

Como se faz um Marcas que Marcam®?

O guia Marcas que Marcam® apoia-se numa pesquisa de mercado prévia, que funciona como base de apoio e fundamentação das marcas publicadas. A metodologia da pesquisa de mercado baseou-se num processo bietápico que conjugou uma primeira parte qualitativa e uma segunda quantitativa.

1. Numa primeira fase, foi seleccionado um conjunto de categorias (80) pelos consultores da QSP – Consultoria de Marketing entre cerca de 11 300 designações de produtos e/ou serviços referidos na classificação de produtos e serviços para o registo de marcas. Esta selecção derivou de uma análise qualitativa dos consultores, que agregaram as diferentes designações em categorias de produtos e serviços mais abrangentes.
2. Numa segunda fase, entre este conjunto de categorias seleccionado, foi levado a cabo uma pesquisa quantitativa junto do público em geral (indivíduos com idade igual ou superior a 15 anos e residentes em Portugal Continental), através de entrevistas presenciais realizadas entre os meses de Abril e Maio de 2011, com o objectivo de seleccionar as marcas integradoras do guia, sendo o elemento decisor a notoriedade espontânea. Para cada uma das 80 categorias de produtos e/ou serviços, foi pedido a um conjunto de 312 inquiridos que indicassem as marcas que conheciam, o que deu origem às marcas que integram este guia. Os vencedores, apresentados na página ao lado, correspondem à marca mais citada em cada categoria de produtos e/ou serviços. De forma a perfazer um número mínimo de 1700 marcas, além da da notoriedade espontânea associada a cada categoria de produtos/serviços, foi colocada uma questão sobre notoriedade espontânea sem qualquer associação a categorias de produtos/serviços, e que também constam deste guia.

Pressupostos:

- a. Para a elaboração do guia Marcas que Marcam® foram excluídas todas as marcas que não possuem representação directa em Portugal ou que o seu representante não foi encontrado em tempo útil.
- b. A designação publicada do nome da marca corresponde à designação oficial dessa marca em Portugal.
- c. O guia Marcas que Marcam® enviou a todas as marcas referenciadas no guia uma solicitação por escrito para confirmação dos dados publicados. Em caso de erro ou incorrecção, solicitamos a respectiva rectificação para correcção em posterior edição.
- d. Devido a critérios editoriais, foram excluídas todas as marcas de partidos políticos, clubes de futebol profissional e de comunicação social.
- e. As marcas constantes deste guia podem não corresponder exactamente às que foram citadas no estudo, devido aos pressupostos supracitados ou por não terem qualquer associação às categorias nas quais foram citadas.
- f. Relativamente à edição anterior, referente a 2010, foram efectuadas algumas alterações, nomeadamente no nome das categorias, de forma a melhorar o output final.
- g. Na listagem de marcas que se apresenta neste guia, o campo “Categoria” contém o número corresponde à categoria de produtos/serviços em que a marca foi citada (ver tabela na página ao lado). Todas as marcas citadas sem qualquer associação de categorias foram identificadas com um * (asterisco). Por “N.D.” foi designada toda a informação “Não Disponível”.

Para mais informações
contactar:
geral@qspmarketing.pt
226 108 552

Não é permitida
a reprodução total
ou parcial deste Guia
sem prévia autorização
expressa por parte da QSP
– Consultoria de Marke-
ting ou Diário Económico.

* Marcas que Marcam®
é uma marca registada,
propriedade da QSP –
Consultoria de Marketing.