

MARCAS DE QUEM DECIDE 2019



Quem está na cabeça
e no coração do

PÚBLICO?

A 21ª edição da pesquisa Marcas de Quem Decide aponta as marcas mais lembradas e as preferidas dos gaúchos. Os resultados foram apresentados no Teatro do Sesi

EVENTO

O desfile das marcas na mira da inovação

Divulgação da pesquisa reuniu gestores e empresários no Teatro do Sesi

Mauro Belo Schneider
mauro.belo@jornaldocomercio.com.br

Foi aberto, nesta terça-feira, o calendário de eventos corporativos do Rio Grande do Sul. O Marcas de Quem Decide, promovido em parceria entre o **Jornal do Comércio** e a Qualidata, chegou à sua 21ª edição consolidado como o primeiro encontro oficial do ano entre as principais lideranças do Estado. A inovação norteou a temática em 2019.

E o conceito esteve presente em diversas frentes da atividade. Pela primeira vez, o discurso de abertura foi conduzido pelo diretor de operações do JC, Giovanni Tumelero.

“A construção de uma

marca leva tempo. Durante esses 21 anos de Marcas de Quem Decide, procuramos apresentar um trabalho editorial aprimorado, para entregar informações confiáveis e relevantes para gerar decisões estratégicas nas empresas”, destacou o executivo.

O Marcas, aliás, tem a veia da inovação em seu DNA, desde o surgimento da pesquisa, há 21 anos. Foi o primeiro levantamento a estudar aspectos referentes à lembrança e à preferência no Rio Grande do Sul.

“Lembro que, em 1998, resolvemos pesquisar algo que fizesse uma medição diferente do que já existia. A lembrança não garante o sucesso de uma marca. Isto porque, para ter preferência, é preciso ter experimentado”, entende Paulo Di Vicenzi, diretor da Qualidata.

A divulgação dos resultados e a entrega dos certificados aconteceu no Tea-

tro do Sesi, em Porto Alegre, perante uma plateia de cerca de 600 pessoas. Os convidados foram recepcionados no salão com uma apresentação do Conjunto Instrumental do Colégio Teutônia, sob a regência do professor Lucas Eduardo Grave. Além disso, outra surpresa, novamente protagonizada por jovens: a Fábrica de Gaiteiros, do acordeonista gaúcho Renato Borghetti, embalou a nomeação da lista das 10 empresas mais lembradas e preferidas.

Os dados completos, obtidos a partir de 348 entrevistas com gestores em 47 municípios gaúchos, serão encartados em uma publicação especial do JC no dia 29 de março. A coleta das informações ocorreu entre novembro de 2018 e janeiro de 2019. Veja, na contracapa deste caderno, quais serão os outros conteúdos do guia, que já virou referência para as marcas.

MARCO QUINTANA/JC



Giovanni Tumelero fez o discurso de abertura

MARCO QUINTANA/JC



Apoiada pela CMPC, a Fábrica de Gaiteiros se apresentou com Renato Borghetti

CLAITON DORNELLES /JC



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC



Novas categorias

Neste ano, devido ao avanço da tecnologia e das formas de consumo, algumas categorias passaram a integrar a pesquisa. Entre elas, os destaques abaixo:

▶ **App de mobilidade:**

Uber venceu na lembrança e na preferência;

▶ **Banco Digital:**

Nubank encabeçou o ranking na lembrança e na preferência;

▶ **Ensino a Distância:**

A Anhanguera foi a instituição mais lembrada e a Unisinos, a preferida.

Interação

Um painel foi instalado no Teatro do Sesi para uma pesquisa interativa. O Marcas de Quem Decide queria saber qual o principal fator de impacto na gestão de uma marca. O resultado poderá ser conferido no caderno do dia 29 de março.

Sustentabilidade

A decoração do palco teve inspiração no conceito de sustentabilidade. Plantas ornamentaram o local e serviram de fundo vivo.

Parceiros

O evento contou com o patrocínio da CMPC, Weinmann, Scalzilli Althaus e Savarauto. O apoio ficou a cargo de Aurora, Fruki, Uniodonto e Móveis do Bem.

Frases

“O que é ser marca forte? É quando ela deixa de ser propriedade da empresa, do gestor, para ser a de seus consumidores, do público”, traduz Paulo de Vicenzi, diretor da Qualidata.



Pesquisa apontou as Grandes Marcas Gaúchas: Tramontina, Gerdau, Fruki, Zaffari, Randon, RBS, Marcopolo, Banrisul, Sicredi, Lojas Renner e Santa Clara

QUAIS OS SETORES PESQUISADOS?

Além de destacar a Grande Marca Gaúcha do Ano, a Marca Gaúcha Inovadora e a Marca Gaúcha Ambiental, a pesquisa apresenta as empresas mais lembradas e preferidas pelos consumidores em outras 72 categorias. São as seguintes:

1. Água Mineral
2. Aplicativo de Transporte Pessoal
3. Apoio ao Empreendedor
4. Auditoria Empresarial
5. Banco
6. Banco Digital
7. Bolachas e Biscoitos
8. Canal de Televisão
9. Carro Importado
10. Carro Nacional
11. Cartão de Benefícios
12. Certificação Digital
13. Churrascaria
14. Clube Social
15. Combustíveis
16. Conselho de Classe Profissional
17. Consórcio
18. Construtora

19. Cooperativa
20. Destino Turístico Gaúcho
21. Empresa de Ônibus
22. Empresa Pública Gaúcha
23. Ensino a Distância (EaD)
24. Ensino de Idiomas
25. Ensino de Pós-Graduação
26. Ensino Médio
27. Ensino Superior Privado
28. Ensino Técnico
29. Entidade Empresarial
30. Entidade Jurídica
31. Entidade Rural
32. Erva-Mate
33. Escola de Negócios
34. Escritório Jurídico
35. Espumante
36. Farmácia

37. Ferramenta
38. Funerária
39. Hospital
40. Hotel
41. Imobiliária
42. Jornal de Economia e Negócios
43. Laboratório Clínico
44. Loja de Materiais de Construção
45. Loja de Moda Feminina
46. Loja de Moda Masculina
47. Loja de Móveis e Eletrodomésticos
48. Máquinas Agrícolas
49. Montadora de Automóveis
50. Plano de Saúde
51. Plano Odontológico
52. Previdência Privada
53. Produtos Lácteos
54. Queijo

55. Rádio
56. Rede de Informática
57. Rede Óptica
58. Refrigerante
59. Restaurante
60. Revenda de Carros Importados
61. Revenda de Carros Nacionais
62. Seguro
63. Sindicato
64. Sindicato Patronal
65. Supermercado
66. Teatro
67. Telefonia Móvel
68. Tinta Predial
69. Transportadora
70. Utensílios Térmicos
71. Vigilância
72. Vinho

ORGULHO DE LEVAR
PORTO ALEGRE
NO NOSSO NOME.
**E SABER QUE OS GAÚCHOS
NOS LEVAM EM SEUS CORAÇÕES.**



1º na lembrança
e 2º na preferência
Categoria de
Sindicato Patronal



QUEM CIRCULOU PELO EVENTO - POR BINS ELY



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Giovanni Tumelero, Paulo Kruse, Simone Leite, Mércio Tumelero, Gilberto Ribeiro e Aquiles Dal Molin Jr.



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

João Ruy Freire e Antonio Cesa Longo



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Delmar Jarros e Paulo Vellinho



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Walter Lídio Nunes e Carlos Biedermann



JONATHAN HECKLER/ESPECIAL/JC

Ditmar Ary Kuhn



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Aroldo Pieta, Fernando Canabarro e Fernando Esbroglio



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Paulo Geremia e João Alfredo Bertolucci



IVO GONÇALVES/ESPECIAL/JC

Itacir Pozza



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Alcides Debus e Guilherme Foernges



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Alcides Debus, Ricardo Breier, Jorge Perren, Ana Tércia Rodrigues e Célio Levandowski



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Daniela Kraemer e Sílvia Rachewsky



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Denis Alessandro e Tânia Moreira



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Jean Carlos Peluso e Júlio Gregory Brunet



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Tatiana e Jefferson Fürstenau



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Ana Cláudia Diehl e Frederico Malcon



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Julio Cesar Soares da Silva e Paulo Di Vicenzi



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Nelson Eggers e João Miranda



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Augusto Letti e Joarez José Piccinini



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Leandro Gindri de Lima, Paulo Kruse e Rodrigo Ourique



JACKSON CICERI/ESPECIAL/JC

Cristiane Pacheco e Cláudia Horbe.

PESSOAS

O que o empresariado espera de 2019

Representantes de diversos setores que estiveram presentes no #marcas2019 falam das expectativas para o ano

Giana Milani e Mauro Belo Schneider
@belomauro @milanigiana



João Alfredo Bertolucci,
prefeito de Gramado

Economia em torno do turismo

"O turista pode esperar boas práticas sustentáveis e a certeza de que Gramado não vai violar os princípios básicos do detalhismo da natureza. Queremos que o desenvolvimento se harmonize com a natureza, sem perder a nossa moldura verde, que Gramado continue atraente e não perca seu caráter de ser uma cidade diferenciada. Para isso é que estamos trabalhando. Cerca de 86% da nossa economia é em torno da atividade turística, e isso nos deixa com um compromisso muito grande. O turismo é uma atividade econômica, sem dúvida, mas ele deixa de ser caso a gente não cuide com todo o zelo."

Crescimento de dois dígitos

"O setor farmacêutico vem se desenvolvendo, nos últimos anos, a dígitos importantes de crescimento. Inclusive em 2018, que foi um ano muito sentido pelo varejo nacional, nós tivemos um crescimento de 10%. Devemos esperar para 2019 uma manutenção desse crescimento porque achamos prematuro um otimismo. A ideia é manter dois dígitos de crescimento."



Ricardo Duarte da Silveira,
presidente da Farmácias
Associadas

Sem boom imobiliário

"As expectativas são muito boas, já estamos percebendo uma movimentação maior entre os empresários. Ou seja, uma melhoria na confiança da economia e na expectativa de que as coisas vão poder acontecer. Aguardamos, para o segundo semestre, que essas melhorias comecem a se concretizar. Por enquanto, dentro da construção civil, que temos que adquirir terrenos e fazer projetos, há uma preparação para o início da atividade propriamente dita. Isso vai acontecer, na nossa expectativa, um pouco no segundo semestre, mas mais efetivamente em 2020 ou 2021. Não teremos boom imobiliário, como das outras vezes, mas os fatores econômicos estão propi-



Aquiles Dal Molin Júnior,
presidente do Sindicato das
Indústrias da Construção
Civil (Sinduscon-RS)

cios, havendo uma garantia de emprego e melhores condições na expectativa da população. Em breve começam a acontecer alguns lançamentos de imóveis."



Daniela Kraemer,
gerente de relações institucionais da General Motors

GM passa por transformações

"A gente sempre tem que pensar positivo. As operações da GM no Rio Grande do Sul estão passando por algumas transformações. Estamos nos preparando para ter uma nova linha de produção, novos produtos. Tem um momento de expectativa. Sempre acreditamos que tem que seguir trabalhando para poder garantir o nosso espaço no mercado."

Hora de fazer as melhorias

"A gente tem um consumidor que continua otimista, mas vai precisar de renda. Ele torce pelas reformas. O País necessita dessas mudanças. É um País que tem um consumidor muito atento a novos hábitos, a ir para o mercado de consumo, mas também está muito consciente com a questão da sua renda. Não está disposto a gastar mais do que pode. O setor é sempre otimista e tem expectativa de crescimento e investimento. Mais de um terço das empresas de supermercados está fazendo reformas e melhorias."



Antônio Cesa Longo,
presidente da Associação
Gaúcha de Supermercados
(Agas)

Uma nova emergência pediátrica

"Estamos investindo muito em nosso paciente mais crítico e mais complexo, numa emergência pediátrica nova, em equipamentos, sempre trabalhando muito firme na questão da satisfação e da experiência do paciente. Estamos juntando e incorporando tecnologias sem esquecer que o centro de tudo isso é o nosso paciente. Mais equipamentos e mais leitos, além de cirurgias robóticas. Temos equipamentos que só no Moinhos de Vento se encontra. A gente recebe pacientes do Estado inteiro e estamos recebendo os da Região Sul."



Elizeu Pereira,
gerente de vendas da Mercedes-Benz



Tanira Torelly Pinto,
superintendente de operações e governos do Hospital Moinhos de Vento (HMV)

Um período difícil em termos de operacionalização

"A gente entende que é um ano difícil por várias mudanças que estão ocorrendo. A área contábil é muito afetada por regulações. A gente está aí diante de uma mudança na questão do ICMS, a entrada em vigor de várias etapas do sistema público de escrituração digital, como eSocial, nota fiscal eletrônica de serviços. Temos uma expectativa de que vai ser um ano difícil em termos de operacionalização, mas próspero pelo aspecto econômico. Há uma movimentação diferente na economia, as empresas se animando, aumentando seu volume de negócios, e isso, para a contabilidade, é muito bom."



Ana Tércia Lopes Rodrigues,
presidente do Conselho Regional de Contabilidade (CRC-RS)

Célio Levandovski, presidente do Sescon-RS

A necessidade da reinvenção

"Os sindicatos estão se reinventando neste momento. A expectativa é que a gente consiga agregar, cada vez mais, os nossos representados dentro da entidade e que eles venham de forma espontânea e reconheçam o valor que a gente tenta entregar."



Falta pouco para o crescimento

"Tivemos um período um pouco mais complicado em função da economia, da política, de vários fatores. Agora, a tendência é que isso melhore bastante. Tínhamos esperança que fosse melhorar mais, mas acho que, passando um mês, dois meses, realmente deve começar a ter crescimento."



Guilherme Mendes,
diretor da Tintas Renner

Reforçar a proximidade com a clientela

"Estamos muito otimistas com 2019, num retorno com o País como um todo. Com certeza, a construção civil vai levantar, vai voltar neste ano, e queremos estar perto para entregar um revestimento perfeito para novas obras que estão surgindo. Não só com as construtoras, mas com nossos clientes que estão fazendo reformas. O grande objetivo de 2019 é estar mais perto dos nossos clientes. Queremos entregar mais valor para todos eles, mais serviço, falar mais um pouco a língua da dona de casa, do pintor, todo mundo que usa os nossos produtos. Acho que esse é o grande desafio para 2019."



Joel Queiroz de Lima,
gerente regional do Bradesco

À espera pelo governo

"As expectativas são excepcionais. Estamos esperando que as agendas do próprio governo sejam cumpridas. Ontem, o ministro Paulo Guedes deu uma notícia muito boa, da possibilidade da aprovação da reforma da Previdência, e isso traz uma credibilidade imensa para o setor econômico e financeiro. O banco, evidentemente, com a expectativa de crescimento do PIB, dos ajustes no orçamento, acredita, mais uma vez, no País."



Leandro Gindri de Lima,
diretor executivo da Central Sicredi Sul/Sudeste

Reinvenção da economia

"O Sicredi, quando inicia um orçamento, faz previsões sempre cautelosas e adequadas de mercado. Só que, ao passar dos anos, sempre supera esse crescimento. Estimamos crescer, novamente, na casa dos dois dígitos. Viemos crescendo nos últimos anos acima disso. A economia se reinventa, nós olhamos para alguns setores que estão mais aquecidos e começamos a investir e incentivar. Um deles é o de energias renováveis, que a gente aposta que cresça bastante ainda neste ano e consiga também dar uma sustentação legal na nossa atuação. Outra força que acreditamos é no nosso posicionamento. Hoje, no Estado, cobrimos 92% dos municípios gaúchos. Somos a única instituição financeira em 99 municípios. A intenção de fazer o bem e crescer junto com a comunidade impulsiona os negócios."



Octaviano Busnello,
gerente de vendas da Savarauto

Mais um ano bom

"As expectativas são boas em função dos lançamentos. Estamos acreditando em um bom ano para 2019, repetindo o que a gente fez no ano passado."

SPOILER

Não perca o especial do dia 29 de março

Na última sexta-feira deste mês, um conteúdo aprofundado do Marcas de Quem Decide circulará em todas as plataformas do **Jornal do Comércio**. Neste ano, o foco da publicação é a inovação e, por isso, nossa reportagem conversou com empresas de diversos setores. As entrevistas abordam novidades no varejo, na gestão, no agronegócio, na sustentabilidade, na educação e no marketing. A pesquisa será publicada na íntegra no suplemento especial, acompanhada de uma análise dos dados que trazem as marcas mais lembradas e preferidas pelos gaúchos. Confira o spoiler abaixo:

MARCELO G. RIBEIRO/JC



Leia a entrevista completa de Kelly Bitencourt, diretora da Great Place To Work

Gestão

Diversidade pode ser sinônimo de faturamento. É o que aponta a pesquisa da Great Place to Work (GPTW). Segundo os dados levantados pela GPTW, empresa que presta consultoria para potencializar boas práticas de gestão, organizações premiadas em ranking de diversidade apresentam um faturamento maior. Para Kelly Bitencourt, diretora executiva da entidade, estar no ranking GPTW Melhores Empresas para Trabalhar é um selo para atrair talentos, trazendo inovação e sustentabilidade.

Trabalho

A inovação não está presente somente dentro das empresas. A maneira de chegar até um cargo também mudou. Prova disso é o LinkedIn, rede social com mais de 35 milhões de usuários no Brasil que permite interações e troca de experiências entre profissionais. No caderno especial Marcas de Quem Decide, o diretor-geral do LinkedIn para a América Latina, Milton Beck, fala sobre as mudanças provocadas pela plataforma na hora de se candidatar a um emprego.

Tecnologia

Há um ano no mercado porto-alegrense, a Rappi é referência em inovação. O aplicativo se propõe a entregar para o consumidor qualquer produto. Além disso, a empresa lançou no começo de 2019, em parceria com a marca Grin, patinetes elétricos para serem utilizados na capital gaúcha. André Brumer, diretor da marca na Região Sul, contou, em entrevista ao Marcas de Quem Decide, como a temática da inovação é abordada na rotina da empresa.

LUCAS SABINO/DIVULGAÇÃO/JC



André Brumer, city manager da Rappi em Porto Alegre, participou do conteúdo

FUJIFILM/DIVULGAÇÃO/JC



Emerson Stein, da Fujifilm, fala sobre reinvenção

Cara nova

Inovar nem sempre é lançar um produto inédito. A Fujifilm Brasil aposta, desde 2012, nas câmeras analógicas instantâneas como carro-chefe da empresa. Com uma abordagem voltada para o público jovem, o negócio que completou 60 anos no Brasil acredita que o produto propõe uma nova forma de fotografar, mesmo usando uma tecnologia antiga. Emerson Stein, diretor da Divisão de Imagem da Fujifilm Brasil, entende que é um mérito para a empresa reinventar uma marca sem perder a sua tradição.

DIVULGAÇÃO/JC



Milton Beck, diretor geral do LinkedIn na América Latina, fala sobre inovação e recrutamento