

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE BUREAU DE PESQUISA

ANEXO II - RFP 2025/023

TERMO DE REFERÊNCIA

1. **Objetivo:** Contratação de um *Bureau* de Pesquisa que preste serviços relacionados a pesquisas sobre satisfação de clientes, tendências no mercado financeiro e *branding*, por meio de projetos encomendados a partir da necessidade do Banco do Nordeste.
2. **Justificativa:** O Banco do Nordeste realiza periodicamente pesquisas de marketing com o intuito de aferir satisfação dos clientes em relação a produto, serviço e atendimento; bem como a hábitos de consumo que dizem respeito a prospecção de negócios ou proteções legais. Em 2024, o Banco do Nordeste, pelo Ambiente de Marketing, realizou 20 pesquisas quantitativas, via telefone, e 1 pesquisa qualitativa, virtual e digital.

Há o desafio de ampliar as pesquisas em termos quantitativo, qualitativo e temáticos, ampliando para discussões de hábitos e tendências de consumo, no mercado financeiro e *branding*, por exemplo.

3. Diretrizes específicas das propostas: As propostas devem calcular os custos da hora em três etapas de pesquisa:
 - 3.1 Planejamento: Elaboração do projeto de pesquisa em que estão inclusos os custos para a definição das amostras ou do público-alvo, além do problema e objetivos de pesquisa, metodologia e métodos, cronograma executivo e os respectivos instrumentos de coleta de dados.
 - 3.2 Execução: Cumprimento do projeto de pesquisa em tudo o que se refere à coleta e produção de dados, de acordo com o cronograma de execução, incluindo as tentativas de prospecção para participantes (entrevistas ou grupos), aplicações bem-sucedidas e sem êxito (telefone, mensagens de textos, disparos de e-mail etc.).
 - 3.3 Análise: Confecção de relatório analítico detalhado.
4. O proponente deve considerar as naturezas de pesquisa qualitativa e quantitativa, com seus respectivos meios de aplicação.
5. As pesquisas quantitativas compreendem os seguintes meios:
 - 5.1 Telefone: Condução de entrevistas individuais por meio de chamadas telefônicas, com entrevistadores humanos.
 - 5.2 Digital: Coleta de dados através de múltiplos canais digitais, como e-mails, redes sociais e mensagens via SMS, para alcançar um público-alvo amplo e diversificado.
 - 5.3 Presencial: Coleta de dados *in loco*, na interação face-a-face com os entrevistados.
6. As pesquisas qualitativas compreendem os seguintes meios, com gravação de áudio e vídeo:
 - 6.1 Virtual - As interações ocorrem através de plataformas digitais, em que os participantes podem se conectar remotamente. Esse meio deve oferecer flexibilidade e acessibilidade, permitindo a inclusão de público amplo e diversificado. As entrevistas podem ser realizadas individualmente ou em grupo, com a utilização de tecnologias que facilitam a comunicação e o registro das respostas, a depender dos objetivos da pesquisa.
 - 6.2 Presencial - são realizadas *in loco*, na interação face-a-face com os entrevistados e grupos focais.

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE BUREAU DE PESQUISA

7. A qualidade dos processos de pesquisas deve considerar os parâmetros éticos, mercadológicos, científicos, de proteção de dados e concorrenciais, com vistas a alcançar grau de excelência e fidedignidade nos resultados.

8. Qualificação técnica dos profissionais:

8.1 Para a qualificação técnica dos profissionais, indicam-se as seguintes responsabilidades em quatro frentes:

Frentes	Descrição das responsabilidades
Supervisão	Responsável técnico pela pesquisa desde a concepção do projeto (elaboração de instrumentais de pesquisa, etapas, cronograma, metodologias, métodos, público-alvo, amostra, grupos) até a entrega final do relatório.
Coordenação	Responsável pela condução das equipes de aplicação.
Estatística	Responsável pelo cálculo amostral e análises estatísticas.
Execução	Operador na etapa de coleta de dados.

9. Qualificação para supervisão

9.1 Todas as pesquisas deverão ser supervisionadas e estar sob a responsabilidade de, pelo menos, um profissional com o seguinte perfil:

9.1.1 Mestrado (reconhecido pelo MEC) - em ciências sociais aplicadas, preferencialmente com experiência atestada de 2 anos e 6 meses na condução de pesquisas de marketing do setor financeiro.

10. Qualificação para coordenação

10.1 Todas as pesquisas deverão ser coordenadas por, pelo menos, dois profissionais, cada um com o seguinte perfil:

10.1.1 Mestrado (reconhecido pelo MEC) - nas áreas da Psicologia, Sociologia, Antropologia ou Comunicação social, com experiência em pesquisa qualitativa ou quantitativa, de acordo com a natureza da pesquisa, com experiência comprovada na coordenação de pesquisa por no mínimo 2 anos e 6 meses.

10.1.2 Bacharelado (reconhecido pelo MEC) - nas áreas de Administração de empresas ou Marketing, com experiência no mercado financeiro por no mínimo 2 anos e 6 meses.

11. Qualificação para estatístico

11.1 Todas as pesquisas quantitativas devem contar com um profissional com o seguinte perfil:

11.1.1 Bacharelado (reconhecido pelo MEC) - na área de Estatística que tenham experiência profissional comprovada em análises de pesquisas quantitativas por no mínimo 2 anos e 6 meses.

Ou

11.1.2 Especialização (reconhecido pelo MEC) - na área de Estatística, com bacharelado em matemática ou ciências da computação e experiência profissional comprovada em análises de pesquisas quantitativas por no mínimo 2 anos e 6 meses.

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO DE BUREAU DE PESQUISA

12. Qualificação para execução

12.1 As pesquisas qualitativas deverão ser executadas por profissionais com o seguinte perfil:

12.1.1 Graduação (reconhecido pelo MEC) - na grande área de Ciências Sociais Aplicadas ou Ciências Humanas com experiência comprovada na condução de grupos focais, oficinas, entrevistas em profundidade, entre outras práticas de pesquisa qualitativa por no mínimo 2 anos e 6 meses.

12.2 As pesquisas quantitativas, por telefone, devem ser executadas por profissionais com o seguinte perfil:

12.2.1 Nível médio ou superior (reconhecido pelo MEC) - profissionais com correto uso da língua portuguesa e com experiência em aplicação de pesquisas empresariais por 2 anos e 6 meses.

13. Qualificação dos espaços físicos e virtuais: Em todos os meios de aplicação das pesquisas, devem ser garantidos alguns requisitos, conforme expressos:

Tipo de Pesquisa	Requisitos necessários
Qualitativa	Sala especial, espelho unidirecional, sistema de gravação de áudio e vídeo, ambiente climatizado, boa acústica, móveis confortáveis, contrapartida pela participação (pecúnia ou outros atrativos) compatível com o mercado, áudio-vídeo gravação de entrevistas/grupos focais.
Quantitativa	<i>Software</i> de coleta de dados online, registro de respostas, armazenagem e manuseio de informações de forma segura e confiável, gravações em caso de pesquisa por telefone, sistemas de controle de qualidade.
Quantitativa	Preenchimento e controle auditável dos questionários aplicados presencialmente.
Quantitativa	Áudio-gravação das pesquisas aplicadas por telefone, com sistema de auditabilidade.

14. Resultados: As pesquisas deverão incluir relatórios com descrição analítica, rigor metodológico, descrição e discussão de todos os métodos utilizados, inclusive os estatísticos, análise dos dados e conclusão sobre os resultados.

15. Vigência do contrato: Expectativa do instrumento contratual será de 30 (trinta) meses, contado a partir da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, mediante Aditivo Contratual, limitado a 60 (sessenta) meses.
