

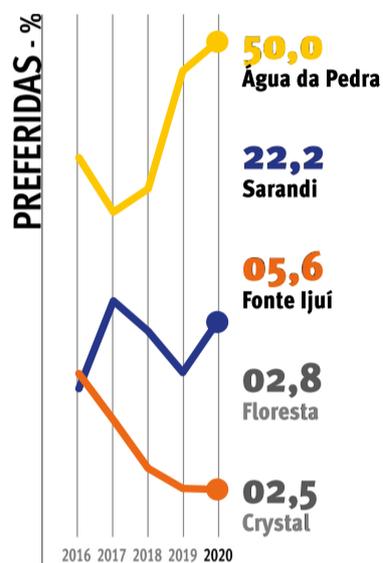
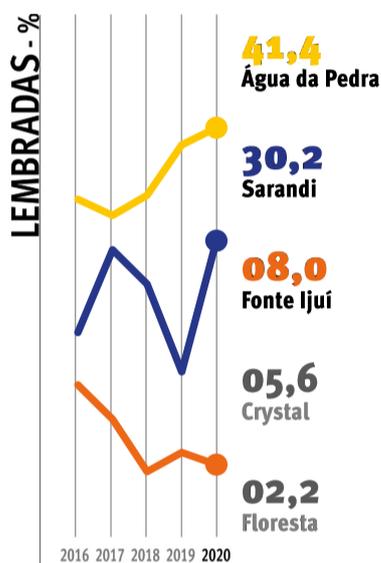
ÁGUA MINERAL

ÁGUA DA PEDRA AMPLIA VANTAGEM NA PREFERÊNCIA

Pelo terceiro ano consecutivo, a Água da Pedra apresenta crescimento em seus índices como água mineral mais lembrada e preferida pelos gestores de negócios do Rio Grande do Sul.

Na lembrança, a pesquisa da Qualidata mostra que a Água da Pedra passou de 39,7% para 41,4%. Na preferência, o crescimento foi um pouco maior,

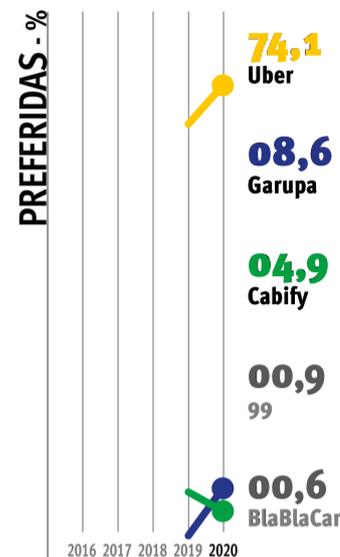
de quase três pontos percentuais, passando de 47,1% para 50%. A vantagem sobre o segundo lugar da Sarandi (22,2%) foi ampliada para aproximadamente 30 pontos percentuais. Com o resultado da preferência, a Água da Pedra passa a ser marca dominante neste quesito, em que todas as outras marcas citadas somam um total de 43,2%.



Água Mineral

QUALIDATA
Quer saber? A gente pesquisa.

APLICATIVO DE TRANSPORTE PRIVADO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Linhas de evolução relativas às três primeiras posições.
Aplicativo de Transporte Privado

QUALIDATA
Quer saber? A gente pesquisa.

UBER CRESCE NA LEMBRANÇA E NA PREFERÊNCIA

Na segunda avaliação deste setor, a marca Uber confirma a liderança isolada, apresentando índices maiores nos dois lados da pesquisa feita pela Qualidata. Subiu para 82,1% como marca mais lembrada e passou para 74,1% como a preferida pelo público pesquisado nesta 22ª edição do projeto Marcas de Quem Decide.

Garupa também aumentou sua pontuação e agora ocupa a segunda posição, com 6,8% entre as mais lembradas e 8,6% das indicações de preferência.

Os números da Uber garantem à marca a segunda colocação no ranking de dominância entre todas as categorias avaliadas nesta edição da pesquisa.

Rede SIM é a segunda marca mais lembrada pelos gaúchos

A SIM, que tem mercado presença no Rio Grande do Sul, figurou nas duas linhas de pesquisa do Marcas de Quem Decide neste ano. Foi a segunda marca mais lembrada na categoria Combustíveis, com 14,2% das indicações dos entrevistados, e a quarta preferida, com 9,3%. Os resultados são motivo de orgulho para a empresa.

"Avançamos em relação às marcas nacionais e a uma marca internacional. Isso mostra o quanto temos nos dedicado para proporcionar a melhor experiência em qualidade e atendimento aos nossos clientes", afirma Carla Perussato, gerente de marke-

ting da Rede SIM.

O negócio, que nasceu em Flores da Cunha, em 1985, segue em constante expansão. Um de seus diferenciais são as novas lojas de conveniência, que priorizam a facilidade de atendimento e a criação de um ambiente mais acolhedor.

"Temos uma entrega diferenciada. Enxergamos que isso irá nos trazer grandes resultados enquanto marca e melhores experiências para os nossos clientes. Queremos ser a loja de vizinhança, ou seja, estar sempre presente no cotidiano das pessoas", comenta Neco Argenta, presidente da SIM. A rede pos-

sui um trabalho focado no atendimento das necessidades do consumidor na hora de frequentar um posto de combustível. Está claro, hoje, que não se limita mais a abastecimento. "É para isso que estamos olhando", garante Neco.

Um dos marcos de 2019 foi a inauguração do Paradoxo SIM Freeway Gravataí, unidade com infraestrutura completa para quem trafega pela rodovia.

A marca, agora, segue sua trajetória de conquista de novos pontos, com mais de 140 unidades no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Conteúdo produzido pelo Núcleo-i para Rede SIM
Conteúdo multimídia patrocinado

REDE SIM/DIVULGAÇÃO/JC



Neco Argenta é presidente da Rede SIM