

grupo | **āvel.**

COLÉGIO ANCHIETA

FERNANDES MACHADO
business law

Rede Jesuíta de Educação

Fecomércio RS
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFPuniodonto
Federação RS

Zaffari e Tramontina compartilham estratégias

Gestores das empresas integraram o painel DNA das Gigantes

Mauro Belo Schneider

mauro.belo@jornaldocomercio.com.br

Duas das principais empresas do Rio Grande do Sul, Zaffari e Tramontina, abriram a tarde de painéis do Marcas de Quem Decide, ontem. As estratégias que os fazem figurar na preferência e na lembrança dos gaúchos foram detalhadas de forma inédita.

A diretora de Marketing da Tramontina, Rosane Fantinelli, e o diretor de Comunicação e Relações Institucionais do Grupo Zaffari, Alberto Freitas, falaram sobre os desafios impostos pelas novas gerações, o papel da comu-

nicação e as superações advindas da enchente de 2024. Para ambos, analisar tão abertamente suas empresas é algo raro, já que elas têm um perfil mais reservado.

“Não é comum o Zaffari se manifestar publicamente, somos uma empresa low profile”, reconheceu Freitas, ao justificar sua presença ali pela admiração ao JC. Rosane também confidenciou que não é comum a Tramontina se pronunciar, mas acredita que o público precisa desse diálogo.

A Tramontina completará, em maio, 115 anos. O Zaffari está com 91. As semelhanças que aproximam as operações incluem o

comprometimento com os valores dos fundadores e o respeito pela comunidade.

Rosane lembrou que a experiência longa impõe desafios, não só vantagens. “A gente precisa pensar em nossos filhos, pois as marcas envelhecem. Eles querem a Tramontina deles, não a dos pais. Precisamos ter produtos atualizados, inovadores”, sugeriu. Ela também reconheceu a importância das memórias afetivas.

Freitas contou que o Zaffari fatia o ser humano em três pedaços: coração, mente e bolso. E lembrou que as pessoas não compram produtos, mas sim situações, como o sorriso de uma criança ao encontrar um achocolatado no café da manhã.



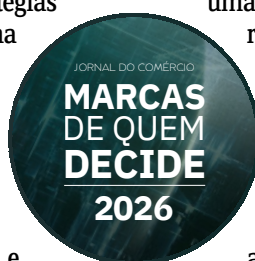
Diretora de Marketing da Tramontina, Rosane Fantinelli



Diretor de comunicação e RI do Grupo Zaffari, Alberto Freitas

O trabalho de curadoria de produtos, aliás, foi citado como algo essencial por Freitas. Segundo ele, mais de mil produtos por mês chegam ao Zaffari para serem avaliados. “Queremos levar ao cliente algo surpreendente, algo melhor. Às vezes, confundimos inovação com tecnologia, mas inovação é,

na verdade, entregar às pessoas o que elas ainda não sabem que precisam”, expôs. Para ele, marcas são seres vivos que devem ser cuidados constantemente. Sobre isso, Rosane sublinhou que a confiança é o que leva as marcas mais longe. Os gestores reforçaram a importância da verdade nos processos.



HOC

Você dirige na velocidade que mais mata no Brasil.

A VELOCIDADE DA ~~MORTE~~ SURPREENDE MUITOS MOTORISTAS. E VAMOS COMBINAR, É MELHOR DESCOBRI-LA COM AS MÃOS NO JORNAL DO QUE COM AS MÃOS NO VOLANTE.

A VELOCIDADE DA ~~MORTE~~ É 60 KM/H.

REDUZI-LA NAS AVENIDAS PARA 50 KM/H. PODE DIMINUIR EM 30% OS SINISTROS COM ~~MORTE~~ E POUCO MUDA NO SEU TEMPO DE TRAJETO.

ACESSE **VELOCIDADESEGURA.ORG.BR** E ASSINE A PETIÇÃO POR UM TRÂNSITO QUE RESPEITE A VIDA DE PEDESTRES, CICLISTAS E MOTOCICLISTAS.

Fundação
Thiago
de Moraes
Gonzaga