

VIII SALÃO DE EXTENSÃO



M A R C A S L Í D E R E S 2 0 1 6

GEHRKE, Mirian Engel*
GIULIANO, Fátima
ECHEVESTE, Simone
ULBRA Canoas

Introdução

Projeto que envolve pesquisa do tipo *top of mind* em Canoas, evento de premiação dos vencedores e divulgação dos resultados. É realizado em parceria com a Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Canoas – CICS e com o Diário de Canoas – DC.

Objetivos

Identificar e ranquear as marcas mais lembradas em 37 categorias de negócios da cidade.

Metodologia

Pesquisa quantitativa, descritiva, por amostragem. | Amostra = 900 entrevistados, homens e mulheres a partir de 17 anos, distribuídos em 13 bairros de Canoas em cotas proporcionais à composição da cidade. | Margem de erro amostral máxima – 3,3%. | Coleta de dados – entrevistas pessoais, individuais, mediante questionário estruturado. | Oito pesquisadores – alunos do curso de Comunicação Social, selecionados, treinados e permanentemente acompanhados pelas professoras orientadoras do projeto. | Auditoria – 20% dos questionários. | Laboratório de Estatística tabula e trata estatisticamente os dados.

Resultados

São publicados em caderno especial do DC e os vencedores são premiados em cerimônia destinada a empresários e autoridades locais, reunindo em torno de 180 participantes.

Conclusões parciais

O Projeto Marcas & Líderes tem sua conclusão em novembro, após publicação dos resultados no Diário de Canoas e evento de premiação dos vencedores na CICS. No entanto, é possível prever os seguintes benefícios para os envolvidos:

- empresário local ganha instrumento gerencial para avaliar a percepção de sua marca;
- comunidade local ganha pela qualificação das atividades empresariais na região;
- experiência prática para alunos e de credibilidade para os cursos envolvidos;
- a Universidade colhe ganhos institucionais.

Referências bibliográficas

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman, 2006.
MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Atlas, 2007.
SAMARA, Beatriz Barros. *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Pearson, 2006.

* Coordenadora do projeto. E-mail: profa.mirian@ulbra.edu.br

