uma entrevista do presidente da Desenvolve SP. Este veículo de imprensa, até por ter um apelo nacional, é uma ótima oportunidade para divulgar as ações e os programas da instituição.

Handwritten mark

Handwritten signature and number 92

Data: 28/07/2020

Veículo: G1

Programa/editoria: Presidente Prudente

Título da matéria: Municípios do Oeste Paulista destinam mais de R\$ 3 milhões para o enfrentamento de pandemia da Covid-19

Região: Presidente Prudente

Veiculação Negativa

Análise

O foco da matéria é a situação econômica de vários municípios do Oeste Paulista por conta da crise econômica. Em linhas gerais, as associações e representantes das prefeituras dizem que o governo do Estado tem adotado uma postura “muito tímida” em apoiar os municípios. Em entrevista ao portal, o presidente da União dos Municípios do Pontal do Paranapanema (Unipontal) destaca que o socorro aos municípios, até o momento, tem vindo exclusivamente do governo federal. Na matéria, o governo estadual informa que para ajudar microempreendedores e empresários a atravessarem a crise, foi liberado mais de R\$ 650 milhões em empréstimos disponibilizados por meio do Banco do Povo, Desenvolve SP e Sebrae, a partir de linhas de crédito com condições especiais, incluindo redução da taxa de juros e prazo de pagamento ampliado.

Ponto Positivo

É o ‘outro lado’ trazido pelo jornal em que o governo fala dos investimentos e repasses que fez pela região.

Risco à Imagem

Neste caso, é a afirmação da Unipontal, informando que a ajuda econômica tem sido exclusivamente do governo federal, pode acirrar ainda mais o discurso de ódio que o governo federal tem imprimido na mídia convencional e nas redes sociais em relação ao gerenciamento paulista e relação ao agravamento da crise econômica provocado pela pandemia.

Sugestão de Estratégia

A resposta do governo foi curta e satisfatória ao responder sobre o valor liberado para recursos. Mas além dela, seria interessante agendar uma visita do presidente da Desenvolve SP à redação do G1. Dessa forma, poderia rebater as críticas com outras matérias e, também, estreitar contatos com os editores do portal.

Além disso, antes que a matéria repercuta, vale intensificar a divulgação das ações da Desenvolve nos veículos de imprensa da região de Presidente Prudente. Ser proativo nesses casos faz toda diferença.

Data: 10/08/2020

Veículos: G1 / UOL

Programas/editorias: São Paulo / Cotidiano

Títulos das matérias: Governo de SP disponibiliza mais R\$ 70 milhões em créditos para microempreendedores após crise provocada pela pandemia / Doria disponibiliza mais de R\$ 1 bi em doações privadas e R\$ 70 mi em linhas de crédito

Regiões: Capital / Capital

Veiculações Positiva/ Positiva

Análises

Matéria muito boa do G1, abrindo espaço para anúncio do governador João Doria, que informou aumento nas linhas de crédito da Desenvolve SP e do Banco do Povo, que chegaram a R\$ 720 milhões durante a pandemia. O G1 deu um ótimo espaço a três anúncios do governador. O primeiro relacionado à disponibilização de mais R\$ 70 milhões em crédito para microempreendedores após crise; o segundo sobre a criação de um indicador desenvolvido pela Fundação Seade para acompanhar a economia no contexto da pandemia; e o terceiro relativo à criação de um Comitê Empresarial Solidário que vai trabalhar com ações de combate ao coronavírus. O UOL também dá um bom espaço a um anúncio do governador de que as doações do Comitê Empresarial Solidário ultrapassaram a marca de R\$ 1 bilhão. As contribuições serão usadas no combate ao coronavírus e em ações de proteção social. O portal destaca a disponibilização de mais recursos do Banco do Povo e da Desenvolve SP para que os micro e pequenos empresários consigam enfrentar as consequências econômicas da pandemia.

Pontos Positivos

O UOL e no G1 é apresentar à população a liberação de crédito durante a crise econômica gerada pela pandemia.

Riscos à Imagem

Não identificados nem no G1 e nem no UOL.

Sugestões de Estratégias

As duas matérias têm viés positivo. São dois veículos de comunicação de grande relevância e que repercutem nacionalmente. Em interlocução com a Unicom, a assessoria de imprensa da Desenvolve SP pode amplificar essas pautas pelas capitais e pelo interior colocando porta-

vozes da instituição para detalhar o programa, as suas atribuições e levando um balanço do quanto já foi repassado de recursos aos micro e pequenos empresários.

2

Ag

Data: 11/08/2020

Veículo: Valor.com

Programa/editoria: Finanças

Título da matéria: Desenvolve SP capta R\$ 50 milhões e quer mais funding para enfrentar pandemia

Região: Nacional

Veiculação Positiva

Análise

O texto do Valor Econômico é bastante positivo e detalha a captação de recursos no exterior por parte da Desenvolve SP, que tem tentado diversas linhas de crédito para poder continuar emprestando para os empresários e fazer frente aos impactos da pandemia na economia paulista.

Ponto Positivo

O jornal traz o feito da Desenvolve SP, que conseguiu captar recursos no exterior sem garantia da União.

Risco à Imagem

A matéria do Valor, apesar de positiva, trouxe uma linguagem extremamente técnica e difícil de penetrar em alguns públicos.

Sugestão de Estratégia

Promover um seminário voltado para jornalistas pode ser uma boa estratégia de esmiuçar o tema e repercuti-lo depois por meio de follow e releases. Essa notícia do Valor é um belo gancho para explicar aos formadores de opinião a importância da Desenvolve SP. Para o seminário, sugerimos que a Pridea Comunicação faça um media training com os porta-vozes da instituição para manter um discurso alinhado entre a Unidade de Comunicação do governo estadual e as demais entidades ligadas ao governo estadual. Também é importante ter um banco de dados a fim de ter as informações organizadas para essas entrevistas.

2

97

Data: 13/08/2020

Veículo: Jornal Debate

Programa/editoria: Geral

Título da matéria: Câmara aprova convênio com a Desenvolve SP no valor de R\$ 3,9 milhões

Região: Bauru

Veiculação Positiva

Análise

A matéria destaca uma série de projetos aprovados pela Câmara Municipal e cita um convênio da prefeitura de Lins com instituições, entre elas, a Desenvolve SP. A parceria visa a execução de obras de infraestrutura, no valor de R\$ 3.969.525,63.

Ponto Positivo

Na matéria, a Desenvolve SP aparece como uma instituição em que as prefeituras podem contar para firmar parcerias.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

A disponibilização de recursos para as cidades paulistas é sempre foco de pautas, principalmente pelo interior. A ideia é que, havendo os repasses, a Desenvolve SP organize eventos e anuncie cada investimento de acordo com as prefeituras. É uma forma de conseguir mais espaço. Nesses eventos, sugerimos a participação de porta-vozes do governo para que deem entrevistas para as rádios do interior e TVs locais.

Data: 14/08/2020

Veículo: IstoÉ.com

Programa/editoria: Moeda Forte

Título da matéria: Captação à moda paulista

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

É uma nota curta que levanta a bola da Desenvolve SP porque destaca parceria inédita da instituição com o CAF, Banco de Desenvolvimento da América Latina, para captação de US\$ 50 milhões. Há aspás do presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza. Ele afirma à reportagem que a parceria é o resultado de um trabalho de excelência da Desenvolve SP, com o objetivo de ampliar as fontes de recursos para apoiar a retomada econômica do Estado.

Ponto Positivo

A divulgação da parceria entre a Desenvolve SP e o Banco de Desenvolvimento da América Latina demonstra a proatividade da instituição em um momento sensível para economia não só do estado de São, mas de todo país.

Risco à Imagem

Pode-se gerar uma desconfiança quando o jornal diz ser a primeira vez que uma agência de fomento brasileira capta diretamente no mercado internacional.

Sugestão de Estratégia

O registro da IstoÉ mostra a conquista de um espaço importante e de alcance nacional pelo volume de leitores que tem a revista. Pela relevância do tema - a parceria inédita da Desenvolve SP com o Banco de Desenvolvimento da América Latina – podemos tentar outros ganhos que abrem espaço para novas oportunidades. Entre eles, sugestão de entrevista com o presidente da Desenvolve SP, Nelson Antônio de Souza para a revista e até mesmo encontro de relacionamento com a direção da IstoÉ Dinheiro.

gg

Data: 17/08/2020

Veículos: Folha do ABC / Portal da Cidade

Programas/editorias: Geral / Saúde

Títulos das matérias: Obras do Atende Fácil Saúde serão entregues em dezembro / Prefeitura de Registro entrega nova ambulância para simples remoção

Regiões: ABC / Registro

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

A Folha do ABC registrou a entrega do Atende Fácil Saúde em São Caetano, segundo o jornal, “um dos mais modernos equipamentos públicos do país”. A construção do equipamento público recebeu investimentos da Desenvolve SP, tanto para a obra, como para a compra de aparelhos e mobiliários.

O Portal da Cidade trouxe uma nota curta informando a aquisição de um veículo furgão adaptado para ambulância para a cidade de Registro.

Pontos Positivos

Na matéria da Folha do ABC, a Desenvolve SP aparece como uma instituição em que as prefeituras podem contar para firmar parcerias.

O Portal da Cidade destaca que a aquisição foi realizada por meio do Programa Frota Nova Municípios, da Agência de Fomento do Estado de São Paulo S.A. -- Desenvolve SP, mais uma vez destacando-a como parceiras dos municípios.

Risco à Imagem

Não foram identificados em nenhuma das duas matérias.

Sugestão de Estratégia

Os dois veículos de comunicação trazem apelo positivo da Desenvolve SP em São Caetano e Registro, o que é ótimo, mas é possível intensificar a divulgação. De acordo com o media audit realizado pela Pridea Comunicação, foi identificado que jornalistas dessas regiões nunca receberam material da Desenvolve SP e tem espaço para publicá-las. Alguns veículos sugeriram pautas, um deles questionando de que forma a Desenvolve SP poderia ajudar na oportunidade de negócio, visto que o desemprego está crescendo na região.

Data: 21/08/2020

Veículo: IstoÉ Dinheiro

Programa/editoria: Entrevista

Título da matéria: Para ex-presidente da Caixa e do Banco do Nordeste, reside no capital estrangeiro uma solução de médio prazo para as empresas superarem o caos econômico trazidos pela Covid-19

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

Excelente a entrevista com o presidente da Desenvolve SP, Nelson Antônio de Souza, destacando o “feito histórico” da instituição, que conseguiu captar recursos no exterior sem garantia da União.

Ponto Positivo

A revista abriu um bom espaço para a entrevista do presidente da Desenvolve SP, Nelson Antônio de Souza, entre elas, a afirmação de que a operação com o Banco de Desenvolvimento da América Latina é a primeira de uma série que ele pretende firmar nos próximos dois anos. A entrevista leva a mensagem aos leitores iniciativas inéditas realizadas pela entidade.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

As entrevistas concedidas às revistas com apelo nacional, como é o caso da IstoÉ Dinheiro, geram uma repercussão enorme e abordam uma série de temas, que podem ser destrinchados e transformados em várias outras pautas. A partir dessas pautas, também é possível trabalhar na produção de demais materiais, como notas e releases. Também é válido sugerir à equipe de redes sociais da instituição posts divulgando a entrevista do presidente da Desenvolve SP a fim de fortalecer a marca.

Data: 24/08/2020

Veículo: R7

Programa/editoria: Novo Coronavírus

Título da matéria: Governo de SP suspende tarifa para abertura de novas empresas

Região: Nacional

Veiculação Positiva

Análise

Para estimular a economia e reduzir impactos na geração de emprego e renda decorrentes da pandemia, o governo anunciou a suspensão da cobrança de tarifa para abertura de novas empresas. O governador, João Doria, destaca a liberação de microcréditos por meio da Desenvolve SP e do Banco do Povo.

Ponto Positivo

O texto do R7 é positivo ao levar mais informações ao leitor sobre as iniciativas do governo via Desenvolve SP para minimizar a crise econômica que atinge principalmente os microempreendedores.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

As notícias sobre a recuperação da economia e a geração de emprego e renda têm sido recorrentes. São Paulo representa 36% da economia brasileira. Para a Desenvolve SP conquistar um espaço mais relevante na mídia, é interessante alinhamento com a Unidade de Comunicação do governo e com a Secretaria de Fazenda e Planejamento, divulgar balanços gerais e regionais dos financiamentos realizados às micro e pequenas empresas. Também é válido organizar coletivas de imprensa para anunciar esses dados.

Data: 27/08/2020

Veículos: O Vale do Ribeira / Jornal Joseense

Programas/editorias: Geral / Geral

Títulos das matérias: Doria recebe empresários do Vale do Ribeira no Palácio dos Bandeirantes / Empreendedores do Vale do Ribeira apresentam projetos financiados pela Desenvolve-SP em encontro no Palácio dos Bandeirantes

Regiões: São José dos Campos / São José dos Campos

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

Os dois jornais tratam do mesmo assunto – o Vale do Futuro, iniciativa do governo para o desenvolvimento do Vale do Ribeira – de forma bastante positiva. O jornal O Vale do Ribeira foi mais enxuto na sua publicação, enquanto que o Joseense optou por um maior detalhamento da ação.

Pontos Positivos

As duas notícias citam expressivamente a Desenvolve SP, que tem trabalhado para o desenvolvimento econômico e social e à proteção ambiental da região do Vale do Futuro. Por meio da instituição, estão sendo construídas iniciativas que vão valorizar o turismo e a população das cidades do Vale. São iniciativas diferenciadas, inovadoras e, principalmente, que respeitam o meio ambiente e dão credibilidade à instituição junto à opinião pública.

Riscos à Imagem

Não foram identificados nem no jornal n'O Vale do Ribeira e nem no Joseense.

Sugestões de Estratégias

O Vale do Futuro recebeu um total de 62 propostas de contratos junto à Desenvolve SP, sendo que 45 já foram aprovadas. Outras 27 propostas estão em andamento, em fase de entrega e análise de documentação. A instituição possui condições especiais para a liberação de créditos nos 22 municípios abrangidos pelo programa Vale do Futuro. Todos os contratos para investimento em máquinas, equipamentos e projetos tiveram integral isenção de juros (0%). Esses dois serviços são de extrema relevância e já rendem pautas para entrevista, notas e outras matérias. Importante que comunicados e releases à imprensa sejam acompanhados de informações sobre outras iniciativas da Desenvolve SP.

Data: 05/09/2020

Veículo: O Vale

Programa/editoria: Brasil

Título da matéria: Não há país viável sem cultura, afirma secretário estadual

Região: Vale do Paraíba

Veiculação Positiva

Análise

O Vale trouxe uma boa entrevista do secretário estadual de Cultura, Sérgio Sá Leitão, que apontou as questões do setor, em consequência da pandemia. Na reportagem ele afirma que as atividades culturais e criativas são marcas registradas da sociedade brasileira, com peso econômico imenso e altamente geradoras de renda, emprego, inclusão e desenvolvimento, Sá Leitão também destaca a linha de crédito facilitada na Desenvolve SP para as empresas da economia criativa com R\$ 500 milhões.

Ponto Positivo

O aspecto positivo da reportagem é a citação da linha de crédito facilitada via Desenvolve SP, colocando a instituição como agente atuante também para o fomento do setor cultural.

Risco à Imagem

Não foi identificado.

Sugestão de Estratégia

Na entrevista do secretário de Cultura, Sérgio Leitão, fica evidenciado o apoio econômico da Desenvolve SP para reerguer o setor. Assim como a Cultura, outras áreas foram abaladas com a pandemia, tendo que paralisar as suas atividades presenciais e até demitir funcionários. Por conta da crise, vários desses setores, como é o caso da Cultura, só devem retomar em 2022. A recuperação será lenta e gradual. A partir disso, vale um alinhamento com a assessoria de imprensa da Unidade de Comunicação do governo para fazer pautas casadas com outras secretarias prejudicadas com a crise e que obtiveram recursos da Desenvolve SP. Também é válido pautar um veículo de imprensa de grande alcance como rádios e TVs demonstrando a atuação do governo no auxílio aos empreendedores e pequenos empresários.

Data: 18/09/2020

Veículo: O Regional

Programa/editoria: Notícias

Título da matéria: Turismo de SP recebe R\$ 400 milhões para incentivar a retomada do setor

Região: Campinas

Veiculação Positiva

Análise

O Regional destaca a parceria entre o Ministério do Turismo e a Desenvolve SP, com o foco nas linhas de crédito do Fundo Geral do Turismo (Fungetur) dirigido a micro, pequenos e médios empresários. Fungetur é um crédito ao fomento do turismo como negócio e estratégia de desenvolvimento.

Ponto Positivo

A matéria é toda positiva e detalha um serviço importante de como os empresários podem fazer para receber o crédito facilitado.

Risco à Imagem

O jornal traz duas aspas do deputado Edmir Chedid, quando poderia abrir espaço para o presidente da Desenvolve SP.

Sugestão de Estratégia

Em São Paulo, dos 46 milhões de turistas previstos no Estado, o ano de 2020 somou cerca de 29 milhões, uma perda de quase 17 milhões de viajantes. Uma análise da FGV aponta que o PIB do turismo deve sofrer uma perda de 39% em 2020, em comparação com 2019. A Desenvolve SP liberou uma série de linhas de crédito para empresas do setor, na tentativa de impulsionar a retomada. Os jornais do interior, como o Regional de Bragança Paulista, têm diversas publicações online e offline ligadas ao turismo. Esse é um nicho que abre espaço para diversas pautas, entre elas o papel da Desenvolve SP no auxílio às micro e pequenas e empresas.

Data: 21/09/2020

Veículo: Notícia de Limeira

Programa/editoria: Diversos

Título da matéria: Turismo de SP recebe R\$ 400 milhões para retomada do setor

Região: Campinas

Veiculação Positiva

Análise

Matéria extremamente positiva sobre a parceria entre Ministério do Turismo e a Desenvolve SP, que vai garantir oferta de crédito facilitado para micro, pequenas e médias empresas do setor turístico.

Ponto Positivo

A disponibilização de recursos para o setor amplia a capacidade de auxiliar a recuperação e a retomada das empresas paulistas de um dos setores mais impactados pela pandemia do coronavírus: o turismo.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

No mundo todo, o turismo foi um dos setores mais prejudicados com a pandemia. Em São Paulo, dos 46 milhões de turistas previstos no Estado, o ano de 2020 somou cerca de 29 milhões, uma perda de quase 17 milhões de viajantes. Uma análise da FGV aponta que o PIB do turismo deve sofrer uma perda de 39% em 2020, em comparação com 2019. A Desenvolve SP liberou uma série de linhas de crédito para empresas do setor, na tentativa de impulsionar a retomada. O portal Notícia de Limeira enumerou uma série de empresas que fizeram parceria com a agência de fomento, como casas de espetáculos e agências de turismo. Todas essas áreas têm uma infinidade de publicações on e offline, como a Viagem e Turismo, a OFF de teatro, a Pesca & Companhia. Há muita oportunidade de mídia neste segmento e a Pridea Comunicação pode auxiliar no levantamento dessas publicações e nas informações para subsidiar entrevistas com porta vozes da Desenvolve SP.

Data: 25/09/2020

Veículo: Pequenas Empresas & Grandes Negócios

Programa/editoria: Geral

Título da matéria: Ministério do Turismo e Desenvolve SP liberam R\$ 400 milhões em crédito para empresas do setor

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

A revista mostra os prejuízos que o setor do turismo teve em decorrência da pandemia e destaca a parceria entre Ministério do Turismo e a Desenvolve SP para garantir oferta de crédito facilitado para micro, pequenas e médias empresas do setor turístico. A matéria abriu espaço para fala do presidente da Desenvolve SP, Nelson Antônio de Souza. Também publicou o serviço de como as empresas podem fazer para acessar os recursos.

Ponto Positivo

A divulgação de parcerias com demais entidades, seja da esfera federal, estadual ou municipal, para a créditos facilitados sempre é bem recebida pela opinião pública e reforça a marca da Desenvolve SP. Também importante destacar as aspas do presidente da Desenvolve SP.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

Uma análise da FGV aponta que o PIB do turismo deve sofrer uma perda de 39% em 2020, em comparação com 2019 e a Desenvolve SP liberou uma série de linhas de crédito para empresas do setor, na tentativa de impulsionar a retomada. Uma boa oportunidade para impulsionar o tema é colocar porta-vozes para dar entrevistas em revistas especializadas, como a Viagem e Turismo.

107

Data: 26/09/2020

Veículo: Jornal da Franca Online

Programa/editoria: Turismo

Título da matéria: Jornal da Franca libera mais R\$ 400 milhões para turismo no Estado

Região: Franca

Veiculação Positiva

Análise

Com o gancho do Dia Mundial do Turismo, o Jornal da Franca traz matéria longa e muito positiva sobre o auxílio da Desenvolve SP às micro e pequenas empresas e a liberação de R\$ 400 milhões para o setor no Estado.

Ponto Positivo

O jornal traz todo um contexto sobre os prejuízos do setor de turismo no Estado e coloca a Desenvolve SP como destaque por disponibilizar um mecanismo de crédito voltado especialmente ao auxílio às micro, pequenas e médias empresas ligadas direta ou indiretamente ao setor turístico.

Risco à Imagem

O destaque à informação de que as linhas de crédito vêm de recursos do Fundo Geral do Turismo e coloca a Desenvolve SP como coadjuvante.

Sugestão de Estratégia

Uma análise da FGV aponta que o PIB do turismo deve sofrer uma perda de 39% em 2020, em comparação com 2019. A Desenvolve SP liberou uma série de linhas de crédito para empresas do setor, na tentativa de impulsionar a retomada. Uma boa indicação é levar porta-vozes às redações de veículos especializados no turismo, como a Viagem e Turismo. Esse é um nicho que abre espaço para diversas pautas, entre elas o papel da Desenvolve SP no auxílio às micro e pequenas e empresas.

Data: 28/09/2020

Veículo: Exame.com

Programa/editoria: PME

Título da matéria: Governo libera R\$ 5 bilhões para crédito para PMEs via maquininhas

Região: Capital

Veiculação Neutra

Análise

O portal da Exame destaca, de forma bastante positiva, um programa do governo federal que libera recursos para ajudar as pequenas empresas brasileiras na crise. Estima-se que o programa irá conseguir atender até 3 milhões de empresas. Entre as instituições financeiras que podem operar o programa segundo o BNDES, está a Desenvolve SP.

Ponto Positivo

O aspecto positivo é a citação do nome da Desenvolve SP no rol das instituições financeiras que estão aptas a operar o programa.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

A liberação da primeira parcela de 5 bilhões de reais para o Programa Emergencial de Acesso ao Crédito (Peac) do governo federal vai disponibilizar 10 bilhões de reais ao projeto.

Com o Peac, microempreendedores individuais (MEIs) e empresas com faturamento menor que 4,8 milhões de reais por ano poderão tomar crédito com melhores condições.

O programa do BNDES é bastante semelhante ao do governo estadual, e a própria Exame pode abrir espaço para detalhar os projetos e balanços da Desenvolve SP através, por exemplo, de uma visita do presidente da Desenvolve SP à redação da revista.

Data: 06/10/2020

Veículo: Revista Capital Econômico Online

Programa/editoria: Turismo

Título da matéria: Desenvolve SP injetou R\$ 1,1 bi em micro, pequenas e médias empresas paulistas

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

Ótima matéria na versão online da revista Capital Econômico, que destacou o aumento no número de atendimentos na Desenvolve SP em 825% em relação ao ano passado devido às necessidades geradas pela pandemia. O portal informa que a Desenvolve SP foi a primeira a oferecer um plano de apoio aos impactos financeiros gerados pela pandemia. Em três meses, a demanda da instituição superou a soma de 11 anos de operações, com aumento de 2.161% em abril e maio em comparação a março e fevereiro.

Ponto Positivo

O principal aspecto positivo da matéria para a imagem da Desenvolve SP é o de informar que a instituição é a pioneira para o apoio financeiro durante a pandemia.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

A Desenvolve SP realizou o maior desembolso de sua história para obras do programa Novo Rio Pinheiros por meio da linha de crédito Economia Verde, voltada ao apoio a projetos sustentáveis. O financiamento, no valor de R\$ 70 milhões, vai melhorar a qualidade de vida de 58 mil famílias. Esse é um assunto pouco explorado na imprensa e com bastante potencial. Seria interessante reunir os veículos de comunicação que cobrem o Desenvolvimento Sustentável e organizar entrevistas com porta-vozes da Desenvolve SP.

110

Data: 08/10/2020

Veículo: Exame.com

Programa/editoria: Brasil

Título da matéria: Desenvolve SP disponibiliza R\$ 1,1 bi em crédito na pandemia

Região: Capital

Veiculação Positiva

Análise

O texto da Exame.com é longo e substancial. Destaca os atendimentos que a Desenvolve fez em 2020 - um aumento de 825% em relação a 2019, discorre sobre a parceria com o Ministério do Turismo e mostra que a instituição está em negociações com bancos internacionais para novos aportes.

Ponto Positivo

O site menciona que só neste ano, entre recursos próprios, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e do Fundo Geral do Turismo (Fungetur), já foi disponibilizado 1,1 bilhão de reais para micro, pequenas e médias empresas paulistas.

Risco à Imagem

Não identificados.

Sugestão de Estratégia

A Desenvolve SP está em negociações com várias instituições internacionais para novos aportes: o International Finance Corporation (braço do Banco Mundial para o setor privado) o New Development Bank (Banco de Desenvolvimento dos Brics – Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul) e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A partir disso, a estratégia de divulgação deve ser ampliada a veículos de imprensa do exterior. É indicado um alinhamento com a assessoria de imprensa da Secom para mapear quais são esses veículos e trabalhar em releases voltados a estes jornais.

Data: 13/10/2020

Veículo: EPTV.com

Programa/editoria: Institucional

Título da matéria: Retoma São Paulo: Desenvolve SP promove projeto com lives gratuitas e conteúdo especial para auxiliar na retomada da economia

Região: Ribeirão Preto

Veiculação Positiva

Análise

A reportagem traz uma parceria da Desenvolve SP com uma empresa de eventos para auxiliar na percepção de novas oportunidades no mercado, hábitos, linhas de crédito, economia digital e novas tecnologias para incentivar a retomada econômica do Estado. O texto informa que o evento é aberto ao público e conta com a apresentação da Desenvolve SP, com apoio institucional da EPTV.

Ponto Positivo

A divulgação da Desenvolve SP em evento online aberto ao público demonstra que a instituição é acessível para a divulgação de suas linhas de fomento, principalmente, no momento de forte crise econômica.

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

Nesse momento de pandemia, os encontros virtuais têm se mostrado bastante eficientes e, em muitos casos, atingem um público maior do que se ocorressem de forma presencial. O evento divulgado pela da EPTV teve como público-alvo empresários, executivos, consultores, microempresários, startups, gestores públicos e de empresas privadas, profissionais liberais, representantes de ONGs, estudantes e formadores de opinião, o que por si só já atrai um espaço grande de mídia. O ideal é que esses eventos aconteçam periodicamente e que o calendário seja preparado com antecedência para que haja tempo de marcar entrevistas e fazer media training com porta vozes da Desenvolve SP.

Data: 16/10/2020

Veículo: ABC do ABC

Programa/editoria: Mobilidade

Título da matéria: Empresas se juntam para facilitar crédito de transporte escolar de alunos com deficiência

Região: Metropolitana

Veiculação Positiva

Análise

O texto do ABC do ABC destaca, de forma bastante positiva, a parceria entre a Desenvolve SP, a EMTU/SP e as Secretarias de Educação e Desenvolvimento Regional do Estado que acordaram facilitar o acesso ao crédito das empresas de transporte escolar que atendem crianças e adolescentes com deficiência. A matéria destaca a linha de crédito operada pela Desenvolve SP, em que as empresas que compõem a frota de Serviço Especial - SEC (LIGADO), podem ter acesso a capital de giro para equilibrar o fluxo de caixa e atender alunos em 59 municípios do Estado, localizados na Região Metropolitana de São Paulo e em Campinas.

Ponto Positivo

A divulgação desta parceria reforça positivamente a imagem da Desenvolve SO pois a coloca como protagonista em soluções para a área da educação, tão afetada pela pandemia

Risco à Imagem

Não identificado.

Sugestão de Estratégia

O fato de a Desenvolve SP facilitar o crédito das empresas que cuidam do transporte de crianças com deficiência é mote para uma série de divulgações. Trata-se de um serviço importante à população e que deve ser replicado a mais veículos de imprensa. São 59 municípios paulistas envolvidos e em todos eles há, pelo menos, um veículo de comunicação. A indicação é pelo disparo de releases regionais, follow-ups regionais, e a realização de entrevistas presenciais e por telefone para reforçar o assunto. Aproveitar o momento em que a Desenvolve se tornou um instrumento de auxílio financeiro às empresas que tiveram suas receitas reduzidas devido à paralisação imposta pela pandemia do coronavírus, é o gancho dessas entrevistas.

113

Data: 17/10/2020

Veículos: G1 / Folha Sudoeste / ABC do ABC

Programas/editorias: Santos e Região / Economia / Economia

Títulos das matérias: Doria visita cidades do Vale do Ribeira e entrega prédio do Departamento Regional de Saúde, em Registro, SP / Desenvolve SP: Veja como o funciona o financiamento empresarial / Governo do Estado e Desenvolve SP investem para impulsionar negócios do Vale do Ribeira

Regiões: Baixada Santista / Metropolitana / Metropolitana

Veiculações Positiva / Positiva / Positiva

Análises

O G1 registra a liberação de R\$ 5,7 milhões em créditos voltados ao incentivo ao empreendedorismo no Vale do Ribeira e diz que o valor foi financiado pela Desenvolve SP.

A Folha Sudoeste traz um texto inteiro sobre o que é a Desenvolve SP, como funciona, como fazer para utilizá-la e reforça o caminho do 'passo a passo' no site que vai ajudar os empresários a solicitar o crédito. O portal destaca que o pacote de investimentos no Vale garante investimento de R\$ 2 bilhões na região.

Por sua vez, o portal ABC do ABC destaca o repasse de recursos da Desenvolve SP para onze empreendimentos privados do Vale do Ribeira, que vão gerar emprego, renda e desenvolvimento para a região. A matéria traz aspas do presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza. Ele destaca a liberação de mais de R\$ 12 milhões para projetos privados e públicos que estimulam o desenvolvimento econômico e melhoram a qualidade de vida da população do Vale do Ribeira. Segundo a notícia, os onze projetos receberão estes novos recursos já estão aprovados e serão executados a partir de agora, graças às condições facilitadas de financiamento.

Pontos Positivos

As três notícias são positivas para a marca da Desenvolve SP. No caso do portal G1, o aspecto favorável é justamente o de informar o valor total de crédito dirigido ao empreendedorismo do Vale do Ribeira.

O aspecto favorável no caso do portal da Folha Sudoeste é apresentar o passo a passo para solicitação de empréstimos na Desenvolve SP. Este tipo de divulgação de tutorial demonstra, de forma simples, a acessibilidade para solicitação de crédito.

114

No caso do portal ABC do ABC é a informação da liberação de recursos com espaço para as aspas do presidente da Desenvolve SPm destacando a importância da iniciativa, informando de maneira clara ao leitor.

Riscos à Imagem

Não foram identificados riscos à imagem da Desenvolve SP nas três reportagens do dia.

Sugestões de Estratégias

A Desenvolve SP foi apenas citada na matéria do G1. O espaço poderia ser maior, na medida em que oferecêssemos materiais sobre o seu papel, por exemplo, do que significa o Vale do Futuro e quais as suas etapas. Os veículos de imprensa do Vale do Ribeira também deveriam estar abastecidos com essas informações.

No caso da pauta da Folha Sudoeste a assessoria de imprensa pode investir em demais veículos de imprensa, principalmente portais especializados em economia e dirigidos aos micros, pequenos e médios empresários.

A destinação de recursos noticiada pelo portal ABC do ABC faz parte do Programa Vale do Futuro, projeto de políticas públicas do governo paulista para o desenvolvimento do Vale do Paraíba. Neste caso, vale um alinhamento da assessoria de imprensa da Desenvolve SP com a assessoria da Unidade de Comunicação do estado para fazer a divulgação. No interior, as rádios são grandes aliadas porque atingem um grande número de pessoas e, além disso, abrem espaço em seu website para divulgar materiais.

Na capital, é válido pautar um veículo de imprensa de grande alcance demonstrando a atuação do governo na região, que é patrimônio natural e cultural pela Unesco.

115 ✓

Data: 21/10/2020

Veículos: Correio Popular / Segs

Programas/editorias: Acordo / Turismo

Títulos das matérias: Parceria oferece crédito ao transporte escolar / Desenvolve SP e Secretaria de Turismo anunciam socorro às empresas

Regiões: Campinas / Brasil

Veiculações Positiva / Positiva

Análises

Matéria muito positiva do Correio Popular, que destaca a facilitação do acesso ao crédito de 350 empresas de transporte escolar que atendem crianças e adolescentes com deficiência de 59 municípios.

O site Segs mostra a importância da Desenvolve SP no auxílio a empresas de turismo e cita o repasse de R\$ 400 milhões que as ajudará a recuperar as perdas.

Pontos Positivos

O principal jornal da região de Campinas explica ao leitor a forma desburocratizada que é o processo de solicitação dos recursos por meio da Desenvolve SP. O site Segs destaca o apoio da instituição financeira a micro, pequenas e médias empresas.

Riscos à Imagem

Não identificados nem no Correio Popular e nem no site Segs.

Sugestões de Estratégia

Há uma boa oportunidade de mídia quando o Correio Popular menciona a forma de disponibilização de recursos da Desenvolve SP, que acontece de forma simples e desburocratizada e que todo o processo é realizado online pelo site. Esse é o tipo de serviço que deve aparecer em todos os materiais enviados pela assessoria da instituição. Pode, ainda, ser considerada a oferta de entrevistas pontuais para bater na tecla na desburocratização.

No Segs, a oportunidade se dá na intensificação da agenda de seminários e workshops. À medida em que são oferecidos serviços nesses eventos, como foi o caso desta publicação, naturalmente existe cobertura da imprensa.

116

Data: 24/10/2020

Veículo: A Tribuna

Programa/editoria: Entrevista

Título da matéria: “Em um país continental, a saída dessa crise pode ser diferente entre as regiões”

Região: Baixada Santista

Veiculação Positiva

Análise

O jornal trouxe uma bela entrevista do presidente da Desenvolve SP, Nelson de Souza, e diz que ele vem desempenhando papel de relevância no auxílio a micro, pequenas e médias empresas durante a pandemia.

Ponto Positivo

A matéria é toda positiva, mas o ponto alto é a movimentação da Desenvolve SP, que disponibilizou mais que o dobro de recursos em todos os seus 11 anos de existência para os pequenos empresários.

Risco à Imagem

O presidente da Desenvolve SP deixou de responder a uma pergunta importante do jornal: “Há uma prioridade de destinação de recursos?”. A não-resposta pode sugerir falta de transparência ou indício de favorecimento por parte da instituição.

Sugestão de Estratégia

Os grandes projetos da Desenvolve SP, como a despoluição do rio Pinheiros, acabaram perdendo a evidência nesse período de pandemia. Uma sugestão para emplacar reportagens com este viés é buscar alinhamento entre as assessorias de imprensa da instituição e do governo do Estado para reforçar este papel da Desenvolve SP na mídia. É importante que a imprensa conheça o papel da agência no socorro às empresas e municípios, mas também as suas atribuições enquanto investidora dos programas de infraestrutura do governo.

Data: 29/10/2020

Veículo: Diário de Suzano

Programa/editoria: Geral

Título da matéria: Região recebe R\$ 45.2 milhões e financiamentos; o dobro do ABC

Região: Suzano

Veiculação Negativa

Análise

A comparação trazida pelo jornal é ruim para a Desenvolve SP, porque sugere que alguns municípios são beneficiados em detrimento de outros com o repasse de recursos. O jornal trouxe o balanço de repasses de 2009 a 2020 e apurou com as prefeituras a destinação deles.

Ponto Positivo

O jornal informa ao leitor o que precisa ser feito para obter financiamento na Desenvolve SP, que só é liberado depois da apresentação do projeto detalhando de qual forma o recurso será empregado.

Risco à Imagem

O sugestionamento de que alguns municípios são beneficiados em detrimento de outros com o repasse de recursos da Desenvolve SP.

Sugestão de Estratégia

Este é um caso que merece uma atenção especial da assessoria de imprensa da Desenvolve SP. Importante gerar um balanço geral – com o maior recorte possível – do repasse de recursos a todas as cidades paulistas e rebater com firmeza a insinuação de que há benefício. Feito isso, vale divulgá-lo à imprensa regional informando os valores e para que obras eles foram direcionados.

pridea.
comunicação

**EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE
DOS PROFISSIONAIS**

119

EXPERIÊNCIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADE DOS PROFISSIONAIS

A **Pridea Comunicação** é resultado da união de uma empresa com mais de quinze anos de atuação no mercado de comunicação, a Atelier de Imagem e Comunicação, com profissionais da área de tecnologia da informação, agregando dois conceitos: a tecnologia e a inovação, que faz parte do DNA dos novos funcionários, e do conteúdo, marca registrada que fez com que a Atelier figurasse entre as maiores e mais relevantes do segmento.

Com um amplo portfólio de produtos e serviços, a **Pridea Comunicação** conta com uma equipe extremamente especializada e capacitada para enfrentar os desafios impostos por clientes de diferentes áreas de atuação. São profissionais com larga experiência em veículos de mídia, como jornais diários, revistas semanais, televisão, rádio e internet, além de todo conhecimento e vivência de anos de atuação em projetos de Assessoria de Comunicação e Imprensa em diversos segmentos.

Além disso, a Agência dispõe ainda de um grupo de colaboradores especializados em estratégias e ferramentas digitais, o que permitiu a construção de um novo conceito, o Content Tech, que abarca a construção de narrativas aprofundadas aliadas a uma metodologia amparada em Big Data, que nos permite analisar performance e propor soluções inovadoras.

A **Pridea** tem expertise no atendimento de clientes da iniciativa privada e do setor público, que desempenham atividades nos mais diversos segmentos, fato que fez com que a empresa criasse processos diversificados e eficientes de trabalho capazes de reunirem desafios extremamente complexos. O desenvolvimento de uma visão estratégica diferenciada permitiu que a Agência ampliasse seu rol de serviços e soluções oferecidas ao longo dos anos, fazendo com que os clientes tenham acesso às mais modernas e atuais ferramentas oferecidas no mercado, aliadas a uma consultoria estratégica permanente e uma operação ágil e efetiva.

Pautada pela convicção de que a reputação é o principal valor dos nossos clientes, a **Pridea Comunicação** atua por meio de processos altamente personalizados, garantindo entregas que levam em conta as características e especificidades de cada um deles. A Agência acredita que a construção da imagem está diretamente ligada a valores como empatia e relacionamento. E por apostar 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 e na construção de uma relação de confiança mútua e consistente.

Esses atributos permitiram 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 nossos maiores norteadores, apostamos em nossos funcionários e colaboradores e na construção de relações como ponto fundamental de qualquer empreitada.

Equipe: profissionais alinhados às missões, visões e valores dos clientes

O capital humano está no centro das nossas operações. Por isso, construímos um time diversificado, com habilidades e perfis distintos. A experiência e competência dos profissionais e colaboradores que atuam na **Pridea** enriquecem nossos produtos e serviços e dinamizam 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, marketing, design, fotografia, entre outros.

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

Entre os segmentos que atuam na **Pridea** constam: Criação de Conteúdo Impresso e Digital, Assessoria de Imprensa, Arte e Design, Redes Sociais, Sites, Gerenciamento de Crise, Monitoramento de Mídia, Clipping de Mídia, Media Training, Produção de Conteúdo e Tecnologia, Criação e Produção de Vídeos, Administrativo e TI. Todos eles se relacionam diariamente e têm seus processos acompanhados e estabelecidos a partir de ferramentas de gestão modernas e eficientes, capazes de mensurar os resultados e as estratégias implementadas em cada projeto.

121

Fluxo de Trabalho: acompanhamento e revisão permanente de procedimentos

A fim de estabelecer fluxos e rotinas de trabalho eficientes, a **Pridea Comunicação** opera a partir de dinâmicas que envolvem os profissionais de todas as áreas, tanto os que atuam internamente como os que operam sediados nos clientes. Para isso, são realizadas reuniões de alinhamento constantes 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 **Pridea** atua com diagnóstico e acompanhamento consistente de boas práticas relacionadas e *benchmarking* da concorrência. Para esta finalidade, também são utilizadas ferramentas de análise das mídias sociais que detectam qualquer menção às marcas ou temas determinados pela equipe de Monitoramento de Mídia.

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.

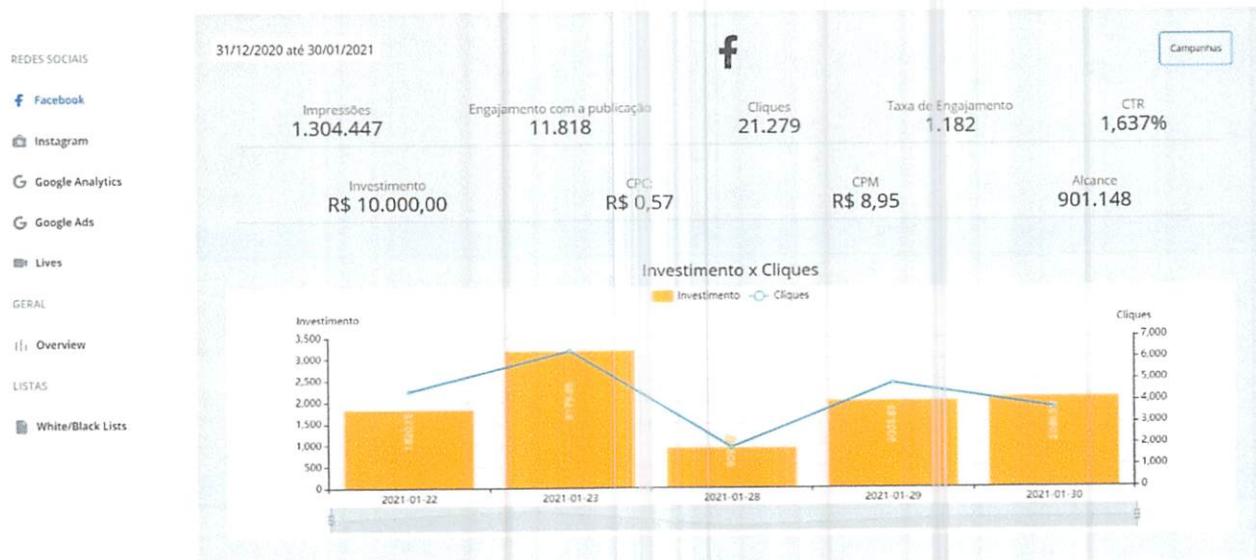
Ferramentas e Gestão de Processos

Para realizar o acompanhamento e a melhor gestão dos nossos processos, a **Pridea Comunicação** adota um rol de ferramentas que, aliadas à expertise e intervenção estratégica da equipe, permite qualificar os procedimentos e as entregas realizadas. Por meio do novo conceito de **Content Tech**, conseguimos aprofundar a criação de conteúdo com análises que nos permitem gerar melhores insights e entregar uma performance melhor nos diferentes canais de comunicação dos clientes.

O método assegura um monitoramento em tempo real dos diálogos envolvendo as marcas e seus gestores e permite que haja uma adequação de discurso rápida e eficiente ou mesmo a criação de novas narrativas que aprimorem essa conversa. Por meio dela é possível reunir em uma mesma plataforma os resultados de diferentes canais (imprensa, redes sociais, acessos ao site, entre outros), fazendo com que tanto o cliente como a equipe de comunicação possam mensurar em tempo real o desempenho de diferentes campanhas e ações de comunicação.

Seguem algumas das nossas ferramentas:

- **Dashboard da Pridea Comunicação:** análise de performance de campanhas em tempo real por meio de ferramenta desenvolvida dentro da Agência e adaptada para a necessidade de cada cliente.



Desenvolvimento e customização de gráficos via API e aplicados em software próprios, que possibilitam:

- **Análise de dados de anúncios em todas as redes sociais**, tais como: CTR (taxa de cliques), engajamento (atividades dos usuários), devices (mobile, desktop, smartphones), navegadores, sistema operacional (Ios / Android), dados demográficos (gênero, idade), dados geográficos (cidade, estado), comportamentais (fluxo de cliques na url de destino/ taxa de rejeição) e também a medição em tempo real dos anúncios (evolução de custos, como CPC (custo por clique) ou CPA (custo por aquisição)). Além disso, a **Pridea Comunicação** consegue analisar todas as outras métricas que possibilitam a tomada de decisão e documentação dos resultados de um anúncio e o retorno sobre o investimento (ROI).
- **Arquitetura de IA (Intelligence Artificial)**
- **Produção de API (Application Programming Interface)**

- **Construção de customização no software para o segmento (painéis altamente intuitivos)**
- **Arquitetura de Data Science e Business Intelligence**
- **Canais de aplicação: site, social media, social ads, inbound marketing**
- **Scup:** monitoramento de marcas, palavras-chave e assuntos nas redes sociais e nos principais sites de notícias. A partir dela e da experiência embarcada pela equipe da **Pridea Comunicação** é possível acompanhar tudo o que está sendo falado na internet sobre temas específicos. A ferramenta também permite a interação com usuários no chamado SAC 2.0, a fim de garantir um diálogo permanente com os clientes das marcas, reforçando sua autoridade e relevância.
- **Postgram:** a ferramenta possibilita a programação de publicações, bem como o acompanhamento de conteúdos no Instagram. Por meio da definição de um perfil editorial e de um cardápio de conteúdo definido e aprovado, a **Pridea Comunicação** consegue atuar nos horários mais nobres para maior impacto junto à audiência de cada cliente, ampliando as chances de converter essas mensagens em engajamento e relacionamento com a marca.
- **Bancos de Imagens:** com cadastro em diversos Bancos de Imagens, a **Pridea** consegue garantir o melhor mapeamento de fotos e imagens que condizem com a necessidade de cada cliente. A partir desses bancos, a Agência criar, desenvolve e entrega artes, peças e conteúdos que melhor se adaptem ao público-alvo de cada ação.
- **Wideo:** entre outras ferramentas de edição e tratamento de vídeos, a **Pridea** conta com uma ferramenta específica para criação de videografias e animações que traduzem de forma célere e assertiva as mensagens dos clientes. Por meio da criação de um conteúdo alinhado às expectativas e necessidades de comunicação, a **Pridea** adapta o texto a uma plataforma com imagens e som, ampliando as possibilidades de alcance e repercussão do conteúdo.
- **Ferramentas de Edição/Vídeos e Fotos:** a Agência dispõe ainda de um rol de programas e ferramentas de edição e tratamento de imagens, seja de foto ou vídeo. A partir delas é possível determinar o aspecto visual de campanhas distintas, caracterizando de acordo com a identidade

visual de casa cliente peças, fotos e imagens a serem compartilhadas como forma de agregar e enriquecer o conteúdo nos diferentes canais.

- **RD Station:** o software é um importante aliado na gestão de conteúdo e de relacionamento com usuários. A **Pridea Comunicação** investe no aprimoramento constante do chamado *inbound marketing*, baseado essencialmente na produção qualificada de conteúdo relacionado a uma marca ou produto. A ferramenta possibilita uma melhor otimização para os principais sites de busca (SEO), criação de landing pages e estratégias de geração de leads, disparo e gerenciamento de e-mail marketing, fluxo de automações para relacionamento, monitoramento de acesso dos leads em sites, gestão de contatos e de mídias sociais. Além disso, é possível também qualificar análises e relatórios por meio dos dados fornecidos e acompanhados pela ferramenta.
- **Ferramentas de Mailing:** a **Pridea** investe permanentemente na nutrição e manutenção de sua agenda estratégica junto aos principais veículos de imprensa e formadores de opinião. Para isso conta com ferramentas que auxiliam na melhor performance desses contatos, mantendo os assessores de imprensa em contato permanente com setores importantes da mídia.

Contas Públicas: experiência e projetos de sucesso

A experiência da **Pridea** junto ao setor público é anterior à própria criação da empresa, já que grande parte de seus profissionais tiveram práticas prévias relevantes de atuação nesse setor. Diversos colaboradores da Agência já atuaram em importantes contas nas esferas federal, estadual e municipal, reunindo uma bagagem que possibilita o desenvolvimento de estratégias efetivas e inovadoras.

Muitos profissionais do time da **Pridea Comunicação** já atenderam diretamente o Governo do Estado de São Paulo, entre as Secretarias de Estado da Educação, Saúde e Segurança Pública, além de organizações como: Instituto Butantan, Instituto do Câncer, Hospital das Clínicas, Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE), entre outros. Além de contas públicas nas esferas federal e municipal, como EMBRAPPII (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial), ligada ao Ministério da Ciência Tecnologia, Inovações e Comunicações, do Governo Federal, e pastas municipais, como a Secretaria das Prefeituras Regionais de São Paulo, principal braço de zeladoria da maior cidade da América Latina, a Secretaria

Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo, a Secretaria de Relações Institucionais e a Secretaria de Educação do município.

Atualmente, a **Pridea Comunicação** atende duas importantes entidades ligadas ao Governo do Estado de São Paulo: a Artesp (Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo), responsável pela regulação de 19 das 20 melhores rodovias do país, e o Detran (Departamento Estadual de Trânsito de São Paulo), o maior da América Latina. Em São Paulo, na área pública, a **Pridea** é responsável ainda pelo atendimento da Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo, a maior do país, com quase um milhão de alunos.

A expertise no atendimento a contas públicas é um ativo construído ao longo dos quinze anos de atuação da Agência, que tem em sua carteira clientes como a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, entidade que atendeu por cinco anos, sendo responsável pela Assessoria de Imprensa e Comunicação. Com um público de alunos, pais, professores e funcionários que extrapola a população de muitos países, a Pasta carrega desafios proporcionais à sua grandeza.

A **Pridea Comunicação** também foi responsável pelo departamento de Comunicação e Imprensa da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo, onde atuou fortemente ainda com o Gerenciamento de Crise, aproximando o diálogo com os diferentes públicos da Pasta e criando estratégias para informar a população em meio a grandes catástrofes como o acidente com o avião da TAM, no Aeroporto de Congonhas, o acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital, e os ataques do PCC em São Paulo.

A experiência adquirida na área pública nas três esferas (municipal, estadual e federal) garante à Agência ampla expertise em planejamento estratégico, gerenciamento de crise, proposição de pautas, atendimento e relacionamento com a mídia de todo país e alcance de resultados significativos. A equipe da **Pridea Comunicação** está perfeitamente apta a realizar o trabalho indicado neste edital, com larga experiência na área, conforme poderá ser observado nos cases e desafios que construímos com os clientes atendidos ao longo desses mais de quinze anos de história.

A seguir, indicamos algumas das principais soluções de comunicação implementadas pela equipe da **Pridea Comunicação** com seus clientes em diferentes áreas:

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

ARTESP: AS MELHORES ESTRADAS DO PAÍS

A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.

Dezenove das 20 melhores rodovias estão em São Paulo e são reguladas pela agência. A Agência também fiscaliza o Transporte Intermunicipal de Passageiros, exceto nas Regiões Metropolitanas de São Paulo, de Campinas, da Baixada Santista, do Vale do Paraíba/Litoral Norte e Sorocaba. Dentre as ações, realiza auditoria de frota, garagem e instalações, ações fiscais na operação das linhas regulares, nos terminais rodoviários e nas rodovias. Além disso, a ARTESP é responsável pela regulação da concessão de cinco aeroportos regionais.

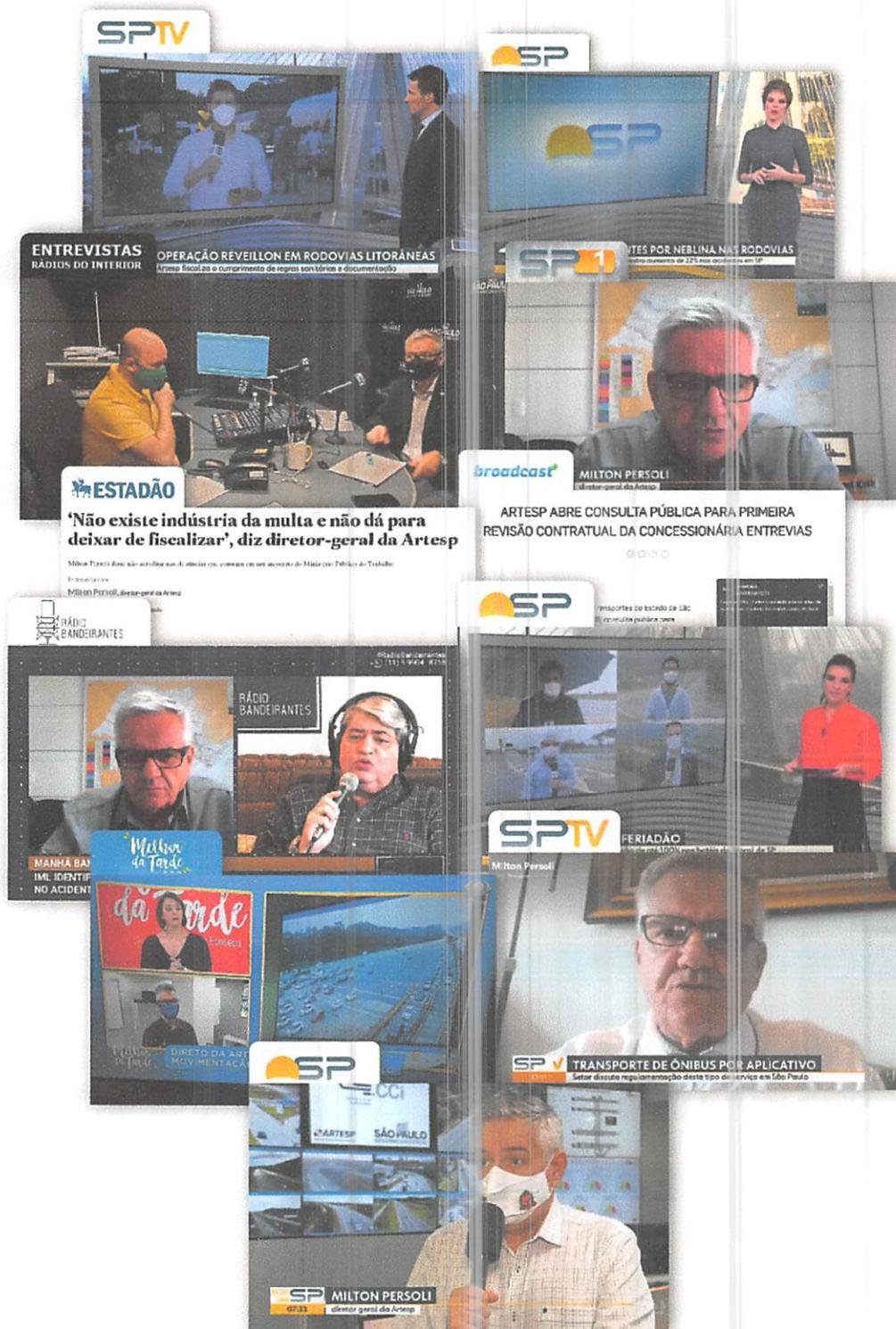
A atuação da **Pridea Comunicação** na coordenação da Assessoria de imprensa da ARTESP obteve, apenas nos primeiros sete meses, **mais de 9.300 matérias publicadas**, resultado de **321 divulgações** realizadas. Isso representa uma **média de 1.328 matérias publicadas por mês** sobre a Agência. **Mais de 44 matérias por dia.** Para se ter uma ideia, o trabalho de divulgação de mídia espontânea, ou seja, sem qualquer custo para os cofres públicos, caso tivesse de ser comprado na imprensa, representaria um investimento de mais de **R\$ 797 milhões**. Entre as atividades desenvolvidas na ARTESP, destacamos:

- **Criação de agência de notícias interna:** a partir de levantamento de informações nas áreas da ARTESP, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em duas notícias geradas e divulgadas diariamente, garantindo exposições qualificadas em mais diversos canais. Foram mais de 9.300 exposições em sete meses, média de 44 reportagens sobre a ARTESP por dia.
- **Criação de autoridade:** com maior produção de conteúdo, a ARTESP passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como segurança de rodovias, monitoramento, contratos de concessão,

modernização, inovação e tecnologia. Dessa forma, em 210 dias de atuação, 122 entrevistas qualificadas para grandes veículos foram concedidas.

- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da agência, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação técnica do órgão.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas, das concessionárias e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a fiscalização de ônibus regulares e fretamento.
- **Acompanhamento de operações de rodovia:** a equipe de jornalistas passou a integrar as equipes de fiscalização nas rodovias do Estado, acompanhando as ações e convidando jornalistas locais a conhecerem a realidade das regras para fazer transporte de passageiros em São Paulo. A iniciativa rendeu maior conhecimento dos jornalistas sobre as atribuições da ARTESP, mostrando os resultados práticos das operações.
- **Acompanhamento de eventos de inauguração:** comunicação em eventos como a inauguração de obras nas rodovias, organização de coletivas e de material a ser distribuído.
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente, em edições matutinas e vespertinas encaminhadas para os principais gestores da ARTESP.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quanto do interior, acessado por toda a equipe de imprensa da ARTESP. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.
- **Qualificação de porta-vozes:** a Pridea identificou potenciais porta-vozes para cada área da ARTESP, além do diretor-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



DETRAN: A REVOLUÇÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Desde setembro de 2020, quando assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP, o grande desafio da **Pridea Comunicação** foi comunicar, da forma mais abrangente possível, a revolução digital que passa a autarquia. Até para que o cidadão pudesse ser impactado positivamente em tempos de pandemia, ainda mais diante do fechamento de postos de atendimento.

Para se ter uma ideia do desafio, de janeiro a dezembro de 2020, período de enfrentamento da pandemia do Coronavírus, foram realizados no Detran.SP mais de 125 milhões de interações pela internet, tanto pelos sites e aplicativos do Detran e Poupatempo. Em 2019, foram 47 milhões. Ou seja, um aumento de 60% em relação ao ano anterior, com quase o triplo de atendimento.

Tanto que dos principais serviços, 90% deles já podem ser realizados online, dispensando a necessidade de ir até uma unidade física do Detran.SP. O departamento de trânsito paulista aumentou em 67% o atendimento pelos portais e aplicativos. No Poupatempo, 83% dos serviços do Detran são consumidos de forma digital. A autarquia conta com 2.875 funcionários, supervisiona a atuação de 2.954 Centros de Formação de Condutores, 2.025 Empresas Credenciadas de Vistoria, 1.659 desmontes, além de credenciar 1.060 médicos e 2.169 psicólogos.

Para dar visibilidade a essa revolução digital, a **Pridea** lançou mão estratégias em todas as frentes da comunicação, tanto nos meios digitais como na chamada mídia tradicional, concentrando seus esforços no levantamento de ações e projetos e intensificando a produção de conteúdo relevante. O resultado imediato da ação pode ser confirmado já nas duas primeiras de trabalho da Agência. Na Semana Nacional de Trânsito de 2020, 1.146 matérias foram publicadas sobre o Detran.SP, sendo 100% delas positivas para a imagem do órgão. O número é 82% maior em relação ao mesmo evento no ano anterior.

Já em seus primeiros dias de atuação, a **Pridea Comunicação** implementou um processo diferente de atendimento à imprensa e, principalmente, de relacionamento com a mídia. Além da aplicação de um *Media Audit* para aferir a opinião dos profissionais de imprensa sobre o órgão, a Agência triplicou a produção de conteúdo e diversificou seus canais de conta, permitindo que as pautas relacionadas ao Detran ganhassem muito mais capilaridade e ampla visibilidade no interior do estado.

130

Resultados das divulgações na Semana Nacional do Trânsito de 2020:

SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO 2020

TOTAL DE MATÉRIAS: **1.146**

100% POSITIVAS

**82%
A MAIS DO
QUE EM
2019**

CONFIRA OS DESTAQUES!



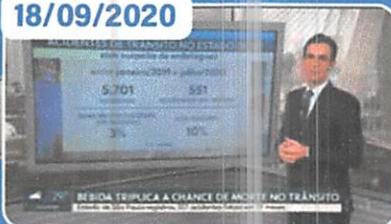
18/09/2020



23/09/2020



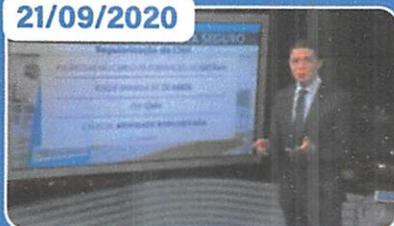
18/09/2020



23/09/2020



21/09/2020



18/09/2020



131

Mas o trabalho não ficou restrito à área de Assessoria de Imprensa e se estendeu para um redesenho efetivo da Comunicação do órgão, com a implantação de reuniões de alinhamento com todas as áreas e readequação das tarefas instituídas, além de ferramentas e monitores de mensuração de resultados.

Também diversificamos os canais de comunicação, com novas formas de estabelecer contato com os diferentes públicos do Detran.SP a partir de um amplo Plano de Comunicação apresentado ao presidente da entidade. Apenas nos quatro primeiros meses de atuação, entre setembro e janeiro, foram divulgados 190 materiais para a imprensa, numa média de 48 por mês. O resultado foi um total de **5.432 matérias publicadas na imprensa no período, indicando cerca de 1.358 por mês e mais de 45 por dia.**

No período, foram contatados 1.088 jornalistas e formadores de opinião, com aproximadamente 470 atendimentos à imprensa. Para diversificar a linguagem e se aproximar de alguns públicos prioritários, foram produzidas e roteirizadas **35 lives com diversos dirigentes do Detran.SP.** E mais:

- **Novo desenho da comunicação do Detran.SP**, integrando e sincronizando atuação em áreas como Relações Públicas, Imprensa, Marketing, Endomarketing, Redes Sociais e Cerimonial.
- **Construção do posicionamento estratégico de comunicação do Detran.SP**, calcado em ativos como inovação na pulverização dos serviços digitais e fiscalização.
- **Uso dos estúdios do Palácio dos Bandeirantes** para a realização de lives semanais para esclarecimento ao internauta sobre os serviços digitais do Detran.
- **Uso do estúdio de rádio do Palácio dos Bandeirantes** para a gravação de sonoras e participação em programas de rádio no Interior.
- **Organização do atendimento de redes sociais**, com a contratação de uma coordenadora, centralização no Detran no atendimento e estruturação do atendimento do SAC 2.0.
- **Elaboração de um programa semanal e vídeo de notícias do Detran** para veiculação nas redes internas do departamento (Intranet e alertas pelo Whatsapp).

- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras nos serviços digitais, ações fiscalizadoras, acompanhamento de blitzes, entre outros conteúdos de relevância;
- **Escolha e treinamento de porta vozes**, nas áreas de Habilitação, Veículos, Atendimento e Fiscalização, para o atendimento específico de demandas de imprensa;
- **Elaboração de Papers de informação** em visitas do presidente em unidades do Detran no Interior, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;
- **Divulgação mensal dos números do Infosiga**, sistema do Governo de São Paulo gerenciado pelo Detran.SP e programa Respeito à Vida, sobre estatísticas de acidente com recortes regionais.
- **Criação de canal de WhatsApp** para envio de notícias do Detran.SP para um grupo seletivo de jornalistas que cobrem regularmente o Departamento;
- **Clipping de Notícias** produzido diariamente, em duas edições diárias, e encaminhados eletronicamente pela manhã e tarde, para os principais gestores do departamento;
- **Forte investimento em regionalização**, com atendimento a jornalistas em todas as regiões do estado, gerando a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos finais de semana;
- **Mailing de Imprensa exclusivo** por meio de ferramenta da **Pridea** foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



134

EDUCAÇÃO PAULISTA: A MAIOR REDE DE ENSINO DA AMÉRICA LATINA

Para apresentar ações e impactar todos os atores envolvidos no processo de ensino, a **Pridea Comunicação** produziu e implantou um plano de comunicação integrado, amparado nos públicos internos da Secretaria (pais, alunos, professores, funcionários e comunidade escolar), além de criar parcerias com entidades do setor e estabelecer uma interlocução direta com outras secretarias estaduais e órgãos do Governo a fim de possibilitar ações integradas de comunicação.

Entre os resultados obtidos pela **Pridea** à frente da **Secretaria da Educação do Estado** podemos destacar o expressivo aumento de matérias veiculadas na imprensa, que cresceu cerca de **60%** no período. E mais:

- **Gerenciamentos de Crise** em pautas negativas com interface direta junto à jornalistas; levantamento de dados e informações, produção de FAC com perguntas e respostas; escolha e treinamento de porta vozes; produção de conteúdos para divulgação, entre outras ações;
- **Atendimento de Imprensa** com foco na qualidade da informação e na agilidade do atendimento, cumprindo prazos e garantindo espaços qualificados;
- **Agenda Positiva** com a busca e produção de pautas positivas e diferenciadas, com cases de sucesso, iniciativas inovadoras, personagens de destaque da educação, bons exemplos de políticas públicas, entre outros conteúdos de relevância;
- **Comunicação em Eventos** como a entrega de equipamentos públicos, garantindo desde a comunicação visual até a organização de coletivas e de material a ser distribuído;
- **Agenda do Governador**, na capital e no interior do Estado, com espaço definido nas reuniões semanais de Agenda do Governador, oferecendo sugestões de conteúdos de eventos, programas, projetos e ações;

- **Agenda do Secretário** com acompanhamento permanente na capital e no interior do Estado, na elaboração de “Papers” prévios de informação, na produção e distribuição para veiculação de artigos de opinião e em reuniões internas e externas, entre outros;
- **Lançamento de Programas e Políticas Públicas** do governo paulista, como os projetos Gestão Democrática, Escola da Família e Cozinheiros da Educação, por exemplo, onde a agência atuou na produção de materiais de divulgação, na definição de estratégias de divulgação, no atendimento da mídia e colaborou com opiniões e conteúdos;
- **Números da Educação** com a criação do Banco de Dados de Informações da Educação que consolidou, desde o número de alunos, professores e colaboradores, até o andamento de projetos, obras, reformas, parcerias, entre outros;
- **Índices da Educação** com o acompanhamento constante dos números e dados que comprovaram o avanço no ensino público paulista, como a inédita primeira colocação nos três níveis avaliados pelo **Índice de Desenvolvimento da Educação Básica – IDEB** -, do governo federal e os resultados anuais do **Índice de Desenvolvimento da Educação de São Paulo – IDESP**. A atuação da Pridea no entendimento dos dados junto aos técnicos da educação e na produção de bons conteúdos de divulgação relativa à posição do Estado de São Paulo nos índices garantiu repercussão do assunto em todo o Brasil dos bons resultados no **IDEB**.
- **Monitoramento de Mídia** com a implantação do “**Torpedo-Imprensa**”, ferramenta digital de monitoramento criada pela **Pridea Comunicação** que, aliada a bons profissionais de comunicação, monitorou o noticiário do dia da Educação em televisão, rádios e sites de notícias e envia, via celular, informações qualificadas. Mais do que uma ferramenta de comunicação, o “**Torpedo-Imprensa**” propicia a identificação imediata de notícias e, assim, possibilita respostas rápidas aos veículos de imprensa, seja para gerenciar crise, oferecer porta-voz, enviar nota de esclarecimento e até, corrigir informações.
- **Clipping de Notícias** produzidos diariamente, em 3 edições diárias, e encaminhados eletronicamente pela manhã, para os principais gestores da Educação na sede da Praça da

República, para os 91 dirigentes de ensino em todo o Estado e para o gabinete da Subsecom, no Palácio dos Bandeirantes. Clippings regionais mensais, com resultados obtidos em rádio, TV e internet, foram produzidos e enviados eletronicamente para os principais gestores da Educação nas 15 regiões administrativas do Estado.

- **Mailing de Imprensa** atualizado e com acesso digital era disponibilizado para todos os profissionais de comunicação que atuavam na Educação. Com a ferramenta da **Pridea** foi possível montar estratégias com a construção de listagens específicas e determinadas, tanto na capital, como na região metropolitana, interior, baixada santista, Brasil e internacional.
- **Porta-Vozes em todo o Estado** foram treinados e qualificados para o atendimento das demandas da mídia regional. Em um trabalho inédito, transformamos os 91 Dirigentes Regionais da Educação em porta-vozes locais da Pasta. Para isso, fizemos reuniões em todas as diretorias regionais mostrando a importância da interface com a imprensa regional. Visitas nos principais veículos foram agendadas durante esses encontros e os resultados se mostraram certos.

No período, a **Pridea** também atuou firmemente em projetos junto à iniciativa privada, como a parceria com o Google no projeto “**Youtubers da Educação**”, que envolveu centenas de alunos e professores das escolas da capital e do interior, e com o “**Parceiros da Educação**”, que reúne empresários que colaboram na busca de soluções para as questões da Educação.

A **Pridea Comunicação** também foi a responsável por propor e intermediar parceria inédita e precursora entre a Secretaria da Educação de São Paulo e a Jeduca – primeira Associação dos Jornalistas de Educação -, que resultou em projeto conjunto para incentivo a contato entre educadores da rede de ensino estadual e jornalistas por meio da elaboração da campanha “**Fala, Educadora, Fala, Educador**”. Para dar mais voz aos professores e funcionários da rede pública de ensino, a **Pridea** construiu um manual de relacionamento com a imprensa, além de cartazes que foram distribuídos para as escolas de todo estado. A parceria contribuiu para ampliar o espaço dos educadores na imprensa, opinando, relatando novidades, sem receio de censura.

O atendimento da Educação estadual, com unidades de ensino presentes em todos os 645 municípios paulistas, gerou a consolidação de um processo de trabalho capaz de atender, dar encaminhamento e responder demandas ininterruptas de imprensa, das 6h às 22h, de segunda a sexta-feira, e em plantão aos

finais de semana. No dia a dia da Agência, no atendimento à Secretaria da Educação, além do relacionamento com a mídia municipal, estadual e nacional, foi preciso criar soluções para atender a demanda de uma enorme comunidade interna e dos próprios gestores da maior escola da América Latina.

Por isso, a **Pridea** lançou mão de diversos produtos para aproximar o diálogo com esses públicos e mantê-los informados sobre as ações da Secretaria:

- **Informativos para o Secretário e para as equipes estratégicas do Governador sobre ações e projetos da Secretaria**
- **Releases, artigos e notas para a imprensa**
- **Disparo de informes por SMS com matérias envolvendo a Secretaria**
- **Clipping de Notícias**
- **Boletim Informativo das Coordenadorias da Secretaria da Educação**
- **Boletim das Diretorias Regionais de Ensino**
- **Boletim do Professor**
- **Produção de Cartazes**
- **Newsletter para Grêmios Estudantis**
- **Newsletter para parlamentares**
- **WhatsApp para Dirigentes de Ensino**
- **Desenvolvimento de 15 materiais de apoio para reuniões do Secretário com gestores regionais**
- **Roteiro para vídeos institucionais**
- **Materiais de apoio para campanhas publicitárias**
- **Criação de Banco de Dados da Secretaria, com informações e números de projetos**
- **Criação de Banco de Personagens, com indicações de funcionários, alunos e educadores que poderiam compor reportagens da imprensa e materiais institucionais**
- **Plano de Comunicação Anual**
- **Relatório Quinzenal de exposição na imprensa**
- **Relatório Mensal analítico sobre resultados do período**

Exemplos de produtos digitais desenvolvidos:

DIRETORIA DE ENSINO DE MIRANTE DE PARANAPANEMA

BOLETIM INFORMATIVO DA EDUCAÇÃO

Título

Tema

Tema

Tema

Tema

Tema

Tema

NEWS GEEKIE

#Novidadenoestudo

Chegou uma nova forma de ficar, aluno da rede estadual de São Paulo, se prepara para o **Enem** e para o **vestibular** pela internet

A ferramenta digital chamada #Geekie torna a preparação para as provas mais divertida, interessante e produtiva. O acesso é totalmente gratuito e aberto #24 horas por dia.

Você sabia que os usuários da plataforma tiveram desempenho na prova do Enem 24,6 pontos superior aos que utilizaram o recurso?

Usuários do Geekie 24,6 pontos a mais no Enem

3,1 milhão de alunos no Brasil

O mais legal é que você vai poder acessar essa ferramenta de qualquer lugar. Basta ter acesso à internet! Na sua escola, o #Geekie incorporado às aulas do Preparação Acadêmico e lá você poderá dúvidas e dividir dicas de estudo com seus amigos de classe.

As informações sobre o cadastro estão reunidas em uma página: educacao.sp.gov.br/geekie

BOLETIM DA EDUCAÇÃO

EXERCÍCIOS DE MATEMÁTICA PARA O ENEM

Título

Tema

Tema

Tema

Boletim do Professor

Professores da rede estadual de SP recebem novo aumento de 7% em julho

Reajuste, promovido anualmente desde 2011, é o quarto e faz parte da Política Salarial da Educação do Estado

2,415,379

R\$ 1.656,0

R\$ 1.771,92

A partir de hoje, todos os alunos e professores da rede estadual de ensino de São Paulo, desde a educação infantil até o ensino médio, receberam um novo aumento de 7%. Este é o quarto reajuste desde 2011 e faz parte da Política Salarial da Educação do Estado, que garante aos profissionais um ponto real anual de 45%.

A nova política salarial e o reajuste de 7% em julho, que os professores recebem em julho, são os resultados de um processo de negociação que começou em maio de 2011 e se encerrou em junho de 2011. O reajuste de 7% em julho, que os professores recebem em julho, são os resultados de um processo de negociação que começou em maio de 2011 e se encerrou em junho de 2011.

Ação Inspiradora

Educar é inspirar além dos muros da escola

Por isso, a Assessoria de Comunicação convida a sua Diretoria de Ensino a compartilhar as ações inspiradoras desenvolvidas nas escolas estaduais administradas pela regional. Programas, projetos, histórias de professores, diretores, alunos e comunidade que fazem a diferença são bem-vindas!

Vamos, juntos, multiplicar as boas práticas.

Para dividir a experiência é só escrever para: educacaoinspira@educacao.sp.gov.br

Produção: Assessoria de Comunicação

CONVOQUE A TROPA E VOTE

NO NOME QUE VOCÊ ACHAR MAIS LEGAL PARA O NOSSO PROJETO

O nome mais votado será divulgado no Portal www.educacaosp.gov.br e pelas redes sociais do facebook.com/EducaSP e twitter.com/educacaosp

Carreira

Professores Pedagógicos

De olho no rede

SÃO PAULO

Secretaria de Educação

Exemplos de produtos impressos desenvolvidos:



140

Exemplos dos resultados obtidos na mídia:



Handwritten blue scribble and a red 'X' mark.

SEGURANÇA PÚBLICA: TRANSPARÊNCIA E GERAÇÃO DE ÍNDICES

Por seis anos, entre **janeiro de 2007 e maio de 2013**, a **Pridea Comunicação** também coordenou a Assessoria de Comunicação e Imprensa da **Secretaria de Estado da Segurança Pública**. Entre as ações realizadas à frente da Pasta estão:

- Lançamento de programas e políticas públicas como a implantação da Rádio Digital nas viaturas policiais, a criação do Laboratório de DNA, o Retrato Falado Digital, a ampliação da Delegacia Eletrônica, o Monitoramento de Câmeras, não só na capital, mas em cidades do interior, entre outras ações;
- Atuação em grandes catástrofes como: Acidente com o avião da TAM no Aeroporto de Congonhas, Acidente nas obras do Metro em Pinheiros, zona sul da capital;
- Eventos onde foi preciso a intervenção policial como o bloqueio de grandes vias públicas, a invasão e ocupação de universidades e o cumprimento de decisões judiciais em áreas públicas e privadas;
- Divulgação dos Índices de Criminalidade, com as estatísticas da violência, incluindo, à época, a queda dos homicídios em São Paulo, que bateu seguidos recordes, além, é claro,
- Iniciativas das três polícias do Estado - Militar, Civil e Técnico-Científica e os órgãos a elas vinculados.

Hoje, São Paulo é reconhecido como exemplo em uso de novas tecnologia, em novos tipos de ações e na queda de índices de crimes. Em 2011 o Estado atingiu a meta de reduzir a taxa de homicídios a 10 por 100 mil habitantes, pela primeira vez na história. Um trabalho consistente de gestão que ganhou na Assessoria de Imprensa da Pridea Comunicação um forte aliado.

Ao longo de todo trabalho, exemplos da relevância foram as capas de revistas obtidas pela **Pridea**. Somente nas revistas Veja e Veja São Paulo foram dezenas de capas, ao longo do período, com pautas sugeridas pela Agência, com temas sobre ações, projetos, serviços de relevância, resultados, cases de sucesso, personagens de destaque e políticas públicas.

Exemplos de capas das revistas Veja e Veja São Paulo:



IPT (INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS)

Maior e mais antigo centro de pesquisas do Brasil, com 119 anos, o IPT é responsável por muitos dos avanços nacionais em tecnologia nos últimos anos. Ligado à Secretaria de Estado de Desenvolvimento de São Paulo, tem cerca de 1.200 funcionários. Além dos projetos rotineiros, o órgão é responsável por alguns dos principais e maiores estudos do Brasil.

A **Pridea** gerenciou a área de Comunicação e Imprensa do Instituto de 2009 a 2014, período no qual conseguiu obter relevantes resultados junto aos principais jornais, revistas e TVs do país, além de importantes publicações segmentadas. Mesmo sendo um órgão extremamente renomado, especialmente em São Paulo, acionado sempre que é preciso investigar tecnicamente o motivo de determinado problema, o IPT e, especialmente, todas as suas contribuições para avanços tecnológicos no mundo, passava incólume aos olhos da sociedade. Ainda que muitas das suas pesquisas impactassem diretamente a rotina das pessoas.

O desafio, portanto, foi dar luz aos estudos, pesquisas, estrutura e seriedade do Instituto, mostrando que, para além de situações que naturalmente colocavam a instituição na mídia, havia uma inteligência ali embarcada

143

que merecia ser noticiada de maneira permanente. O mapeamento das principais iniciativas e o diálogo permanente com pesquisadores e profissionais do Instituto permitiu um trabalho consistente junto à imprensa e resultados que podem ser verificados abaixo, na compilação de algumas das principais matérias veiculadas.

Além do trabalho de assessoria de imprensa, a **Pridea Comunicação** produziu, editou e diagramou a revista que comemorou os 110 anos do IPT, em 2009. Foram 96 páginas com reportagens sobre as inovações do Instituto ao longo dos anos. Uma linha do tempo permeou a publicação, mostrando a importância do IPT para a história brasileira.

Alguns exemplos de reportagens:



Auditoria de Imagem realizada pela empresa Máquina Metric, em junho de 2013, apontou que o IPT teve como resultado de divulgação na imprensa os valores apurados de R\$ 105,9 milhões nos dois anos anteriores (2011 e 2012), com 70 reportagens no primeiro ano e 122 no segundo. Trata-se de um relevante exemplo de como a **Pridea** desenvolveu estratégias assertivas para ampliar a exposição do órgão na mídia, executando

144

uma ampla prestação de contas de todas as ações junto a sociedade e a outros públicos prioritários do Instituto.

EMAE (EMPRESA METROPOLITANA DE ÁGUAS E ENERGIA): TECNOLOGIA A SERVIÇO DO CIDADÃO

Entre 2011 e 2012, a **Pridea Comunicação** teve a oportunidade de atender a EMAE (Empresa Metropolitana de Águas e Energia S.A), oferecendo serviços de Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia e ampliando a presença do órgão nos veículos de comunicação do estado. O trabalho contou com a expertise da Agência no atendimento de clientes da área pública e com uma sistemática de trabalho que previa a presença permanente de um funcionário da **Pridea** na sede da EMAE.

O breve período de um ano de operações permitiu aproximar gestores e técnicos da Empresa Metropolitana de Águas e Energia de formadores de opinião e jornalistas que cobriam temas consonantes à área de atuação da entidade. Também foi possível subsidiar a Secretaria Especial de Comunicação com informações sobre a Empresa e colaborar na realização de pautas e eventos com a presença do então governador Geraldo Alckmin.

Em média, no período, a **EMAE esteve presente na imprensa diariamente com mais de duas matérias sobre suas ações e realizações**. Além de trabalhar as pautas positivas da entidade nos veículos de mídia, a **Pridea** também atuou no gerenciamento de situações de crise, fornecendo respostas de maneira ágil e preparando porta-vozes para se posicionarem.

As ações estratégicas desenvolvidas no âmbito da EMAE permitiram ampla divulgação da agenda positiva da empresa, tanto em veículos de abrangência nacional como regional, ampliando o diálogo da instituição com a população local, enfatizando o oferecimento de serviço e a prestação de contas junto aos paulistas.

Os resultados obtidos são fruto da criação de uma estrutura interna de comunicação, com profissionais dedicados tanto à divulgação das ações e projetos da empresa como a colaboradores dedicados a levantar dados e insights nas áreas internas da Organização.

145

O trabalho foi fundamental para mapear iniciativas e criar uma agenda positiva para a entidade, que antes atuava basicamente atendendo demandas da imprensa. Foi possível, assim, dar mais visibilidade ao trabalho realizado e ampliar o diálogo com os diferentes públicos com os quais a EMAE se relaciona. Também foram realizados encontros de relacionamento com a mídia e uma forte interlocução com formadores de opinião para apresentar a empresa.

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:



146

NA CAPITAL PAULISTA

SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO: O DESAFIO DA RETOMADA DAS AULAS EM MEIO À PANDEMIA

Em janeiro de 2020, a **Pridea Comunicação** assumiu a coordenação da Assessoria de Imprensa e Comunicação da Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. O desafio de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se aliou à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.

Com a missão de organizar os fluxos e processos internos e dar capilaridade a todas as ações que a Secretaria estava implementando para garantir o cumprimento dos protocolos sanitários a alunos, familiares e funcionários, a **Pridea** atuou fortemente no levantamento de informações e já nos primeiros dias criou um Plano de Comunicação para o período de volta às aulas. Também conseguiu nas duas primeiras semanas emplacar notas e matérias estratégicas para a Pasta e viabilizou, por meio do trabalho de PR, agendas estratégicas para o secretário. Uma delas foi o encontro dele com o presidente nacional da Central Única das Favelas a fim de criar mecanismos para aproximar o diálogo da Prefeitura com seu público final: os familiares dos alunos da rede municipal.

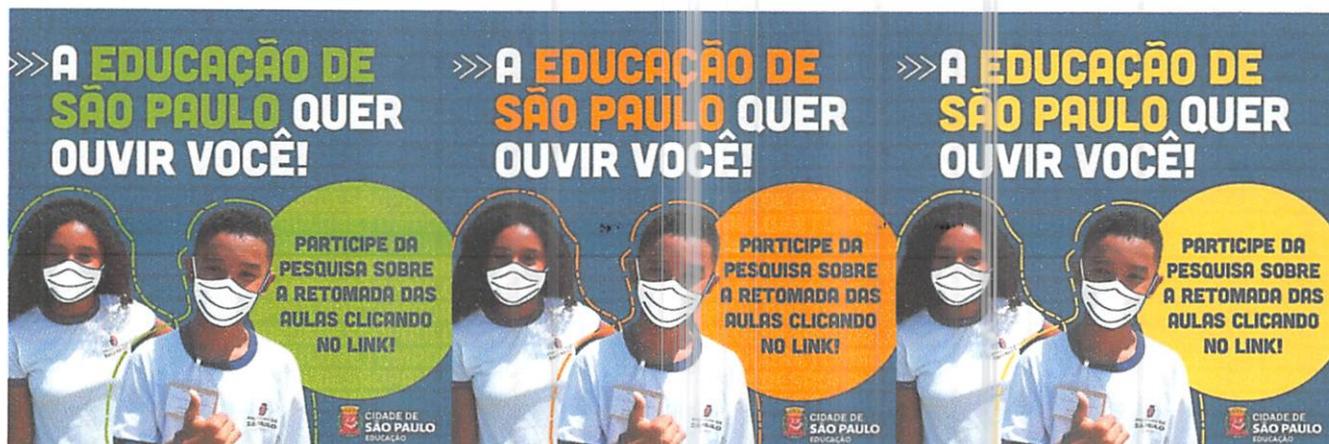
Entre as principais atividades, destacamos:

- **Mapeamento de informações:** a partir de levantamento nas coordenadorias da Secretaria Municipal de Educação, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes para os veículos da capital e também para a mídia local. A iniciativa resultou no interesse da imprensa em falar com os porta-vozes do órgão municipal para saber mais detalhes sobre o retorno das aulas, principalmente das TVs, além de publicações em veículos da grande imprensa como: Uol, G1, Folha de S.Paulo, o Estado de São Paulo, CBN, Bandnews, entre outras.
- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, foi possível identificar os veículos que melhor aproveitariam cada um dos conteúdos, tendo como foco a importância de ampliar o diálogo com familiares, professores e com a comunidade escolar.

- **Interlocução com entidades:** a fim de potencializar as mensagens e as ações da Secretaria para alguns públicos mais específicos, a Pridea também mapeou, localizou e acionou as áreas de comunicação de diversas entidades. Com isso, os materiais produzidos pela equipe da Agência também foram disseminados em canais internos dessas instituições.
- **Preparo de Porta-vozes:** com maior produção de conteúdo, a Secretaria passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da Pasta, como o ambiente psicossocial, emocional e psicopedagógico que os alunos e docentes terão no retorno às aulas no período de pandemia. Assim, em aproximadamente um mês mais de 50 entrevistas foram concedidas para diferentes meios de comunicação.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado aos jornalistas passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da Secretaria, resultando, em sua maioria, na mudança de viés das matérias ou, até mesmo, na desistência de publicação. Isso porque, muitas vezes, o jornalista desconhecia a atuação do órgão em relação a algumas questões.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** a equipe produziu matriz de possíveis crises a partir de informações das áreas e do rastreamento de matérias nos últimos meses. Dessa forma, muitos temas passaram a ser tratados de outra forma para evitar possíveis exposições negativas, como a prevenção contra o coronavírus dentro das escolas e o adiamento de entregas de tablets.
- **Clipping de Notícias:** a Pridea Comunicação implantou uma eficiente ferramenta de clipping a fim de mapear diariamente todas as notícias publicadas na imprensa envolvendo a Secretaria de Educação e seus gestores. Além disso, para melhor informar as equipes técnicas da Pasta e os próprios funcionários da Comunicação, foram instituídos dois envios diários de Newsletter com todas as publicações.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto os principais da capital quanto veículos de bairro. O material é acessado por toda a equipe de imprensa da Secretaria. Dessa forma, é possível construir envios específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista.

- **Produção de paper e roteiros:** a equipe também passou a atuar na produção de materiais para subsidiar entrevistas e encontros do secretário e outros integrantes do gabinete. Também produziu roteiros para os vídeos institucionais com foco na volta às aulas. Os materiais trazem possíveis questionamentos da imprensa, sugestões de respostas, apontamento das principais mensagens, números e pontos sensíveis.
- **Plano de Comunicação:** desenvolvimento de Plano com foco na retomada das aulas nas escolas municipais. Além de todas as ações previstas e de um cronograma de divulgação, o material aponta fragilidades e oportunidades para uma interlocução mais assertiva com as famílias.
- **Produção de Peça WhatsApp:** a **Pridea** também desenvolveu uma peça em diferentes versões que foi disparada pelo WhatsApp informando sobre a pesquisa realizada pela Secretaria sobre a retomada das aulas. O material chegou a ser compartilhado por diversos secretários municipais e influenciadores da rede.

Peças produzidas:



Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:

BAND.com.br
Notícias
SP: famílias precisam fazer recadastro para receber dinheiro de uniforme escolar

G1 SÃO PAULO
Famílias precisam se recadastrar para receber o valor do auxílio uniforme da Prefeitura de SP em 2021; veja como acessar

metro
R\$ 387,10
Prefeitura começa a pagar vale-uniforme

R7
SP: famílias devem fazer cadastro para receber valor de uniformes

TV
UNIFORME ESCOLAR NA REDE MUNICIPAL
Cada aluno terá um crédito de R\$ 387,10 para fazer a compra

150

MOVIMENTO RECICLA SAMPA: RESÍDUOS TRANSFORMADOS EM FONTE DE RENDA E TRABALHO PARA OS PAULISTANOS

Em março de 2018, a **Pridea Comunicação** assumiu a Assessoria de Imprensa e toda produção de conteúdo do Movimento Recicla Sampa. Baseada em uma plataforma online, a iniciativa, que visa a aumentar os recicláveis e diminuir a quantidade de resíduos enviados aos aterros municipais da capital, contou com uma equipe da Agência dedicada ao trabalho tanto no relacionamento com a mídia como para a criação de conteúdo para o site. Por meio da criação de materiais exclusivos, como webdocumentários, entrevistas, matérias e notícias, a plataforma se consolidou como um dos principais players de informação no tema no país e atraiu a atenção de especialistas e veículos renomados do segmento.

No total, a construção da reputação e da autoridade do Recicla Sampa resultou em **1.198 ofertas de pautas** e **mais de 500 inserções na imprensa** no período de pouco menos de dois anos, todas positivas para a imagem do Movimento. Na área de produção de conteúdo, foram produzidos e publicados 1.042 conteúdos entre matérias, entrevistas exclusivas, textos para webdocumentários, textos para Youtube, textos para podcasts e spots, entre outros.

Entre as atividades realizadas estão:

- **Relacionamento com players envolvidos no projeto:** para garantir o alinhamento de informações e a correta prestação de serviço para a população, a Pridea organizou um fluxo de trabalho junto aos três principais órgãos envolvidos com o Movimento: a Amlurb (Autoridade Municipal de Limpeza Urbana), ligada à Prefeitura de São Paulo, e às concessionárias de limpeza da cidade, Loga e Ecourbis. A comunicação se deu de forma direta, realizando a interlocução com assessorias para que o Movimento sempre estivesse pautado segundo às ações desses três agentes.
- **Papers informativos:** a Pridea realizou ainda ações para preparar porta-vozes para entrevistas, além de acompanhar reportagens e criar papers informativos para a relação dos gestores dos três players citados acima com a imprensa.

- **Criação de base de contatos qualificada:** a fim de realizar uma constante interlocução com a imprensa, a **Pridea** mapeou os veículos de comunicação, influenciadores e formadores de opinião no tema da sustentabilidade para formar o seu mailing VIP com contatos que eram acionados mensalmente para receber as novidades do Movimento. O mailing também contou com nomes de colunistas e jornalistas dos principais veículos do país, além de divisão por editorias e áreas de atuação que extrapolam o universo da sustentabilidade.
- **Interlocução com a imprensa:** de maneira ampliada, não só abarcando questões ambientais, mas também de cunho social e econômico, a Agência atuou na promoção do Movimento e no levantamento de números e informações que subsidiaram a criação de materiais específicos para os jornalistas, formadores de opinião e influenciadores. Além da produção de releases, a **Pridea** atuou no desenvolvimento de notas, artigos e materiais regionalizados, buscando a ampliação da veiculação do movimento em outras cidades. A análise dos dados do site do Recicla e das redes sociais também serviram de base para construção de pautas, que abordaram o perfil dos usuários, temas mais acessados e assuntos mais relevantes.
- **Clipping de Notícias:** com entrega mensal, a **Pridea** realizou o monitoramento do Movimento Recicla Sampa diariamente na imprensa nacional.
- **Pesquisa Recicla Sampa:** de forma totalmente virtual, a **Pridea** estruturou um questionário para medir o grau de conhecimento dos cidadãos sobre reciclagem, mapear suas principais dúvidas e os assuntos que despertam mais interesse quando se fala no tema. Os resultados serviram de base para a construção de pautas na imprensa e também para a criação de conteúdos de engajamento veiculados no portal com o objetivo de atender ao que os usuários buscam saber.
- **Acompanhamento de eventos:** a **Pridea** auxiliou toda a formatação do evento de lançamento da plataforma que aconteceu no início de 2019. Foram realizados desde o mapeamento e criação de mailings específicos para divulgação e convites, até ações estratégicas para antes, durante e depois do site ir ao ar. Além disso, a equipe de jornalistas da Agência também realizou a cobertura de eventos ambientais, incluindo congressos, seminários, palestras e fóruns, sendo eles presenciais ou online. O

trabalho consistiu na cobertura e produção de novos conteúdos sobre os eventos para o site que totalizaram em 57 ações acompanhadas e veiculadas.

- **Relacionamento com entidades:** as atividades relacionadas ao Movimento ainda renderam na construção de relacionamento com especialistas na área, na apuração de novos personagens e no acompanhamento de estudos relacionados ao tema. Foram estabelecidos relacionamentos com associações, ONGs, ativistas, empresas dentre os mais diversos setores para a criação de autoridade e relacionamento com os maiores nomes e as maiores entidades do país no tema.
- **Estruturação de banco de personagens:** toda cobertura de evento, bem como a participação de pautas e o estreitamento de relacionamento com entidades e especialistas renderam na elaboração de um banco de personagens que conta com grandes nomes da sustentabilidade, especialistas nos mais diversos setores, pesquisadores, cooperativas e cooperados, trabalhadores, empresas, dentre muitos outros que serviram como fonte qualificada para os conteúdos publicados na plataforma.
- **Produção de conteúdo:** o trabalho consistiu na apuração, pesquisa e construção de pautas pertinentes ao tema da sustentabilidade, além da produção de materiais exclusivos para a plataforma. Como principais pautas, estiveram o debate sobre políticas públicas que envolvem o assunto, boas práticas, dicas para o cidadão comum, bem como as medidas que o país e o mundo todo vêm tomando em torno do tema.
- **Gerenciamento de conteúdos na plataforma:** a Pridea também foi a responsável por gerenciar os conteúdos publicados no site do Movimento Recicla Sampa, atualizando de maneira diária o portal com matérias, notícias, entrevistas e demais conteúdos.
- **Construção de autoridade:** com todo trabalho realizado, o portal do Movimento Recicla Sampa se tornou um dos principais players de informação do tema no país, sendo referência para imprensa e para a população. Apenas em 2020, o site computou um aumento de 257% na quantidade de visitas em comparação ao mesmo período do ano de lançamento da plataforma. O ineditismo e a exclusividade dos materiais também chamaram a atenção de outros players do segmento, que passaram a compartilhar os conteúdos publicados no Recicla em suas plataformas.

Alguns exemplos de reportagens sobre o Recicla Sampa:

ilustrada
MÔNICA BERGAMO

LIXO Horários de coleta seletiva de lixo em cada bairro de SP poderão ser consultados no site Recicla Sampa, que será lançado nesta quinta (7). A iniciativa é resultado de uma parceria entre as concessionárias Loga e Ec e o apoio da Anluu

FOLHA DE SÃO PAULO

ISTOÉ

FOLHA DE SÃO PAULO

BLOG AVENIDAS

Celebração quer rastrear moradores pelo celular para aumentar reciclagem em SP

Plataforma pretende ampliar coleta seletiva em São Paulo

São Paulo lança movimento para ampliar coleta seletiva na capital

Saiba como usar ferramenta sobre reciclagem em SP

PENSE LEVE

Entre na moda da MARMITA

Coleta seletiva: conscientização e informação

2,6 milhões de toneladas

LIXO RECICLÁVEL

CRUZEIRO DO SUL | **INFORMAÇÃO LIVRE**

Coleta seletiva

Consentir e ensinar os moradores a separar o lixo doméstico é o objetivo na cidade de São Paulo do Movimento Recicla Sampa, lançado para orientar e informar os cidadãos de que é preciso aumentar a quantidade de materiais recicláveis e, ao mesmo tempo, diminuir o volume dos resíduos enviados aos aterros sanitários. A nova ferramenta analisou dois bairros e pode ser adaptada em outros territórios da cidade.

O ESTADO DE SÃO PAULO

Lixo. Programa quer incentivar reciclagem

DIRETO DA FONTE

SONIA RACY

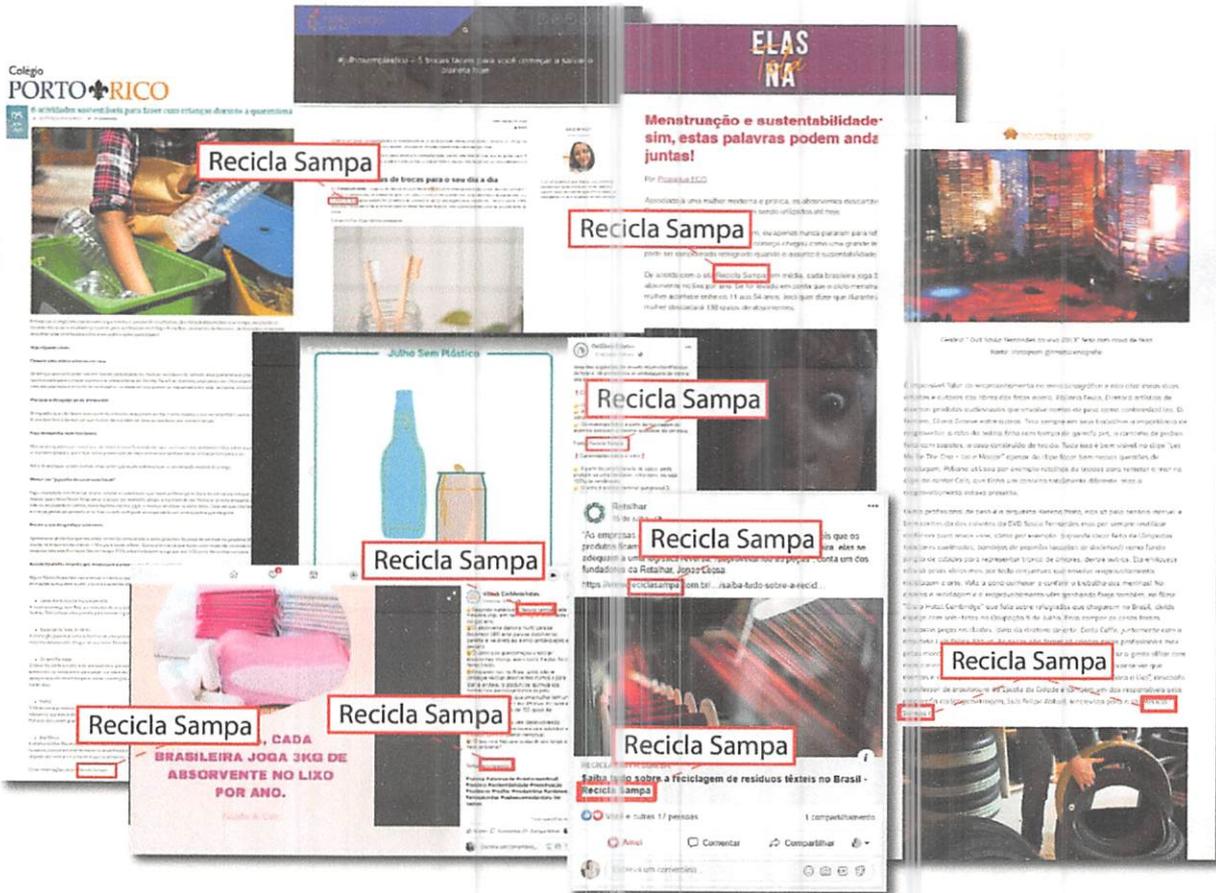
Rock & recycle

O Recicla Sampa entre em campo esta noite, no Estádio P&A, para levar aos 50 mil fãs de Paul McCartney e incansáveis fãs de "Rock & Recycle".

Handwritten blue mark.

Handwritten red mark and number 154.

Alguns exemplos de matérias de veículos que utilizaram o conteúdo do Recicla Sampa:



Secretaria das Subprefeituras de São Paulo e Secretaria de Orçamento, Planejamento e Gestão

Entre 2009 e 2012 a Pridea Comunicação gerenciou a Assessoria de Comunicação da Secretaria Municipal das Subprefeituras de São Paulo. E entre 2010 e 2011, a Assessoria de Imprensa da Secretaria Municipal de Orçamento, Planejamento e Gestão de São Paulo. Nestes órgãos municipais a mesma qualidade foi demonstrada, com equipes diariamente respondendo às demandas da imprensa, sugerindo pautas e lançando iniciativas.

Com equipes próprias dedicadas ao atendimento das demandas de imprensa relacionadas ao Executivo Municipal, a Pridea implantou processos de trabalho eficazes desenvolvidos por profissionais competentes

155

que, para além de administrar crises e garantir posicionamento por parte da Prefeitura nas matérias jornalísticas, inseriu a capital em diversos conteúdos, que permitiram mostrar a atuação da administração.

Dividida em 32 Prefeituras Regionais, responsáveis por regiões da cidade, a Secretaria das Subprefeituras responde pela maior parte dos assuntos que afeta a rotina dos paulistanos. Toda a temática relacionada à chamada zeladoria da maior metrópole do país está à cargo da Pasta, o que por si só já dá a dimensão da complexidade e responsabilidade do desafio.

Os resultados da proatividade no trabalho relacionado ao atendimento dos jornalistas pode ser verificado em reportagens importantes que revelaram os cuidados com a zeladoria da cidade, o trabalho dos prefeitos regionais nas diversas zonas da capital, além de diversos projetos inovadores criados pelo Poder Público para aprimorar serviços essenciais.

Para dar a dimensão necessária e bem informar a população sobre o trabalho realizado pela Prefeitura, a **Pridea Comunicação** focou tanto nos projetos maiores da Pasta como em procedimentos de rotina, que até então eram de conhecimento da grande imprensa e, tampouco, dos municípios.

Alguns exemplos de projetos que tiveram grande visibilidade: Operação Delegada, parceria do município com o Governo de São Paulo por meio da Polícia Militar; Operação Cata Bagulho, que aos finais de semana recolhia pelos bairros o descarte dos municípios; Combate ao Entulho Irregular, com ações diurnas e noturnas e acompanhamento de imprensa; Zeladoria da Cidade, um ação conjunta com a Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo e a Assessoria de Imprensa que viabilizou campanhas publicitárias, eventos e divulgação nos principais meios de comunicação; entre outras ações.

[Handwritten signature]
[Handwritten mark]
156

Alguns exemplos dos resultados obtidos na mídia:

Polícia indetia 24 por
Clube Limpa em SP

**Desrespeito à Lei Cidade Limpa em SP
vira caso de polícia e 25 são indiciados**

Investigadores telefonaram para telefones registrados em pontos, árvores e furos
recluidos em situações de violação do amec e de par de terras

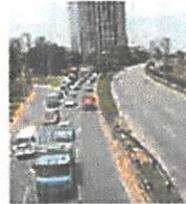
Atos de
polícia

A Prefeitura de São Paulo
deu a Polícia Civil para
que investigasse o caso
de desrespeito à Lei Cidade
Limpa em São Paulo. O
caso envolveu 25 pessoas
indiciadas por violar a lei
que proíbe a utilização de
pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.

Em agosto, a Prefeitura
de São Paulo deu a Polícia
Civil para que investigasse
o caso de desrespeito à Lei
Cidade Limpa em São Paulo.
O caso envolveu 25 pessoas
indiciadas por violar a lei
que proíbe a utilização de
pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.

**A noite, Marginais
terão zeladores**

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar serviços de
manutenção nas marginais
Favos e Ipiranga (foto), das
23h às 4h, com início ainda
nestes meses. Serão realizados
serviços de limpeza de sarjetas,
captação, pintura e limpeza
de bueiros de lixo. Cerca
de 100 funcionários trabalharão
na obra.



**Buracos nas
calçadas geram
1.625 multas**

Em São Paulo, 1.625 multas
foram aplicadas por buracos
nas calçadas. A Prefeitura
de São Paulo informou que
as multas foram aplicadas
por violação da Lei Cidade
Limpa, que proíbe a utilização
de pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.



**DE CORONEIS
A ZELADORES**

**Obra de mansão no Morumbi arranca
árvores e é multada pela prefeitura**

Um empreendimento de luxo no Morumbi (foto),
no oeste, foi multado em R\$ 500 mil por arrancar dez
árvores sem a autorização da prefeitura, em uma área
de 6.000 m². A construtora Lima Sampaio, responsável
pela obra, disse que as intervenções respeitaram a lei.

Calçada irregular rende 13 multas por dia

Em São Paulo, 13 multas
foram aplicadas por calçadas
irregulares. A Prefeitura
de São Paulo informou que
as multas foram aplicadas
por violação da Lei Cidade
Limpa, que proíbe a utilização
de pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.

**Lei da calçada tem
13 multas por dia**

Em São Paulo, 13 multas
foram aplicadas por calçadas
irregulares. A Prefeitura
de São Paulo informou que
as multas foram aplicadas
por violação da Lei Cidade
Limpa, que proíbe a utilização
de pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.

**15 MIL LIXEIRAS
NOVAS JÁ DEIXAM
SP MAIS LIMPA**

Alguns municípios da capital paulista
estão em parceria e podem fazer coleta seletiva

Em São Paulo, 15 mil lixeiras
novas já deixam a cidade
mais limpa. A Prefeitura
de São Paulo informou que
as lixeiras foram entregues
aos municípios parceiros
da coleta seletiva.

**Alvará provisório tem
alta procura na internet**

Cerca de 10 mil alvarás
provisórios foram emitidos
pela Prefeitura de São Paulo
através do sistema online.



**Lei da calçada tem
13 multas por dia**

Em São Paulo, 13 multas
foram aplicadas por calçadas
irregulares. A Prefeitura
de São Paulo informou que
as multas foram aplicadas
por violação da Lei Cidade
Limpa, que proíbe a utilização
de pontos, árvores e furos
recluidos em situações de
violação do amec e de par
de terras.

**Prefeitura quer
dobrar número de
'policiais-fiscais'**

A Prefeitura de São Paulo
quer dobrar o número de
policiais-fiscais para fiscalizar
a Lei Cidade Limpa.

**São Paulo tem 'xerife'
para deixar a cidade limpa**

A Prefeitura de São Paulo
criou o cargo de 'xerife' para
deixar a cidade mais limpa.

**Subprefeitura
al reformar escadão**

A Subprefeitura de
Favos e Ipiranga vai reformar
o escadão da Rua Favos e Ipiranga.

**Mooca, Entregues
3 novos ecopontos**

A Prefeitura de São Paulo
vai instalar 3 novos ecopontos
na Mooca e Entregues.

100 MIL EXEMPLARES NAS SUBPREFEITURAS E EM SÍTIO

A Prefeitura de São Paulo
vai distribuir 100 mil exemplares
da Lei Cidade Limpa nas subprefeituras
e em sítios.

**Prefeitura lança cartilha
sobre nova lei da calçada**

A Prefeitura de São Paulo
lançou uma cartilha sobre a
nova lei da calçada.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

0 que diz a lei

A Prefeitura de São Paulo
informa o que diz a lei sobre
as calçadas.

Operação abre-buraco

A Prefeitura de São Paulo
vai realizar a Operação Abre-Buraco
para consertar buracos nas calçadas.

Handwritten signature and the number 157.

GOVERNO FEDERAL

Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII)

Desde fevereiro de 2015, a **Pridea Comunicação** coordena as atividades de Comunicação da Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII). Ligada ao Governo Federal e sediada em Brasília, a instituição fomenta o desenvolvimento de projetos de inovação por todo o país realizando a ponte entre os centros de pesquisa e as empresas nacionais.

A EMBRAPII foi criada em 2013 e é ligada aos Ministérios da Ciência, Tecnologia, Inovações, Saúde e Educação. A entidade nasceu com o objetivo de oferecer recursos para financiamento de projetos ligados à tecnologia e inovação. O investimento é dividido em três partes, sendo um terço da EMBRAPII, recurso não reembolsável, um terço da empresa que deseja desenvolver o estudo e uma terceira parte de uma das 61 unidades credenciadas que concede pesquisadores e infraestrutura para a elaboração do projeto.

No âmbito da comunicação, a **Pridea Comunicação** atende todas as esferas da Organização Social, desempenhando um papel fundamental para construção de sua autoridade. Uma equipe da Agência atende diretamente o cliente em sua sede, em Brasília, e também na base da **Pridea** em São Paulo. Dentre as atividades exercidas, estão:

- **Assessoria de imprensa:** interlocução permanente com os principais veículos de mídia do país, além da divulgação de projetos e novas pesquisas financiadas pela EMBRAPII. A Pridea atua também junto às unidades credenciadas pela empresa para trabalhar os assuntos regionalmente e por temática. A prática tem possibilitado destaques da instituição em importantes veículos de imprensa em todo Brasil. Além disso, balanço de projetos finalizados e contratados, bem como a parceria e os recursos arrecadados com os ministérios estão sempre em pauta. Outro ponto de atenção sempre trabalho junto à imprensa é a coordenação da Organização dos programas prioritários Rota 2030 e do PPI em IoT e Manufatura 4.0. Como resultado, ao longo dos cinco anos, 6.356 matérias foram veiculadas na mídia de diversas regiões do país citando a EMBRAPII. O número representa uma média de 1.270 inserções ao ano. Ao longo de todo período, a entidade não teve nenhuma matéria negativa publicada na imprensa.

158

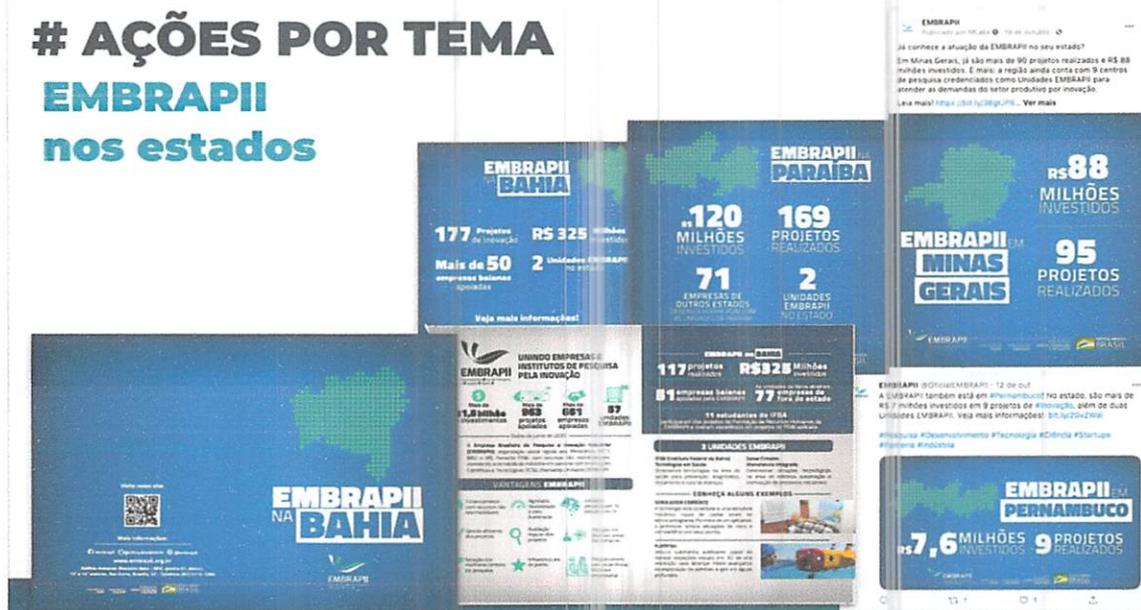
- **Visitas de relacionamento:** a fim de manter uma boa relação com os principais veículos do país e, dessa maneira, ganhar mais espaço e autoridade junto à imprensa, a Pridea realiza o encontro entre a diretoria da EMBRAPPII e os jornalistas de diferentes editoriais.
- **Mailing de imprensa:** para impactar de maneira assertiva veículos de imprensa, formadores de opinião e influenciadores, a Agência desenvolveu mailings diversificados e segmentados por editoriais, regiões do país e áreas de atuação da EMBRAPPII. Cria e distribui materiais com linguagem adaptadas para ampliar a presença da instituição na imprensa, tanto fomentando sua autoridade institucional, como dando ênfase a seus projetos e parcerias.
- **Clipping de notícias:** com entrega mensal, a Pridea realiza o monitoramento da EMBRAPPII diariamente na imprensa nacional, mapeando qualquer citação em torno da Organização, projetos ou Unidades relacionadas. A cada bimestre, é também enviado um balanço dos principais destaques na imprensa para a diretoria e conselho administrativo da entidade.
- **Banco de projetos:** criação de um banco de projetos dividido por temas, regiões e áreas de interesse, a fim de mapear a atuação da EMBRAPPII de forma abrangente e nacional. O mecanismo permite que os assessores da Pridea criem pautas com base em efemérides e no cenário do país, além de auxiliar nas demandas espontâneas.
- **Banco de dados:** formatação de um material que contempla os principais números da Organização, projetos de destaques, informações sobre Unidades, parceiros, associações e empresas parceiras, para auxiliar na produção de novos conteúdos com diferentes vertentes com base na própria história da Organização. Também serve como insights para novas pautas na imprensa.
- **Eventos:** a Agência é responsável pela coordenação e produção de eventos, como congressos e seminários. Por meio de rodadas de negócios pelo país, a Empresa difunde seu modelo em busca de fomentar novas propostas. Além disso, a Pridea também realiza convites e monitoramento dos eventos online, como webinars, lives, entre outros.

- **Gerenciamento de mailing:** desde 2019, a Pridea passou a administrar toda base de contatos da EMBRAPPII, realizando uma apuração de todo o mailing, bem como a segmentação por áreas de interesse, tipo de empresas e criação de novas bases. Dessa maneira, todo tipo de comunicado da entidade passou a ser realizado por meio de uma ferramenta de gerenciamento que apura taxa de abertura, taxa de cliques, usuários descadastrados, dentre outras informações. Para além do envio semanal de produtos, como e-mails marketings e newsletters, para a base de contatos ativos, a Agência realiza mensalmente campanhas para a arrecadação de novos leads, gerando um público fidelizado e interessado em receber os comunicados e materiais da Organização. São 4.940 contatos ativos e 15 segmentações estabelecidas.
- **Desenvolvimento de produtos gráficos e digitais:** os profissionais da Pridea também atuam na produção de conteúdo editorial e projeto gráfico de materiais impressos que auxiliam a empresa na interlocução com outras instituições, principalmente durante eventos, congressos e seminários. A Agência também é responsável por criar todo o cardápio editorial, design e peças digitais para as redes sociais da instituição. Já são mais de 960 produtos desenvolvidos ao longo de cinco anos. A parte de vídeos, tanto produção, como preparação de roteiro e edição, também fica a cargo da Pridea, que já desenvolveu mais de 240 vídeos para a instituição dos mais diversos modelos: institucionais, animação, cobertura jornalística, depoimentos, cobertura de eventos, entre outros. Com conteúdo diversificado, os materiais ajudam a EMBRAPPII a se posicionar na pauta das maiores empresas e instituições da área de inovação do país, aproximando ainda a entidade de parceiros internacionais de relevância, dando ênfase a seu modelo diferenciado.
- **Relacionamento com Congresso e Ministérios:** para atender um dos desafios da Organização em manter a interlocução com os parlamentares e ministros, a Pridea atua no desenvolvimento de produtos regionais, comunicados mensais, agendas e eventos com a participação de importantes nomes, a fim de realizar gestos e de demonstrar o impacto da EMBRAPPII para o crescimento do país nos mais diversos setores.
- **Site EMBRAPPII:** a Pridea é também a responsável por toda produção de conteúdo e atualização diária do site da EMBRAPPII, realizando principalmente a publicação de notícias, releases, resultados da exposição da EMBRAPPII na imprensa, manuais, relatórios, folders, dentre outros materiais. A

Agência também administra os destaques e dados gerais na home, dá suporte técnico e realiza alteração de programações, criação de novas páginas e criação de novas áreas no site.

- **Social Media:** responsável pela criação de canais da instituição nas redes sociais, que estão no ar desde 2017. São realizadas campanhas estratégicas com anúncios para as plataformas, bem como todo o desenvolvimento dos conteúdos diários estabelecidos dentro dos pilares da instituição. A agência também monitora sua presença online diariamente e atua no relacionamento com os usuários, respondendo questionamentos, auxiliando na construção de autoridade da Organização e trazendo novas pessoas para conhecer o trabalho da entidade. Todas as ações desenvolvidas possibilitaram a criação de uma audiência qualificada para a entidade no meio digital, que hoje conta com mais de 37 mil seguidores.
- **Construção de autoridade:** os resultados de todo o trabalho desempenhado levaram a EMBRAPPII a ganhar relevância e notoriedade no cenário nacional da inovação, que hoje soma mais de 1.000 projetos e R\$ 1,6 bilhão investidos em pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I). A Organização conta hoje com diferentes redes de inovação no país, como a Rede MCTI/EMBRAPPII de Inovação em Inteligência Artificial, a maior na América Latina.

Exemplos de produtos e materiais produzidos:



EMBRAPII INFORMA
JULHO DE 2020

Nova modalidade para pequenas empresas na ROTA 2030

A EMBRAPII promove abertura de recursos e inovação em áreas de alta tecnologia de interesse para apoiar as pequenas empresas e inovadoras na ROTA 2030. São os chamados projetos de ROTA 2030 de inovação. O objetivo é apoiar as EMBRAPII em até 50% de recursos reembolsáveis do valor total do projeto. A iniciativa tem o objetivo de apoiar as pequenas empresas e inovadoras na ROTA 2030.

PARTICIPE DA PESQUISA INOVAÇÃO & LOGÍSTICA

DE "SPHMLRO_NOMLI"
Não queremos se ouvir!

NA ROTA 2030 DA INOVAÇÃO
JULHO DE 2020

Novidade para pequenas empresas e startups: 50% do seu projeto financiado com recursos não reembolsáveis

A EMBRAPII (Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial) anunciou neste mês uma nova modalidade para projetos de startups e pequenas empresas na área de Mobilidade e Logística. Agora, elas podem contar com até 50% de recursos não reembolsáveis para projetos de inovação na Rota 2030. São beneficiadas empresas com Receita Operacional Bruta (ROB) do ano anterior igual ou inferior a R\$ 90 milhões.

VOCÊ JÁ CONHECE O CANAL DA INOVAÇÃO?

EMBRAPII
Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial

MODELO DE FINANCIAMENTO TRIPARTITE

EMBRAPII (os não-reembolsáveis)

1/3
2/3

EMBRAPII DAY ONLINE

NÓS LEVAMOS A INOVAÇÃO ATÉ VOCÊ

PROJETOS DE INOVAÇÃO

EMBRAPII NA BAHIA

UNINDO EMPRESAS E INSTITUTOS DE PESQUISA PELA INOVAÇÃO

Mais de **R\$1,5 bilhão** em investimentos
Mais de **960** projetos apoiados
Atos de **661** empresas apoiadas
87 projetos EMBRAPII

Desde Agosto de 2020

A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (EMBRAPII), organização social ligada aos Ministérios de MCT, MEC e MS, fomenta, fomenta e realiza pesquisas, desenvolvimento e inovação em conjunto com as instituições Científicas e Tecnológicas (ICTs), chamadas Unidades EMBRAPII.

VANTAGENS EMBRAPII

- Financiamento em regime de não-reembolso
- Capacidade de apoio a projetos
- Suporte em todas as etapas do processo
- Aplicação de recursos em áreas de inovação
- Avaliação regular e contínua
- Integração com o ecossistema de inovação
- Unidade gerencial e administrativa
- Unidade de desenvolvimento tecnológico
- Propriedade intelectual

EMBRAPII NA BAHIA

117 projetos apoiados
51 empresas beneficiadas
R\$325 milhões em investimentos

77 empresas beneficiadas na Bahia
11 estudantes do IFBA
2 Unidades EMBRAPII

CONHEÇA ALGUNS EXEMPLOS

EMBRAPII/UFBA
Desenvolvimento de tecnologia para a produção e distribuição de energia elétrica em áreas remotas.

EMBRAPII/UFPA
Desenvolvimento de tecnologia para a produção e distribuição de energia elétrica em áreas remotas.

162

Alguns exemplos de reportagens:



CULTURA

Na esfera cultural, a **Pridea** ganhou grande experiência ao longo dos anos, tornando-se referência no atendimento deste segmento com clientes de grande expressão nacional, como o Sesc TV, Selo Sesc, Edições Sesc e Editora Contexto. Além de alguns projetos para o Cine Sesc e São Paulo Exposamba, maior mostra de samba da história do Brasil. Também atendemos a Amigos da Arte, importante Organização Social ligada à Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo.

[Handwritten signature]
163

AMIGOS DA ARTE: A MAIOR VIRADA CULTURAL DO PAÍS

Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.

Desde abril de 2020, a **Pridea Comunicação** atua na coordenação da Assessoria de Imprensa da Organização Paulista dos Amigos da Arte. Obteve, em nove meses de atuação, **mais de 1.000 matérias publicadas** sobre a entidade, resultado de 205 divulgações. Uma média de 111 matérias por mês falando sobre as ações, projetos e programas da Amigos da Arte em todo estado.

Além de todo trabalho de mapeamento de ações, interlocução com a mídia e interface com as áreas internas da entidade, a **Pridea** também é responsável pela construção da autoridade e reputação da entidade enquanto marca. A Agência faz ainda o contato e alinhamento de materiais com as assessorias dos artistas envolvidas nas ações da Amigos da Arte a fim de criar narrativas únicas para os veículos de imprensa. Entre as atividades na agência, destacamos:

- **Criação de fluxo de informações interno:** a partir de levantamento de informações com as áreas responsáveis pelas produções dos eventos e com a comunicação da Amigos da Arte, foi possível criar um fluxo de pautas positivas, gerando notícias relevantes tanto para os veículos da capital quanto do interior. A iniciativa resultou em publicações diárias de notícias, garantindo exposição qualificada nos mais diversos canais de imprensa.
- **Estratégia de divulgação:** a partir das pautas geradas internamente, os profissionais da **Pridea** potencializaram as divulgações por meio da criação de ganchos regionais, que ampliaram o interesse da imprensa. Também buscaram inserção da entidade em outras editorias a partir dos assuntos gerados, ampliando a própria percepção de sua atuação, como um órgão de fomento à cultura.

- **Autoridade:** com maior produção de conteúdo, a organização passou a ser procurada para dar entrevistas não só sobre os temas divulgados, mas também sobre questões que permeiam a atuação da entidade, como a difusão da arte e cultura no Estado de São Paulo, a articulação com a rede de artistas, gestores municipais, produtores, empreendedores, prestadores de serviço, fornecedores, corpo técnico, a disseminação da diversidade artístico-cultural paulista e a qualidade técnica, artística e de governança da organização.
- **Demandas espontâneas:** o atendimento qualificado do jornalista passou a ser não somente respostas aos questionamentos, mas também o esclarecimento sobre o papel da organização na sociedade, resultando na mudança de viés das matérias.
- **Gerenciamento de sensibilidades:** com o objetivo de evitar possíveis crises a **Pridea Comunicação** realizou um monitoramento de temas sensíveis e muitos deles foram tratados de maneira diferente para evitar possíveis exposições negativas.
- **Acompanhamento de entrevistas nos eventos:** a Agência realiza ainda acompanhamento de eventos semanais, como todas as edições da ViradaSP Online, transmitidas ao vivo do Teatro Sérgio Cardoso.
- **Clipping de Notícias:** produzido diariamente e encaminhadas mensalmente para os principais gestores da organização.
- **Mailing de Imprensa:** alimentação de banco de contatos dos veículos de comunicação, tanto da capital quando do interior. Dessa forma, é possível construir mailings específicos tanto por região quanto por atuação do jornalista de acordo com o objetivo de cada evento realizado pela entidade.
- **Qualificação de porta-vozes:** a **Pridea** identificou potenciais porta-vozes para cada área da Amigos da Arte, além da diretora-geral. Dessa forma, o interesse da imprensa passou a ser pela capacidade de informação e não pelo cargo do porta-voz.

Alguns exemplos de reportagens:

O REGIONAL

CULTURA TRAZ PLATAFORMA DE STREAMING E VÍDEO POR DEMANDA COM INCENTIVO AO ISOLAMENTO

Espectadores sentem o impacto da pandemia e do isolamento social, mas a cultura não para de existir. A cultura traz uma plataforma de streaming e vídeo por demanda com incentivo ao isolamento.



O GLOBO

RIO SHOW NO SOFA

Festival virtual gratuito reúne produções de 21 países

Desde 1968, o Rio Show tem sido um dos principais eventos culturais da cidade. Este ano, devido à pandemia, o festival foi realizado de forma virtual, reunindo produções de 21 países.



A TRIBUNA

Tradições de Peruíbe em destaque na Virada SP

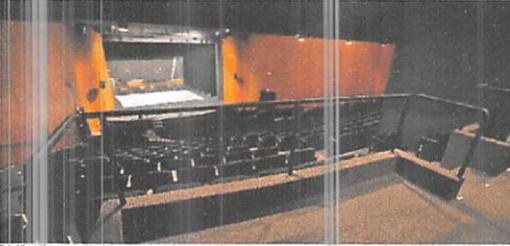
Programação também tem grandes shows. A Virada SP destaca as tradições de Peruíbe.



ISTO É

40 anos de história no palco

Este ano, a Virada SP celebra 40 anos de história no palco. A programação inclui shows e eventos que homenageiam a tradição teatral.



ESTADÃO

40 ANOS DO SONHO DE ARTISTAS

Este ano, a Virada SP celebra 40 anos do sonho de artistas. A programação inclui shows e eventos que homenageiam a tradição teatral.



Handwritten signature and the number 166.

Sesc TV

Canal cultural de televisão do Sesc São Paulo, o SescTV é uma instituição privada e sem fins lucrativos, de âmbito nacional, mantida pelo empresariado do comércio de bens e serviços. A **Pridea** atuou no gerenciamento da relação do Sesc TV com a imprensa por meio de um trabalho consistente de assessoria de imprensa.

Entre os principais trabalhos realizados estão, por exemplo, o programa **Arquiteturas**, do jornalista Paulo Markun, que percorria ícones arquitetônicos do país. Além disso, atuamos na divulgação do programa **Óperas**, que gravou a temporada de óperas do Teatro Municipal de São Paulo, incluindo *La Traviata*. A equipe da **Pridea Comunicação** desenvolveu todo projeto de comunicação com foco nos veículos de imprensa segmentados e nos principais formadores de opinião e influenciadores do país, com o objetivo de ampliar o espaço dos programas do Sesc TV em veículos de expressão nacional.



Selo Sesc

Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online), o Selo Sesc, que pertence ao Sesc São Paulo, surgiu para fortalecer novos nomes do mercado, apoiando o registro de artistas eruditos, com foco na diversidade cultural. A **Pridea** foi responsável por lançamentos de CDs e DVDs de artistas como Tetê Espíndola, Bocato, Guinga, Quinteto Villa-Lobos, Fortuna, Itamar Assumpção, Pepeu Gomes, Francis Hime, Tia Cida e Baita Negão. Todo o trabalho partia de um planejamento estratégico desenvolvido para cada produto, com o levantamento de todas as informações sobre a concepção da obra, seus diferenciais e conceitos. Além da interlocução com os agentes do Selo Sesc, a **Pridea** também mantinha forte diálogo com os empresários e com os próprios artistas a fim de criar uma narrativa forte a ser repercutida para a imprensa.

A Agência também atuou no acompanhamento de todos os lançamentos, com atendimento da imprensa e de críticos de música de todo Brasil. Entre os principais resultados atingidos, o fortalecimento da marca Selo Sesc foi o principal, fazendo com que os conteúdos de mídia contemplassem não apenas as obras ou seus artistas, mas também o Selo como importante instrumento de valorização da música e cultura nacionais. No total, 2.152 matérias foram veiculadas envolvendo o Selo.



Handwritten blue and red marks, including a large blue 'C' and a red 'A', with the number '168' written below them.

Edições Sesc

A **Pridea** atende este segmento do Sesc voltado à publicação de livros em diversas áreas do conhecimento, além de propor debates em seus centros culturais e desportivos no estado de São Paulo. Neste período, a Agência atuou na divulgação de mais de 30 títulos, que permeiam os campos das artes visuais, antropologia, arquitetura e urbanismo, cinema, comunicação, design e muitos outros. Entre alguns dos principais livros divulgados estão a fotobiografia da atriz Fernanda Montenegro, a biografia de Tarsila do Amaral, um livro de fotos de Hilda Hilst, a biografia de Lévi-Strauss, um dos antropólogos mais influentes do seu tempo, entre outros.

As estratégias de divulgação passam pela organização de mailing específico para cada obra, além da organização e divulgação dos eventos de lançamento, passando pela construção de todos os materiais de divulgação, como a produção de notas, releases, artigos e sugestões de abordagens junto à imprensa.

A **Pridea** também acompanha e atua no atendimento aos jornalistas em eventos de grande porte, como Flip e Biental do Livro, buscando espaços para os livros das Edições em meio a seus concorrentes. A equipe também produz e indica estratégias para melhor impactar os principais críticos literários do país por meio do envio de livros e materiais informativos para a melhor abordagem sobre cada obra.



Cine Sesc

Divulgação do documentário “Eduardo Coutinho, 7 de outubro”, com direção de Carlos Nader, em 2015. Com o objetivo de buscar alcance nacional para o filme sobre um dos principais documentaristas brasileiros, a **Pridea** realizou um amplo mapeamento de todos os veículos de mídia do segmento, com forte interlocução com formadores de opinião e produção de materiais distintos, com foco nos formatos e perfis editoriais de cada veículo. Também atuamos na criação de conteúdos regionalizados resultado na forte veiculação em mídias de todo país.

São Paulo Expo Samba

A maior mostra de samba da história do Brasil, com seis meses de apresentações de dança e música instrumental, mesclando alguns dos mais renomados artistas brasileiros com músicos da nova geração. O projeto contou com o trabalho da **Pridea** na área de divulgação junto à imprensa, além de toda estruturação da agenda de convidados e participantes e da produção e monitoramento de conteúdos nas redes sociais.

Para aumentar o engajamento do público nas plataformas digitais, a equipe produziu vídeos e fotos das principais atrações. Na área de imprensa, realizou agendas de relacionamentos na TV Globo, aproximando os porta-vozes do projeto a jornalistas e produtores da emissora tendo em vista o apelo popular do projeto. Como resultado a Expo Samba esteve presente na cobertura da principal emissora do país ao longo dos seis meses nos principais telejornais.

Editora Contexto

Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis e ainda os prêmios Casa Grande & Senzala, Clio e União Latina, a Contexto é uma editora consolidada. Com foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo, a empresa nasceu a partir da experiência do historiador Jaime Pinsky com o universo editorial.

Em busca de consolidar sua marca no cenário das editoras brasileiras, a **Pridea Comunicação** desenvolveu um plano de comunicação, com foco em Assessoria de Imprensa e no relacionamento com a mídia, para fortalecer os diferenciais da Contexto no mercado editorial.



A ação permitiu importante aproximação da editora e seus autores com players de destaque na mídia, como a revista *Veja* e a publicação segmentada 451, expoente no segmento. Além disso, a **Pridea** criou um canal direto de interlocução com críticos literários e especialistas no segmento, o que possibilitou um aumento considerável do espaço da editora nos principais veículos de imprensa do país.

A Agência também atuou na divulgação do novo selo da Editora, o Marco Polo, que tinha como objetivo a publicação de romances históricos. Como resultado, a marca Contexto passou a figurar em todas as publicações envolvendo seus lançamentos, além de se tornar fonte de entrevistas do mercado editorial brasileiro.

Handwritten signature and initials:
A
CA 171

saúde ciência



São Paulo está obesa e tem bronquite, diz médico

EM NOVO LIVRO, PAULO SALZEDA, DA USP, DIZ COMO A CIDADE AFETA A SAÚDE DA POPULAÇÃO

Alfabetização

Alfabetização é o processo de ensinar a ler e escrever. É uma das bases para o desenvolvimento humano e social. No Brasil, a alfabetização é uma das principais prioridades da educação básica. Segundo o Censo de Alfabetização de 2015, 97,8% da população brasileira com 15 anos ou mais sabe ler e escrever. No entanto, há uma grande desigualdade regional, com taxas mais baixas no Nordeste e no Norte.

Alfabetização de jovens e adultos

A alfabetização de jovens e adultos (EJA) é um tipo de educação que visa ensinar a ler e escrever a população que não foi alfabetizada na infância. É uma das principais prioridades da educação básica. Segundo o Censo de Alfabetização de 2015, 97,8% da população brasileira com 15 anos ou mais sabe ler e escrever. No entanto, há uma grande desigualdade regional, com taxas mais baixas no Nordeste e no Norte.

Alfabetização de jovens e adultos

A alfabetização de jovens e adultos (EJA) é um tipo de educação que visa ensinar a ler e escrever a população que não foi alfabetizada na infância. É uma das principais prioridades da educação básica. Segundo o Censo de Alfabetização de 2015, 97,8% da população brasileira com 15 anos ou mais sabe ler e escrever. No entanto, há uma grande desigualdade regional, com taxas mais baixas no Nordeste e no Norte.

Leandro Karnal reúne suas crônicas

Crônista do 'Estado' inaugura novo livro com seis publicações no jornal nos últimos dois anos; aprendi muito



PERFIL

Crônica por Jaime Pinsky para levar acadêmicos a um público amplo, editora Contexto completa 30 anos sem ceder a apelos comerciais. Por Luis Antônio Girão, para o Valor, de São Paulo

Conhecimento em circulação

Este livro reúne seis crônicas publicadas no jornal 'Estado de São Paulo' nos últimos dois anos. O autor, Leandro Karnal, é um dos mais importantes crônistas brasileiros. O livro é uma excelente introdução ao pensamento de Karnal e ao jornalismo de opinião. O livro é dividido em seis capítulos, cada um com um título sugestivo: 'Aprendi muito', 'O Brasil é um país de gente muito inteligente', 'A educação é o caminho para o futuro', 'A cultura é o coração da sociedade', 'A ciência é a base do conhecimento' e 'A arte é a expressão da alma'.

Régua e compasso

Com rigor, o filósofo francês explica as ideias de Platão e Aristóteles

Listão

Marie, Jean-Jacques. História da Guerra Civil Russa (1917-1922). Explica a guerra entre os exércitos vermelho, branco e verde, que esteve na origem da criação da União Soviética. TRAD. Janyne Martini e Patrícia Reuillard. INTRO. Jaime Pinsky. Contexto, 272 pp. R\$ 49,90

COMO MUDAR O BRASIL

Este livro discute as principais questões que afetam o desenvolvimento do Brasil e oferece sugestões para sua superação. O autor, Paulo Salzedo, é um dos mais importantes intelectuais brasileiros. O livro é dividido em duas partes: a primeira discute as causas da crise brasileira e a segunda oferece sugestões para sua superação. O livro é uma excelente introdução ao pensamento de Salzedo e ao desenvolvimento brasileiro.

Handwritten signature and number 172.

PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

	<p>EMBRAPII</p> <p>A Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii) tem por missão apoiar instituições de pesquisas para que executem projetos de desenvolvimento tecnológico voltado à inovação, com o objetivo de estimular e potencializar a força competitiva do setor industrial brasileiro e internacional. Em 34 unidades espalhadas pelo Brasil, a Embrapii atua nos seguintes campos de inovação: tecnologias em refrigeração, processamento de biomassas, materiais de alto desempenho, engenharia submarina, manufatura aeronáutica, comunicações óticas e tecnologia de dutos.</p> <p>Atendimento: 12/05/2015 até o momento.</p>
	<p>Recicla Sampa</p> <p>O Movimento Recicla Sampa, baseado em uma plataforma online, foi criado para conscientizar os paulistanos a separarem o lixo domiciliar em dois: comum e reciclável.</p> <p>Por meio da disponibilização de conteúdos diversos, como vídeos, webdocs, tutoriais, jogos, materiais para impressão, reportagens e notícias da cidade, do Brasil e do mundo a plataforma orienta e informa os cidadãos sobre a importância de aumentar a quantidade de recicláveis e diminuir o volume dos resíduos enviados aos aterros sanitários da capital.</p> <p>Atendimento: 05/03/2018 até 31/12/2020.</p>



ARTESP

A ARTESP – Agência Reguladora de Serviços Públicos Delegados de Transporte do Estado de São Paulo – regula o Programa de Concessões Rodoviárias do Governo do Estado de São Paulo há mais de 20 anos. Sob sua gerência, estão 20 concessionárias, que atuam em 11,2 mil quilômetros de rodovias, o que representa quase 31% da malha estadual, abrangendo 283 municípios.

Atendimento: 06/05/2020 até o momento.



DETRAN.SP

A Pridea Comunicação assumiu o desafio de gerenciar a área de Assessoria de Imprensa e Comunicação do Detran.SP. O órgão é responsável por planejar, gerenciar e executar ações relacionadas à documentação para condutores e veículos. Também fiscaliza e autua infrações de trânsito, produz estatísticas, promove educação e gera conscientização e está presente nos 645 municípios paulistas.

O maior departamento de trânsito da América Latina é responsável por: 29% da frota do país, 30 milhões de veículos e 25 milhões de condutores registrados. Teve sua frota triplicada nos últimos 10 anos e lida com a maior transformação digital de sua história.

Atendimento: 21/09/2020 até o momento.



Secretaria Municipal de Educação de São Paulo

Em dezembro de 2020, a Pridea assumiu o desafio de criar um projeto de comunicação para a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo. A meta de se comunicar com uma rede de 120 mil funcionários, mais de um milhão de alunos e quatro mil escolas se alia à retomada das aulas em meio à pandemia do Coronavírus.

Handwritten mark

Handwritten mark and number 174

	<p>Atendimento: 23/12/2020 até o momento.</p>
amigos da arte	<p>Associação Paulista dos Amigos da Arte</p> <p>Com 15 anos de história, a Amigos da Arte foi a primeira Organização Social de Cultura a ser certificada pelo Governo do Estado de São Paulo, com quem mantém contrato desde 2004. A entidade, que atua em centenas de municípios paulistas, é responsável por executar eventos como a Virada SP, a maior festa cultural do país, e o Festival Paulista de Circo. Também administra o Teatro Sérgio Cardoso e o Museu da Diversidade Sexual.</p> <p>Atendimento: 13/04/2020 até o momento.</p>
	<p>Grupo A Educacional</p> <p>Fundado em 1981, o Grupo A Educacional é uma rede com quatro escolas na cidade de São Paulo – Aprendendo a Aprender, Concórdia, Horizontes e Liceu Santa Cruz e uma em Ourinhos – Saber –, no interior paulista. Conta ainda com um braço social, que mantém três creches em parceria com a Prefeitura de São Paulo: os Centros de Educação Infantil Campo Limpo IV, Mirá Orube e Pirajuçara.</p> <p>A Pridea Comunicação assumiu a Assessoria de Imprensa do Grupo A com a missão de criar uma identidade de marca para além das unidades de ensino. Além disso, desenvolveu os sites das escolas, produtos para comunicação interna e todo trabalho de comunicação digital, incluindo o planejamento estratégico das redes sociais e a produção de conteúdo dos sites e outros canais digitais.</p> <p>Atendimento: 01/07/2014 a 06/01/2017.</p>

175



BRG – Berkeley Research Group

Criada em 2009, a BRG é uma empresa multinacional com experiência em Investigações Globais & Serviços de Assessoria em *Compliance* e Estratégia, com mais de mil profissionais distribuídos em 36 escritórios nos cinco continentes. Está presente nos Estados Unidos, Canadá, Kuwait, Austrália, México, China, Reino Unido, Colômbia, Cingapura e Panamá. A equipe da BRG para América Latina, atendida pela Atelier, tem forte expertise em: suporte a litígios, investigações de fraudes, busca de ativos, reestruturação, contabilidade e computação forense, *valuation, due diligence, compliance*, análise de crédito e consultoria em construção.

Atendimento: 25/08/2016 a 04/05/2019.



Edições Sesc

Pautada pelo conceito de educação permanente e acesso à cultura, as Edições Sesc São Paulo publicam livros em diversas áreas do conhecimento. Em diálogo com a programação do Sesc, a editora apresenta um catálogo variado, voltado à preservação e à difusão de conteúdos sobre os múltiplos aspectos da contemporaneidade. Além dos títulos impressos, as Edições Sesc vêm convertendo seu catálogo em e-books que podem ser adquiridos em lojas virtuais como Livraria Cultura, Livraria Saraiva e Amazon, e em aplicativos do Brasil e do mundo como Google Play e Apple Store.

Atendimento: 01/01/2018 a 01/01/2019.

Handwritten marks: a blue arrow pointing left, a red 'X' mark, and the number '176'.

	<p>Selo Sesc</p> <p>Na contramão do mercado fonográfico brasileiro e mundial (que investe cada vez mais em produtos online e reduz os lançamentos “físicos”), o Selo Sesc, pertencente ao Sesc São Paulo, surgiu em 2004 e oferece CDs e DVDs (além de versões em streaming) de música popular, instrumental, erudita e infantil, sempre seguindo a premissa de apoiar o registro de artistas que fazem a diferença e incentivar ações voltadas à educação e à diversidade de cultura.</p> <p>Atendimento: 01/02/2014 a 30/11/2019.</p>
	<p>Editora Contexto</p> <p>Vencedora de vários prêmios literários, entre eles 13 Jabutis, a Contexto é uma das mais importantes editoras brasileiras. Com 30 anos de existência, a empresa tem foco na produção de livros nas áreas de História, Geografia, Economia, Comunicação, Educação, Linguística e Língua Portuguesa e Turismo.</p> <p>Atendimento: 01/03/2017 a 01/11/2018.</p>
	<p>Urban Systems</p> <p>Atuando no Brasil há 18 anos, a Urban Systems é uma empresa de inteligência de mercado e soluções estratégicas que busca mitigar riscos de investimentos em projetos de desenvolvimento urbano, imobiliário e econômico. Já realizou análises e estudos em mais de 500 cidades do Brasil, utilizando ferramentas de geoprocessamento, marketing e urbanismo. Anualmente produz o ranking de cidades inteligentes, que elege os municípios com melhor desempenho em área como educação, saúde, inovação e transporte.</p> <p>Atendimento: 09/04/2017 a 05/07/2017.</p>

2

177



Chicago Travel & Tours

Empresa do segmento turístico especializada no atendimento de brasileiros que viajam para Chicago a passeio ou a negócios. A Chicago Travel & Tours tem como principal diferencial a construção de roteiros customizados, elaborados a partir da necessidade de cada grupo ou viajante. A agência também cria pacotes relevantes de negócios, oferecendo experiências e imersões em instituições, universidades e serviços públicos.

Atendimento: 21/12/2018 a 04/07/2019.



Instituto
de Cultura
Democrática

Instituto de Cultura Democrática (ICD)

Promove o ideário democrático, por meio de cursos, conferências, seminários, congressos e outras atividades que possam contribuir para difundir e fortalecer esse valor no Brasil. Com forte trabalho na área de acervos, incluindo pesquisa da memória da política brasileira e ações para a preservação de patrimônio histórico e cultural, o ICD atua em importantes projetos em todo o país. Além da Brado Retumbante (iniciativa que resgatou depoimentos relativos ao movimento Diretas Já, participou da vinda do líder espiritual Dalai Lama ao país. Realizou também, por exemplo, um encontro com o ganhador do prêmio Nobel da Paz Adolfo Pérez Esquivel, para promover campanha pela criação da Corte Penal Internacional do Meio Ambiente.

Atendimento: 03/10/2011 a 06/05/2013.



Cozinhando na Escola

O Cozinhando na Escola é um projeto de gastronomia educacional e pedagógico que acontece dentro da escola, oferecendo aos alunos a oportunidade de aprendizagem e vivência com insumos, utensílios e equipamentos

Handwritten blue mark resembling a stylized 'A' or 'X' with a horizontal line through it.

Handwritten red 'X' mark.

Handwritten blue arrow pointing to the right.

Handwritten number '178'.

	<p>apropriados para elaboração e criação de receitas com um toque da alta gastronomia, com orientação de consultores especializados.</p> <p>Atendimento: 04/03/2017 a 06/03/2018.</p>
	<p>Food Service Company</p> <p>Fundada em 1988, é uma empresa de assessoria, planejamento, confecção de projetos e consultoria na área de gastronomia. Pioneira no Brasil, sendo hoje a maior do ramo, facilita e aprimora serviços operacionais de restaurantes, bares, hotéis e hospitais. Atua em todas as fases do processo, desde o projeto da obra até o treinamento de garçons, a definição do cardápio e inauguração, por exemplo.</p> <p>Atendimento: 05/02/2016 a 05/02/2019.</p>
	<p>Pet Trends</p> <p>É uma importadora e distribuidora de produtos <i>pet</i> multimarcas. Busca constantemente, no mercado internacional, por produtos diferenciados, de alta qualidade, durabilidade e ótima apresentação. Única representante no Brasil da empresa Petco, a maior rede de produtos pet dos Estados Unidos.</p> <p>Atendimento: 01/06/2017 a 23/10/2018.</p>
	<p>KoneLoko</p> <p>O KoneLoko trouxe ao Brasil um conceito de alimentação da Bélgica. O modelo de lanchonete foca na oferta de batata frita no cone, com diferentes complementos, a preço justo e alta qualidade. Com unidades espalhadas pelo Estado, foca no bom atendimento, rápido e eficiente.</p> <p>Atendimento: 04/05/2011 a 05/07/2019.</p>



Incorplan Engenharia

A Incorplan Engenharia nasceu no ano 2000. A companhia já participou de dezenas de obras e consolidou-se na área de engenharia e construção, sobretudo em intervenções de Edificações Públicas e em Restauro de Patrimônio Histórico, em todo o Estado de São Paulo. Atua com equipe própria para realizar instalações elétricas, hidráulicas e de ar-condicionado. Ou seja, uma estrutura completa, que atende a todas as exigências dos clientes.

Atendimento: 12/03/2015 a 04/05/2017.



FormArte

A FormArte iniciou sua história há 20 anos, como Produtora Cultural, com foco em Educação. Com o passar dos anos, a Preservação da Memória e do Patrimônio Histórico se solidificaram em sua trajetória. Hoje, tem como desafio projetar e executar projetos sustentáveis, por meio de novas tecnologias que não agridam o Patrimônio. A empresa gerencia e estimula, via leis de incentivo à cultura, instituições a preservarem seu acervo e patrimônio.

Atendimento: 05/09/2016 a 13/03/2019.



Chapa Democracia

Concorrente nas eleições para o Conselho Deliberativo do Clube Atlético Paulistano (CAP), a Chapa Democracia é formada por candidatos e apoiadores que desejam maior participação dos sócios nas decisões do Clube sempre com ética, transparência e dedicação.

Atendimento: 12/07/2017 a 04/12/2019.

180

ESTRUTURA FÍSICA; INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

A **Pridea Comunicação** está plenamente capacitada, tanto do ponto de vista humano/profissional, quanto em suas instalações e equipamentos, ao atendimento previsto neste edital. Tendo sua sede instalada à rua Capitão Antônio Rosa, 376, 9º andar, Pinheiros, São Paulo, a empresa busca atender com agilidade os objetivos e necessidades de cada cliente. Para isso, conta com equipes formadas por alguns dos melhores profissionais de comunicação do mercado, em São Paulo e em Brasília, especializados nas áreas de atuação de nossos clientes. As exigências relativas ao corpo de profissionais da empresa se estendem à rotineira atualização dos recursos e equipamentos disponibilizados para a melhor execução do trabalho.

Estrutura Instalada

A **Pridea** tem como sede um espaço corporativo de 200 m² de área útil, localizado na zona Oeste da cidade de São Paulo, entre dois grandes polos comerciais, as Avenidas Faria Lima e Paulista, com excelente acesso ao transporte público e serviços. Em um ambiente totalmente adequado às necessidades específicas do trabalho de comunicação, os colaboradores da **Pridea** desenvolvem suas atividades em ambiente climatizado, confortável e integrado nas suas mais diversas áreas, a saber: Diretoria, Coordenadoria Executiva, Administrativo e Financeiro, Assessoria de Imprensa, Internet, Redes Sociais, Vídeos, Produtos Gráficos e Digitais e Monitoramento de Mídia, além de Sala de Reunião e Videoconferência, Suporte em TI, Copa, Cozinha e Banheiros.

Assessoria de Imprensa

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 6 aparelhos de telefone.
- 1 sofá de dois lugares, estante, objetos e vasos decorativos

Redes Sociais, Produtos Gráficos, Produtos Digitais e Design Gráfico

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Monitoramento de Imprensa, Coordenação Executiva e Produção de Relatórios

- 8 estações de trabalho, contendo 8 computadores, 8 mesas, 8 cadeiras e 3 aparelhos de telefone

Diretoria

- 2 estações de trabalho, com 2 mesas, 2 cadeiras, 2 computadores e 2 aparelhos de telefone
- 4 poltronas
- 2 gaveteiros
- 1 estante para livros e documentos
- 2 armários de apoio
- Material de trabalho e objetos decorativos

Departamento Administrativo e Financeiro

- 4 estações de trabalho, com 4 mesas, 4 cadeiras, 4 computadores e 4 aparelhos telefônicos
- 2 armários de parede e 2 armários-arquivo

Departamento Técnico

- 1 estação de trabalho, com 1 mesa, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico

Sala de Reuniões e Videoconferências

- 1 aparelho de televisão 42" da marca LG
- 1 mesa de madeira com 8 cadeiras
- 1 aparelho de telefone sem fio Siemens
- 1 sistema de comunicação digital Logitech, com câmera e microfone para videoconferência.
- 1 móvel de apoio para exibição de produtos
- 1 estação de trabalho, com 1 mesa de apoio, 1 cadeira, 1 computador e 1 aparelho telefônico
- 1 aparelho de TV a cabo – NET

Material de Uso Comum

- 2 impressoras a laser – HP Officejet Pro 8610
- 1 máquina de café, chá e chocolate Saeco
- 1 estante com biblioteca de comunicação, acervo de livros e demais publicações
- 2 aparelhos de TV Samsung

Handwritten mark

Handwritten mark and number 182

- 2 aparelhos de TV a cabo – NET

Informática

- 30 computadores das estações de trabalho são e contêm:
- Modelo Desktop Dell Inspiron 3647 Core i3 3.0 Ghz 4 GB de RAM HD 500GB
- Monitores 19 polegadas Dell E1910 Widescreen
- Teclados, Mouse, USB, Quietkey, Português, Opti, Black
- Mouses Dell USB dois botões
- 2 estações de trabalho Imac Corel 3/4gb/1tb/27pol – OSX 10.11
- 2 notebooks DELL Vostro 3560 com processador Intel Core i3- 2.5Ghz 4GB de RAM HD de 500GB
- Sistema comunicação imediata via internet, Skype
- Gravador de voz Panasonic US 550

Sistemas Embarcados de Comunicação

- Mailing de Imprensa Maxpress
- Ferramenta digital de monitoramento de internet e redes sociais
- Plataforma digital de agendamento e posts no Instagram
- Photoshop, illustrator, InDesing, Premiere, ferramentas que permitem criação e edição de imagens, sites, produtos gráficos e digitais
- Banco de Imagem
- Plataforma para produção e edição de vídeos e animação
- Ferramenta de monitoramento e criação de e-mail marketing e outras funcionalidades para marketing e campanhas
- Sistema de envio de mensagens de texto via SMS para compartilhamento de informações e notícias
- Agenda Google compartilhada
- Plataforma para gravação e edição de áudios

Softwares

- Microsoft Office 2010 x 86
- Microsoft Office 2013 x 64

- Microsoft Office 2016 x 64
- Microsoft Windows 7 PRO x 86
- Microsoft Windows Server 2008 STD 64x
- Microsoft Office Mac
- Adobe Creative Cloud for Mac para equipes
- Microsoft Windows 10 Pro
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 4
- Kaspersky Antivirus Kaspersky Small Office 5
- Mobiledit Compelson Mobiledit cell basic
- Corel Draw

Infraestrutura de TI Instalada

- 1 Link de internet NET 60MB
- 1 Link de internet TIM Live 100MB
- 1 Link de Voz VIVO 10 canais
- 3 Pontos de TV por assinatura NET
- 2 Switchs 48 portas 100/1000
- 1 Patch Panel 48 portas CAT 6
- 1 Patch Panel 24 portas CAT 5
- 1 Roteador Cisco Dual Wan VPN Firewall
- 1 Servidor Dell PowerEdge R430 Intel Xeon 8GB de RAM HD de 1TB
- 1 Servidor Dell PowerEdge T110 Intel Xeon 4GB de RAM HD de 1TB
- 1 No Break 1500 KVA
- 2 No Break 300 KVA

Demais Equipamentos

Telefonia

- 1 Central Telefônica Siemens (Hipafh - Office pro) - capacidade 16 troncos e 52 ramais (1); Interfaces celulares (Chipcell) + kit de instalação (2); Aparelhos digitais KS 12 tx;

2

184

Imagem, som e vídeo

- 4 aparelhos de telefone celular Samsung
- 1 câmera fotográfica Olympus
- 1 câmera fotográfica digital GoPro 60 D e acessórios
- 5 câmeras fotográfica/vídeo Flip
- 1 câmera de vídeo DV Cam - PD 150
- 1 câmera digital de vídeo Samsung
- 1 câmera HD de vídeo - HVR z1n
- 1 VT DV Cam DSR 1
- 1 VT HD HVR M15
- 2 microfones lapela ECM 55b
- 1 kit de Luz (spots de luz fria, 2 microfones de mão, (Akai e Shure), 1 bateria de longa duração, cabos de áudio, prolongas, tripés, 1 mesa de áudio Behringer
- Acervo de vídeos

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A **Pridea Comunicação** irá implantar um sistema de comunicação eficaz para atendimento às demandas de imprensa e comunicação do **Desenvolve SP - Agência de Fomento do Estado de São Paulo S.A.**, órgão vinculado à Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, órgão vinculado ao Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

O atendimento durante toda a execução do contrato, contará com metodologia desenvolvida pela **Pridea**, que inclui rotinas e processos de sucesso comprovados pelos mais de 15 anos de atendimento ao poder público, com alguns 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** –, desenvolvidas a partir das diretrizes e necessidades do **Desenvolve SP**, serão base para o trabalho contínuo de **Implementação e Avaliação**, que acontecerão durante toda a extensão do contrato.

A 185

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

1 - DIAGNÓSTICO

Prazo de Execução:

Uma semana após a aprovação para início de trabalho

De imediato, a **Pridea** iniciará um diagnóstico da atual estrutura de comunicação, sobremaneira de imprensa, do **Desenvolve SP**. Tal ação será facilitada devido à experiência da empresa na área pública. Nesta fase será possível explorar os desafios e variáveis que poderão ou mesmo eventuais problemas que possam servir de obstáculos. O diagnóstico será realizado por profissionais experientes de distintas áreas, com diferentes expertises, em busca do mais completo resultado.

Para o diagnóstico, os profissionais realizarão uma completa “imersão” nos departamentos, bem como com as áreas de comunicação das secretarias, empresas e autarquias ligadas ao governo estadual, seus programas e projetos 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 desenvolvidas pela **Pridea** junto a jornalistas e formadores de opinião, conforme os detalhes abaixo explicitados:

- ✓ **Análise da exposição em mídia:** tal análise permite mensurar e avaliar a presença em mídia do **Governo do Estado de São Paulo**, ou seja, a “saúde da sua marca”. Auxilia sobremaneira na definição de parâmetros e objetivos. De imediato, a **Pridea** iniciará o monitoramento de mídia, 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 **Pridea** terá de enfrentar, em face dos objetivos definidos.
- ✓ **Interpretação de Media Audit:** a **Pridea Comunicação** aplicará um questionário junto aos principais veículos e formadores de opinião a fim de aferir o relacionamento entre esse público e o **Governo de São Paulo**. A ferramenta permite verificar a opinião da imprensa sobre temas e políticas públicas desenvolvidas

pela entidade, além de aprimorar o relacionamento com os jornalistas por meio de um atendimento mais direcionado.

✓ **Objetivos a serem alcançados / cenário macro:** Com base nos dados coletados com as ações acima descritas, a **Pridea** irá elaborar objetivos a serem alcançados, com a determinação de metas a serem atingidas, sempre seguindo as premissas do **Desenvolve SP** e da própria Secretaria Especial de Comunicação. 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 a curto, médio e longo prazo;
- 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 irá 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 o futuro, de elaborar como será a base da comunicação da **Pridea**. Ao longo do tempo, a rotina permitirá que o trabalho se molde à expectativa do **Desenvolve SP**, mas já de início a Agência irá elaborar um planejamento que servirá para definir ações de comunicação integrada.

A partir da coleta do diagnóstico, os profissionais da **Pridea**, com a experiência adquirida em anos de atendimento sequencial a contas públicas, além do conhecimento adquirido em demais clientes do setor privado, 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

Todos os pontos elencados anteriormente têm como objetivo uma implementação eficaz de uma gestão de comunicação. Processos e métodos já testados e com resultados comprovados serão seguidos à risca, em uma estruturada rotina de trabalho. Isso irá maximizar os resultados positivos do Governo do Estado de São Paulo, aprimorando o diálogo com a população e, como consequência, a prestação de serviço.

A implementação terá compromisso permanente com a celeridade do atendimento, com a boa relação com a mídia, com a elaboração correta de materiais a serem distribuídos, com o cumprimento de prazos e com a oferta de *feed-back* constante ao **Desenvolve SP** e à Secretaria Especial de Comunicação (Secom). Além do atendimento reativo, a equipe de comunicação da **Pridea** estará apta a colocar em prática ações proativas planejadas. Todas as atividades 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:

- 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 do Instituto
- Mapa de tarefas
- 2 Relatórios diários de atividades

4 - AVALIAÇÃO

Prazo de Execução:

Imediato, ocorrendo em concomitância à implementação

Além dos dois relatórios de atividades diários, o **Desenvolve SP** e a Secretaria Especial de Comunicação receberão um relatório quinzenal e um relatório 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 pormenorizamos como serão os relatórios).

Todas as ações realizadas pela equipe da **Pridea Comunicação** terão mensuração constante, permitindo alterações e adequações ao longo de sua execução. Os resultados serão aferidos mediante a exposição de mídia e seu impacto na sociedade. A avaliação dos objetivos mais abrangentes poderá ter o apoio de pesquisas de opinião. Tanto a análise de mídia quanto a avaliação de resultados permitirão revisão periódica do diagnóstico e do planejamento, permitindo a redefinição, se assim for preciso, de estratégias e até objetivos.

Metodologia de Atendimento

A **Pridea** irá formar um grupo de profissionais que trabalhará diretamente para o atendimento ao solicitado neste edital, para o **Desenvolve SP**, de maneira integrada. A metodologia que será colocada em prática para o atendimento ao serviço deste edital foi desenvolvida ao longo dos anos de experiência da Agência junto ao atendimento de contas públicas e gerenciamento de crise em diversos clientes.

No total, **06 jornalistas** estarão à disposição do **Desenvolve SP** e da **Secretaria Especial de Comunicação**, conforme determina a carga horária no edital, para serem alocados onde o departamento definir, para melhor aproveitamento de informações. Estes profissionais também estarão em constante contato com os demais colaboradores da **Pridea Comunicação**, de diferentes experiências, formações e capacidades, para uma troca de informações que tem se mostrado sempre proveitosa.

A equipe trabalhará presencialmente no período das 6h às 22h, diariamente. Após este horário, profissionais se manterão de plantão telefônico por meio do celular. Aos finais de semana e feriados haverá equipe de plantão 24 horas por dia, presencialmente ou por telefone. Haverá acompanhamento de eventos e agendas

dos gestores. E em quaisquer dias e horários os profissionais poderão ser demandados para atendimento presencial.

A Agência se compromete a garantir a prestação e qualidade do serviço, obrigatoriamente cumprindo as exigências de formação básica e experiência profissional comprovadas.

De forma sucinta, a **Pridea** elenca abaixo processos para o pronto atendimento que poderão ser implantados conforme a definição do órgão, garantindo, assim, o intercâmbio permanente de informações, avaliação de prioridades, fornecimento de rápidas respostas à imprensa e oportunidades de ações junto à mídia.

- Reunião semanal para planejamento
- Reunião mensal para apresentação de resultados
- Reunião mensal para avaliação de resultados, oportunidades e próximas ações

Todos estes procedimentos poderão ocorrer de maneira online, se assim desejar o **Desenvolve SP** e a Secretaria Especial de Comunicação.

Modelo

É importante ressaltar que a **Pridea** atua de maneira planejada e organizada para atendimento à imprensa. Por isso, define um modelo que inclui metas e objetivos para cada profissional, além de responsabilidades.

Além disso, a **Pridea Comunicação** exige que seu time de assessores interaja com jornalistas e apure de maneira completa as pautas solicitadas. Um protocolo de indagações é incentivado, buscando levantar todos os pontos de dúvidas e necessidades do jornalista solicitante.

O trabalho de busca por informações também é outro ponto a ressaltar. Muitas vezes, mais do que apurar corretamente a pauta a ser respondida, o trabalho de verificação interno, no órgão ou empresa-cliente, é mais importante. Além dos dados a serem respondidos, a equipe da **Pridea** se aprofunda e procura diferenciais, números e novidades para compor as narrativas.

O mesmo acontece na proposição de pautas. A **Pridea** não abre mão do trabalho propositivo (quando o assessor de imprensa sai à frente e sugere pautas ao colega jornalista que trabalha em veículo de comunicação), que deve acontecer diariamente, e de maneira segmentada, sempre completando o trabalho reativo (quando recebe-se demanda de imprensa).

Os principais horários das redações são respeitados, assim como todos os profissionais e influenciadores são mapeados por área de interesse, fazendo com que o contato seja feito de modo a facilitar a rotina do profissional e aumente seu interesse pelo assunto que está sendo oferecido pela assessoria de imprensa.

Todo dia, a equipe coordenada pela **Pridea Comunicação** deve enviar releases à imprensa, segmentando o assunto tratado, tanto por tipo de veículo, abrangência (regional, estadual e nacional) e assunto. O procedimento potencializa as chances para o tema ganhar espaço na imprensa regional e nos diferentes tipos de mídia.

Treinamento de Porta-Vozes e Mailing

A utilização de porta-vozes é constante, já que é valorizada pela imprensa, exatamente por propiciar explicação pormenorizada sobre o assunto tratado. Todos os porta-vozes são previamente selecionados e capacitados, exatamente para que passem de maneira clara a mensagem mais correta. O objetivo é fixar mensagens, alinhar discursos e reforçar técnicas que proporcionem mais eficácia aos porta-vozes em dezenas de situações, inclusive gestão de crise.

Porta-vozes bem preparados podem ser fortes aliados em estratégias de comunicação. A sensibilização de gestores para a importância da comunicação faz parte deste treinamento. O alinhamento do discurso é essencial para evitar percepções errôneas.

Além disso, um mailing com cerca de 52 mil jornalistas e 14 mil veículos, em todo o Brasil, é rotineiramente utilizado, para grandes divulgações ou com segmentação, em um sistema que permite escolher a(s) editoria(s) de interesse, sempre com pelo menos um jornalista por veículo.

Relatórios

Diariamente, a **Pridea** enviará ao **Desenvolve SP** e à Secretaria Especial de Comunicação relatórios de trabalho de seus profissionais. Serão dois envios diários: um no início da tarde – relatando demandas e providências da área de Comunicação no período da manhã, e um à noite completo, com a previsão de reportagens para o dia seguinte e o ocorrido durante todo o dia.

Além disso, outros dois relatórios serão produzidos. O quinzenal: com estratégias e resultados do período anterior, assuntos planejados anteriormente para divulgação ou esclarecimento, reportagens obtidas, reportagens neutralizadas e reportagens derrubadas, além de números sobre matérias positivas, negativas e neutras e tempos de entrevistas de gestores. O mensal: relatório geral sobre o trabalho da Assessoria de Imprensa e Comunicação. Este relatório terá:

- Sumário executivo: texto resumindo o acontecido em relação à imprensa no mês, com as ações tomadas pela Assessoria;
- Resumo numérico de atividades: tabela com números relativos a atendimentos à imprensa, follow-ups, apurações, textos publicados e materiais produzidos;
- Atendimentos a pedidos de veículos: tabela com a quantidade de atendimentos à imprensa, com separação para cada jornal, TV, rádio, site de notícias e emissoras de TV de todo estado;
- Follows realizados: cópias de todos os follow-ups realizados no período, incluindo o release enviado à imprensa;
- Atividades desempenhadas dia a dia: com separação por data, todas as atividades dos profissionais realizadas em cada dia do mês;
- Análise de exposição na mídia: gráficos que demonstrem a avaliação diária de reportagens, com, além do total, segmentações por tipo de veículo, órgão afetado, cidade veiculada e veículo;

- Matérias publicadas na mídia: cópia de todas as reportagens publicadas na imprensa sobre o órgão, no período;
- Papers produzidos;
- Eventos e Produtos: lista explicativa de todos os eventos realizados pelo órgão, com suas respectivas informações;
- Planejamento Estratégico e Operacional: descritivo da elaboração de ações estratégicas a curto, médio e longo prazo;
- Monitoramento de Imprensa: resultado no período do monitoramento de imprensa, identificando o veiculado sobre o assunto no mês anterior.

Objeto

Representar a Outorgante na Concorrência N° 002/2020

Processo Gepin.2 n° 020/2020

Desenvolve SP

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

São Paulo, 28 de Março de 2021.

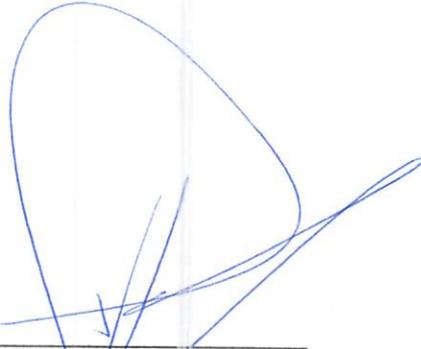
08.353.988/0001-84

PRIDEA
COMUNICAÇÃO LTDA

Rua Capitão Antonio Rosa, 376
9º Andar Conj. 91

Jd. Paulistano - CEP 01443-010

SÃO PAULO-SP



Pedro Silva Issa

Administrador

Pridea Comunicação Ltda

CNPJ: 08.353.988/0001-84