

**CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL
CHAMADA PÚBLICA Nº 04/2015****ANEXO I**

O Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) solicita proposta de empresas especializadas em estudo de auditoria de mídia através de pesquisa qualitativa nacional junto a jornalistas, influenciadores digitais e demais comunicadores formadores de opinião, em atendimento à Assessoria de Comunicação Integrada deste Conselho federal, conforme Leis 8.666/1993 e 12.232/2010.

A pesquisa deve aferir a percepção dos profissionais de comunicação sobre os arquitetos e urbanistas e seu papel na sociedade; apurar o conhecimento das atribuições e causas políticas defendidas pela categoria; facilitar a identificação de demandas da imprensa sobre temas relacionados com a profissão e diagnosticar a imagem do CAU/BR, com o objetivo de embasar suas ações de comunicação social e campanhas publicitárias relativas à defesa dos interesses da sociedade e à valorização profissional.

Seguem abaixo especificações técnicas para elaboração das propostas:

1. Objetivo Geral

Identificar e diagnosticar a imagem dos arquitetos e urbanistas perante os formadores de opinião da mídia especializada e geral, em nível nacional, de todos os tipos de veículos (jornais, revistas, rádios, TVs, sites e redes sociais).

2. Decisões a serem tomadas a partir dos resultados (padrão de ação)

Planejamento do trabalho de comunicação social, com destaque para campanhas publicitárias e relações com a mídia, tendo em vista a segmentação dos públicos do CAU/BR: sociedade em geral e formadores de opinião.

3. Produtos e Resultados

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

- Perfil dos entrevistados: sexo, idade, escolaridade, renda familiar e classe econômica.
- Região Geográfica (Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Norte).

Ao final da pesquisa deverão ser entregues:

- Relatório Analítico, incluindo conclusões e recomendações, impresso;
- Versão digital do Relatório Analítico;
- Banco de dados dos resultados da pesquisa no formato mais indicado pela área de TI do CAU/BR.
- Apresentações dos resultados em duas datas diferentes em Brasília.

4. Resumo do Objeto

Tipo	Público Alvo	Objetivos Específicos
Quantitativa (Entrevistas telefônicas e presenciais)	Perfil: Jornalistas, incluindo profissionais especializados em Arquitetura/Urbanismo, Geral, Política, Economia e Cultura e influenciadores digitais dos temas de interesse do CAU/BR	<ul style="list-style-type: none">• O nível de entendimento a respeito dos conceitos relacionados à Arquitetura/Urbanismo;• As principais referências e fontes de informação da mídia sobre Arquitetura e Urbanismo;



	<p>Sexo: homens e mulheres</p> <p>Idade: variadas</p> <p>Abrangência: Região Sul Região Sudeste Região Centro-Oeste Região Nordeste Região Norte</p> <p>Nível socioeconômico: ABC</p>	<ul style="list-style-type: none">• A imagem dos arquitetos/urbanistas enquanto categoria profissional;• O nível de entendimento a respeito das atribuições e das causas dos arquitetos e urbanistas;• O nível de entendimento a respeito do papel dos arquitetos e urbanistas na melhoria dos espaços e edificações públicas, da mobilidade e políticas urbanas em geral;• O nível de recall e conhecimento sobre o CAU/BR;• A imagem do CAU/BR e de até três outras instituições;• Entre outros temas de interesse. <p>Quantidade de Entrevistas: Mínimo de 150, distribuídas regionalmente, proporcionalmente ao número de jornalistas que compõem o público alvo, cujo universo deve ser no mínimo três vezes maior do que os profissionais a serem entrevistados. A amostra será feita em conjunto com o CAU/BR, que terá acesso ao mailing completo do universo alvo. Os nomes dos entrevistados, contudo, serão mantidos em sigilo pelo instituto.</p> <p>Quantidade de Perguntas: Mínimo de 10 perguntas fechadas, três estimuladas e três abertas. O questionário terá uma primeira versão desenvolvida pelo instituto e uma definitiva desenvolvida em conjunto com a Assessoria de Comunicação Integrada do CAU/BR.</p> <p>Margem de erro: Máximo 5%.</p> <p>Restrições: Serão desclassificadas propostas que incluam o oferecimento de brindes ou qualquer outra espécie de benefício aos jornalistas que aceitarem ser entrevistados.</p> <p>Requisito essencial: As concorrentes devem apresentar atestado de capacidade técnica, comprovando a realização de serviços de “media audit”.</p>
--	---	--