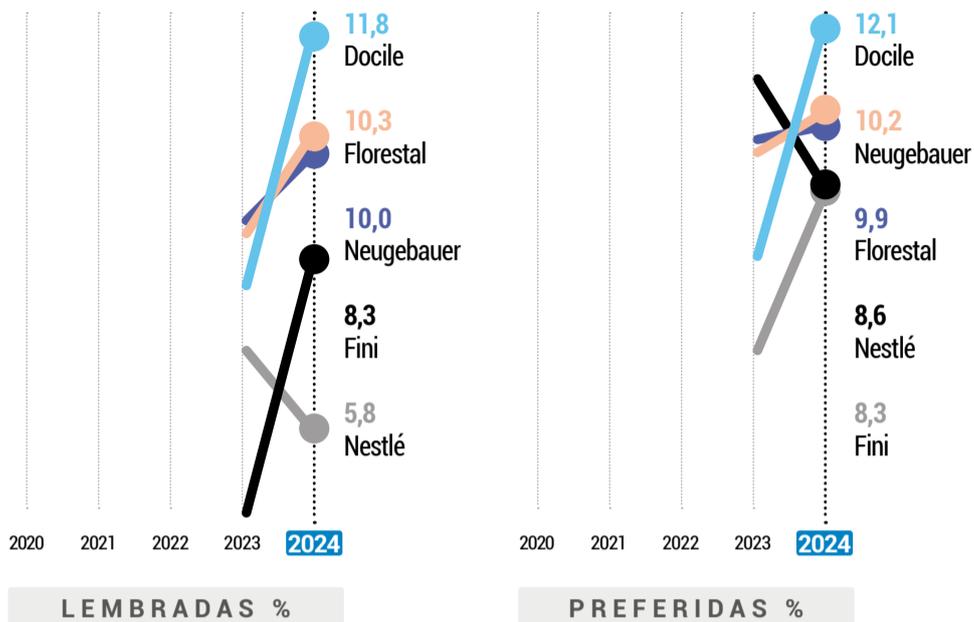


BALAS E DOCES

Doce reviravolta: houve troca de posições, e Docile conquista topo da categoria



**LEMBRADA**  
A Docile cresceu 3,8 pontos percentuais e passou a liderar a lembrança na categoria balas e doces, destacando-se na liderança regional em Porto Alegre e em Santa Cruz do Sul. Florestal e Neugebauer seguem de perto o percentual de lembrança da Docile, sendo que a Florestal lidera na região de Passo Fundo.

**PREFERIDA**  
Em relação à preferência, também houve uma redução no número de marcas mencionadas, de 46 citações para 29 marcas consideradas preferidas. O destaque fica por conta da Docile, que conquistou a preferência dos líderes, quase que dobrando o percentual em relação à edição anterior da pesquisa.

Zezé fica entre as marcas mais lembradas e preferidas dos gaúchos

A Zezé, mais uma vez, ficou entre as mais lembradas e preferidas na categoria Bolachas e Biscoitos da pesquisa Marcas de Quem Decide. Conforme Fábio Ruivo, diretor da empresa, a conquista é fruto de resiliência. "O ambiente de negócios, por mais desafiador que seja, especialmente no Brasil, exige firmeza, fortaleza e muita resiliência. É preciso colocar sempre em primeiro lugar o sentido de perpetuar o negócio dentro de seus valores fundamentais. Muito respeito às pessoas, qualidade de produtos e trabalho árduo. Não existe receita de sucesso que não passe por muitos desafios e trabalho duro", traduz ele, sobre as estratégias que valem de lição para outras marcas.



Fábio Ruivo, diretor da Zezé Alimentos

Para este ano, estão na mira da empresa investimentos em logística para atender com mais agilidade e competitividade áreas de interesse. "Focamos muito em ampliação de mercados no Rio Grande do Sul onde ainda consideramos um consumo per capita aquém do ideal, especialmente na Região Metropolitana, Noroeste e Serra. Nessa direção também estamos prospectando lançamentos de novas linhas de produtos fora do segmento biscoi-

to", adianta. A Zezé investiu recentemente em automação de produtos já existentes e em capacidade de armazenagem e movimentação de cargas, pensando em esgotar sua capacidade produtiva na planta já existente. Há também investimentos em governança corporativa e profissionalização da gestão estratégica. "Nossa marca enxerga uma capacidade muito grande de fidelizar relações de consumo. Como dizemos, 'carinho que vem de família'", comenta.

Doces gentilezas se espalhando pelo Rio Grande do Sul.

Rayssa Leal



Ser uma das marca mais lembradas e preferidas é uma grande conquista.

