

PROPOSTA TÉCNICA

2.2.1. Subquesto 1 – Criação de texto para site.

Layout do site: O site terá um header, com 3 imagens e textos que rodam em carrossel, chamando para as principais áreas do site. Além disso, haverá um menu com todas as seções disponíveis para acesso. **Carrossel1:** EMPREENDEDORISMO SEM BUROCRACIA: Empreenda de forma simples e rápida: acesse e abra seu negócio ou melhore o ciclo de vida e produtividade da empresa que você já tem; **Carrossel2:** CONHEÇA O PROGRAMA EMPREENDA RÁPIDO: Aqui, você encontra tudo o que precisa pra abrir ou ampliar seu negócio. Você pode abrir uma empresa, acessar crédito, aprender a gerir seu negócio e muito mais; **Carrossel3:** ACESSE O SIC PARA SOLICITAR DOCUMENTOS: No Sistema Integrado de Informações ao Cidadão, você pode solicitar documentos e dados relacionados aos órgãos e entidades da Administração Pública.

Seções do Menu: Qualificação Técnica/ Qualificação empreendedora/ Formalização e regularização/ Inovação tecnologia e produtividade/ Acesso a crédito/ Acesso a novos clientes.

Qualificação técnica: Quer se formalizar como MEI ou já é formalizado e não tem domínio técnico da sua atividade? Temos diversos cursos em vários pontos do estado. Você aprenderá sobre a teoria e a prática que vão ajudar você a melhorar sua produtividade e reduzir custos.

Qualificação empreendedora: Quer melhorar a gestão do seu negócio? Oferecemos cursos para a formalização do seu negócio e para melhorar a sua performance, produtividade e competitividade. São temas como vendas, finanças, marketing digital e muito mais.

Formalização e regularização: Quer se formalizar? Aqui você encontra todas as informações que precisa de forma prática e sem burocracia. Já é formalizado e tem dúvidas ou pendências na regularização? Temos informações e instruções para solucionar cada problema. **Inovação, tecnologia e produtividade:** Quer que seu negócios cresça de forma sustentável? Participe dos cursos de Inovação, Tecnologia e Produtividade. Assim, você aprenderá a se diferenciar no mercado, agregando valor aos seus serviços e produtos. **Acesso a crédito:** Quer acesso a crédito rápido e com ótima taxas? Temos linhas de financiamento em diversas modalidades para o empreendedor informal, produtor rural, MEI, ME e EPP através do Banco do Povo Paulista, com presença em 480 municípios, ou através do Sebrae SP, para concluintes do Programa Super MEI, com apoio da Desenvolve SP e BNDES. **Acesso a novos clientes:** Quer vender mais? Com o apoio do Sebrae e parceiros que conhecem os caminhos dos negócios, você pode aumentar suas vendas pela internet. Inscreva-se agora na capacitação do seu interesse.

2.2.2 Subquestito 2 – Criação de texto para redes sociais.

Estratégia nas redes-sociais:

Para as redes-sociais, vamos adotar uma estratégia de conteúdo. Vamos dar pílulas de informações com dicas que podem ajudar os empreendedores a terem sucesso, como por exemplo “A importância do fluxo de caixa”, “Business Plan”, “Finanças pessoais X Finanças Empresariais” e outros assuntos relacionados aos cursos do Empreenda Rápido. Além disso, teremos também post institucionais, contando mais sobre o programa e seus pilares.

Exemplo de post1:

Imagem: Foto de caixa de lojas, com texto por cima: Você sabe a importância do fluxo de caixa?

Legenda: O fluxo de caixa é um instrumento de controle que permite acompanhar as movimentações financeiras de uma empresa através da relação de entra (receitas) e saídas (despesas). Você pode organizar uma planilha com essas informações. Assim, é possível identificar gastos excessivos, fazer previsões de receitas, identificar produtos mais lucrativos, entre outros benefícios. Quer saber mais? Faça o Curso Online de Gestão Administrativa.

Exemplo de post2:

Imagem: Foto de planilhas sobre uma calculadora, com texto por cima: Confira a importância do Business Plan para sua empresa. **Legenda:** O Business Plan é um plano de negócio. Trata-se de uma projeção que o empreendedor faz que descreve como uma empresa irá atingir seus objetivos, sobre vários pontos de vista (marketing, financeiro, operacional). Esse plano ajuda o empresário na hora de tomar decisões. O Business plan analisa o mercado, a concorrência, o plano operacional e de investimentos, projeções financeiras e muitos outros fatores. Quer saber mais? Faça o Curso Online de Planejamento Empresarial.

Exemplo de post3:

Imagem: Post com LOGO do programa, com texto embaixo: Você conhece o Empreenda Rápido? **Legenda:** O programa Empreenda Rápido é um programa do Governo de SP, em parceria com o Sebrae-SP, que reúne tudo que o empresário precisa para abrir ou ampliar seu negócio. O programa é baseado em 6 pilares, em que o empreendedor por abrir sua empresa com agilidade, acessar crédito com as melhores taxas de juros, aprender a gerir seu negócio e se inscrever em cursos de qualificação.

2.2.3. Subquesto 3 – Criação de gif animado.

GIFs: CD ANEXO

Para os GIFs, vamos usar uma estratégia de divulgar o programa. Para isso, vamos fazer pequenas explicações dos pilares do Empreenda Rápido de forma simples e clara. Os GIFs serão usados no Whatsapp, Instagram e Facebook.

Storyborad = GIF:

Step1 (0:00 – 0:03): Você conhece o Empreenda Rápido?

Step2 (0:03 – 0:010): É um programa do Governo de SP e do Sebrae SP para ajudar empreendedores.

Step3 (0:010 – 0:013): Nele, você consegue:

Step4 (0:013 – 0:016): - Abrir sua empresa de forma rápida.

Step5 (0:016 – 0:019): - Acessar crédito com as melhores taxas de juros.

Step6 (0:019 – 0:022): - Fazer cursos e aprender a gerir seu negócio.

Step7 (0:022 – 0:025): Saiba mais em: www.empreendarapido.sp.gov.br

Whatsapp: No Whatsapp, enviaremos o GIF na íntegra. Além do envio do GIF, enviaremos um texto no corpo da mensagem: “Quer empreender? Conheça o Empreenda Rápido em: www.empreendarapido.sp.gov.br”.

Facebook: No Facebook, postaremos o GIF na íntegra, com um complemento na legenda do post: “No programa Empreenda Rápido, você abre sua empresa sem burocracia, acessa crédito com as melhores taxas e faz cursos de capacitação. Saiba mais em: www.empreendarapido.sp.gov.br”.

Instagram: No Instagram, por se tratar de uma mídia mais rápida, vamos usar uma versão encurtada do GIF, com o complemento em legenda: “No programa Empreenda Rápido, você abre sua empresa sem burocracia, acessa crédito com as melhores taxas e faz cursos de capacitação. Saiba mais em: www.empreendarapido.sp.gov.br ou acesse o link na bio”.

Storyborad = GIF (Versão Instagram):

Step1 (0:00 – 0:03): Você conhece o Empreenda Rápido?

Step2 (0:03 – 0:010): É um programa do Governo de SP e do Sebrae SP para ajudar empreendedores.

Step3 (0:010 – 0:013): Saiba mais em: www.empreendarapido.sp.gov.br

(4)

2.2.3.1. Peças e/ou material

CD ANEXO

5



2.2.4. Subquesto 4 - VEÍCULO ONLINE

PROGRAMA EMPREENDA RÁPIDO

A primeira questão, ao iniciar um trabalho de monitoramento e análise de redes, é o tempo do estudo: qual o período de coleta de dados? Como o intervalo não foi estipulado pelo edital, esta análise iniciará pela data de lançamento do programa: 19 de julho de 2019.

Em resposta ao subquesto 4, “acompanhamento de tema em veículo online”, encontrado na página 64 do edital, assumimos aqui que veículo online se refere às publicações em blogs, portais de notícias e artigos.

Para este estudo, utilizamos a *Stilingue* para fazer coleta e extração dos dados. A ferramenta foi selecionada por ser referência no Brasil, além de oferecer a maior abrangência de coleta de portais e blogs oferecida no mercado.

Subquesto 4a)

Para configurar uma coleta de monitoramento é preciso definir os termos de busca a serem coletados pela ferramenta. Ou seja, as palavras-chave que podem constar em textos relacionados ao tema em questão. O processo é muito parecido com a forma que as pesquisas no Google funcionam.

Uma busca booleana foi configurada com os termos “empreenda rápido” e “empreenda rapido”, com e sem acentuação.

As aspas foram utilizadas para isolar as palavras “empreenda” e “rápido”, respectivamente, para que a coleta seja assertiva. Após identificarmos os termos associados ao programa, incluímos as seguintes buscas: “desenvolve sp”, “abertura de empresa”, “banco do povo”, “desenvolvimento econômico”, “serviços”, “renda”, “inscrições”, “acesso”, “sebrae sp”, “parceria” e “Estado de São Paulo”, com as devidas programações que a ferramenta exige.

Subquesto 5a), houve 707 publicações em portais de notícias e 101 publicações em blogs. O volume total é de 808 menções.



No subquesto 5b) é solicitada a *regionalização e origens das menções*. Nesta análise, assumimos que regionalização e origem de menções são a mesma coisa, ambas fazendo referência à cidade ou estado de cobertura do portal ou blog. Essa informação não é entregue via API de ferramentas, portanto, para suprir essa limitação, fizemos um tagging manual de todas as menções que coletamos, individualmente entrando em cada site para descobrir onde fica a sede do portal ou blog.

No subquesto 5c) é solicitada a *classificação das interações dos usuários (neutra, positiva e negativa)*. Neste estudo, nomearemos esta classificação como sentimento. Existem três maneiras de entregar uma análise de sentimento: a primeira é através de NLP (*natural language processing* ou processamento de linguagem natural) da ferramenta. Nesse caso, ferramentas como a Stilingue utilizam NLP de sentimentalização com acerto entre 75% e 80%. A NLP é estruturada de acordo com a língua portuguesa e não sobre assuntos específicos. Jornalistas têm diferentes construções textuais sobre diversos temas. Um texto político destoa de uma conversa sobre Big Brother por conta dos vícios de linguagem, gírias e construção de narrativas, portanto, a margem de erro de análise automática pode estar entre 20% e 25%.

A segunda maneira de sentimentalizar os dados é utilizando NLP em conjunto com *machine learning* específica para o tema tratado. Para viabilizar essa análise, é necessária uma base de dados com, no mínimo, 5.000 publicações. De maneira manual, um analista ensina ao sistema o que é considerado positivo, neutro ou negativo. Depois deste tempo de aprendizado, o sistema tem assertividade em por volta de 95% das menções.

Já a terceira forma de analisar e segmentar as menções por sentimento é com o tagging manual de publicações. No caso do Programa Empreenda Rápido, com o total de 808 menções, é a maneira mais assertiva e viável de mensuração. Elogios ao programa são associados ao sentimento positivo; divulgação de datas e outras informações são consideradas neutras e o negativo está atrelado às críticas pontuadas.

2.2.5. Subquestão 5 - REDES SOCIAIS

A primeira questão, ao iniciar um trabalho de monitoramento e análise de redes, é o tempo do estudo: qual o período de coleta de dados? Como o intervalo não foi estipulado pelo edital, esta análise iniciará pela data de lançamento do programa: 19 de julho de 2019.

Em resposta ao subquestão 5, “acompanhamento de tema em redes sociais”, encontrado na página 64 do edital, utilizamos a *Stilingue*, ferramenta referência no mercado, para fazer coleta e extração dos dados. A *Stilingue* tem a coleta mais ampla do Facebook, além de disponibilizar dados retroativos de forma ampla. A ferramenta captura dados das principais redes sociais: Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Foursquare, Google+, Reclame Aqui, Tumblr e Twitter.

No subquestão 5a) é solicitado o *volume total de menções* do tema. Aqui, assumiremos que o *volume total de menções* se refere ao conteúdo ou comentário único, ou seja, retweets, compartilhamentos de conteúdos no Facebook e curtidas não estarão incluídos neste cálculo. O volume se refere somente a conteúdos ou comentários originais nas redes.

Para configurar uma coleta de monitoramento é preciso definir os termos de busca a serem coletados pela ferramenta. Ou seja, as palavras-chave que podem constar em textos relacionados ao tema em questão. O processo é muito parecido com a forma que as pesquisas no Google funcionam.

Uma busca booleana foi configurada com os termos “empreenda rápido” e “empreenda rapido”, com e sem acentuação.

As aspas foram utilizadas para isolar as palavras “empreenda” e “rápido”, respectivamente, para que a coleta seja assertiva. Após identificarmos os termos associados ao programa, incluímos as seguintes buscas: “desenvolve sp”, “abertura de empresa”, “banco do povo”, “desenvolvimento econômico”, “serviços”, “renda”, “inscrições”, “acesso”, “sebrae sp”, “parceria” e “Estado de São Paulo”, com as devidas programações que a ferramenta exige.



No subquesto 5a) no Facebook houve 366 publicações coletadas e 34 comentários, no Twitter 154 publicações, no Instagram 24 publicações, no Youtube houve 38 comentários e no Tumblr 2 publicações sobre o programa. O volume total é de 618 menções. É importante ressaltar que as ferramentas não têm leitura de imagem, sendo assim, coletam apenas em forma de texto.

No subquesto 5b) é solicitada a *regionalização e origens das menções*. Nesta análise, assumimos que regionalização e origem de menções são a mesma coisa, ambas fazendo referência à cidade ou estado de cobertura do portal ou blog. Essa informação não é entregue via API de ferramentas, portanto, para suprir essa limitação, fizemos um tagging manual de todas as menções que coletamos, individualmente entrando em cada site para descobrir onde fica a sede do portal ou blog.

No subquesto 5c) é solicitada a *classificação das interações dos usuários (neutra, positiva e negativa)*. Neste estudo, nomearemos esta classificação como sentimento. Existem três maneiras de entregar uma análise de sentimento: a primeira é através de NLP (*natural language processing* ou processamento de linguagem natural) da ferramenta. Nesse caso, ferramentas como a Stilingue utilizam NLP de sentimentalização com acerto entre 75% e 80%. A NLP é estruturada de acordo com a língua portuguesa e não sobre assuntos específicos. Jornalistas têm diferentes construções textuais sobre diversos temas. Um texto político destoa de uma conversa sobre Big Brother por conta dos vícios de linguagem, gírias e construção de narrativas, portanto, a margem de erro de análise automática pode estar entre 20% e 25%.

A segunda maneira de sentimentalizar os dados é utilizando NLP em conjunto com *machine learning* específica para o tema tratado. Para viabilizar essa análise, é necessária uma base de dados com, no mínimo, 5.000 publicações. De maneira manual, um analista ensina ao sistema o que é considerado positivo, neutro ou negativo. Depois deste tempo de aprendizado, o sistema tem assertividade em por volta de 95% das menções.

Já a terceira forma de analisar e segmentar as menções por sentimento é com o tagging manual de publicações. No caso do Programa Empreenda Rápido, com o total de 808 menções, é a maneira mais assertiva e viável de mensuração. Elogios ao programa são associados ao

sentimento positivo; divulgação de datas e outras informações são consideradas neutras e o negativo está atrelado às críticas pontuadas.

Handwritten signature and a circled number 10.

2.2.6. Subquesto 6 - Composição dos Produtos/Serviços e Custo.

Nº	Produto/Serviço	Unidade de medida	Quantidade	Valor unitário em R\$	Valor total para 15 meses em R\$ (Quantidade X Valor Unitário) - Projeto Empresa SP	
1.	Acompanhamento e Análise de Dados					
1.1	Acompanhamento online					
	a	Baixa complexidade	Unidade	5	27.443,29	0,00
	b	Média complexidade	Unidade	5	41.369,11	0,00
	c	Alta complexidade	Unidade	5	59.369,18	267.161,31
1.2	Análise de dados		Diária	135	1.066,42	143.967,25
2.	Produção de conteúdo					
2.1	Produção de conteúdo para sites, portais, aplicativos móveis e redes sociais					
	a	Baixa complexidade	Unidade	5	17.532,36	0,00
	b	Média complexidade	Unidade	5	31.734,05	0,00
	c	Alta complexidade	Unidade	5	52.188,97	234.850,37
2.2	Elaboração de texto de língua		Unidade	14	741,92	10.015,89
2.3	Apresentação de projetos, ações e programas de Estado de São Paulo					
	a	Baixa complexidade	Unidade	5	4.593,65	20.671,41
	b	Média complexidade	Unidade	3	7.887,72	23.663,17
	c	Alta complexidade	Unidade	3	11.956,31	35.868,92
3	Gestão de redes sociais e interação Digital ; SAC - Serviço de Atendimento ao Cidadão					
	a	Baixa complexidade	Unidade	5	20.916,35	0,00
	b	Média complexidade	Unidade	5	35.899,83	0,00
	c	Alta complexidade	Unidade	5	51.920,76	233.643,42
4	Produção e manutenção de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis.					
4.1	Adaptação ou replicação de tela					
	a	Baixa complexidade	Unidade	9	1.428,84	12.859,57
	b	Média complexidade	Unidade	9	2.308,98	20.780,84
	c	Alta complexidade	Unidade	9	3.968,05	35.712,48
4.2	Diagnóstico e matriz estratégica					
	a	Baixa complexidade	Unidade	5	3.693,50	17.728,79
	b	Média complexidade	Unidade	9	7.162,76	64.464,86
	c	Alta complexidade	Unidade	7	10.235,05	73.692,35
4.3	Diagnóstico de TI		Unidade	7	9.634,71	69.369,92
4.4	Análise de Conteúdo		Unidade	9	4.165,83	37.492,43
4.5	Arquitetura de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis.					
	a	Baixa complexidade	Unidade	7	5.147,54	37.062,28
	b	Média complexidade	Unidade	7	8.767,83	63.128,39
	c	Alta complexidade	Unidade	7	12.503,65	90.026,30
4.6	Projeto Editorial		Unidade	7	7.840,95	56.454,82
4.7	Escopo Funcional de sites, portais, hotspots, landing pages e aplicativos móveis.					
	a	Baixa complexidade	Unidade	7	2.973,89	21.412,00
	b	Média complexidade	Unidade	7	4.985,41	35.894,94
	c	Alta complexidade	Unidade	7	7.746,15	55.772,28
4.8	Escopo Técnico de TI		Horas	6.000	92,83	557.005,68
4.9	SEO – Search Engine		Unidade	5	5.623,96	25.307,80
4.10	Análise de Tráfego de Rede		Unidade	5	8.419,74	37.888,83
4.11	Manutenção		Horas	6.000	111,22	667.309,92
	TOTAL					2.949.206,20

11

2.3 QUESITO 2 – Relato de Uma Ação de Comunicação

RELATO SOMPO SEGUROS

Projeto = Contexto:

Cada vez mais, os consumidores buscam informações sobre produtos e serviços na internet. Pensando em se inserir neste cenário, a Sompo Seguros precisava agilizar o seu atendimento nas plataformas digitais e se tornar ainda mais próxima aos clientes. Para solucionar esse desafio, a agência REF+ criou a Sayuri, uma assistente virtual com inteligência artificial que tira dúvidas sobre os serviços da empresa e sobre o universo automobilístico em geral.

Projeto = Descritivo:

O projeto foi estruturado tendo como principal pilar a tecnologia de inteligência artificial, que foi incorporada em um Chatbot para esclarecer dúvidas como, por exemplo: “o que significam as luzes acesas no painel?”, “quando fazer o rodízio dos pneus?”, “quando trocar os bicos injetores?” e “qual o valor do meu carro?”.

A cada pergunta nova feita no site, inserimos novos inputs na inteligência artificial. Ao alimentar o sistema com novas informações, o Chatbot incorpora os aprendizados para ampliar o número de respostas e torná-las ainda mais assertivas. Assim, mesmo que a tecnologia não saiba a resposta, com o tempo ela irá aprendê-la e enviará a solução do questionamento ao consumidor.

Projeto = Descritivo do Site:

Esse Chatbot ficou hospedado em uma Landing Page, que tinha um layout *clean* e minimalista. No site, havia o logotipo da marca, uma ilustração 3D da personagem Sayuri e um caixa de mensagens, onde os usuários podiam digitar suas dúvidas. Neste área de interação, haviam 8 editoriais macro, indicando sobre quais assuntos os usuários poderiam buscar mais informações: Problemas no carro, Carros para comprar, Notícia do Dia, Dicionários de Peças, Simular Seguro, Tabela FIPE, Dúvidas Gerais, Sobre a Sompo.

Estruturação da Campanha:

Para ativar a campanha e gerar fluxo para a Landing Page, criamos todo um ecossistema de anúncios digitais. Mapeamos as dúvidas mais frequentes dentro do universo automobilístico usando o Google Trends. Assim, fizemos peças baseadas no que as pessoas mais querem saber sobre carros, como por exemplo: “o que fazer quando a luz do óleo está acesa”, “o momento

certo para trocar as velas de ignição” e “quando fazer o rodízio dos pneus?”.

Estruturação da Campanha = Descritivo do Post Animado:

Legenda:

A Sompo Seguros apresenta a Assistente Virtual que responde às suas perguntas. Fale com a Sayuri. Quando o assunto é carro, conte com a seguradora faixa-preta e com o Seguro Auto da Sompo, que faz de tudo pela sua tranquilidade

Vídeo:

Step1:

Lettering: Quando fazer o rodízio dos pneus?

Step2:

Lettering: Fale com a Sayuri, a assistente virtual faixa-preta em carro da Sompo Seguros.

Imagem: Animação 3D da personagem Sayuri, uma menina de cabelos pretos curtos e vestindo um kimono.

Step3:

Lettering: Sompo Seguros. Você sempre bem.

Imagem: LOGO da Sompo Seguros.

Estruturação da Campanha = Descritivo do Post Carrossel:

Legenda:

Está com dúvida sobre carros? Fale com a Sayuri, ela encontra a melhor solução para você. Conte com a seguradora faixa-preta e com o Seguro Auto que faz de tudo pela sua tranquilidade.

Carrossel:

Imagem1:

Lettering: Aditivo ou água: o que é melhor usar no radiador?

Imagem2:

Lettering: Quando fazer o rodízio dos pneus?

Imagem3:

Lettering: Quer saber o momento de trocar as velas de ignição?

Imagem4:

Lettering: Fale com a Sayuri, a assistente virtual faixa-preta em carro da Sompo Seguros.

Imagem: Ilustração 3D da personagem Sayuri, uma menina de cabelos pretos curtos e vestindo um kimono.

Imagem5:

Lettering: Sompo Seguros. Você sempre bem.

Imagem: LOGO da Sompo Seguros.

3) GIFs:

Para tornar nossa personagem Sayuri mais humana e empática, criamos uma série de GIFs com uma animação 3D da Sayuri. Esses GIFs traziam ela fazendo diferentes movimentos, como por exemplo: dando tchau, fazendo um coração com as mãos, fazendo um movimento de chute e imitando um cumprimento japonês.

Os GIFs eram usados em peças de mídias digitais e posts nas redes-sociais.


Desafio Inicial: Desenvolver inteligência artificial que interagiria nas redes sociais automaticamente com milhares de potenciais consumidores.

Resultados: 2019

5.129 conversas/11.619 conversas/2,27 média/usuário/25:16 recorde de utilização
27 leads gerados (lembrando que não era o foco do chatbot)/82% acessos de SP
80% acessos via mobile

São Paulo, 17 de maio de 2020.

SOMPO SEGUROS S/A


Sompó Seguros S/A
André Gouw
Gerente Comunicação e Marketing
André Gouw
Gerente de marketing
andreg@sompo.com.br

R.E.F COMUNICAÇÃO LTDA.


Fernando Demetrio Calfat Junior


Renato Pereira