

SESSÃO PÚBLICA – Recebimento de proposta para a produção de serviços especializados para a Campanha FGST 2015.

Em cumprimento ao disposto no art. 14, § 2º, da Lei nº 12.232/2010, fica convocada a sessão pública para recebimento de propostas referentes a pesquisas vinculadas à concepção e criação de campanhas, peças e material publicitário referentes à demanda da campanha de anual do FGTS 2015, conforme escopo, em anexo.

Contendo: Mix de metodologia qualitativa e quantitativa

LOCAL: Esplanada dos Ministérios, Bloco F, 5º Andar, Sala 523, Ed. Sede – Brasília/DF.

DATA: 10 de setembro de 2015

HORÁRIO: 15:00 h

OBS: *Para a comprovação de regularidade documental, será utilizado o critério de verificação das empresas com status conforme no Sistema de Referências do Governo Federal - SIREF, conforme orientação exarada pelo Decreto 6.555/2008 com o Decreto 7.379/2010, art. 10-C, que determina que apenas os veículos e fornecedores que estão cadastrados e regularizados no banco de dados do SIREF podem trabalhar com o Governo, mesmo para os casos que se enquadram na cláusula da Sessão Pública (Decreto 8.666/2008 com o Decreto 7.379/2010, art. 10-B).*

Mais esclarecimentos: Agência Staff Brasil. Telefone (61) 39648182.

Escopo Pesquisa Recall

I. OBJETIVOS:

- Medir de forma espontânea e, posteriormente estimulada, o recall da campanha (lembrança dos assuntos abordados, recordação de elementos criativos, compreensão da mensagem principal, grau de identificação, likes/ dislikes).
- Verificar se o conhecimento do assunto “FGTS” aumentou devido à campanha por parte da população e formadores de opinião
- Verificar se houve aumento do conhecimento de que o FGTS tem vínculo com o Ministério do Trabalho.

II. METODOLOGIA:

Mix de metodologia qualitativa e quantitativa

Etapa Qualitativa

Técnica: discussões em grupo realizadas em sala de espelho com duração aproximada de 2 horas cada. Os grupos serão gravados.

Instrumento: Roteiro com perguntas abertas, previamente aprovado pelo cliente.

Público Alvo:

Formadores de opinião, classes AB e trabalhadores, Classes CD, residentes no RJ, SP, Salvador, POA, Recife e Brasília.

Amostra:

Teremos um total de 12 grupos, sendo 2 grupos por praça:

	Rio de Janeiro	São Paulo	Salvador	Porto Alegre	Recife	Brasília
Homens e mulheres classe AB 30 - 45 anos	x	x	x	x	x	x
Homens e mulheres classe CD 30 - 45 anos	x	x	x	x	x	x

Etapa Quantitativa

Técnica: entrevistas pessoais cara a cara.

Instrumento: Questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas.

Público Alvo:

Formadores de opinião, classes AB e CD.

Amostra:

1.500 entrevistas, sendo 250 por cidade (SP, Rio, POA, DF, SSA, Recife)

(Erro amostral = +/- 6,3%)