



GUIA DE PRODUTOS E SERVIÇOS



Investimentos, Estudos e Gestão, SA





Decidir sem informação é como navegar
em mar-alto sem bússola

As decisões, sejam elas de abrangência política, económica, social
ou empresarial, têm que se apoiar em informação que as sustente.



Investimentos, Estudos e Gestão, SA

A Empresa

Fundada em 2005, a MGF-SA é uma empresa de estudos de Mercado e de Opinião, líder do mercado especializada nos estudos Ad Hoc e Regulares em todos os sectores, com integração quantitativa e qualitativa.

Os nossos serviços caracterizam-se pela capacidade de proporcionar aos nossos clientes as melhores e as mais completas soluções, através de três departamentos:

MGF Research

Departamento de Estudos e Pesquisa de Opinião

MGF Outsourcing

Departamento de Apoio Empresarial e Terceirização de Serviços

MGF Call Center

Business to Business Contact Center

A MGF-SA dispõe de uma equipa multidisciplinar e de uma poderosa logística, capaz de realizar vários estudos diferentes e em simultâneo, a nível nacional.

Estes estudos abrangem varias áreas, tais como satisfação de clientes, qualidade de serviço, imagem interna e externa das empresas, segmentação, teste de produtos e de spot publicitários, avaliação de campanhas publicitárias, comportamento do consumidor, audiência media, actividade governativa e municipal e sondagens eleitorais.

A MGF confere uma atenção muito especial ao carácter operacional dos resultados fornecidos.



Metodologia

De forma rigorosa e independente, apostadas na inovação e na qualidade, a MGF assumiu por inteiro a sua missão de informar, suporte essencial para a intelligence service do marketing.

Estamos preparados para os desafios do novo século num mundo cada vez mais dominado pela tecnologia da informação.

Os nossos importantes esforços no domínio da investigação permitiram-nos adaptar as técnicas específicas de estudos de mercado e de opinião à realidade cabo-verdiana, as quais foram rigorosamente verificadas, tanto a nível da sua validade como da sua fidelidade. Tais ferramentas, combinadas com o rigor metodológico permitem a MGF a realização de estudos lá onde se recolhe, com elevado grau de confiança, a opinião dos inquiridos, colocando-os várias questões conexas, não deixando assim espaço para nenhuma má interpretação cognitiva.

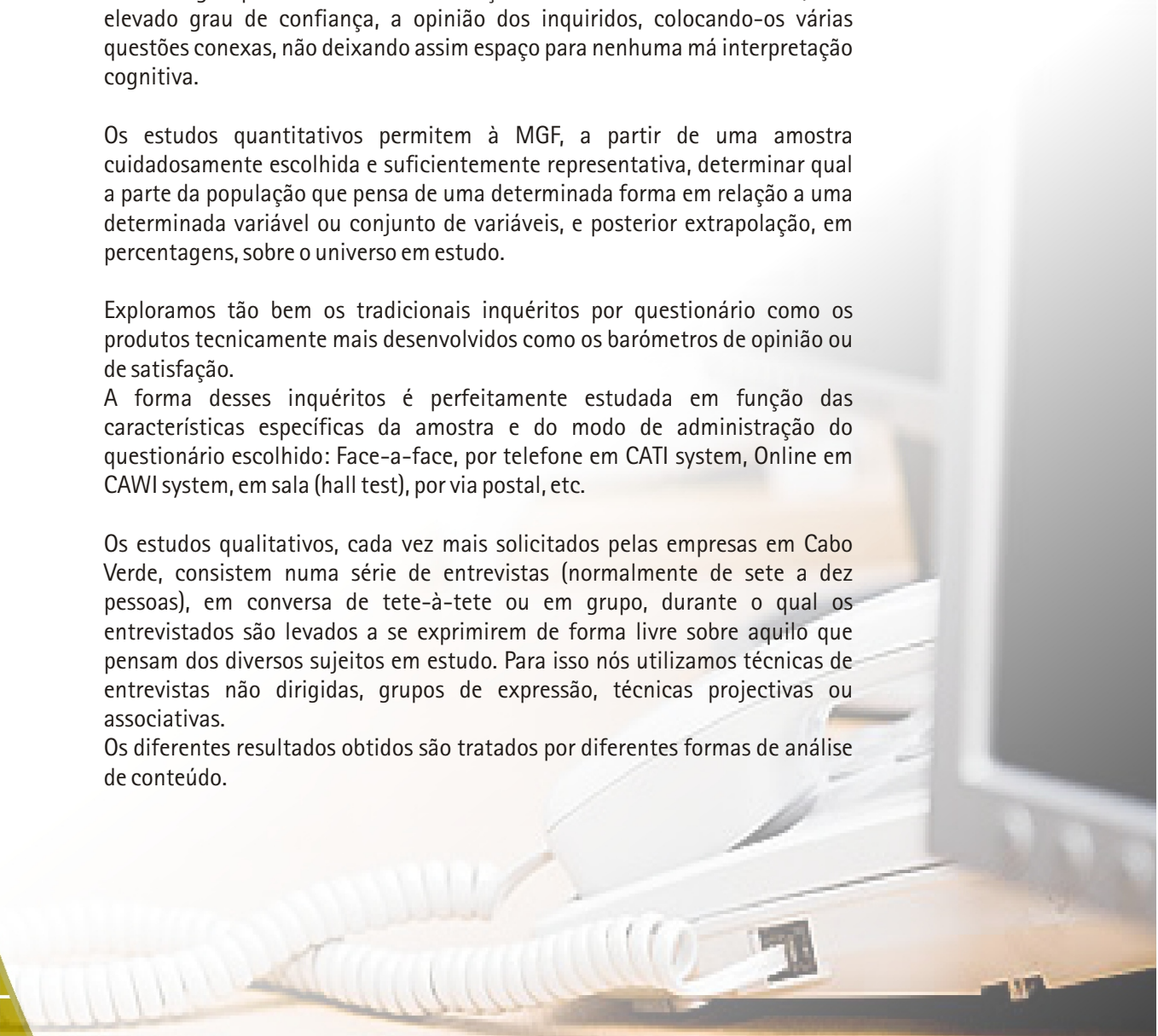
Os estudos quantitativos permitem à MGF, a partir de uma amostra cuidadosamente escolhida e suficientemente representativa, determinar qual a parte da população que pensa de uma determinada forma em relação a uma determinada variável ou conjunto de variáveis, e posterior extrapolação, em percentagens, sobre o universo em estudo.

Exploramos tão bem os tradicionais inquéritos por questionário como os produtos tecnicamente mais desenvolvidos como os barómetros de opinião ou de satisfação.

A forma desses inquéritos é perfeitamente estudada em função das características específicas da amostra e do modo de administração do questionário escolhido: Face-a-face, por telefone em CATI system, Online em CAWI system, em sala (hall test), por via postal, etc.

Os estudos qualitativos, cada vez mais solicitados pelas empresas em Cabo Verde, consistem numa série de entrevistas (normalmente de sete a dez pessoas), em conversa de tete-à-tete ou em grupo, durante o qual os entrevistados são levados a se exprimirem de forma livre sobre aquilo que pensam dos diversos sujeitos em estudo. Para isso nós utilizamos técnicas de entrevistas não dirigidas, grupos de expressão, técnicas projectivas ou associativas.

Os diferentes resultados obtidos são tratados por diferentes formas de análise de conteúdo.





Investimentos, Estudos e Gestão, SA



Tecnologia

CATI – Computer Assisted Telephone Interview (Entrevistas telefónicas assistidas por computador)

O questionário é construído no software MARKTAB, e o entrevistador verbaliza as questões a partir do ecrã, registando as respostas directamente no computador.

O sistema é especialmente adequado para questionários complexos. Nestes casos o computador, e não o entrevistador, rapidamente selecciona qual a pergunta seguinte, evitando erros de decisão, pausas ou desconcentração. Como as respostas são introduzidas directamente no computador, evitam-se também muitos tipos de erros de registo e a informação fica disponível mais rapidamente.

O sistema é constituído por um conjunto de computadores – um por entrevistador – ligados em rede informática a um computador central também denominado servidor, constituindo um CATI-Network.

Cada terminal de computador está, por sua vez, ligado a um telefone, de forma a possibilitar que o mesmo terminal, consulte o ficheiro de números de telefone localizado no servidor e marque o número seleccionado para cada entrevista. Dependendo do resultado do contacto (entrevista realizada, a contactar posteriormente, recusa, etc.) o terminal "informa" o servidor da situação do número de telefone.

Dependendo do resultado do contacto, este elimina-o da lista de contactos futuros ou contacta-o automaticamente após o período estabelecido. Entretanto o entrevistador continua a realizar outras entrevistas, sem se preocupar em gerir esse período.

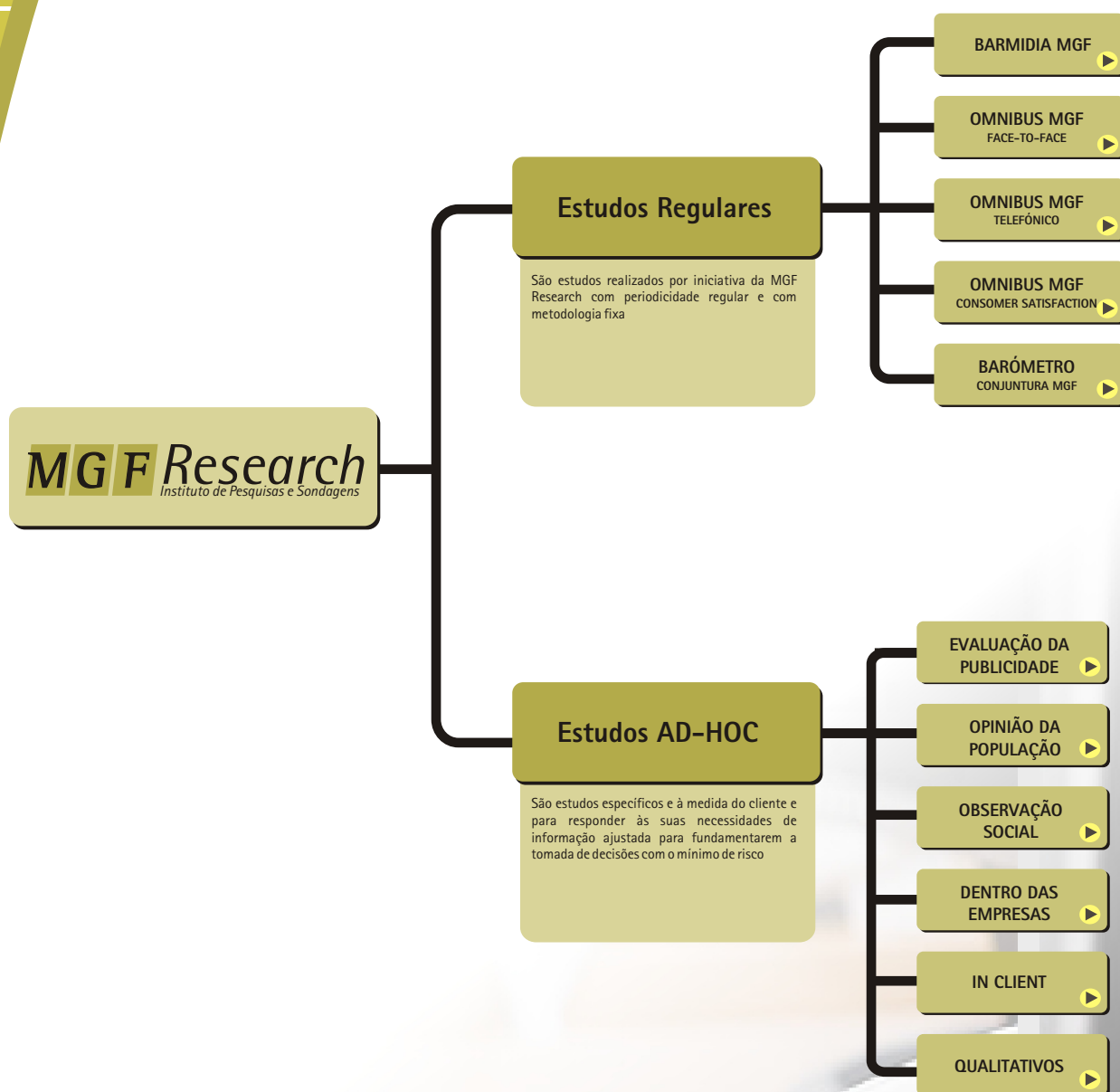
O MARKTAB – o software específico para recolha no sistema CATI, permite a gestão global de cotas no conjunto de todos os entrevistadores, e faz a gestão destes, recorrendo a uma base de dados geral de número de telefones.

É possível registar e saber, a qualquer momento, a situação dos contactos efectuados: entrevistas realizadas, recusas, desistências, fora de cotas, não atendimento, etc. Essa análise pode ser feita no global ou por entrevistador, o que auxilia a análise estatística de cada estudo e do desempenho de cada entrevistador.

Estas potencialidades permitem um apurado controle de qualidade instantâneo, em qualquer momento, melhorando assim a gestão dos recursos e a detecção de problemas na sua fase inicial.



Produtos





Investimentos, Estudos e Gestão, SA



BARMIDIA MGF

O Barmidia é um estudo regular semestral da MGF, onde se analisam as audiências de jornais, revistas, rádio e televisão.

A recolha da informação é realizada através de questionário estruturado, com perguntas fechadas e abertas.

A recolha de informação é efectuada diariamente através de entrevista telefónica para o lar dos entrevistados apartir do centro de Recolha Telefónica da MGF Research.

A informação disponibilizada nos relatórios e na base de dados, é ponderada e extrapolada para a população.



OMIBUS MGF

Estuda o *good will* (Imagem corporativa) das marcas e das empresas junto dos consumidores, nomeadamente: Notoriedade espontânea e sugerida das marcas; Taxa de penetração dos produtos da empresa e da concorrência; O Share duma marca e o das suas concorrentes; Hábitos e motivações de consumo;

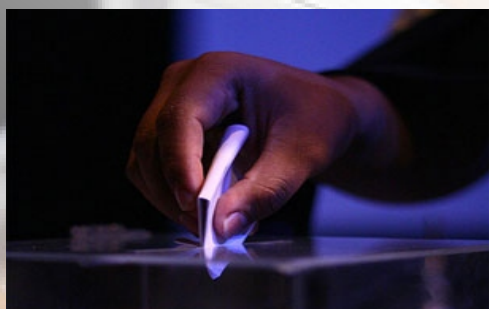
A recolha de informação é efectuada através de entrevista telefónica ou face-a-face.



CONSUMER SATISFACTION

É um grande retracto dos consumidores de Cabo Verde.

Realizado anualmente, constitui uma análise exaustiva dos consumidores de Cabo Verde, através da sua quantificação, do seu perfil e dos seus hábitos de audiências de meios



BARÓMETRO CONJUNTURA MGF

Estudo telefónico de análise evolutiva de indicadores de conjuntura sócio-política, tais como: Actuação de líderes políticos e Órgãos de Soberania; Índice de expectativa relativamente a qualidade de vida, a situação económica, e a estabilidade política; Intenção de voto

PRINCIPAIS ESTUDOS AD-HOC

Na área dos estudo AD HOC, a MGF realiza estudos à medida do cliente e para responder às suas necessidades de informação ajustada, rigorosa e independente, para fundamentarem a tomada de decisões com o mínimo de risco, nomeadamente quando se trata da definição ou redefinição de uma estratégia; lançamento de produto; realização de campanhas publicitárias e promocionais, projectos sociais para influenciar o comportamento de determinadas estratos sociais, como por exemplo, uso de anticoncepcionais, campanhas de hidratação oral, campanhas de reabilitação de dependentes de droga, causas de mudanças ambientais com implicações de ordem comportamental, etc.



ESTUDOS DE SATISFAÇÃO

Satisfação de clientes;
Qualidade de serviço;
Fidelidade do cliente;
Satisfação do pessoal interno;
Satisfação do eleitorado.



EVALUAÇÃO DA PUBLICIDADE

Medição do grau de eficácia das campanhas de publicidade



ESTUDOS DE OPINIÃO DA POPULAÇÃO LOCAL OU NACIONAL

Diagnosticar a natureza dos problemas ou prevenir o seu aparecimento, em relação a:

Segurança;
Urbanismo;
Sistema educativo;
Sistema de saúde;
Emprego.



Investimentos, Estudos e Gestão, SA



ESTUDOS DE OBSERVAÇÃO SOCIAL

Uso de anticoncepcionais, campanhas de hidratação oral, campanhas de reabilitação de dependentes de droga, causas de mudanças ambientais com implicações de ordem comportamento.



ESTUDOS DENTRO DA EMPRESA

Satisfação dos trabalhadores;
Percepção da Gestão;
Aceitação de mudança;
Qualidade percebida do dialogo social;
Condições materiais de trabalho;
Implicação no trabalho.



ESTUDOS DE IMAGEM EXTERNA

Notoriedade das empresas ou instituição;
Opinião da sociedade em relação a empresa (Condições de trabalho, moderna, inovadora, que motiva o seu pessoal, qualidade de gestão, competitividade, que se preocupa com o ambiente).
Medir a percepção:
Da população; dos clientes actuais e potenciais.



ESTUDOS IN-CLIENT

Os estudos in-Client são estudos Ad Hoc com características especiais por oferecer os serviços da MGF de forma modular. O cliente pode, assim, solicitar apenas o apoio técnico ou operacional que necessitar, de forma a completar fases da sua própria iniciativa. A MGF pode apoiar os clientes em uma ou mais fases habituais do processo de obtenção de informação do meio envolvente sócio-económico, designadamente: Definição operacional do problema, Desk Research, Desenho do questionário, Definição do segmento (Universo) a estudar,

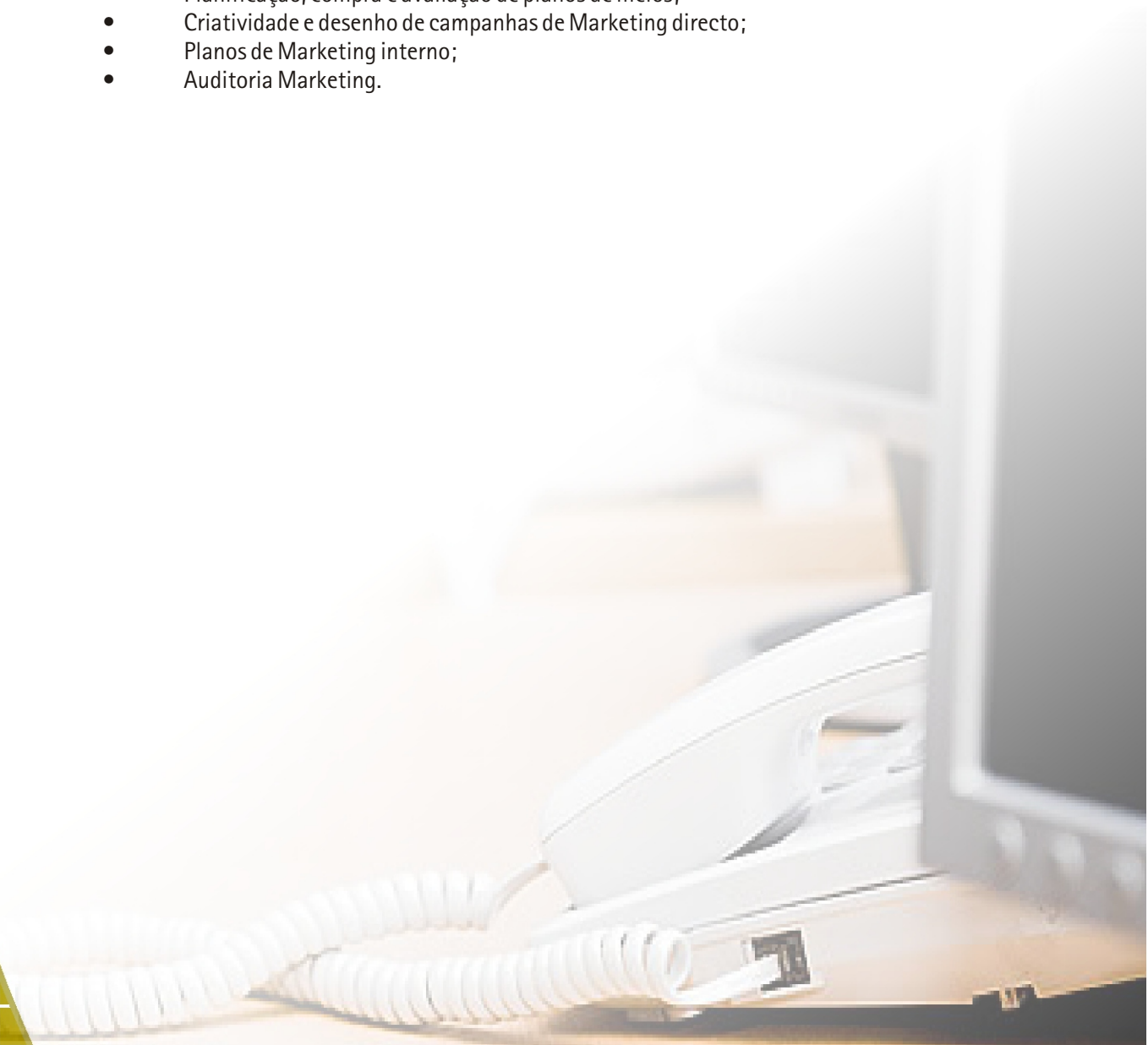
Processos de selecção de amostras e extracção de ficheiros, Recolha de informação, Controlo de qualidade do trabalho de campo, Output de dados e Análise de resultados. Para o cliente, este serviço pode traduzir-se numa economia de custos, maximização dos recursos disponíveis e/ou aceleração na obtenção da informação sistematizada.

Outras Áreas de Actuação

MGF *Outsourcing*
Serviços de Apoio Empresarial

A MGF pode ainda operar aos seguintes níveis:

- Assessoria na elaboração de estratégias de Marketing;
- Desenvolvimento de estratégia de comunicação;
- Criatividade e desenho de campanhas de publicidade;
- Planificação, compra e avaliação de planos de meios;
- Criatividade e desenho de campanhas de Marketing directo;
- Planos de Marketing interno;
- Auditoria Marketing.





Investimentos, Estudos e Gestão, SA

Rua Dr. António Aurélio Gonçalves, nº 10 - 2º Andar
CP 231 - Mindelo - São Vicente - Cabo Verde
Telfs. (+238) 230 30 10 / 12
Fax: (+238) 230 30 11
E-mail: mgf@mgf.cv
Web: www.mgf.cv