

Quem são os mais lembrados do DF

DF - comércio

Pesquisa do Jornal de Brasília e da Toledo Associados mostra as marcas que ficaram na memória dos brasilienses

Trabalho consiste em estimar nível de fixação na mente do consumidor e dará troféus aos que mais se destacaram

LÚCIA LEAL

Está acertado para o próximo mês de março o evento que marcará a divulgação da pesquisa encomendada pelo Jornal de Brasília à Toledo Associados, que tem como objetivo principal destacar as marcas mais lembradas pelos consumidores brasilienses em diversos segmentos do mercado local em 1997. O Jornal de Brasília vai premiar as empresas que ficaram em primeiro lugar na memória da população em seus respectivos segmentos com um troféu a ser entregue em cerimônia que vai reunir empresários, agências de propaganda e anunciantes.

A pesquisa consiste em estimar o nível de fixação na mente do consumidor dos nomes e marcas de instituições, estabelecimentos comerciais, industriais, produtos, serviços e pessoas que comercializam ou atuam na variada gama de segmentos do cotidiano econômico do Distrito Federal, ou seja, é o espaço que a marca ocupa na cabeça do consumidor.

Em tempos de globalização, e com os novos rumos mercadológicos mundiais, aumentou a necessidade de se investir na formação e na ampla penetração da imagem no mercado. A pesquisa é uma contribuição efetiva ao desenvolvimento dessa tendência e leva a uma análise dos caminhos administrativos adotados pelas empresas como um todo.

De acordo com o diretor Comercial do Jornal de Brasília, Luciano Coutinho, "o marketing é a alma de qualquer marca, está intimamente ligado ao seu sucesso ou não. A pesquisa induz à uma reflexão sobre o que está certo ou errado por trás daquele nome", explica, acrescentando que o objetivo da iniciativa é estimular esse pensamento, uma vez que mercado e consumidor só têm a lucrar com isso.

Desenvolvimento - Para se chegar a esse resultado, a Toledo Associados desenvolveu, entre os dias 5 e 26 de setembro último, uma pesquisa de campo, com coleta de dados feita em uma amostra de 607 entrevistas, selecionadas a partir de critérios de probabilidade, que garantiram a todos os domicílios e habitantes das regiões administrativas pesquisadas chances iguais de serem selecionados para a amostra.

Entre essas regiões estão Brasília, Ceilândia, Cruzeiro, Gama, Guará, lagos Norte e Sul, Núcleo Bandeirante, Planaltina, Samambaia, Sobradinho e Taguatinga, apuradas dentro de 316 do total de 1.743 setores censitários, ou divisões geográficas de um determinado bairro ou cidade, cujos limites identificam a incidência de um mesmo número de domicílios entre eles, com uma ocorrência estimada pelo IBGE de 224,3 domicílios em cada um dos mesmos, tendo como média de habitantes em cada um 3,9.

A pesquisa foi dividida em duas fases distintas. Para os segmentos de consumo generalizado, foram abrangidas todas as classes sociais das regiões pesquisadas que, segundo os critérios de classificação sócio-econômica estabelecidos pela Anep/ABA em agosto de 1997, a população do Distrito Federal foi distribuída entre A1, A2, B1, B2, C, D e E; para os segmentos de consumo específico consideraram na amostra apenas a população das classes A1, A2, B1 e B2, segundo Critério de Classificação Econômica Brasil, Anep - Associação Nacional de Empresas de Pesquisa; e ABA - Associação Brasileira de Anunciantes - 1997.

Segmentos - Ao todo, são 87 itens divididos em segmentos de consumo específico, entre eles alimentação, com destaque para restaurantes e churrascarias; veí-

culos, abrangendo marcas nacionais e importadas, concessionárias nacional e específicas da Volkswagen, Ford, GM/Chevrolet, Fiat e Mercedes-Benz, consórcio, seguradora, loja de pneus e autopeças; saúde, elegendo o mais lembrado hospital particular da cidade.

O lazer/viagem também tem espaço na pesquisa, com salas de cinema, hotéis, motéis e agências de turismo; assim como o vestuário, participando lojas de moda feminina e íntima; o ensino, com colégio particular, escola de inglês, curso de informática e de pré-vestibular; o comércio, incluindo perfumaria e livraria; e outros setores, como TV por assinatura, companhia aérea, locadora de veículos, provedor de acesso à internet e salão de beleza.

Já o segmento de consumo generalizado teve uma pesquisa mais ampla, uma vez que atingiu todas as classes. Na alimentação, por exemplo, destacaram-se marcas de refrigerante, cerveja, água mineral e nomes de supermercado; no comércio foi a vez de cine/fotos, lojas de disco, de eletrodomésticos, de móveis e de tintas, drogarias e papelerias; e outros desagrupados, inclui shoppings, bancos, empresa pública, faculdade particular, planos de saúde.

A pesquisa ainda vai levar ao conhecimento da população o partido político e o político brasiliense mais lembrados.

Nas duas fases do trabalho foi adotado o critério de amostragem por conglomerado, que permite segurança na generalização dos dados coletados para todos os elementos da população pesquisada, dentro de um intervalo de confiança de 95% e uma margem de erro máxima de mais ou menos 4% para o consumo generalizado e mais ou menos 5% para consumo específico.



LUCIANO COUTINHO: "Pesquisa induz a reflexão sobre produto"

SETORES PESQUISADOS

SEGMENTOS DE CONSUMO ESPECÍFICO

■ ALIMENTAÇÃO

- Restaurante
- Churrascaria

■ VEÍCULOS

- Marca de automóvel importado
- Concessionária Volkswagen
- Concessionária GM/Chevrolet
- Concessionária Ford
- Concessionária Fiat
- Concessionária Mercedes-Benz
- consórcio de Automóveis
- Seguradora de automóveis
- Loja de pneus
- Loja de autopeças

■ SAÚDE

- Hospital particular

■ LAZER/VIAGEM

- Sala de cinema
- Hotel de Brasília
- Motel de Brasília
- Agências de turismo

■ VESTUÁRIO

- Loja de moda feminina
- Loja de moda íntima

■ ENSINO

- Colégio particular
- Escola de inglês
- Curso de informática
- Curso pré-vestibular

■ COMÉRCIO

- Perfumaria
- Livraria
- OUTROS SETORES
- TV por Assinatura
- Companhia aérea
- Locadora de veículos
- Provedor de acesso à Internet
- Salão de beleza

SEGMENTOS DE CONSUMO GENERALIZADO

■ ALIMENTAÇÃO

- Marca de refrigerante
- Marca de cerveja
- Marca de água mineral
- Supermercado

■ COMÉRCIO

- Loja de cine/foto/som
- Loja de discos
- Loja de eletrodomésticos
- Loja de móveis
- Loja de tintas
- Drogaria
- Papelaria

■ OUTROS SETORES

- Shopping Center
- Banco
- Empresa pública
- Faculdade particular
- Plano de saúde
- Partido político
- Político brasiliense