

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

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**

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



	<p>temas de interesse do CAU/BR</p> <p><b>Sexo:</b> homens e mulheres</p> <p><b>Idade:</b> variadas</p> <p><b>Abrangência:</b> Região Sul Região Sudeste Região Centro-Oeste Região Nordeste Região Norte</p>	<p>Arquitetura e Urbanismo;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• A imagem dos arquitetos/urbanistas enquanto categoria profissional;</li><li>• O nível de entendimento a respeito das atribuições e das causas dos arquitetos e urbanistas;</li><li>• 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;</li><li>• O nível de recall e conhecimento sobre o CAU/BR;</li><li>• A imagem do CAU/BR e de até três outras instituições;</li><li>• Entre outros temas de interesse.</li></ul> <p><b>Quantidade de Entrevistas:</b> <b>Quantidade de Entrevistas:</b> Mínimo de 150, distribuídas regionalmente. A amostra será feita em conjunto com o CAU/BR, que terá acesso ao mailing. As respostas dadas individualmente por cada um dos entrevistados, contudo, serão mantidas em sigilo pelo instituto.</p> <p><b>Quantidade de Perguntas:</b> 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><b>Restrições:</b> Serão desclassificadas propostas que incluam o oferecimento de brindes ou qualquer outra espécie de benefício aos jornalistas que aceitarem ser entrevistados.</p> <p><b>Requisito essencial:</b> As concorrentes devem apresentar atestado de capacidade técnica, comprovando a realização de serviços de “media audit”.</p>
--	---	---