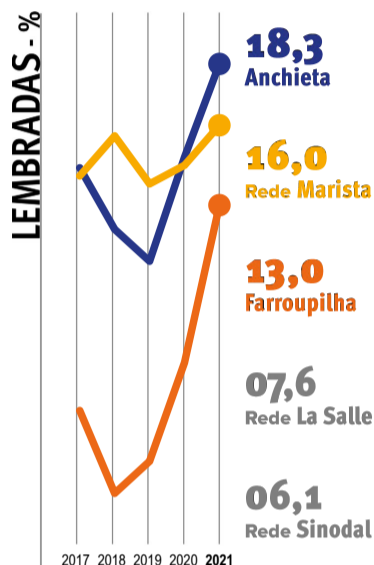


ENSINO MÉDIO

Inédito empate triplo na disputa da preferência

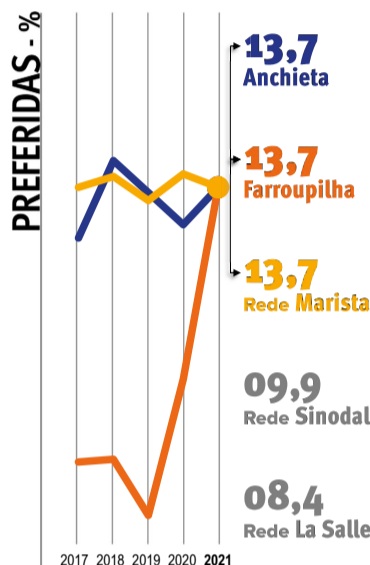
Desde que esse setor foi incluído no projeto Marcas de Quem Decide, essa é a primeira vez que três marcas aparecem numericamente empatadas em primeiro lugar. A pesquisa feita pela Qualidata revela que isso ocorreu na avaliação da preferência. Colégio Anchieta, Colégio Farroupilha e colégios da Rede Marista marcam exatamente 13,7%.

Na lembrança, o Colégio Anchieta ganha pontos e continua em primeiro lugar pelo segundo ano consecutivo, marcando 18,3%. A Rede Marista segue na segunda posição, agora com 16%. Quem sobe para a terceira posição entre as marcas mais lembradas é o Colégio Farroupilha, citado por 13% do público pesquisado pela Qualidata.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

Ensino Médio



MARKETING

Venda fidelizada se torna alternativa para varejo

Além do investimento em canais digitais, as estratégias de fidelização de vendas ganharam espaço no último ano. Completando 45 anos no mercado, a Praver, fábrica de chocolate artesanal de Gramado, criou, em 2020, o seu clube de assinatura. A modalidade foi uma das alternativas encontradas para manter as vendas das cerca de 18 toneladas de chocolate produzidas mensalmente na serra gaúcha. Mauricio Brock, diretor-executivo da Praver, conta que o desejo de ter um clube de assinatura já existia na empresa, mas só saiu do papel em meio à pandemia. "Sempre tivemos a inovação como um de nossos pilares. Só dessa forma que uma empresa consegue se manter no mercado por tanto tempo. As mudanças estão acontecendo de forma extremamente acelerada. Se não tivermos agilidade, acompanhando e implementando as novas tendências, acabamos ficando para trás."

Conteúdo produzido pelo Núcleo-i para CMPC
Conteúdo multimídia patrocinado

CMPC lança fundo de desenvolvimento para iniciativas locais

A CMPC recebe, até o dia 8 de maio, inscrições para o Valor Local. Trata-se de um fundo de desenvolvimento da marca para apoiar iniciativas que tenham como objetivo promover benefícios a partir da geração de renda, de educação, de boas práticas voltadas ao meio ambiente, de promoção da qualidade de vida ou de ações direcionadas ao combate da pandemia.

"O Valor Local foi criado para ajudar a reduzir a desigualdade social por meio da geração de renda e do fortalecimento da educação, com iniciativas que promovam melhorias na qualidade de vida das comunidades com as quais estamos envolvidos", explica o diretor-geral da CMPC no Brasil, Mauricio Harger.

Podem participar entidades sem fins lucrativos com CNPJ –

como ONGs, associações, fundações e cooperativas –, além de empresas com fins lucrativos e com perfil de negócio social localizadas em um dos 45 municípios do Rio Grande do Sul onde a CMPC terá operação em 2021 (a lista está disponível no site www.cmpcbrasil.com.br/vl). Serão selecionadas até 20 iniciativas e cada uma delas vai receber um recurso de no máximo R\$ 10 mil, definido de acordo com as necessidades da proposta.

"Além do suporte financeiro, também vamos apoiar de forma técnica na execução do cronograma e do orçamento, realizando uma avaliação posterior do alcance por meio de relatórios e de prestação de contas, fundamentais para garantir a transparência de todo o processo", acrescenta Harger.



Recursos são para ações que beneficiem as comunidades em temas como geração de renda e combate à pandemia

Os interessados devem preencher um formulário no site e gravar um vídeo de até um minuto dizendo seu nome e município, uma breve explicação sobre o projeto, qual a expectativa

de público beneficiado, qual a localidade onde será realizada a iniciativa e qual seria o impacto positivo na comunidade local. As inscrições são gratuitas e os vídeos devem ser enviados pelo

site do Valor Local. A equipe de Relacionamento com Comunidades da CMPC também pode tirar dúvidas dos interessados por WhatsApp, pelo número (51) 99767-5167.

CMPC/DIVULGAÇÃO/JC