



A Beneficência
Portuguesa
de São Paulo



Introdução

A BP – Beneficência Portuguesa de São Paulo, convida a vossa empresa a participar do processo concorrencial de prestação de serviço de Marketing e Comunicação. Os proponentes deverão utilizar esta e qualquer outra informação fornecida em conjunto com a mesma, única e exclusivamente para responder a esta solicitação.

A reprodução de qualquer parte desta RFP pelos Proponentes está autorizada somente para a preparação da proposta à mesma.

BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo é um dos principais hubs de saúde do país. Contamos com uma rede de clínicas, medicina diagnóstica e educação e pesquisa que conta com cursos, especializações, além de liderarmos pesquisas de mercado para contribuir para a evolução da medicina.

Dentro do nosso compromisso social, está o PROADISUS como um programa que colabora para a transformação da saúde no Brasil. Com nossos 17 projetos, conseguimos levar uma proposta de saúde de qualidade para todas as regiões do país, impactando o trabalho de milhares de profissionais de saúde e levando a nossa expertise e know how até a ponta do atendimento, sendo possível melhorar o sistema e fortalecer a saúde brasileira.

São cinco frentes de atuação: capacitação de recursos humanos; pesquisas de interesse público; estudos de avaliação e incorporação de tecnologias; desenvolvimento de técnicas e operação de gestão em serviços de saúde; e assistência especializada complementar.

Resumo do Escopo do Projeto

A BP – Beneficência portuguesa está dentro do PROADISUS com 17 projetos que fortalecem o sistema único de saúde, cada um dentro de sua frente de atuação.

Todos os projetos tem demandas de comunicação: criação de roteiro para vídeos, produção de vídeos, material impresso focado em Unidades Básicas de Saúde e outros níveis de atenção peças de atração e engajamento de marketing digital e redes sociais para público final. Não há necessidade de criação de landing page ou website ou assessoria de imprensa.

Entre os projetos executados neste triênio 2020 - 2023, são 3 projetos com processos seletivos abertos para a capacitação de profissionais de saúde do Sistema Único de Saúde por meio de cursos EAD na plataforma Moodle. Educa VE, Endometriose Brasil e Qualiguia. Estes são prioritários para a estratégia de comunicação.

Todos os projetos de capacitação têm a peculiaridade de serem destinados à profissionais de saúde de regiões fora das capitais e grandes metrópoles. Outro projeto prioritário é a disponibilização de telessaúde na região Nordeste do país. O projeto TeleNordeste é desenvolvido para os estados do Maranhão, Piauí e Alagoas para atendimento de especialidades dentro da Unidade Básica de Saúde. O projeto visa que o médico de família agende com uma consulta online para discutir casos complexos e diminuir a fila de especialidades. Trazendo mais agilidade ao atendimento e desfecho positivo ao paciente.

O resumo de cada projeto está disponível no [site](#) para consulta e maior entendimento da dinâmica.

Objetivo do plano de comunicação:

A concorrência busca que agencia dê suporte de comunicação para o PROADISUS da BP com prioridade em ofertar os cursos de qualificação profissional na modalidade à distância e autoinstrucional Educa VE, Endometriose Brasil e Qualiguia. Além de suportar as demandas de comunicação de telessaúde dentro



dos municípios Maranhão, Piauí e Alagoas com materiais que apresentem o que é a telessaúde e o propósito do projeto de diminuir filas e mobilidade.

Objetivo do plano: Desenvolver estratégia de comunicação com o objetivo de engajar gestores municipais a incluírem o curso de qualificação profissional como prioridade para os profissionais de saúde (comunicação direta com secretarias, municípios e instituições governamentais); aumentar a adesão de profissionais de saúde aos cursos (comunicação direta com o público final) e aumentar a adesão dos profissionais a telessaúde do projeto TeleNordeste (comunicação direta com médico de família e UBS)

Metodologia

A agência deverá elaborar um plano de comunicação e marketing com o objetivo de atrair os profissionais de saúde para inscrição no curso de adesão a telessaúde.

O plano deverá conter mote de campanha, construção de narrativa focada no benefício da qualificação, cronograma de ações de comunicação, com definição de canais utilizados e investimentos. Deve-se considerar o início a partir de abril para os 4 projetos + a adesão do telessaúde.

A agência deverá apresentar a metodologia de monitoramento de resultados para justificar a estratégia e o budget investido.

A agência deverá apresentar o organograma com a estrutura do atendimento.

Identidade visual

Projeto já possui identidade visual.

Canais

Canais on e off devem ser considerados. Exemplos de canais: comunicação com secretarias municipais e estaduais de saúde; murais de UBS/USF; redes sociais; conteúdo audiovisual; eventos do ministério da saúde, do CONASS e do CONASEMS; imprensa local; canais de WhatsApp com gestores de saúde, mídias sociais; anúncios digitais pagos. Podem ser sugeridos outros canais de divulgação.

Público

Profissionais de saúde (médicos, enfermeiros, psicólogos, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais e dentistas, agentes comunitários de saúde, entre outros) que atuam na Atenção Primária à Saúde (APS) do Sistema Único de Saúde (SUS).

Vale ressaltar que os profissionais de saúde dentro da UBS exercem sua profissão muitas vezes em áreas vulneráveis, com difícil acesso à internet e a tecnologia. Endossamos que este público tenha contato tanto com comunicação offline como online nas campanhas.

Local

A campanha deve levar em consideração que os projetos visam regiões afastadas de grandes capitais, estão em desertos tecnológicos e que a linguagem estética e narrativa deve ser adaptada a realidade do brasileiro classe C e D.

Prazo

Execução entre abril de 2023 até dezembro de 2023.

Orçamento

REGRAS



- Dúvidas relativas aos critérios de seleção deverão ser reportadas no e-mail: brunna.mariel@bp.org.br e serão respondidas prontamente, desde que submetidas. A proposta deve ser encaminhada para o mesmo e-mail.
- O plano de comunicação e marketing é parte obrigatória da proposta e deve ser adequada à proposta enviada.
- A avaliação das propostas levará em conta critérios técnicos e as condições comerciais.
- Declaração de capacidade técnica e CV dos consultores envolvidos.
- Envio da documentação da PJ, contendo: Rol de documentos:

Contrato Social (última alteração) ou Estatuto Social e ata da última Assembleia;
CNPJ;
CND Federal;
CND Estadual;
CND Municipal;
CND Trabalhista;
Certificado FGTS – CRF (Caixa Econ. Federal);
Inscrição Municipal (CCM);
Inscrição Estadual – I.E (se aplicável);
Alvará de Funcionamento da Prefeitura (se aplicável);
Certificado CREMESP (se aplicável);
Balanço Patrimonial ou DRE dos últimos três meses – justificar se não tiver a documentação;
Proposta Comercial;
Fichas cadastrais (anexas) – mencionar dados bancários de Pessoa Jurídica;

Forma de pagamento

Os pagamentos, a partir de fevereiro, serão realizados via depósito em conta ou transferência bancária e não mais através de boletos de pagamento. Estes pagamentos serão realizados em três janelas fixas mensais, mesmo que o prazo de pagamento mínimo (45 dias) seja compatível com os intervalos mencionados o critério será mantido conforme abaixo:

NFs com vencimento entre os dias 1 e 10 do mês - Pagamento será realizado no dia 11 do mesmo mês.

NFs com vencimento entre os dias 11 e 20 do mês - Pagamento será realizado no dia 21 do mesmo mês.

NFs com vencimento entre os dias 21 e 30 ou 31 do mês – Pagamento será realizado no 1º dia útil do mês subsequente

A orientação é ter um prazo de pagamento mais extenso possível, sugeri 45 dias, mas este prazo pode ser alinhado com o time Proadi e financeiro.

CRONOGRAMA

Envio de Proposta da primeira proposta: até dia 24/03/2022

Reuniões de alinhamento com os proponentes: 27 a 31/03/2023

Aceite de Proposta final: até dia 07/04/2023

Período para execução do projeto: 20/04/2023 a 15/12/2023, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as Partes. Conclusão dos trabalhos em dois meses após a assinatura do contrato.