

MARCAS MAIS LEMBRADAS PELOS CONSUMIDORES DE MARAVILHA-SC.

Gabriela Senger¹, Cristiana Marlei Oesterreich², Nilson Renê Silva Visintainer³

1. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Maravilha, SC.

2. Discente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Maravilha, SC.

3. Docente do curso de graduação em Administração, Unoesc, Maravilha, SC.

Autor correspondente: Gabriela Senger, sengergabriela01@gmail.com

Área: Ciências Sociais

Introdução: Com os avanços tecnológicos os consumidores estão cada vez mais exigentes, atentos e conscientes do que adquirem. Portanto, as marcas são reconhecidas quando estabelecem uma relação de fidelidade, confiança e funcionalidades que os surpreendam mantendo o valor agregado e qualidade única. **Objetivo:** Identificar as marcas mais lembradas nas seguintes categorias: alimentos, bebidas, higiene, limpeza e tecnologia.

Método: O estudo é caracterizado como uma pesquisa descritiva e adotou o levantamento como método de investigação, focando na coleta de dados quantitativos. Utilizou-se um questionário elaborado na plataforma Google Forms, que foi distribuído por e-mail e redes sociais, resultando em uma amostra de 246 respondentes. Os dados foram analisados por meio de tabelas, gráficos e análise descritiva.

Resultados: No estudo, observou-se que, em relação ao gênero, as mulheres (59%) prevalecem sobre os homens (37,6%). No setor alimentício, os salgadinhos Doritos e Fandangos são líderes com 34,96% e 24,80% das preferências, respectivamente. Os chocolates Lacta (44,31%) e Nestlé (34,15%) destacam-se, enquanto Oreo e Passatempo empatam com 28,05% na categoria de bolachas. Nas bebidas, Coca-Cola (60,98%) e Heineken (34,15%) lideram seus subsegmentos, enquanto, o leite preferido é a marca Piracanjuba (52,03%). Quanto a produtos de higiene, Colgate, Dove e Rexona dominam com 53,25%, 45,12% e 65,45%, respectivamente. Na categoria de limpeza, Omo (63,41%) e Ypê (61,79%) são os mais escolhidos. Em tecnologia, a Samsung é a marca predominante em smartphones (37,80%), TVs (47,97%) e fones de ouvido (35,77%), enquanto Acer (46,34%) supera na escolha de notebooks. **Conclusão:** As marcas menos conhecidas são, em geral, menos lembradas pelo público. O levantamento aponta que as mais reconhecidas têm marcado presença ao longo de diversas gerações. Esta familiaridade conduz os consumidores a optarem rapidamente por produtos já consolidados no mercado. Tal reconhecimento é amplificado pelos significativos investimentos em propaganda e publicidade, que buscam não apenas reter consumidores leais, mas também atrair novos.

Palavras-chave: Pesquisa; Marketing; Gestão de Marca; Consumidores; Análise.

Agradecimentos: As autoras Gabriela Senger e Cristiana Marlei Oesterreich agradecem ao Programa de Bolsas Universitárias do Estado de Santa Catarina (UNIEDU) pela concessão de bolsa de iniciação científica. Agradecem também a coordenação acadêmica da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc) pela concessão de bolsa.