



CHAMAMENTO PÚBLICO PARA CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA REALIZAÇÃO DE PESQUISA INSTITUCIONAL DE RECONHECIMENTO DE MARCA E AVALIAÇÃO DA IMAGEM DA INSTITUIÇÃO

O Instituto Federal de Santa Catarina vem a público manifestar interesse em contratar empresa para realização de pesquisa de reconhecimento de marca e avaliação da imagem institucional.

A contratação será viabilizada por meio do objeto do contrato, designado pelo item 2.1.1 alínea a) *planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução*, que faz parte do Contrato 89/2020, firmado entre o IFSC e a empresa JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, CNPJ 07.895.771/0001-33.

Todas as obrigações contratuais se darão por meio do Contrato 89/2020 já estabelecido entre o IFSC e a JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, em que pese os pagamentos e demais obrigações contratuais.

REQUISITOS DAS PROPOSTAS

1 OBJETIVO GERAL DA PESQUISA:

Avaliar o desempenho do IFSC em termos de favorabilidade, reconhecimento de marca e imagem institucional junto aos públicos de interesse que compõem a Política de Comunicação do IFSC, compreendendo quais atributos se destacam e agregam valor à marca.

2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

2.1 Avaliar a assertividade das ações de comunicação da instituição.

2.2 Agregar os resultados da pesquisa aos dados integrantes no próximo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) que entrará em vigor em 2025 e irá perdurar na instituição até 2029. Ao final de 2029 espera-se realizar uma nova pesquisa, com os mesmos requisitos para mensuração de resultados.



3 METODOLOGIA E EXECUÇÃO

3.1 Espera-se que a pesquisa contemple uma metodologia híbrida em que sejam avaliados atributos quali-quantitativos, com ao menos 600 entrevistas com a população das diferentes regiões de Santa Catarina - contemplando todas as cidades em que o IFSC possui câmpus. Além disso, deve realizar ao menos 48 entrevistas em profundidade com o público-alvo dos diferentes tipos de cursos que a instituição oferece.

3.2 A pesquisa reputacional deve abranger não apenas estudantes do IFSC mas os demais públicos de interesse, futuros estudantes, candidatos e redes de influência como por exemplo familiares. Considera-se fundamental que a pesquisa contemple diferentes cotas de gênero, faixa etária (dos 14 aos 60 anos), seguindo as proporções da população de Santa Catarina, segundo o IBGE.

3.3 A metodologia da pesquisa quantitativa deve avaliar:

- O grau de conhecimento e a percepção sobre a marca IFSC;
- Compreender as avaliações positivas, neutras e negativas, mapeando motivadores das percepções, a fim de identificar pontos fortes e de melhoria;
- Analisar quais os atributos de imagem e reputação são percebidos atualmente no IFSC, testando a importância destes para uma Instituição de Ensino Superior.

3.4 Ressalta-se positiva a utilização da técnica PUV (Proposta Única de Valor) que se utiliza de índices de IMPORTÂNCIA e PERCEPÇÃO, mapeando o porquê se opta pela marca IFSC numa tomada de decisão.

3.5 Com relação ao mapeamento das ações de comunicação, espera-se:

- Avaliar como a sociedade catarinense interage com as mídias, identificando os principais meios de comunicação utilizados no processo de informação.
- Mapear a percepção das notícias divulgadas pelo IFSC, junto de seus canais de relacionamento, verificando como se dá o processo de memorização ou lembrança das notícias.

3.6 A pesquisa qualitativa deve:



- Mapear como os cursos do IFSC são percebidos hoje pela sociedade e por seu público potencial, avaliando os cursos e modelos de ensino com seus destaques positivos e negativos;
- Verificar o nível de formação de interesse e as áreas de ensino que possuem maior visibilidade. Identificar as expectativas sobre as Instituições de Ensino em relação às ofertas de cursos técnicos, de graduação e pós-graduação, e de cursos de qualificação profissional e idiomas e Educação de Jovens e Adultos;
- Analisar as diferentes personas e perfis de posicionamento em relação aos níveis de interesse, avaliando os destaques positivos e negativos dos cursos e modelos de ensino.

3.7 A pesquisa com potenciais alunos também contemplará a investigação sobre a imagem do IFSC e sobre os hábitos de mídia, com lógica similar aos objetivos apresentados na pesquisa com a sociedade.

3.8 É imprescindível que a realização da pesquisa esteja de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

3.9 É desejável que as pesquisas sejam auditáveis com entrevistas gravadas, e *dashboard* de acompanhamento do banco de dados das respostas.

3.10 Ao final da pesquisa, além de relatório escrito, a contratada deve realizar um workshop para gestores e comunicadores do IFSC, de forma presencial em Florianópolis, com o intuito de apresentar os resultados e conhecimentos obtidos com a pesquisa, gerando debates e reflexões.

3.11 A realização da pesquisa deve iniciar ainda em 2024 e finalizar, impreterivelmente até maio de 2025.

4 DAS PROPOSTAS

4.1 As propostas devem ser entregues no setor de Protocolo do IFSC, Reitoria, Rua 14 de Julho, 150, Coqueiros, CEP: 88075-010, Florianópolis-SC, impreterivelmente até às 11h30min do dia 25/11/2024.



4.2 A proposta deverá ser entregue em envelope lacrado.

4.3 A proposta deverá obrigatoriamente conter o orçamento para aplicação da pesquisa, a metodologia detalhada que será empregada, o cronograma executivo da aplicação da pesquisa, e os atributos da empresa.

ATRIBUTOS DA EMPRESA CONTRATADA

A empresa deve apresentar comprovação de execução de pesquisas similares nos últimos 5 anos para outras empresas, bem como apresentar no mínimo 3 notas fiscais que comprovem o valor cobrado para outros clientes.

A empresa deverá comprovar possuir em sua equipe profissionais com experiência na concepção e aplicação de pesquisas similares, como por exemplo profissionais relacionados às áreas de ciências humanas e sociais.

DA ESCOLHA DA MELHOR PROPOSTA

A abertura dos envelopes com as propostas enviadas, bem como a avaliação das mesmas, acontecerá durante audiência pública. As propostas serão submetidas à avaliação de servidores públicos lotados na Diretoria de Comunicação do IFSC, com formação em áreas correlatas à comunicação e com experiência comprovada em execução de ações de comunicação por no mínimo 10 anos.

A escolha das propostas considerará o valor proposto e a melhor adequação aos requisitos apresentados neste Chamamento Público (considerando metodologia e expertise da empresa).

O resultado da avaliação das propostas será divulgado no Portal do IFSC com notas que farão equivalência ao número de critérios metodológicos e atributos da empresa quantificáveis em cada proposta apresentada.



CRONOGRAMA DA CONCORRÊNCIA

Publicação do Chamamento público para contratação de empresa para realização de pesquisa de reconhecimento de marca e avaliação de imagem institucional	18/11/2024 no portal do IFSC, link: https://ifsc.edu.br/chamadas-publicas
Recebimento de envelope lacrado com a proposta e apresentação da equipe/empresa realizadora	Até 25/11/2024 às 11h30min, no Protocolo da Reitoria do IFSC.
Abertura dos envelopes em audiência pública	25/11/2024 às 14h na Sala dos Conselhos Heitor Gilberto Eckeli - Reitoria do IFSC
Divulgação do Resultado	25/11/2024 às 18h no portal do IFSC, link: https://ifsc.edu.br/chamadas-publicas

Após a publicação dos resultados, a empresa classificada em primeiro lugar será contatada pela JS MAX PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA para início da execução da pesquisa. Em caso de não concordância, será contatada a empresa classificada em segundo lugar, e assim sucessivamente.

Diretoria de Comunicação
Pró-Reitoria de Extensão e Relações Externas
Instituto Federal de Santa Catarina