

## ARTIGOS

página

4	<b>Giovanni Jarros Tumelero</b>	Mais um Marcas para entrar para a história do Estado
6	<b>Eduardo Leite</b>	A força dos dados na construção do RS
12	<b>Elis Radmann</b>	A reconstrução das marcas gaúchas
20	<b>Claudio Bier</b>	A linguagem das marcas
24 e 25	<b>Bruna Suptitz</b>	A relação das marcas com o espaço coletivo
40	<b>Daniel Randon</b>	A força dos dados na construção de marcas
44	<b>Sebastião Melo</b>	Avanços e desafios de uma Porto Alegre mais resiliente
66	<b>Luiz Tadeu Viapianna</b>	Marcas e modismos: entre o efêmero e o estrutural
68	<b>Gedeão Pereira</b>	A busca pelo aprimoramento
72	<b>Gabriel Souza</b>	Resiliência na retomada econômica do RS
81	<b>João Satt</b>	A preferência não sai de moda
90	<b>Juliano Hennemann</b>	Branding exige coragem, não dashboards
94	<b>Ivonei Pioner</b>	Dados e análises avançadas impulsionam marcas no varejo
100	<b>Luiz Carlos Bohn</b>	O embasamento em dados e a capacidade de decidir
105	<b>Vannice Arrais Ramos</b>	Sobre marcas centenárias
108	<b>Patricia Knebel</b>	Posicionamento pessoal não é sobre ego, é sobre negócios
110	<b>Jorge Audy</b>	Ciência de dados e a gestão dos negócios
118	<b>Fábio Bernardi</b>	Orientado ou comandado por dados?
118	<b>Soraia Hanna</b>	Reputação: construção, disciplina e atitude
119	<b>Lucas Baldisserotto</b>	O futuro é dos dados. Sua marca está pronta?
119	<b>Antonio Lacerda</b>	A sustentabilidade é o GPS das empresas
120	<b>Patricia Comunello</b>	IA: a nova onda que já está mudando a loja
120	<b>Simone Stülp</b>	Estratégias assertivas X análise de dados

## CONTEÚDOS

página

9	Marcas reconhece pela primeira vez os símbolos da retomada
10	Pulverização tanto de lembrança quanto de preferência aumenta 10%
11	As top 10 da preferência
26	Metodologia da pesquisa
30	Loja está sempre se renovando
32	Foco em negócios para público 60+
43	Por que apostar em encantamento
46	Na inovação, ambiente mais diverso e equitativo é ideal para avançar
57	A sensação de que um negócio nunca está pronto
61	Dicas de empreendedorismo de diretora de criatividade
62	Inovação aberta é questão de convicção, avalia CIO da SAP
67	Bitcoin é o grande ativo da nossa era, valoriza economista
72	As lições da empresa com mais de 100 anos de mercado
74	A tecnologia está redefinindo nossos limites, diz Logemann
78	Femtech transforma modo como mulheres vivem maternidade
79	Precisamos um olhar holístico para os dados, aponta CDO da Renner
80	Repertório é um diferencial
82	Livraria é um negócio "vivo"
86	Estar cercado de pessoas motivadas é contagiante
87	Tudo é conectado à personalidade
94	Coragem para fazer aquilo que você acredita
96	É importante participar da jornada
106	Mindset de crescimento para empreender
112	Sobre atuar em Gramado
122 a 127	Fotos sociais

## BRANDEDS

página

12	<b>Colégio Anchieta</b>	Colégio Anchieta: 135 anos ensinando a pensar
16	<b>Tramontina</b>	Inovação, sustentabilidade e compromisso
23	<b>Lamachia Advogados</b>	Lamachia Advogados celebra resultado do Marcas 2025
31	<b>Zeze</b>	Biscoito Zeze quer aumentar mercado e portfólio
48	<b>Rede Notre Dame</b>	Aprendizagem em perspectiva intercultural
54	<b>CMPC</b>	CMPC e Governo do Estado iniciam reconstrução de vegetação nativa
73	<b>Lia Pires</b>	Trajatória do escritório Lia Pires leva a reconhecimento no Marcas
76	<b>Marcopolo</b>	Marcopolo é reconhecida em três categorias do Marcas

## EXPEDIENTE

**Diretor-presidente do JC:** Giovanni Jarros Tumelero | **Diretora de projetos:** Stefania Jarros Tumelero | **Diretor comercial:** Guilherme Bunse | **Editor-Chefe do JC:** Guilherme Kolling | **Produção e edição do Marcas de Quem Decide:** Núcleo-i, por Mauro Belo Schneider | **Pesquisa:** IPO (Instituto Pesquisa de Opinião) | **Projeto gráfico:** Luis Gustavo S. Van Ondheusden | **Diagramação:** Kimberly Winheski | **Administrativo:** Luis Guerra | **Comercial:** Rosi Zômer, Cristina Malcorra, Vanessa Reiser, Giuliano de Azevedo Santos, Lucas Maestri, Andrés Garibotti e Leonardo Mattos | **Marketing:** Daniela Sgrillo, Carol Venturini e Luise Aguzzi | **Evento:** Stória Eventos e Projetos | **Pré-impressão, impressão e expedição:** Eduardo Franzen, Marlus Moschen, Jorge Alberto e equipe.