

# MARCAS E LÍDERES 2019

GIULIANO, Fátima (coordenadora)<sup>2</sup>;  
ECHEVESTE, Simone.<sup>3</sup>

## RESUMO

Marcas e Líderes é um 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.

## INTRODUÇÃO

A pesquisa é realizada por alunos do curso de Comunicação Social da Ulbra Canoas com os objetivos de identificar e ranquear as marcas mais lembradas em 38 categorias de negócios da cidade.

## METODOLOGIA

Pesquisa quantitativa, descritiva, por amostragem. | Amostra = 1000 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

Os resultados estatísticos indicam o ranque das marcas mais lembradas em 38 categorias na cidade de Canoas. O evento de premiação e a publicação dos resultados no DC atingem diretamente 2.000 pessoas – entre empresários, trabalhadores e clientes das empresas premiadas, bem como a comunidade canoense.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto fornece instrumento gerencial para o empresariado local avaliar a percepção de sua marca e beneficia a cidade ao estimular a qualificação das atividades empresariais na região. Academicamente, as atividades do projeto são fonte de experiência prática para alunos e geram participação em evento técnico-científico da Universidade, que também tem ganhos institucionais com o projeto.

## REFERÊNCIAS

- CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: ARTMED, 2007.  
MALHOTRA, Naresh K. Introdução à pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson, 2005.  
MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.  
MATTAR, Fauze N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2007.  
RUTTER, Marina; ABREU, Augusto de. Pesquisa de mercado. São Paulo: Ática, 2003.  
SAMARA, Beatriz Barros. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. 3 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

<sup>1</sup>Projeto de Extensão do curso de Comunicação Social – Ulbra Canoas em parceria com Câmara de Indústria, Comércio e Serviços de Canoas e Diário de Canoas. Endereço eletrônico: <<https://www.facebook.com/marcaselideres/?fref=ts>>.

<sup>2</sup>Mestre, professora do curso de Comunicação Social da Ulbra Canoas. Coordenadora do projeto Marcas & Líderes. fatimaponter@gmail.com

<sup>3</sup>Mestre, professora do Laboratório de Estatística do curso de Matemática da Ulbra Canoas.