



**Bom dia**

*Que honra participar  
da final do PUA*

Grupo 4:

Eduardo Dalbem

PUCRS

Natália Appel

UFRGS

Nathalia Paloschi

PUCRS

Thays Oliveira

PUCRS

Dr. Diego Wander da Silva

Orientador

1 ▶▶▶

Imersão

Tim

Estudos  
preliminares sobre a  
organização  
e a marca

Acesse o relatório  
completo



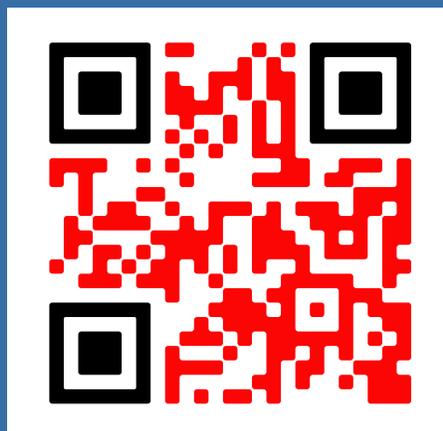
**TIM** +  
**Estudos preliminares sobre a  
organização e a marca**



G4 - Eduardo Dalbem, Natália Appel, Nathalia Paloschi e Thays Maria

Coleta de dados  
primários –  
percepções sobre a  
marca Tim

Acesse o relatório  
completo



**TIM**

**Relatório de pesquisa -  
percepções sobre a marca**

G4 - Eduardo Dalbem, Natália Appel, Nathalia Paloschi e Thays Maria

# 1

## NOSSO DESAFIO

Queremos  
mudar a  
percepção dos  
públicos sobre  
a importância  
da conectividade.

# 2

## PONTO DE PARTIDA

Precisamos  
de uma  
abordagem ampla  
e consistente  
para um problema  
complexo.

# 3

## ABORDAGEM MULTIPÚBLICOS

Necessitamos  
impactar públicos  
diversos em múltiplas  
experiências,  
para promover  
uma transformação  
gradual.

# 4

## MAIS QUE NARRATIVAS

Vamos contemplar  
iniciativas que tragam  
visibilidade para práticas já  
realizadas e propor  
ações capazes de  
ressignificar a percepção  
sobre a conectividade.



2 ▶▶▶

Premissas

# juntos

*A gente acredita que  
é preciso fomentar um  
movimento articulado  
entre marcas do setor.*



# + impacto

*Por meio de novas abordagens,  
vamos demonstrar que  
a conectividade está associada  
ao desenvolvimento social e à  
qualidade de vida das pessoas.*

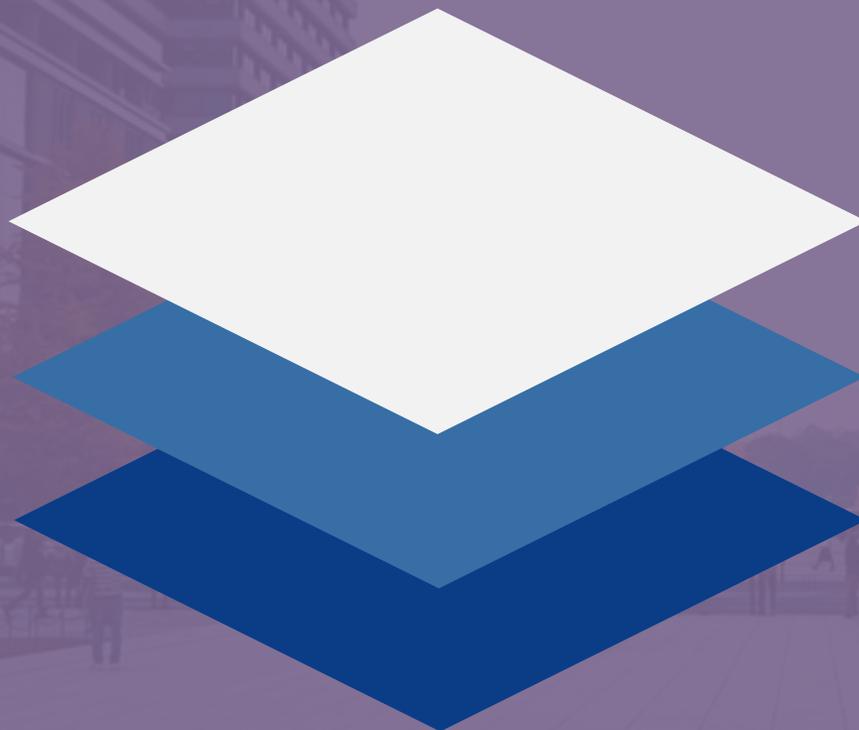
# olhar sensível

*Não devemos ignorar os problemas sociais do nosso país e como são flagrantes e expressivas as implicações da falta de conectividade.*





Protagonismo da  
marca mediante  
ações articuladas ao setor  
de telecomunicações e  
individuais, onde se inclui  
o Instituto Tim.



+ referencialidade  
e *share of mind*

+ reputação positiva

+ diversidade de sentidos  
associados à marca

3 ▶▶▶

# Objetivos

1

**Redimensionar a percepção dos públicos sobre a conectividade**, associando-a ao desenvolvimento social e à qualidade de vida.

ARTICULAÇÃO EM REDE

2

**Posicionar a TIM como marca protagonista na transformação de realidades**, especialmente no que envolve a dimensão social e ambiental, ancorada por práticas consistentes de gestão e governança.

FRENTES INDIVIDUAIS

4 ▶▶▶

Escopo

De modo integrado, porém sob ênfases específicas

sensibilizar

1

Setorial

dar visibilidade

2

Institucional

Impactar positivamente

3

Instituto Tim

An aerial photograph of a densely packed urban neighborhood, likely in Brazil, showing numerous multi-story apartment buildings with balconies and satellite dishes. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. In the background, a body of water and a hill are visible under a hazy sky.

5 ▶▶▶

# Mensagem central



**mais  
conectividade**

menos barreiras

mais desenvolvimento social

mais qualidade de vida

menos exclusão social



6 ▶▶▶

# Públicos

## Visão sistêmica dos interlocutores do projeto

### 1 Empregados

2 Consumidores finais

3 Formadores de opinião e influenciadores digitais

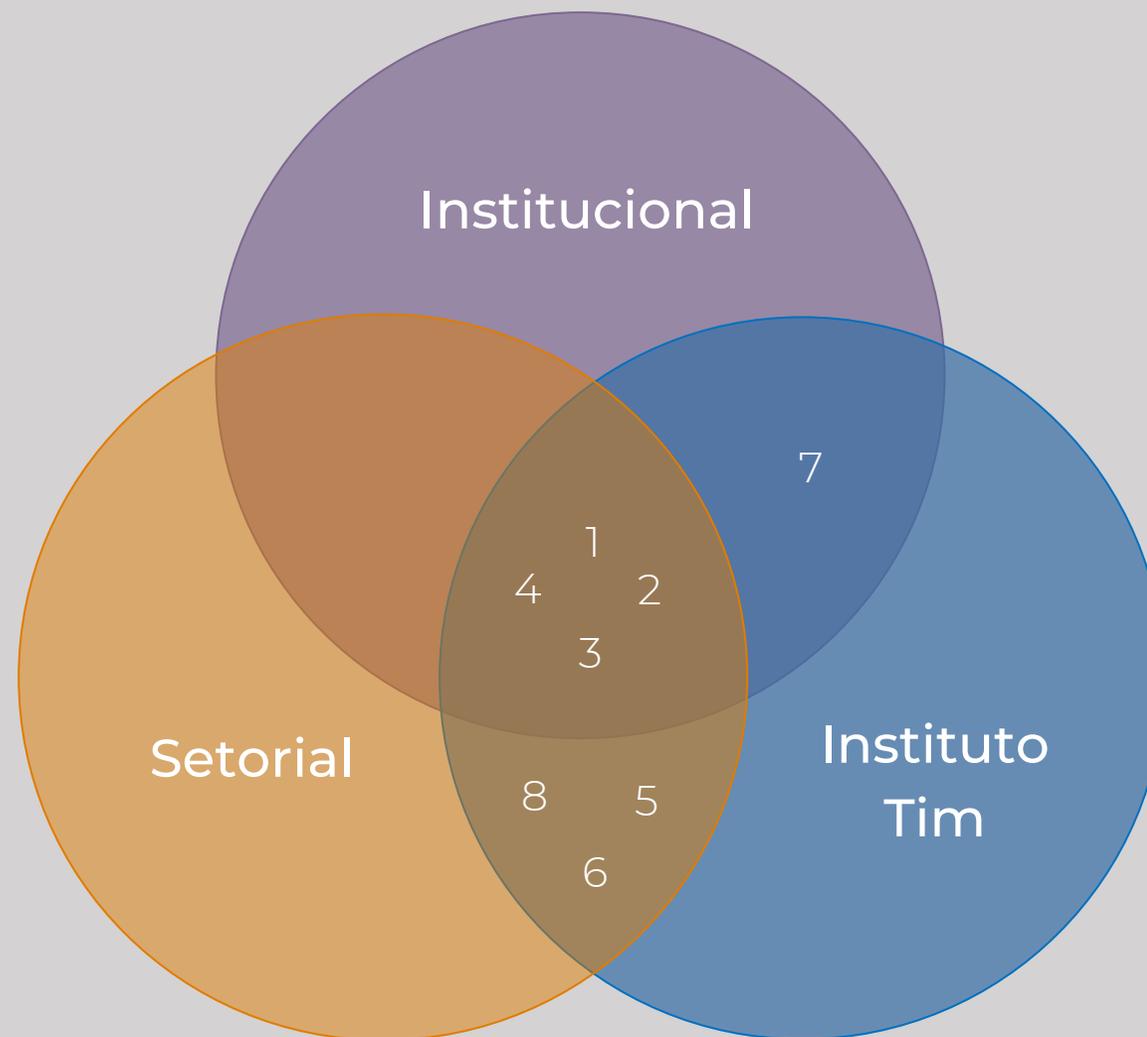
4 Imprensa

5 Agências reguladoras

6 Entidades representativas do setor

7 Investidores

### 8 Comunidades





Escopo

Setorial



Escopo

Institucional



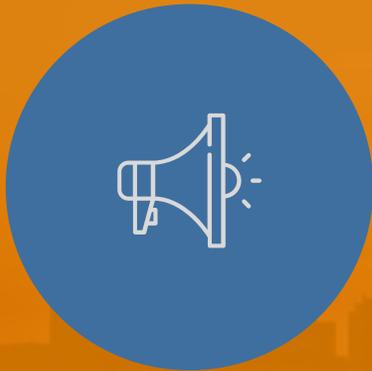
Escopo

Instituto Tim

# Movimento Conexões que libertam

*Cobranding entre marcas  
do setor de telecomunicações para  
estimular a valorização de benefícios  
muitas vezes despercebidos ou  
pouco valorizados.*





Campanha  
publicitária



Websérie  
documental



Programas de  
*Podcasts*



Campanha  
publicitária



Websérie  
documental



Programas de  
*Podcasts*

# SÍNTESE

Queremos demonstrar **acontecimentos que articulem sensibilidade e impacto expressivo**. Sem a conectividade eles não seriam possíveis.

Essas narrativas vão ganhar as ruas e chegar às casas dos brasileiros, em um trabalho articulado por marcas do setor. **Juntas.**

ESCOPO SETORIAL  
MOVIMENTO CONEXÕES  
QUE LIBERTAM

**AÇÃO 1 – CAMPANHA  
PUBLICITÁRIA**



Veiculação na TV



Saúde

Cirurgia a distância  
via internet

Proteção ambiental

Aldeia indígena do  
Xingu que agora pode  
realizar denúncias

Relações

Pacientes conseguiram manter  
contato com suas famílias  
mesmo em isolamento

Projeções  
de alto impacto



Descubra  
como a  
conectividade  
salvou a vida  
do João

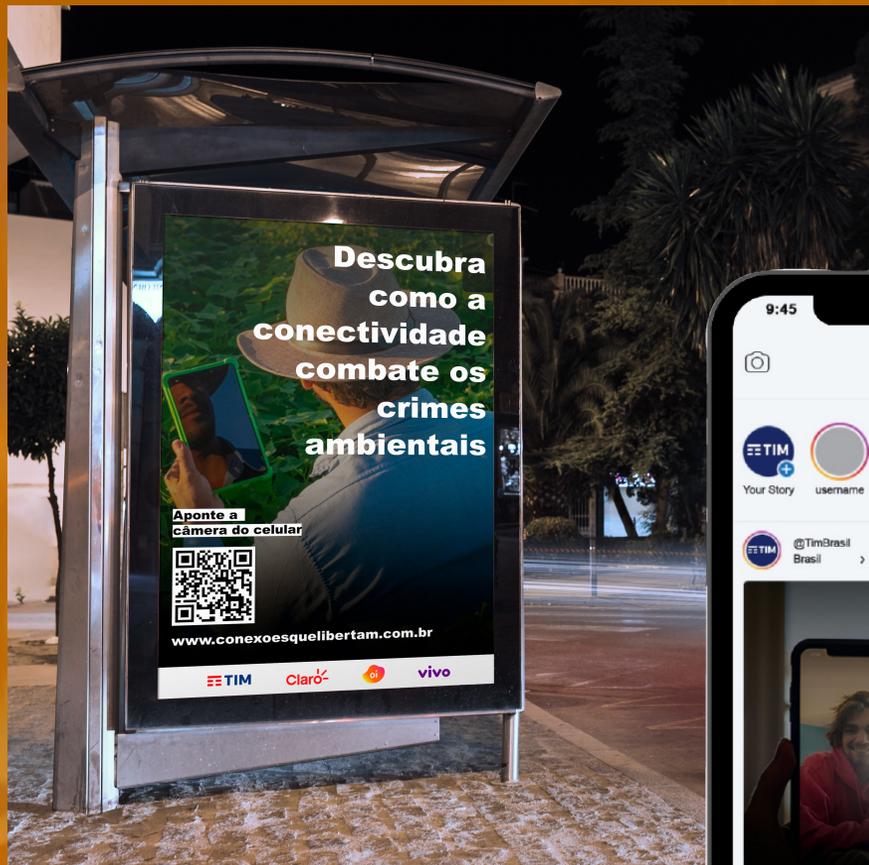


Acesse  
[www.casexposquemoram.com.br](http://www.casexposquemoram.com.br)

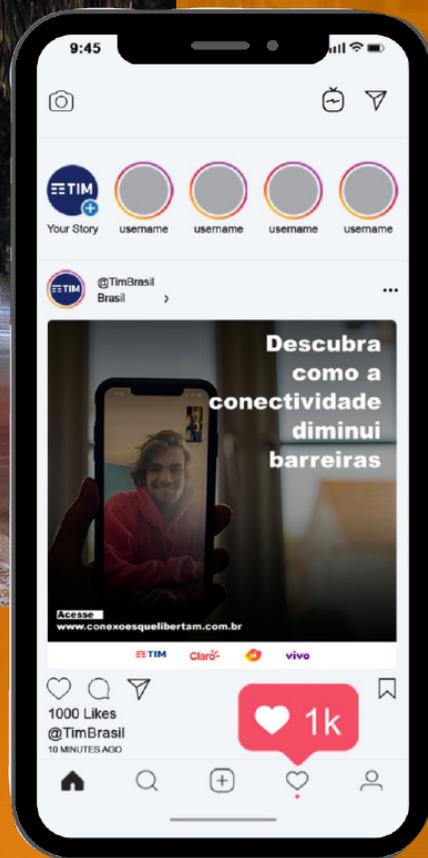
TIM Claro vivo

A large-scale projection on a building facade featuring a portrait of a smiling man. The text is overlaid on the image. At the bottom, there are logos for TIM, Claro, and vivo.

Nas ruas



Nas mídias sociais



Na voz de influenciadores relevantes





Campanha  
publicitária



Websérie  
documental



Programas de  
*Podcasts*

# SÍNTESE

Vamos contar histórias de vida transformadas pela conectividade, a partir de uma questão-guia:

**Já pensou como seria o mundo sem conexão?**

A iniciativa contempla episódios semanais, divulgados nos aplicativos dos clientes das marcas, via e-mail marketing e nos canais que integram o sistema de comunicação das operadoras.

ESCOPO SETORIAL  
MOVIMENTO CONEXÕES  
QUE LIBERTAM

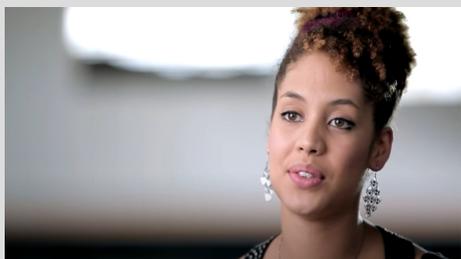
**AÇÃO 2**  
WEBSÉRIE DOCUMENTAL

APRESENTAÇÃO

Maju Coutinho



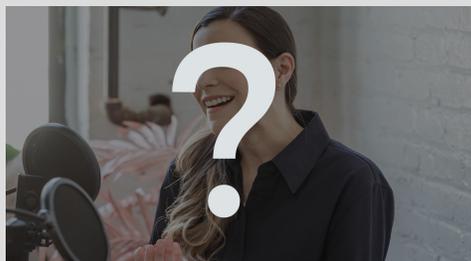
Dona Maria aprendeu a usar o celular para manter contato com seus filhos que moram a mais de mil km



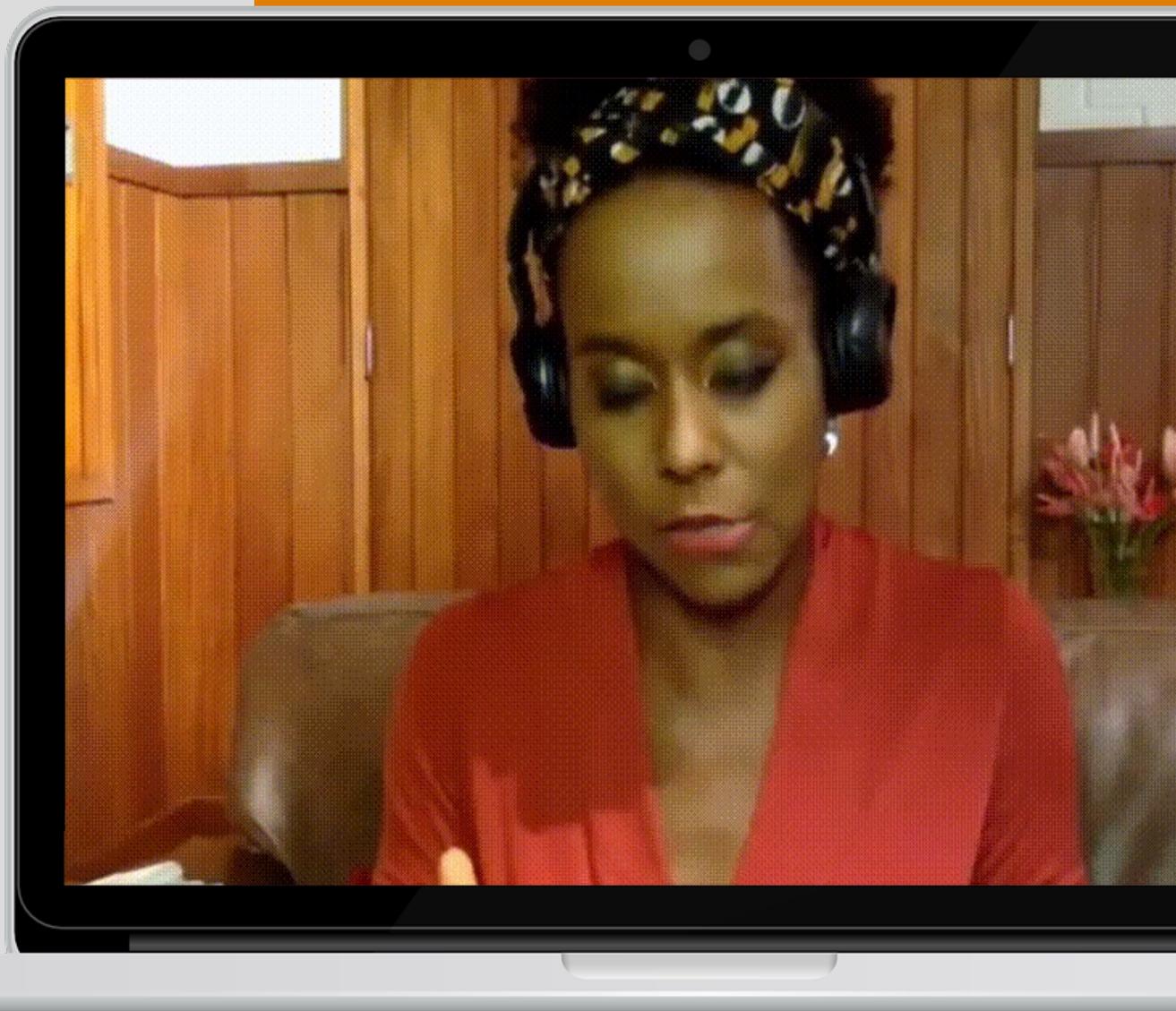
Bárbara criou uma "vaquinha" online que beneficiou mais de 100 moradores da periferia gaúcha

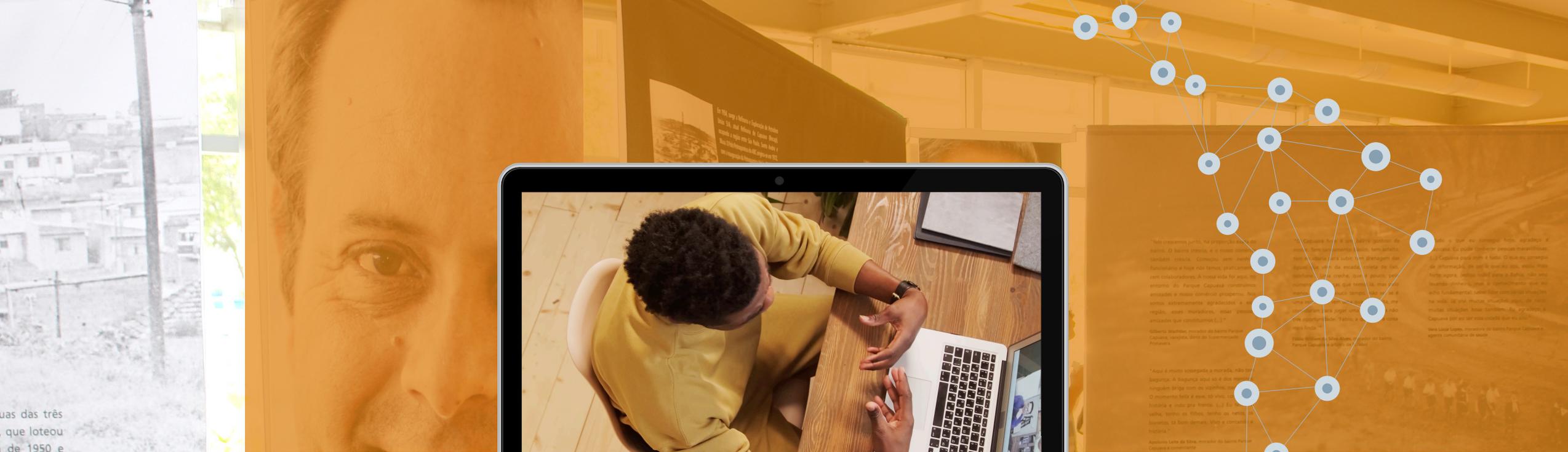


Suzana, professora de matemática, atende voluntariamente mais de 40 crianças que enfrentam dificuldades de aprendizagem



Histórias  
compartilhadas  
pelos  
públicos





uas das três  
que loteou  
de 1950 e  
ia em 1959  
populares  
ua autoria,  
cujas vend



Museus



Centros Culturais



Aeroportos



Rodoviárias



Shoppings

Bomba de óleo  
"Comecei a trabalhar cedo, com...  
trabalhava. Era um trabalho ni...  
também. Para mim, que era feijão,  
negócio: pesa feijão...  
na bomba lá no...  
bomba lá no...  
para



Campanha  
publicitária



Websérie  
documental



Programas de  
*Podcasts*



ESCOPO SETORIAL  
MOVIMENTO CONEXÕES  
QUE LIBERTAM

**AÇÃO 3 – PROGRAMAS  
DE PODCASTS**

## SÍNTESE

Em linha contrária e sob perspectiva crítica, queremos dar visibilidade a **questões estruturais que impactam o acesso à conectividade.**

São muitas as pessoas à margem e as consequências envolvem exclusão de parte da população.

Queremos evidenciar que conectividade é recurso vital para o desenvolvimento das comunidades e pensar colaborativamente em alternativas para superar as barreiras.

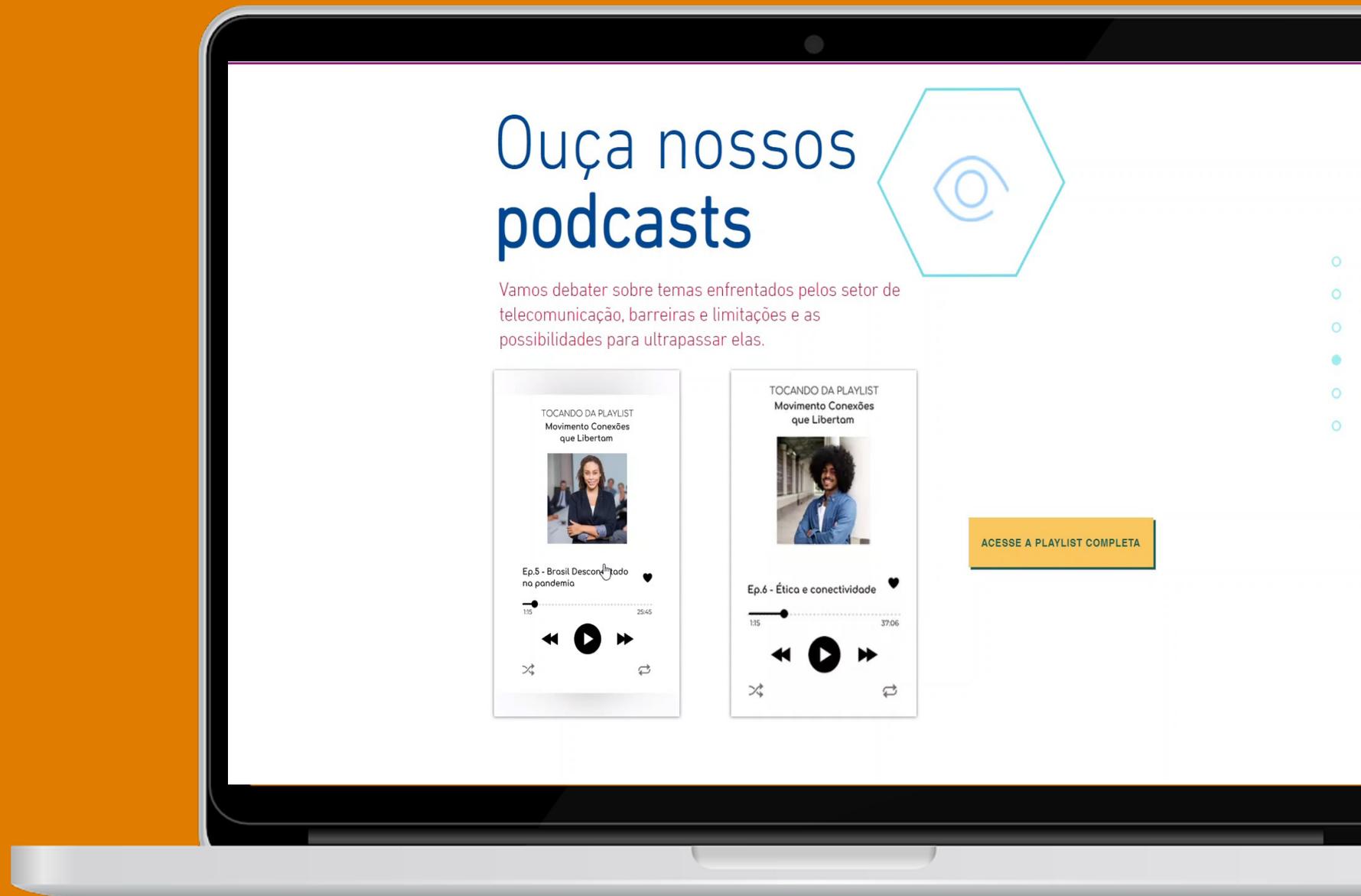
CURADORIA

Todo Mundo Quem?  
**Filipe Techera e Luiza Futuro**

Acesse o protótipo  
do nosso site



CTA das ações

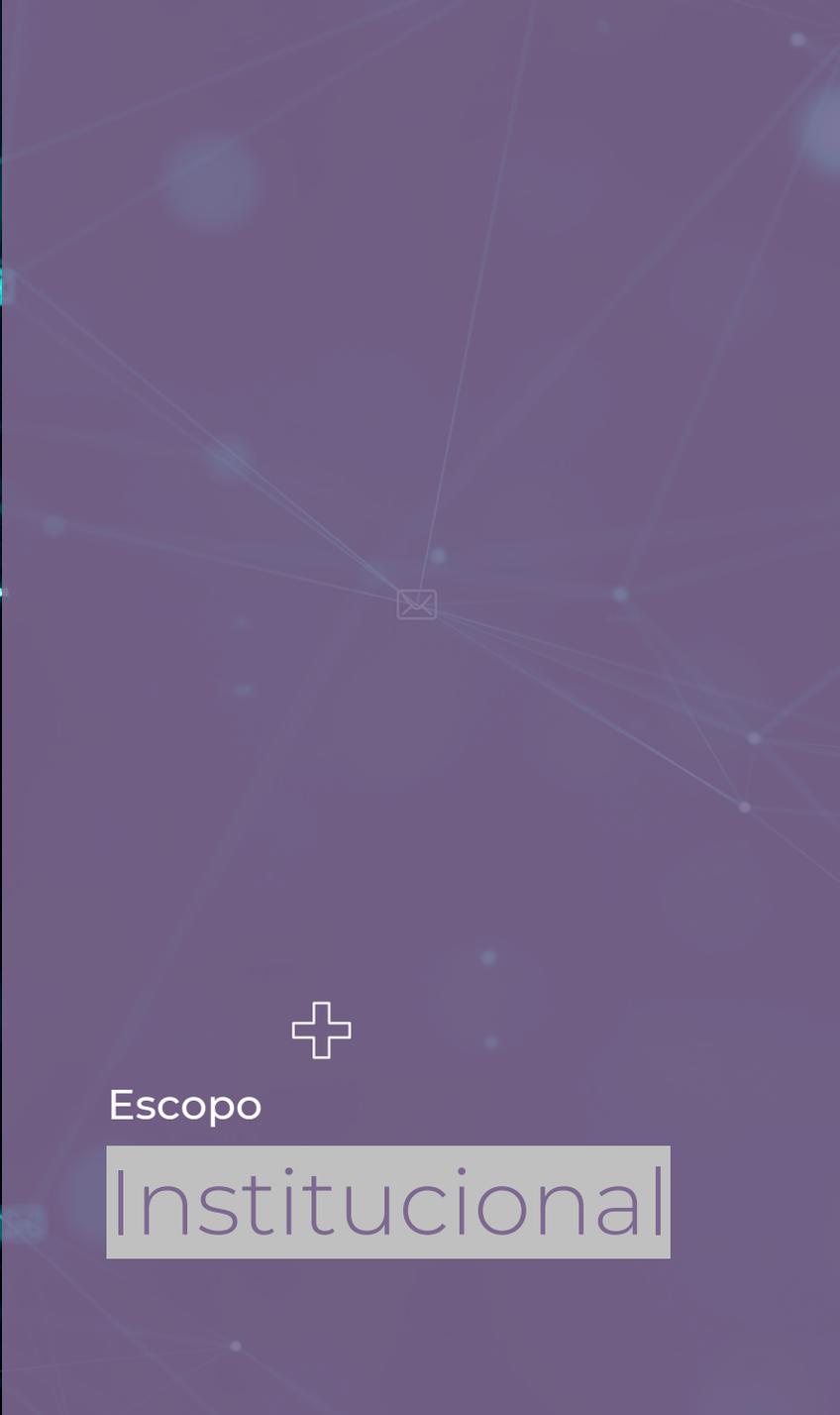


Acesse o protótipo  
do nosso site



CTA das ações





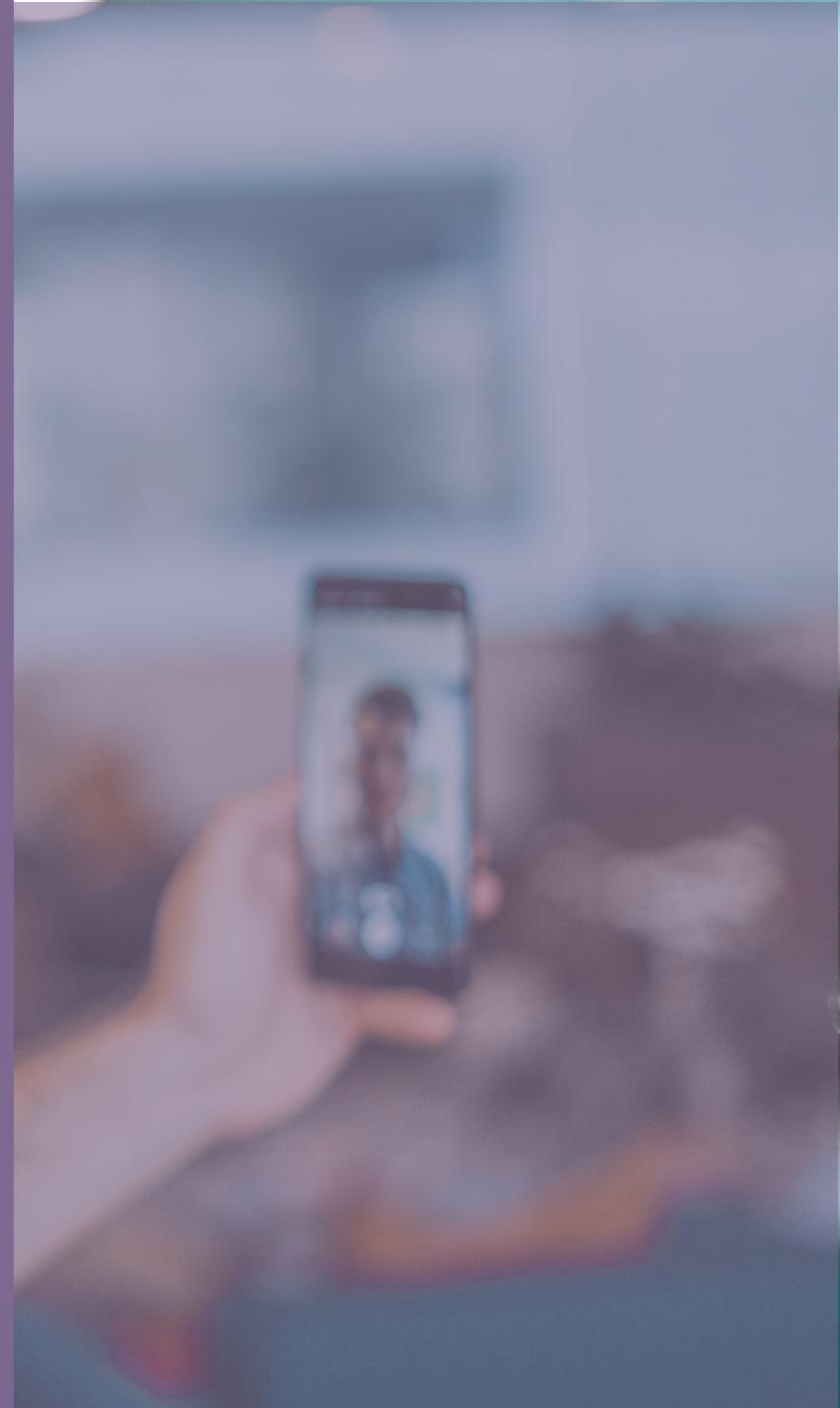
Escopo

Institucional



# Programa Redes de visibilidade

*Ciclo de eventos híbridos com agentes legítimos e que representam diferentes lugares de fala, a fim de tornar mais acessíveis temas que envolvem as práticas e metas de ESG da Tim*



# SÍNTESE

Ciclo de eventos híbridos que acontecerá durante todo o ano de 2022. A cada mês será abordada uma *temática ligada às práticas e metas de ESG da TIM*, com potencial de agendamento da imprensa em função do calendário social nacional e internacional.

*O intuito é levar essas discussões para o dia a dia das pessoas, de modo leve e interessante, estabelecendo novas oportunidades de visibilidade.*

ESCOPO INSTITUCIONAL  
PROGRAMA REDES DE  
VISIBILIDADE

**CICLO DE EVENTOS  
HÍBRIDOS**

JORNADA DA  
CONECTIVIDADE  
TIM



MÚLTIPLOS  
LUGARES  
DE FALA =

NOVAS  
CONEXÕES

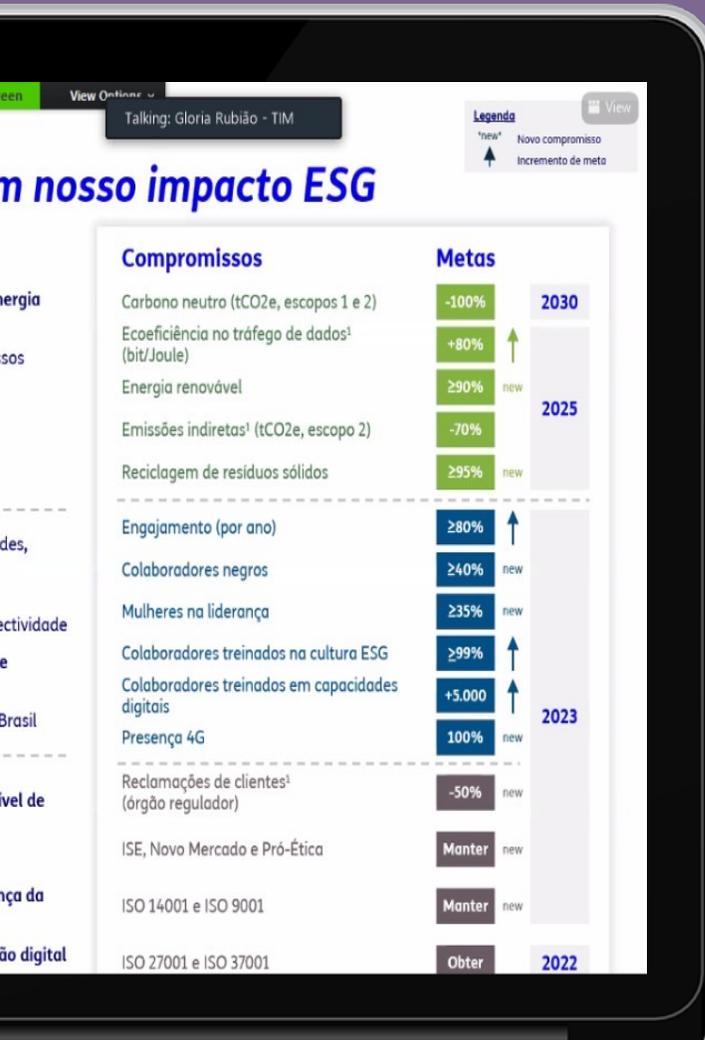
1 Tim +

2 ONG ou OSCIP

3 Coletivo urbano

4 Especialista científico

5 Influenciador digital



JANEIRO - 28  
Dia Internacional da Privacidade de Dados

Segurança da Informação

FEVEREIRO - 23  
Dia Nacional da Ética

Pró-ética

MARÇO - 8  
Dia Internacional da Mulher

Mulheres no Mercado de Trabalho

ABRIL - 22  
Dia do Planeta

Ecoeficiência no Tráfego de Dados

MAIO - 17  
Dia Internacional da Internet

Educação Digital

JUNHO - 23  
Mês do Orgulho LGBTQIA+

Inclusão e Diversidade

JULHO - 17  
Dia de Proteção às Florestas

Reciclagem de Resíduos Sólidos

AGOSTO - 14  
Dia do Combate à Poluição

Energia Renovável

SETEMBRO - 16  
Dia Internacional para a Preservação da Camada de Ozônio

Emissões Indiretas

OUTUBRO - 17  
Dia Internacional da Luta pela Democratização da Comunicação

Conectividade Nacional

NOVEMBRO - 20  
Dia da Consciência Negra

Colaboradores Negros

DEZEMBRO - 29  
Dia Internacional da Biodiversidade

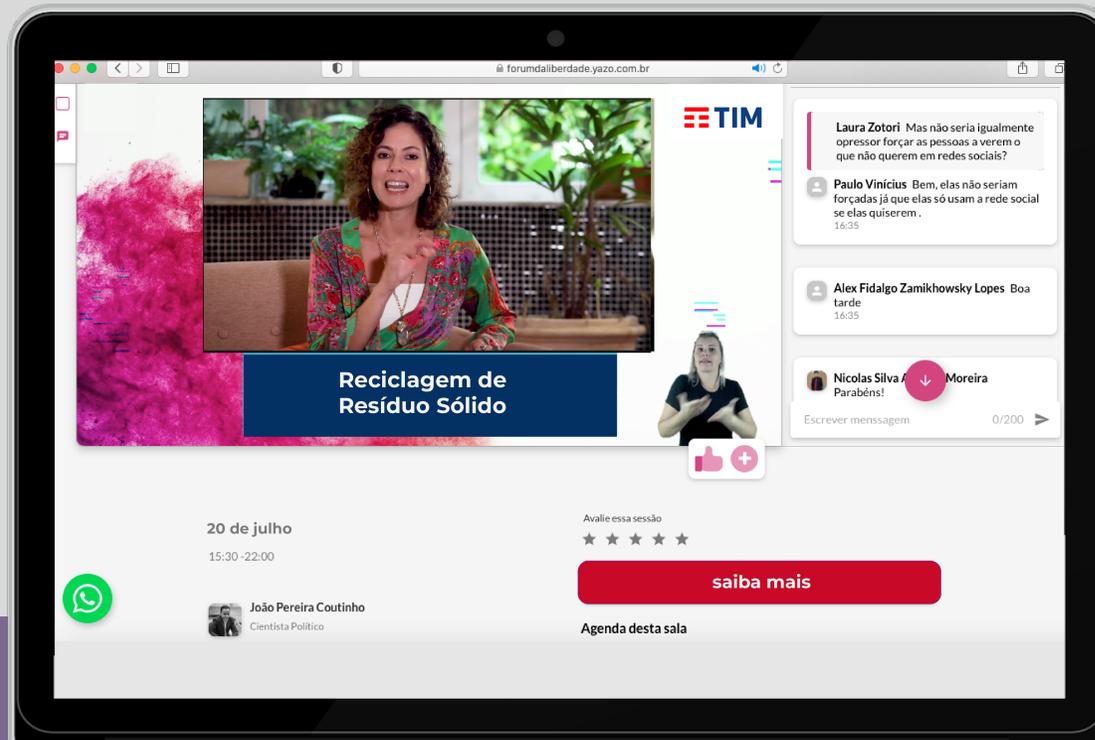
Emissão de Carbono Neutro



## SEMANAS 1 E 2

## SEMANA 3

## SEMANA 4



Ativação via influenciadores digitais

Produção de conteúdo para canais da Tim e dos convidados

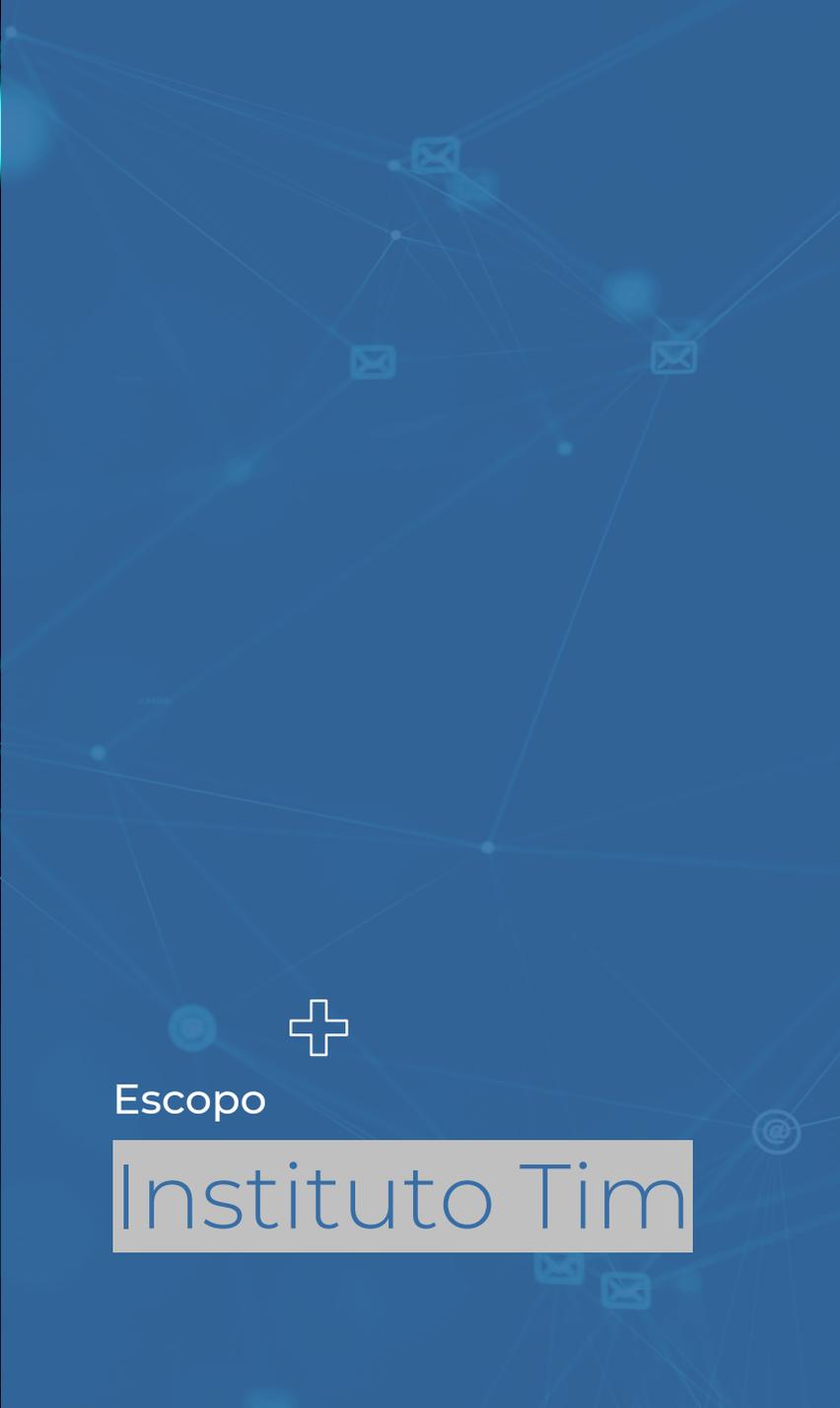
Impulsionamento em mídias sociais

Digital PR junto a perfis afins à temática do mês

Convite, **lives de aquecimento** e relacionamento com imprensa, influenciadores e formadores de opinião

Encontro em **plataforma customizada**, com recursos de gestão de comunidades e subsídios complementares (jogos, tutoriais e leituras)

Pós-evento com ênfase na **reverberação de todo o conteúdo** produzido nas semanas 1, 2 e 3



Escopo

Instituto Tim

# Programa Conectar para transformar

*Através de iniciativas em parceria com outras organizações, o Instituto TIM caminha para tornar-se referência em ações sociais que transformam vidas por meio da conectividade.*

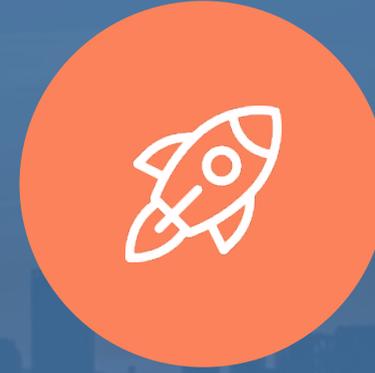




Recondicionamento de  
materiais eletrônicos



Casa  
TIM



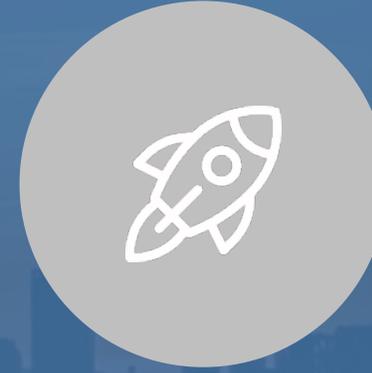
Incentivo à  
inovação aberta



Recondicionamento de  
materiais eletrônicos



Casa  
TIM



Incentivo à  
inovação aberta

## SÍNTESE

Vamos fomentar a geração de empregos e o acesso à conectividade por meio do acondicionamento de materiais eletrônicos (celulares e computadores) apreendidos e da destinação com fins educativos e de inclusão.

*Os materiais irão beneficiar estudantes da rede pública e comunidades socialmente desfavorecidas.*

## TRILHA DA AÇÃO



ESCOPO INSTITUTO TIM  
CONECTAR PARA  
TRANSFORMAR

**RECONDICIONAMENTO DE  
MATERIAIS ELETRÔNICOS**

Contratação e  
formação de  
profissionais

Coleta de  
materiais  
apreendidos

Seleção  
e descarte

Restauração

Doação e  
capacitação para  
o uso adequado



PARCERIAS

**MPF**

Ministério Público Federal



PUCRS

ESCOLA  
POLITÉCNICA



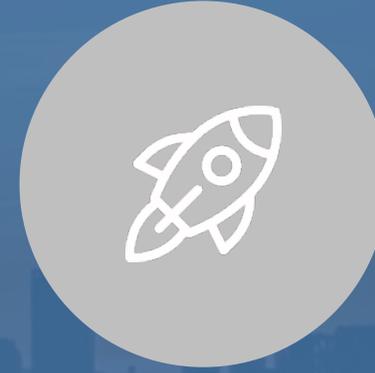
FAB LAB



Recondicionamento de  
materiais eletrônicos



Casa  
TIM



Incentivo à  
inovação aberta

## SÍNTESE

Trata-se de uma instalação física com equipamentos e pontos de conectividade, acesso gratuito à internet e espaço de desconpressão. Serão instalados em comunidades sem acesso, ou com difícil acesso, à internet.

*Viabilizam-se por meio de parcerias público-privadas (PPP) e geram empregos a partir da formação de instrutores que possam dar assistência à população.*

## TRILHA DA AÇÃO



ESCOPO INSTITUTO TIM  
CONECTAR PARA  
TRANSFORMAR

**AÇÃO 2**  
**CASA TIM**

Definição das comunidades com apoio do CGI e do IBGE

Estalecimento de PPPs

Construção das casas

Apresentação às comunidades

Início das atividades e avaliação sistemática



## PARCERIAS





Recondicionamento de  
materiais eletrônicos



Casa  
TIM



Incentivo à  
inovação aberta

## SÍNTESE

A iniciativa de incubação visa fomentar e promover o empreendedorismo, na vertical de Edtechs, ao acolher propostas centradas no impulsionamento e da democratização da conectividade.

*Buscamos startups com soluções disruptivas que proponham soluções capazes de ampliar os acessos.*

## TRILHA DA AÇÃO



Estalecimento de parcerias

Lançamento de edital

Seleção de startups

Desenvolvimento de soluções

Aplicação dos benefícios à sociedade

ESCOPO INSTITUTO TIM  
CONECTAR PARA  
TRANSFORMAR

**AÇÃO 3**  
**INOVAÇÃO ABERTA -**  
**EDTECHS**



## PARCERIAS

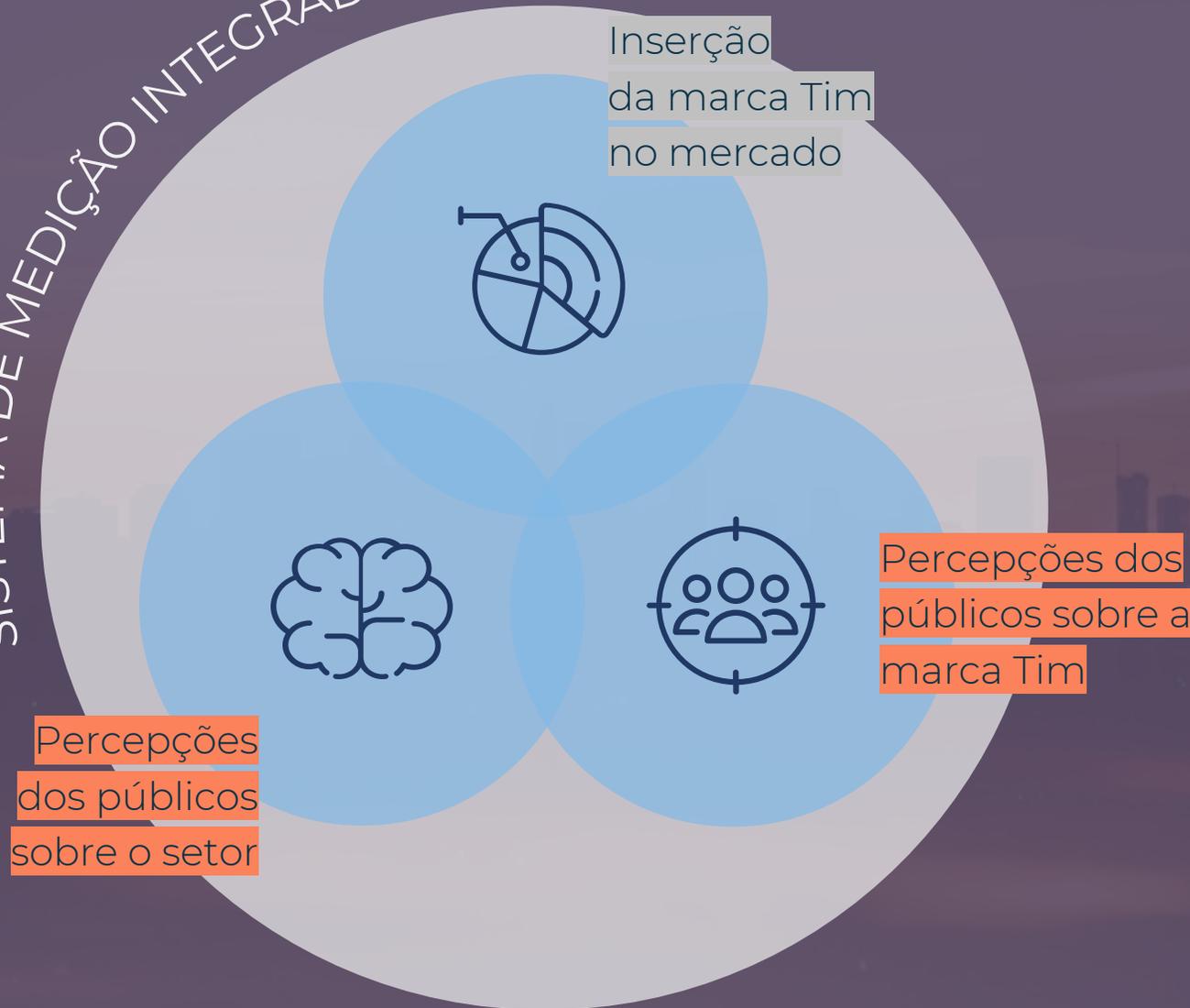


A background image showing two women in business attire engaged in a conversation. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. The woman on the left is gesturing with her hands while speaking. The woman on the right is listening attentively.

8 ▶▶▶

Sistema de  
mensuração  
integrado

# SISTEMA DE MEDIÇÃO INTEGRADO



Inserção  
da marca Tim  
no mercado

Percepções  
dos públicos  
sobre o setor

Percepções dos  
públicos sobre a  
marca Tim

***Aberje e Tim,***  
*Obrigado  
pela oportunidade!*

Eduardo Dalbem  
PUCRS

Natália Appel  
UFRGS

Nathalia Paloschi  
PUCRS

Thays Oliveira  
PUCRS

Dr. Diego Wander da Silva  
Orientador