

TEATRO

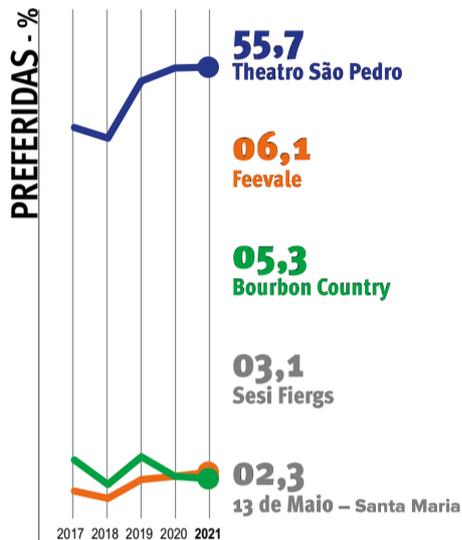
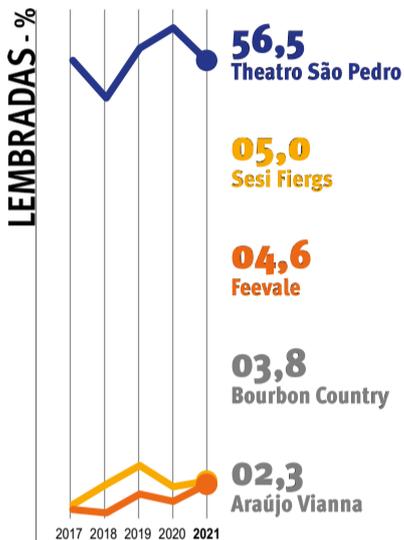
Theatro São Pedro lidera com ampla vantagem

O Theatro São Pedro é uma daquelas marcas que sempre apareceu com liderança expressiva e folgada desde que o setor passou a ser avaliado na pesquisa da Qualidata.

Neste ano, como se fosse uma encenação teatral no palco, mais uma vez a história se repete. O Theatro São Pedro foi o primeiro a surgir na memória de 56,5% dos entrevistados e recebeu 55,7% de indicações como o local preferido para assistir a um espetáculo do gênero.

Além de liderar, o Theatro São Pedro também é forte como marca dominante. Tem 37,4 pontos percentuais a mais que a soma de todos os outros nomes na lembrança, superando em 31,3 pontos na preferência.

Além de liderar, o Theatro São Pedro também é forte como marca dominante. Tem 37,4 pontos percentuais a mais que a soma de todos os outros nomes na lembrança, superando em 31,3 pontos na preferência.



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

Teatro

QUALIDATA

Bebidas Fruki mantém crescimento atrelado à sustentabilidade

MARCO QUINTANA/DIVULGAÇÃO/JC



A Água da Pedra segue líder na lembrança e na preferência no segmento de Água Mineral

No ano em que completa seu 20º aniversário, a Água da Pedra segue líder na lembrança e na preferência no segmento de Água Mineral da pesquisa Marcas de Quem Decide. Desde 2014, a marca se mantém consecutivamente no ranking como a preferida e como mais lembrada desde 2016. Já a Bebidas Fruki, que comemora 97 anos, é destaque em Especiais Grande Marca Gaúcha e Marca Gaúcha Ambiental. "O ano de 2020 foi desafiador e mostrou o quanto precisamos estar preparados para nos adaptar rapidamente. Permanecer entre as marcas mais citadas pelos gaúchos nos impulsiona a seguir nosso propósito

de estar cada vez mais próximo dos nossos clientes e parceiros, acompanhando as mudanças de consumo, ampliando as formas de acesso aos nossos produtos por novos canais de venda e renovando nosso portfólio", destaca a diretora-presidente da Bebidas Fruki, Aline Eggers Bagatini.

Segundo Aline, a empresa não parou de se reinventar durante a pandemia. Uma série de iniciativas vem sendo adotada pela empresa para melhorar os seus ecoindicadores e tornar o seu processo produtivo cada vez mais eficiente. Entre os resultados está uma economia de 23% no volume de água desde 2005.

A Aspeur/Feevale agradece a lembrança e preferência dos gaúchos.

Distantes agora. Juntos sempre.

O palco da comunidade!



TEATRO FEEVALE
Administração Aspeur

