

VIII SALÃO DE EXTENSÃO



MARCAS & LÍDERES 2016¹

GEHRKE, Mirian Engel (coordenadora)²;
GIULIANO, Fátima³; ECHEVESTE, Simone.⁴

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.

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 37 categorias de negócios da cidade.

METODOLOGIA

A pesquisa é quantitativa, descritiva, por amostragem. A amostra é calculada pelo Laboratório de Estatística da ULBRA, com base em dados do IBGE, e estratificada por gênero, faixa etária e bairro. São em torno de 900 entrevistados, homens e mulheres a partir de 17 anos, distribuídos em 13 bairros de Canoas em cotas proporcionais à composição da cidade. A margem de erro amostral máxima é 3,3%.

Os dados são coletados através de entrevistas pessoais, individuais e o instrumento é um questionário estruturado. Os pesquisadores são selecionados, treinados e acompanhados permanentemente pelas professoras orientadoras do projeto.

A seleção dos respondentes é pelo método *intercept*, em que o pesquisador circula em pontos de alto fluxo interceptando residentes no bairro que atendam à estratificação da amostra.

20% dos questionários são auditados e a tabulação é realizada pelos alunos, com orientação do Laboratório de Estatística, que também faz o tratamento dos dados.

Os resultados são publicados em caderno especial do DC e os vencedores são premiados em evento destinado a empresários e autoridades locais, reunindo em torno de 180 participantes.

¹ 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>>.

² Mestre, professora do curso de Comunicação Social da ULBRA Canoas. Coordenadora do projeto Marcas & Líderes. profa.mirian@ulbra.edu.br

³ Mestre, professora do curso de Comunicação Social da ULBRA Canoas.

⁴ Mestre, professora do Laboratório de Estatística do curso de Matemática da ULBRA Canoas.



VIII SALÃO DE EXTENSÃO



RESULTADOS

Os resultados estatísticos indicam o ranque das marcas mais lembradas em 37 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.

