



Estudo Sindicalizado

# MAPA

# DE ADEÇÃO

# DA INOVAÇÃO

Como a inovação  
se incorpora na  
sociedade, para  
além dos early  
adopters?  
+ Raio X exclusivo  
sobre o público Path

festival  
**path**



## A Ipsos no Brasil e o Festival Path apresentam uma parceria inédita: o Mapa de Adesão da Inovação.

Como sabemos que temas que estão quentíssimos na ponta da cadeia dos inovadores se difundem para outras camadas da população? Será que são assuntos só relevantes para essa “bolha”?

A partir das pautas que estão presentes no Festival Path, assim como nos radares das análises de tendências, iremos compreender se elas são motivacionais para a toda a sociedade. E ainda medindo o grau de adesão que tais temas têm com as pessoas em geral.

Participe também do estudo inédito e entenda as afinidades desses novos propósitos com o seu negócio. Seja um de nossos co-fundadores\* e inclua suas perguntas!



O QUE É O FESTIVAL PATH?

# O Festival Path é o maior festival de inovação e criatividade do Brasil.

Palestras, shows, filmes e mais atividades fazem do evento uma experiência única em educação, entretenimento e negócios, conectando a comunidade criativa de todo o país.



Em 2018, a organização espera receber **25 mil** pessoas de todo o Brasil.

**2018 | 6ª edição**

19 e 20 de maio  
Pinheiros, São Paulo.

**Alguns temas:**

- Tecnologia
- Empreendedorismo
- Educação
- Música
- Audiovisual
- Sustentabilidade
- Comunicação
- Games
- Arte
- Diversidade
- Propósito
- Agroinovação
- Comportamento
- Urbanismo
- E muito mais!

PANCS? LGBTQ? SLOW LIFE? PLACEMAKING? CO-LIVING?  
PLACEMAKING?  
PATERNIDADE ATIVA?  
PERMACULTURA?  
LONGEVIDADE?  
BIOMIMÉTICA?  
TRANSGENERALIDADE?  
ECONOMIA CIRCULAR?  
MEMERIZING?  
COLORISMO?  
AGROFLORESTAS?  
BIOHACKING?  
FEMINISMO  
INTERSECCIONAL?  
IMPACTO SOCIAL?  
SMART CITY?  
DETOX DIGITAL?



ALGUNS TEMAS PRESENTES NO FESTIVAL PATH PARECEM PALAVRÕES?

# EXEMPLOS DE COMO OS TEMAS ESTÃO NARRADOS NO FESTIVAL

## ECONOMIA CIRCULAR



**O que vem da indústria volta para a indústria: fechando ciclos**

Alexandre Gobbo Fernandes



Sobre a Palestra

**O que vem da indústria volta para a indústria: fechando ciclos**

Um mundo onde as empresas entendem produtos como serviços e são responsáveis por todo o ciclo de vida, da pré-produção até depois do descarte dos resíduos. Já mercadorias como carros, máquinas de lavar, lâmpadas e televisão, que são voltadas para o "serviço", devem ser desenhadas desde o início, para o reuso de cada peça ou material que compõe o produto. Esses são alguns dos cenários abordados para a criação de indústrias que funcionem de forma cíclica, fomentando assim a economia circular.

[INCLUIR NA MINHA AGENDA](#)



**Matos de comer**

Beatriz Carvalho



Sobre a Palestra

**Matos de comer**

Elas passam despercebidas, mas quando chegam na mesa, são uma agradável surpresa. Estamos falando das PANCS, plantas alimentícias não convencionais, que têm ganhado a atenção e despertado a curiosidade daqueles que não abrem mão de ter um prato verdinho. Trazendo frescor para o paladar, convidamos você a olhar mais de perto para os matos de comer que estão bem aí, nos arredores da sua casa.

[INCLUIR NA MINHA AGENDA](#)

## PANCS



**O poder da agricultura urbana**

Danielle Souza



## PERMACULTURA

Sobre a Palestra

**O poder da agricultura urbana**

Plantar a própria comida é uma prática cada vez mais comum nas grandes cidades, como São Paulo. As hortas urbanas têm se espalhado por terraços de condomínios, parques e até mesmo em cantinhos dos apartamentos. Essa é apenas a face mais visível da agricultura urbana, prática que a FAO (ONU) recomenda que faça parte de políticas públicas de planejamento urbano, por emancipar moradores da periferia e criar cidades mais verdes. Como os agricultores urbanos podem mudar o modelo de produção de alimentos e ajudar a recuperar regiões urbanas degradadas?

[INCLUIR NA MINHA AGENDA](#)



ESTADÃO Opinião · Política · Economia · Internacional · Esports

## Coworking e coliving vão definir conceito de trabalho e moradia no futuro?

POR ANELISA LOPES

13/03/2018, 08h00



Sexta, 30 mar 2018 - 38 min

Globo Repórter – Pancs: alimentos do futuro, 30/03/2018

Globo Repórter  
Veja mais

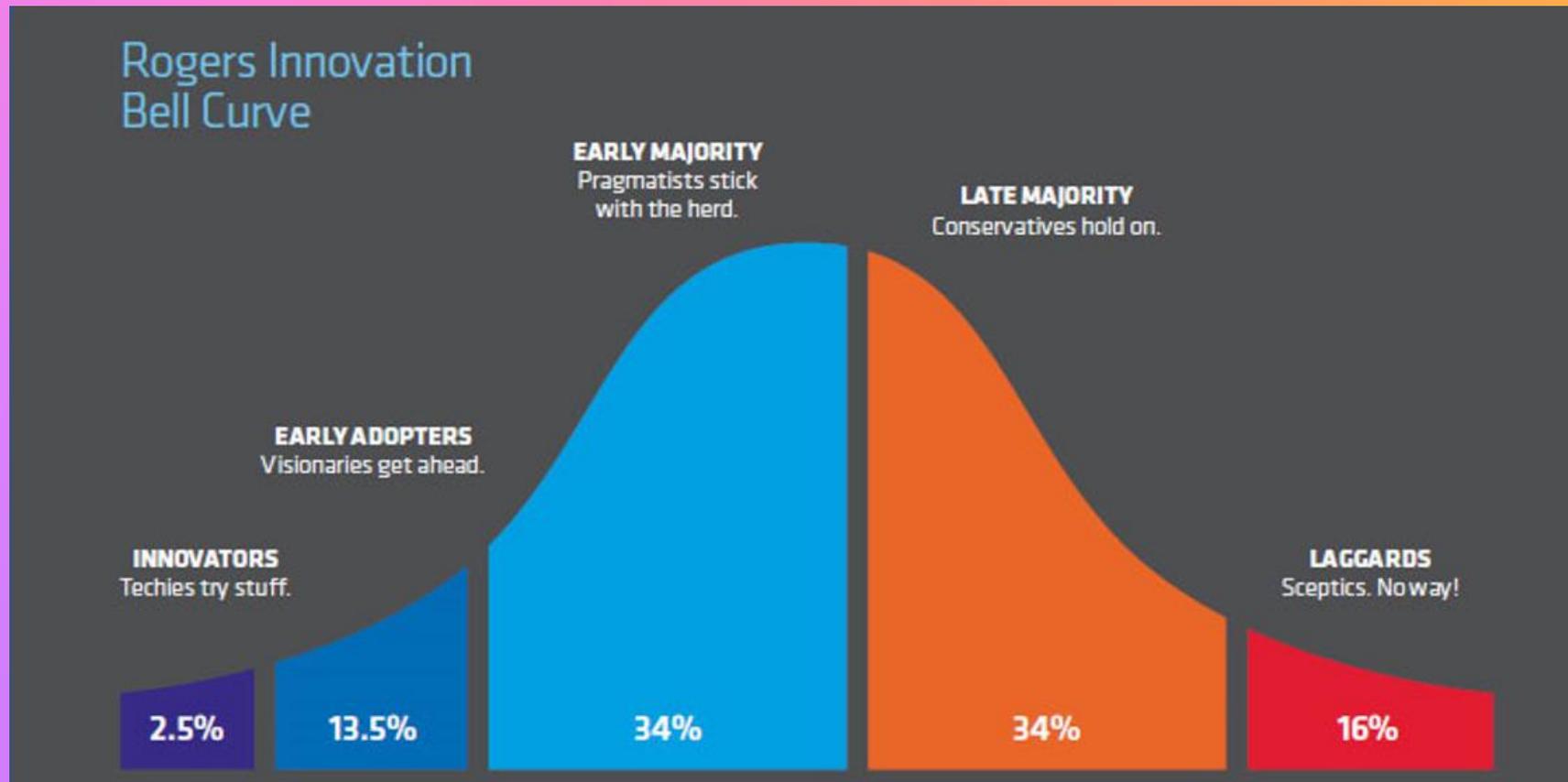
# MESMO JÁ ESTANDO NA IMPRENSA?

# OU COMUNICADOS COM LINGUAGENS MAIS SIMPLES?

# O QUE IMAGINAMOS FAZER?

Entender a correlação entre temas que circulam entre trend crators (innovators) e early adopters e o “mainstream”.

Perguntas chave: quais temas têm maior adesão? Qual o grau de adesão das pessoas aos temas?



# O QUE IMAGINAMOS FAZER?

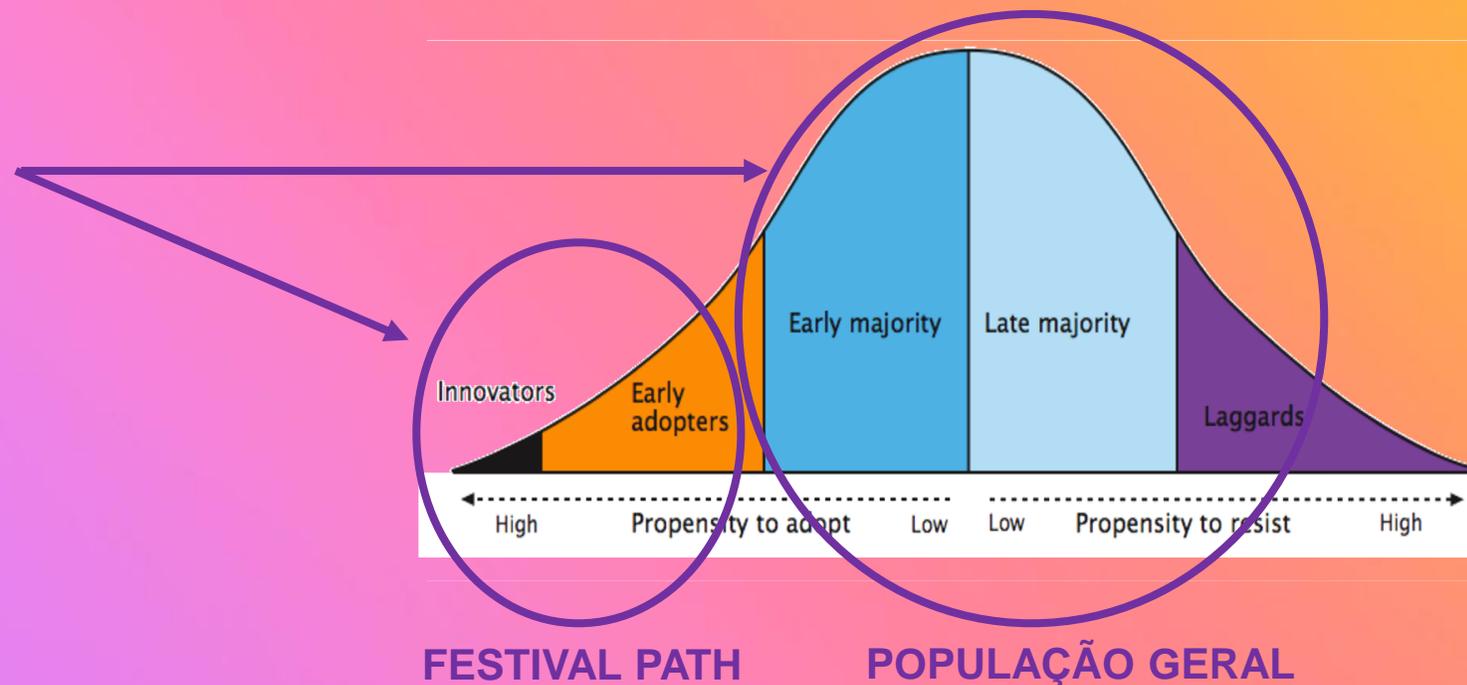
Um estudo que se propõe a entender como os temas de inovação, que pautam o Festival Path:

- 1) São relevantes tanto para o público do **Path** quanto para a população em geral;
- 2) Estão sendo aderidos pela população em geral, entendendo, assim, seu impacto na sociedade.

Para entender a distribuição dos temas do Path para as demais camadas da curva da adesão à inovação, vamos interagir com:

População geral: **500 entrevistas**

Festival Path: **116 Entrevistas**



# COMO FAREMOS?

Para atingirmos estes objetivos, sugerimos um estudo quantitativo que contará com 3 áreas de abordagem:

- 1) Ranking de importância dos temas do Path;
- 2) Adesão dos temas pela sociedade;
- 3) Associação de marcas com os temas do Path.

# 1. RANKING DE IMPORTÂNCIA DOS TEMAS DO PATH

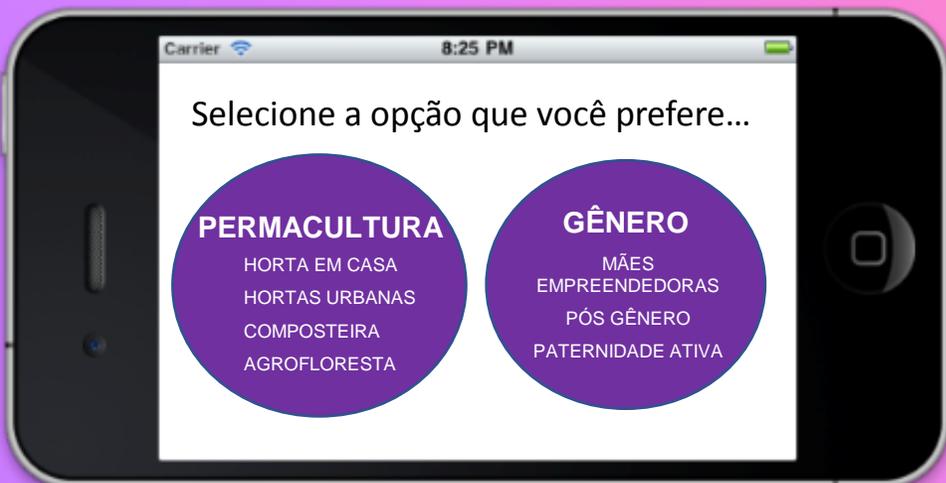
Ipsos Duel

Um screener que aproveita os aprendizados da Ciência Comportamental e da Psicologia Cognitiva para capturar a resposta do consumidor.

O **Duel** foge das respostas dimensionadas, testando diretamente opções uma contra a outra em uma série de rounds rápidos e intuitivos.

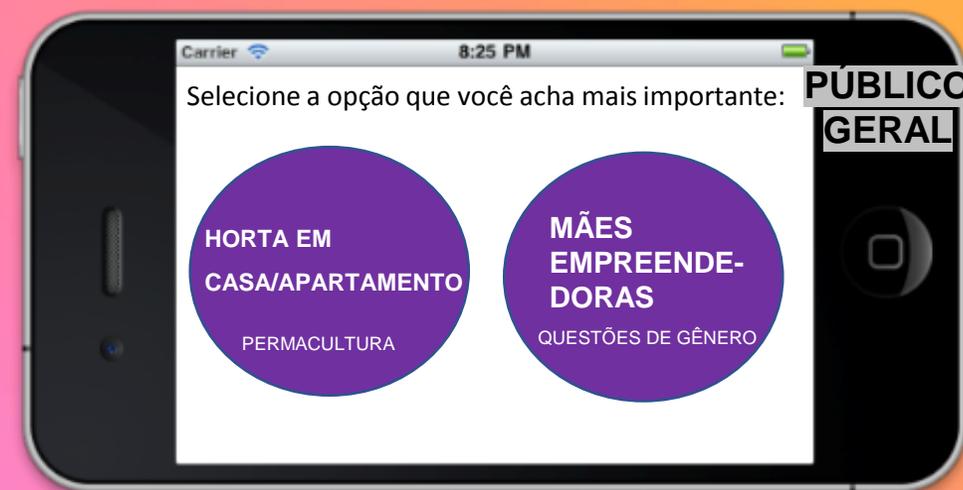
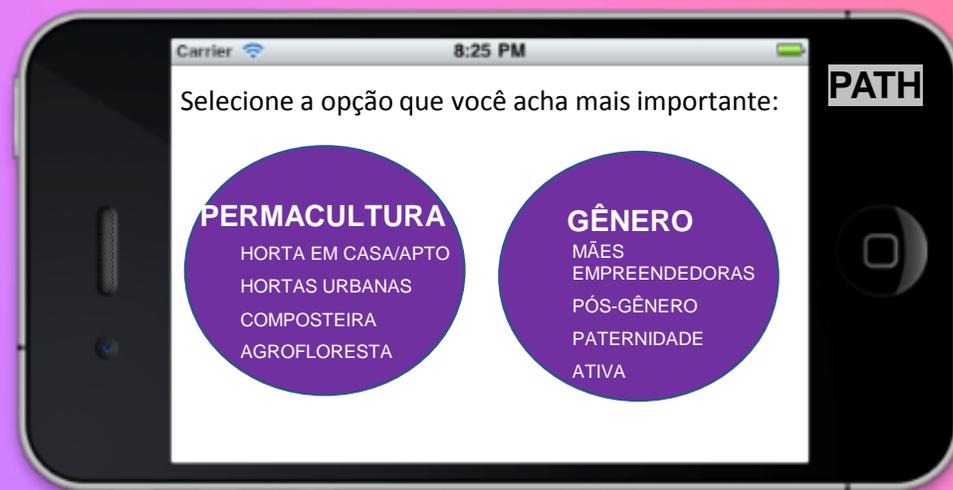
Dentro de cada duelo em dupla, capturamos as escolhas (explícitas - a "Preference") e o tempo de reação (implícito - o "Punch") para determinar o vencedor geral com a melhor promessa.

**Duel** é usado para fornecer insights com base em pesquisa quantitativa, quando é preciso tomar decisões sobre claims, packs e logotipos.



## Exemplo do que os entrevistados verão...

Os entrevistados passarão pelas batalhas do **Duel**, selecionando a frase que acharem mais importante.



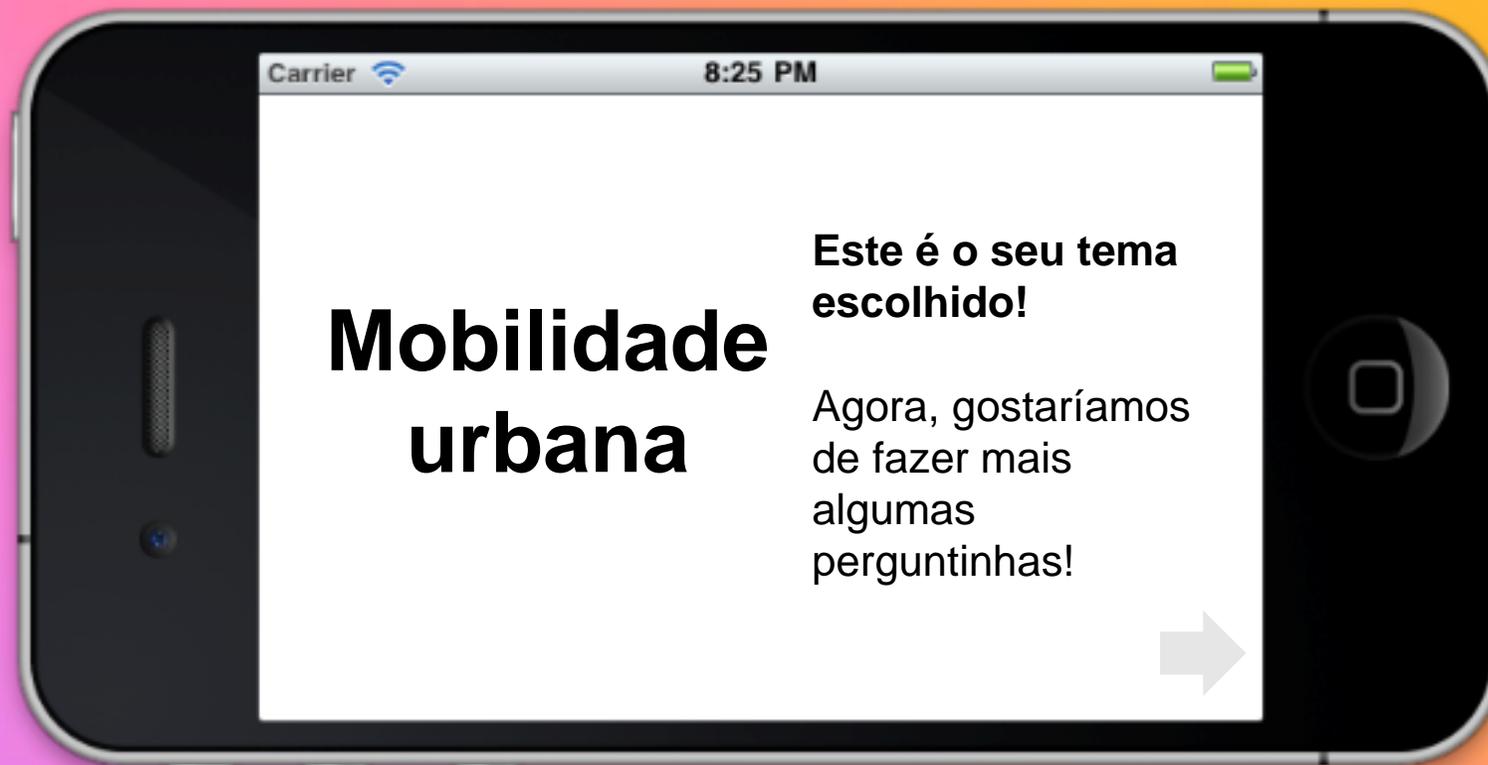
Estes são somente exemplos: contruímos os temas e subtemas em conjunto (Path + Ipsos).

## Exemplo do que os entrevistados verão...

No final das batalhas do **Duel**, o tema mais importante de cada respondente é identificado.



Randomizamos os 16 temas em uma série de 15 duelos aos consumidores. Os temas vencedores vão para a próxima rodada até que um vencedor final seja escolhido.



## Output do módulo Duel:

## Preference

Com base na proporção de importância que um tema ganhou seus duelos

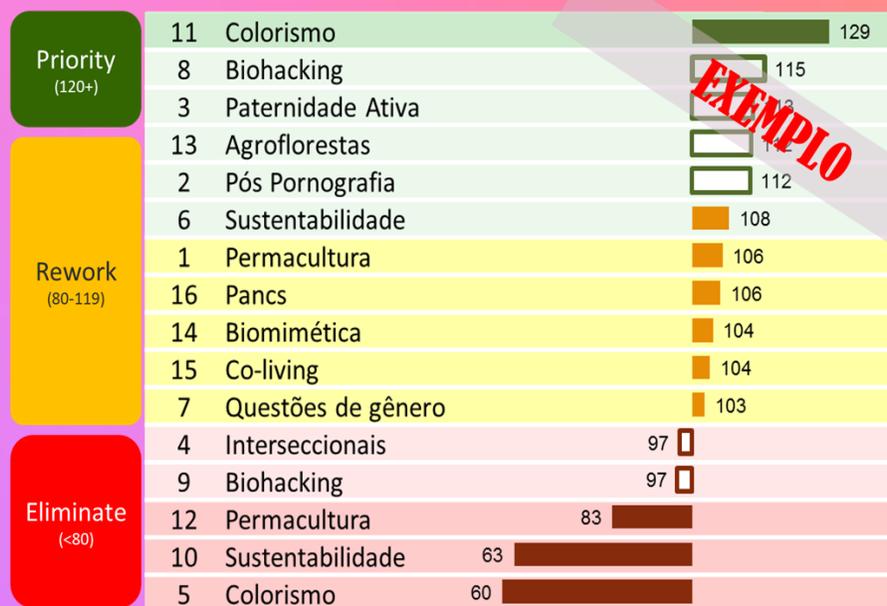
## Punch

Indica a paixão/convicção em torno das frases, levantando a medida indireta do tempo de resposta por vitórias e perdas

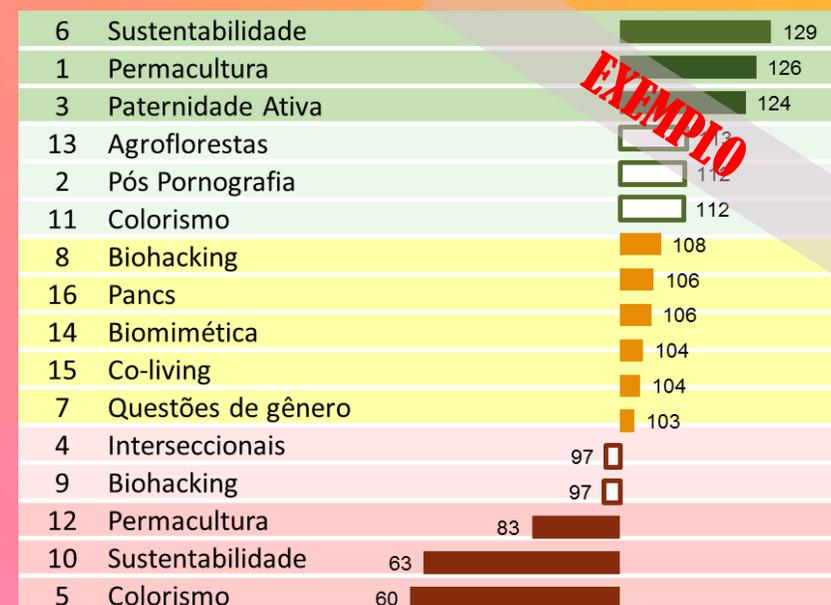
## Promise

Uma combinação de PREFERENCE e PUNCH

## Ranking de importância Público do Festival Path



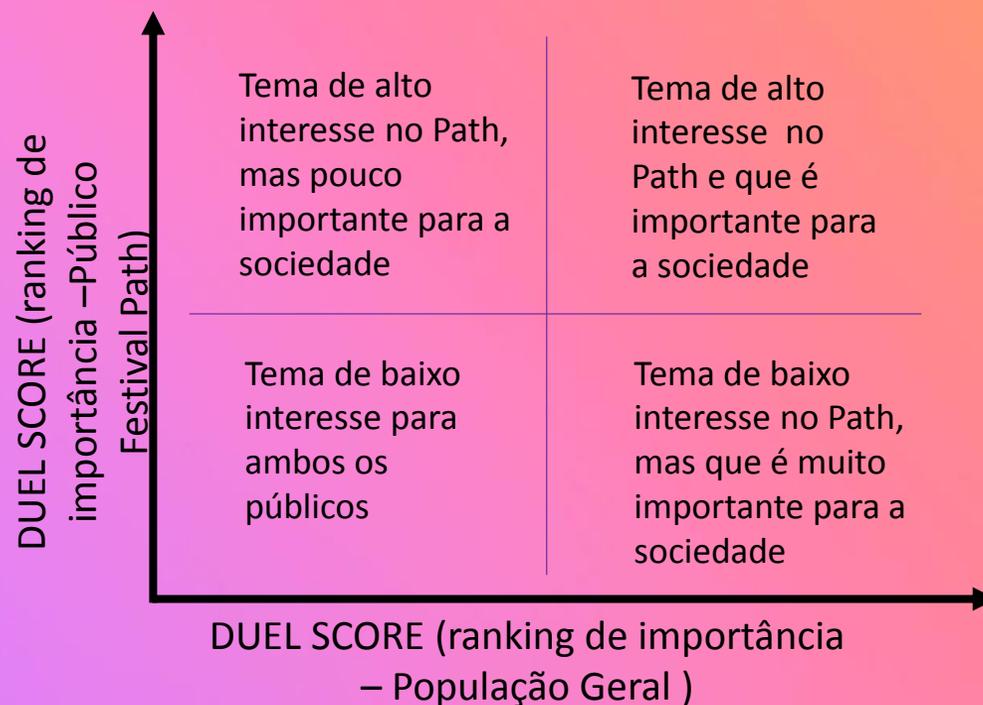
## Ranking de importância População Geral



## 2. ADESÃO DOS TEMAS PELO PATH VS. SOCIEDADE

Entendendo o nível de adesão aos temas!

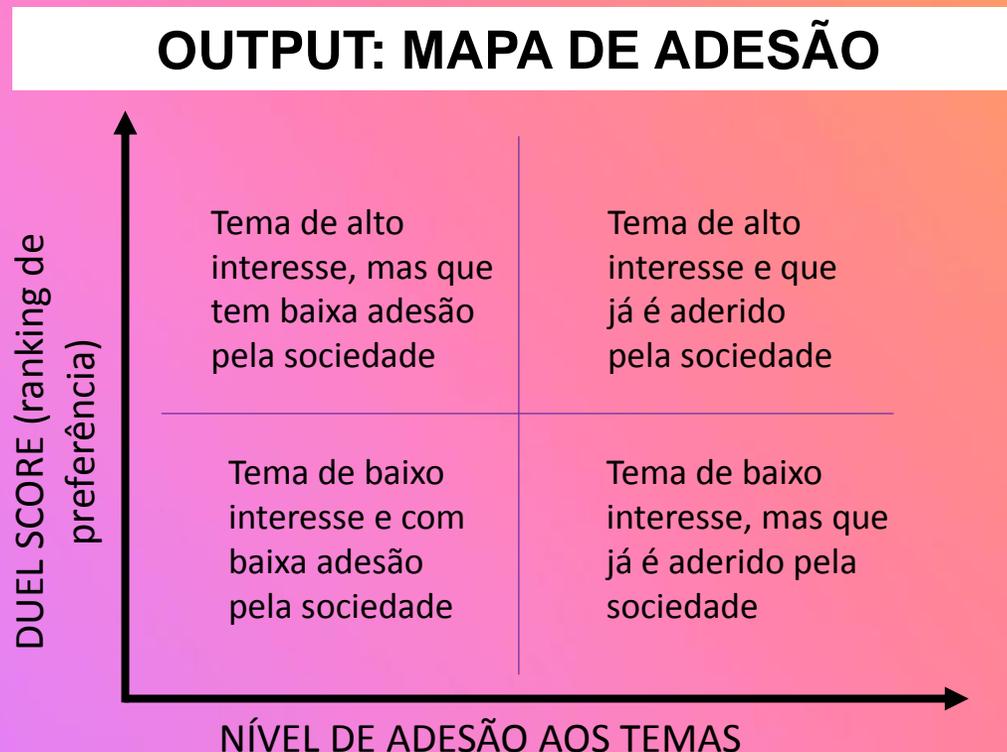
### OUTPUT: MAPA DE ADESÃO



## 2.1 ADESÃO DOS TEMAS PELA SOCIEDADE

Também construiremos em conjunto (Ipsos + Path) os atributos que representam formas de adesão aos temas

Exemplo: **Permacultura** → Tem horta em casa/ Participa de mutirão do bairro/ tem composteira



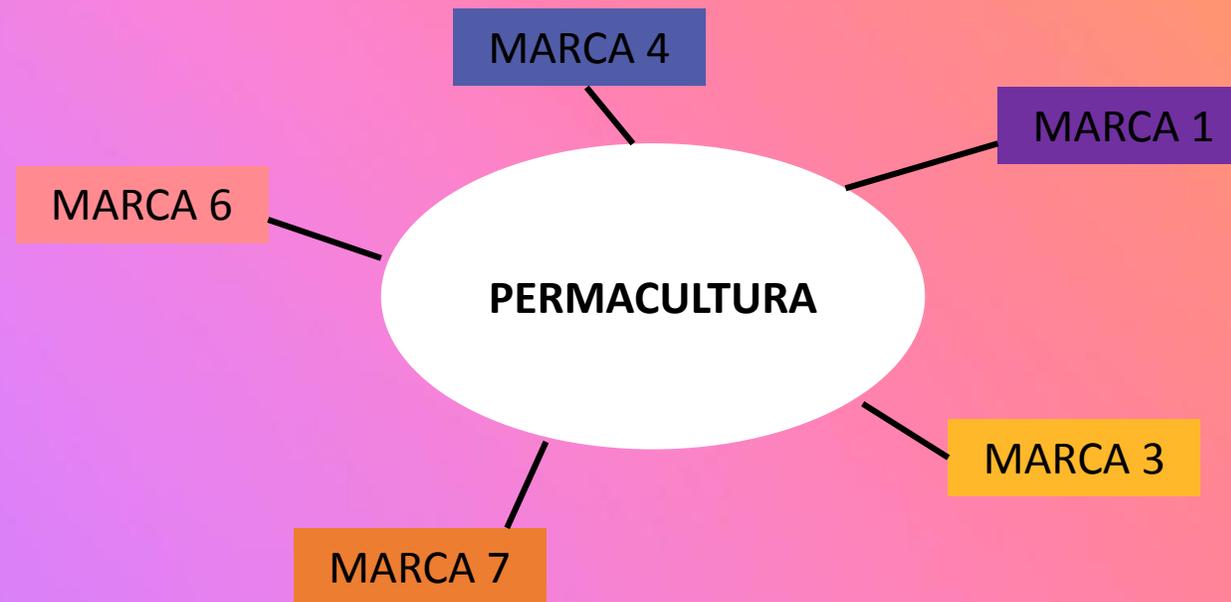
### 3. ASSOCIAÇÃO DE MARCAS COM OS TEMAS DO PATH

Entendendo quais marcas já estão trabalhando bem o marketing de causa.

Exemplo: Você se lembra de alguma comunicação, promoção, patrocínio ou outra ação/atividade com propósito/causa que tenha chamado a sua atenção?

De qual marca era?

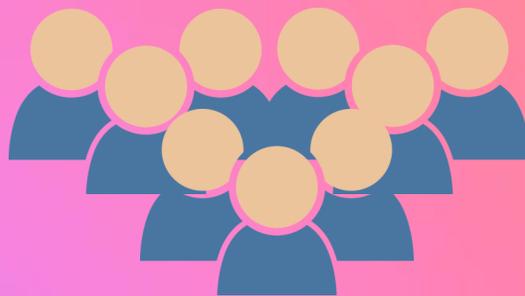
E quais marcas mais combinam os temas do Path?



# COM QUEM VAMOS FALAR E COMO?



Entrevistas on-line  
TESTE DE 16 TEMAS



**TARGET 1**

500 entrevistas  
POPULAÇÃO GERAL



**TARGET 2**

Mín. 116 entrevistas  
PARTICIPANTES DO  
FESTIVAL PATH



Cobertura nacional  
para população geral  
QUESTIONÁRIO DE ATÉ  
14 MINUTOS

Campo irá acontecer entre os dias 14 e 20 de Maio de 2018

# INVESTIMENTO



	Preço (R\$)
<b>Cota Gold</b> <b>(3 perguntas ad-hoc questionário População Geral ,</b> <b>marca no questionário/ 1 Pergunta no questionário</b> <b>no Path)</b>	49.000,00
<b>Cota Silver (Ranking de importância dos temas do</b> <b>Path; Adesão dos temas pela sociedade)</b> <b>Marca no questionário se aprovado até dia 10/05</b>	30.000,00

O pagamento precisa ser feito da seguinte forma:

- 70% na aprovação e 30% na entrega
- As faturas são devidas 30 dias após a data de emissão.

# TERMOS E CONDIÇÕES

## Propriedade Intelectual

NOTA 1: Esta proposta é propriedade intelectual da Ipsos Brasil e não pode ser copiada ou divulgada na sua totalidade ou em parte.

NOTA 2: USO, VERSÃO, TRANSCRIÇÃO OU PUBLICAÇÃO DE DADOS - De acordo com o artigo 27 do Código de Ética ICC/ESOMAR para Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social, o cliente deve consultar a empresa de pesquisa quanto à forma e conteúdo de divulgação de quaisquer dados de pesquisa, para se assegurar de que não haja interpretações inadequadas em vista da utilização de determinados dados fora do contexto geral da pesquisa realizada. O cliente obriga-se a solicitar a autorização da IPSOS, a ser dada por escrito, previamente à divulgação dos resultados da pesquisa por quaisquer meios, sejam estes meios de comunicação de massa (imprensa ou propaganda) ou quaisquer outros meios através dos quais a informação possa transcender o âmbito da empresa cliente.

NOTA 3: A Ipsos garante que “o anonimato dos entrevistados deve ser estritamente preservado”, de acordo com o item B “Direitos dos Entrevistados” do Código de Ética da ICC/ESOMAR.

NOTA 4: Código de Ética: A Ipsos é filiada à ABEP Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa e segue os quesitos ditados pelo Código Internacional da ICC/ESOMAR. Para consulta ao código, na íntegra, acesse [www.abep.org.br](http://www.abep.org.br).

# TERMOS E CONDIÇÕES

Esta proposta observa os requisitos da **ISO 20252**, norma internacional que regula a pesquisa social, de opinião e de mercado.

Para a operacionalização deste estudo, a Ipsos poderá, a seu critério e sob sua inteira responsabilidade terceirizar parte dos serviços contratados. Todos os terceiros eleitos pela Ipsos serão devidamente supervisionados a fim de garantir o prazo e a qualidade dos serviços prestados, facultado ao cliente solicitar informações técnicas sobre os terceiros eventualmente envolvidos no projeto, resguardada a confidencialidade das informações.

A Ipsos reitera que é inteira e diretamente responsável por todos os serviços realizados no presente projeto, incluindo qualquer parte do trabalho que possa ter sido subcontratada e/ou terceirizada, exceto onde a escolha do subcontratado esteja além do controle da Ipsos.

De acordo com o artigo 11 do Código de Ética ICC/ESOMAR para Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social, o cliente deve consultar a empresa de pesquisa quanto à forma e conteúdo de divulgação de quaisquer dados de pesquisa, para se assegurar de que não haja interpretações inadequadas em vista da utilização de determinados dados fora do contexto geral da pesquisa realizada. O cliente obriga-se a solicitar a autorização da Ipsos, a ser dada por escrito, previamente à divulgação dos resultados da pesquisa por quaisquer meios, sejam estes meios de comunicação de massa (imprensa ou propaganda) ou quaisquer outros meios através dos quais a informação possa transcender o âmbito da empresa cliente.

Esta proposta é propriedade intelectual da Ipsos Brasil e não pode ser copiada ou divulgada na sua totalidade ou em parte.

O preço inclui impostos referentes à prestação de serviços.

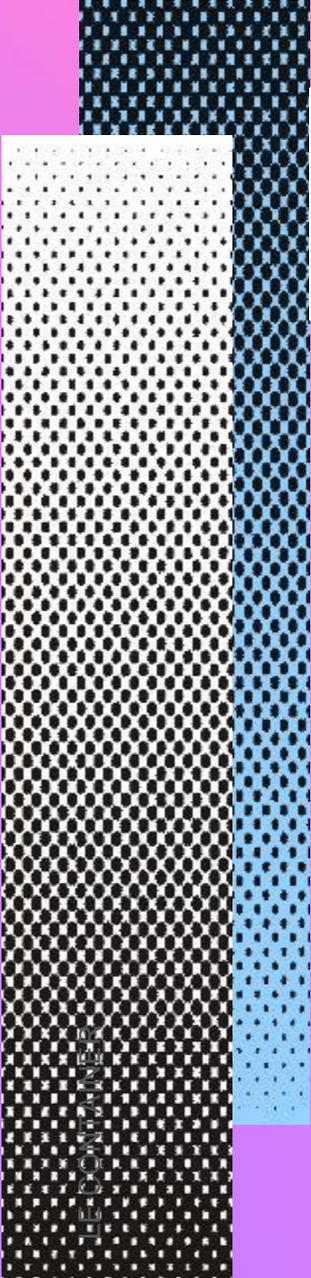
O preço inclui relatório em português, uma apresentação oral dos resultados em São Paulo, uma cópia impressa do relatório final e/ou uma cópia em meio digital, bem como não inclui custos de viagens.

# TERMOS E CONDIÇÕES

As Partes, neste ato e de comum acordo, anuem que em nenhuma hipótese serão responsáveis por danos indiretos, lucros cessantes ou insucessos comerciais da outra Parte, e concordam que, em qualquer circunstância, sua responsabilidade pelos danos diretos devidamente comprovados e apurados está limitada ao valor do projeto ora contratado, reconhecendo que a limitação de responsabilidade aqui tratada foi levada em consideração pelas partes quando do estabelecimento do preço do presente contrato."

As partes concordam que nenhum caso a aceitação dessa proposta implica em qualquer forma de exclusividade comercial.

Essa proposta foi elaborada de forma complementar a um contrato de Prestação de Serviços, que deverá ser assinado pelas Partes tão logo essa proposta seja aceita e assinada.



# Adquira já

# o estudo!

**Tania Cerqueira**

tania.cerqueira@ipsos.com  
(11) 2159-8717

**Mariana Nobre**

mariana.nobre@ipsos.com  
(11) 2159-8561

festival  
**path**

