

**BRIEFING PESQUISA CAU/BR**

O Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil solicita proposta de pesquisa quantitativa e qualitativa para ouvir a opinião da população brasileira, conforme descrito a seguir:

1. Objetivo Geral

Avaliar a imagem do arquiteto junto à sociedade

2. Objetivos Específicos

- 2.1. Revelar o entendimento da população em geral sobre suas atribuições;
- 2.2. Levantar atributos, benefícios e valores relevantes percebidos por meio da sua atuação;
- 2.3. Apurar o entendimento da população em relação ao protagonismo do arquiteto e urbanista no planejamento das cidades.
- 2.4. Apurar o entendimento da população em relação as normas éticas dos arquitetos e urbanistas.

3- Decisões a serem tomadas a partir dos resultados (padrão de ação)

- 3.1. Direcionar campanhas publicitárias institucionais;
- 3.2. Direcionar a produção de conteúdo informativo e técnico em ações de comunicação integrada;
- 3.2. Apoiar às atividades de assessoria de imprensa;
- 3.2. Apoiar ações de valorização do profissional;
- 3.2. Apoiar decisões de planejamento estratégico da entidade;
- 3.2. Apoiar melhorias e ampliação do mercado de trabalho para o profissional da arquitetura;
- 3.2. Apoiar melhorias na relação com a sociedade.

4. Principais questões de interesse

1. Conhecimento sobre as atribuições e habilidades;
2. Responsabilidades e limites profissionais dos arquitetos;
3. Grau de confiança e imagem dos arquitetos;
4. Relação do cotidiano das pessoas com o trabalho do arquiteto;
5. Necessidade do arquiteto na vida das pessoas: usos, avaliações, razões do não uso e pretensão de uso;
6. Fontes de informação sobre as habilidades técnicas e profissionais do arquiteto;



revista, JN, TV, etc.

7. Importância desse profissional para o País e para as cidades;

8. Percepção em relação aos benefícios sociais que estes profissionais podem oferecer à vida individual e

à coletividade;

9. Grau de conhecimento do CAU.

PESQUISA **QUANTITATIVA** POPULAÇÃO

5. Universo e Abrangência da Pesquisa

O universo da pesquisa será a população economicamente ativa das Classes ABCD. A abrangência será nacional, contemplando:

1. Todas as Regiões do Brasil (Sudeste, Sul, Nordeste e Norte+Centro Oeste);
2. Capitais;
3. Cidades das Regiões Metropolitanas;
4. Cidades do Interior de diferentes portes.

6. Amostra e margem de erro

A amostra deverá ser definida de forma que a margem de erro de cada região seja de 5pp.

- Sudeste: 5pp
- Sul: 5pp
- Nordeste: 5pp
- Norte + Centro Oeste: 5pp

7. Banco de dados

O banco de dados dos resultados da pesquisa deverá ser entregue no formato mais indicado pela área de TI do CAU/BR.

8. Produtos e Resultados

Os resultados deverão ser analisados pelo total da amostra e pelos seguintes cruzamentos:

1. Perfil dos entrevistados: sexo, idade, escolaridade, renda familiar e classe econômica;
2. Região Geográfica (Sudeste, Sul, Nordeste e Norte + Centro Oeste);
3. Regiões Metropolitanas das Regiões Geográficas;
4. Cidades do Interior das Regiões Geográficas;
5. Hábitos de mídia.

Ao final da pesquisa deverão ser entregues:

- a) 01 Relatório analítico, incluindo conclusões e recomendações, impresso;



- b) 01 versão digital do Relatório analítico;
- c) Banco de dados no formato solicitado pelo cliente;
- d) 02 Apresentações dos resultados em datas diferentes em Brasília.

PESQUISA **QUALITATIVA** POPULAÇÃO

9. Universo e Abrangência da Pesquisa

O universo da pesquisa será a população economicamente ativa das Classes ABCD. A abrangência será nacional, contemplando:

1. Todas as Regiões do Brasil (Sudeste, Sul, Nordeste e Norte + Centro Oeste);
2. Capitais;
3. Cidades das Regiões Metropolitanas;
4. Cidades do Interior de diferentes portes

10. Amostra

A amostra deverá ser nacional, com a realização de 12 Grupos de Discussão como segue:

- a) 4 na Região Sudeste
 - 2 em São Paulo, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C;
 - 2 no Rio de Janeiro, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C;
- b) 2 na Região Norte, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C;
- c) 2 na Região Nordeste, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C;
- d) 2 na Região Sul, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C;
- e) 2 na Região Centro Oeste, sendo 1 grupo AB1 e 1 grupo B2C.

11. Produtos e Resultados

- a) 01 Relatório analítico, incluindo conclusões e recomendações, impresso;
- b) 01 versão digital do Relatório analítico;
- c) Áudio, vídeo e transcrições;
- d) 02 Apresentações dos resultados em datas diferentes em Brasília.

WORKSHOP DE CONSTRUÇÃO DO PLANO DE AÇÃO

1. Objetivo

Condução de workshop para definição de estratégias de ações (não apenas de comunicação) a serem desenvolvidas a partir dos resultados obtidos.

2. Participantes

O encontro deverá contar com a participação de no máximo 15 pessoas.

**3. Dinâmica do encontro**

- 1º momento: apresentação dos principais resultados;
- 2º momento: sessão de geração de ideias;
- 3º momento: elaboração e compartilhamento do plano de ação.

4. Duração

O encontro deverá ser realizado em 8h divididas em dois dias, sendo 4h em cada dia.

5. Produtos e Resultados

01 Relatório em formato digital contem