

METODOLOGIA

Principais indicadores do posicionamento das marcas

Força, liderança e território das marcas gaúchas

A pesquisa Marcas de Quem Decide, realizada pelo Jornal do Comércio desde 1999, investiga a lembrança e a preferência de marcas gaúchas a partir da percepção das principais lideranças do Rio Grande do Sul: CEOs, presidentes, diretores, empresários, gestores, executivos, profissionais liberais e lideranças que ocupam posições estratégicas na economia e na vida social do Estado.

Esse recorte assegura que os resultados reflitam a percep-

ção de decisores com capacidade efetiva de influência econômica e institucional.

O estudo busca compreender quais marcas ocupam lugar de destaque no imaginário dessas lideranças e quais se consolidam como escolha preferencial, revelando padrões de popularidade, reputação e relação efetiva entre marcas e decisores gaúchos.

A metodologia da pesquisa aplicada pelo IPO – Instituto Pesquisas de Opinião utiliza a técnica quantitativa probabilística com amostra estratificada, desenho metodológico estruturado para garantir representatividade das lideranças do Rio Grande do Sul, considerando a

distribuição regional do Estado e a relevância econômica dos municípios pesquisados.

Foram realizadas 400 entrevistas, distribuídas em 45 cidades com participação igual ou superior a 0,5% do PIB gaúcho. A margem de erro é de 5,0 pontos percentuais, para mais ou para menos, em relação aos resultados do conjunto da amostra, com intervalo de confiança de 95%. Isso significa que, se o levantamento fosse repetido 100 vezes, em 95 delas os resultados estariam dentro dos parâmetros observados.

Em cada categoria pesquisada, os respondentes foram convidados a indicar, de forma espontânea, a marca mais lembrada e a

marca de sua preferência, permitindo captar tanto o grau de popularidade quanto a relação efetiva estabelecida com as marcas.

O bloco de principais indicadores apresenta uma leitura sintética e estruturante dos resultados da pesquisa Marcas de Quem Decide 2026, oferecendo uma visão geral do posicionamento das marcas a partir da percepção das lideranças gaúchas.

A análise inicia pelo TOP 10 das marcas, que reúne aquelas com maior força simbólica no conjunto da pesquisa, e avança para a identificação dos casos de dominância, evidenciando situações de concentração de liderança em determinadas categorias.

A análise da pesquisa também explora o fenômeno da pulverização, revelando contextos de maior disputa simbólica entre marcas. A análise incorpora, ainda, o papel do território, destacando as marcas regionais que se sobressaem a partir de bases locais. O bloco se encerra com a leitura das categorias que apresentam maior nível de desconhecimento e com a análise das marcas que não fazem parte das categorias pesquisadas, indicadores que sinalizam distanciamento simbólico, fragilidade na delimitação dos segmentos e, ao mesmo tempo, potenciais oportunidades estratégicas de posicionamento e consolidação de marca.

Marcas regionais em destaque

Entre as categorias pesquisadas, 12 marcas apresentaram o protagonismo de marcas regionais posicionadas entre as cinco mais lembradas do Estado. Essas marcas se caracterizam por exercer liderança efetiva em suas regiões de origem, concentrando força simbólica e reconhecimento local, ainda que nem sempre liderem o ranking geral estadual.

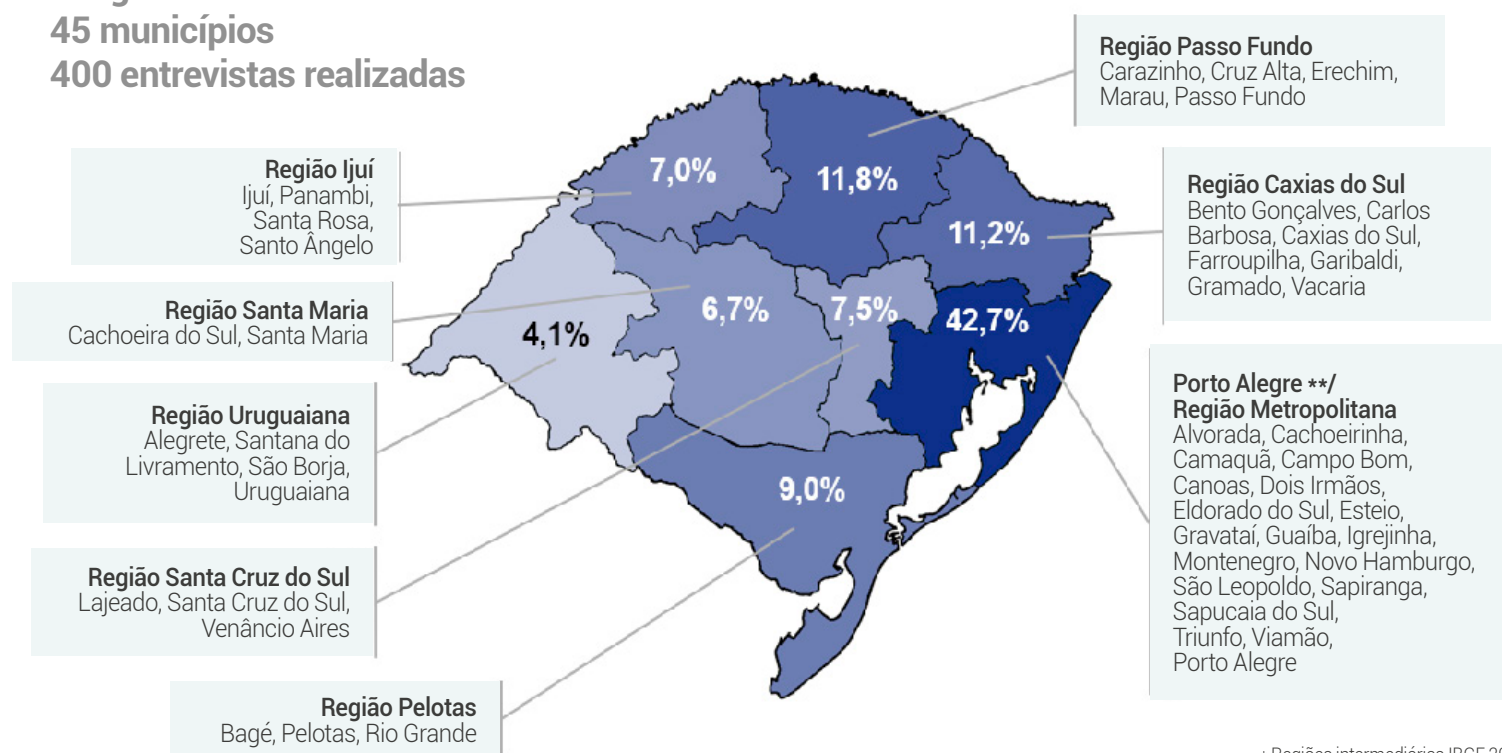
No indicador de preferência, nove categorias também registraram marcas regionais entre as cinco primeiras posições, evidenciando a capacidade dessas marcas de converter reconhecimento territorial em escolha efetiva das lideranças.

Cidades pesquisadas por região

8 regiões *

45 municípios

400 entrevistas realizadas

MARCAS
DE QUEM
DECIDE
2026IPO
Instituto Pesquisas de Opinião

* Regiões intermediárias IBGE 2022
** Porto Alegre é analisada separada da Região Metropolitana

Para autoridades públicas, reconhecimento das marcas estimula desenvolvimento econômico do Rio Grande do Sul

A entrega do prêmio Marcas de Quem Decide, promovido pelo Jornal do Comércio, reuniu lideranças empresariais e autoridades públicas no dia 3 de março no Salão de Atos da Pucrs, em Porto Alegre. O evento destacou as marcas mais lembradas e preferidas do Estado, reafirmando o papel estratégico do setor produtivo no desenvolvimento regional. Representantes do setor público marcaram

presença e ressaltaram a relevância da premiação como estímulo ao empreendedorismo, à geração de renda e à construção de um ambiente econômico mais dinâmico.

Para o prefeito de Porto Alegre, Sebastião Melo, o Marcas de Quem Decide é "uma marca do Rio Grande do Sul". Defendendo que a sociedade se move pelo empreendedorismo – e que a gestão pública deve

atuar como facilitadora do desenvolvimento –, Melo destacou medidas adotadas na capital em favor da iniciativa privada, como celeridade nos licenciamentos, segurança jurídica e política de não aumento de impostos.

Na mesma linha, a prefeita de Nonoai e presidente da Federação das Associações de Municípios do Rio Grande do Sul (Famurs), Adriane Perin de Oliveira, enfatizou a parceria entre po-

der público e iniciativa privada como motor do progresso municipal. Para ela, quando o município se fortalece, isso ocorre "a muitas mãos", e a presença do setor produtivo é decisiva para impulsionar resultados.

A dirigente defendeu a redução da burocracia como função primordial do poder público e reforçou que o crescimento econômico permite aos municípios ampliar e qualificar a oferta de

serviços à população.

O diretor de atração de investimentos da Invest RS, Fabricio Forest, reforçou a parceria entre a agência e o Jornal do Comércio na promoção do Rio Grande do Sul e na captação de novos investimentos. Para ele, reconhecer empresas e empreendedores fortalece toda a cadeia produtiva e renova o ânimo coletivo em torno do desenvolvimento do Estado.