

ATO CONVOCATÓRIO 03/2026

O Instituto Cultural Filarmônica vem, por meio deste, publicar resposta a questionamentos referentes ao Ato Convocatório 03/2026, para seleção de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e design para criação e implementação de nova identidade visual institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais.

Pergunta:

No item 6.1.1, que trata da pesquisa, são mencionados objetivos apropriados para uma metodologia de pesquisa qualitativa como "pesquisa sensorial e diagnóstico de marca, com o objetivo de embasar conceitualmente e estrategicamente as decisões criativas".

No próprio item 6.1.1 é citado "a empresa deverá apresentar metodologia própria para essa etapa, podendo incluir entrevistas qualitativas, workshops, pesquisas exploratórias, análise de benchmarks e mapeamento de atributos sensoriais e simbólicos", novamente indicando uma pesquisa qualitativa.

Na resposta à pergunta 3, entretanto, foi mencionado que a pesquisa deve prever uma amostra de 400 casos, o que indica uma amostragem de pesquisa quantitativa, e incompatível com a metodologia qualitativa. Gostaríamos de esclarecer este ponto que nos pareceu contraditório.

Resposta:

Para a realização de pesquisa quantitativa a amostra é de 400 pessoas.

Já para a realização de pesquisa qualitativa, a amostra deverá ser compatível com a metodologia da pesquisa qualitativa.



Zilka Caribé

Diretora de Marketing e Comunicação

INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA