

GRANDE MARCA GAÚCHA

Categoria reúne atributos valorizados pelas lideranças

A categoria especial Grande Marca Gaúcha do Ano sintetiza, de forma simbólica, os atributos mais valorizados pelas lideranças do Rio Grande do Sul.

Por ser uma categoria transversal, que não corresponde a um setor específico e sim reconhece marcas que extrapolam seu mercado de origem, o reconhecimento é atribuído a marcas que representam os valores associados à identidade econômica, social e cultural do Estado.

Na edição de 2026 da pesquisa Marcas de Quem Decide, a mais lembrada e a preferida na avaliação de lideranças de todo o Rio Grande do Sul é a Tramontina, empresa que lidera os dois critérios de avaliação da pesquisa.

A Tramontina foi mencionada como a mais lembrada por 13,5% dos entrevistados e a preferida por 18,75%. Este é o primeiro ano em que a empresa da Serra aparece no topo dos

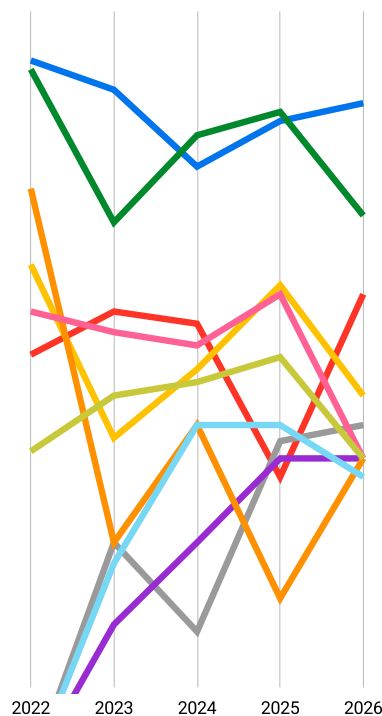
dois critérios de avaliação – em 2025 foi a preferida, sendo a Gerdau a mais lembrada. Neste ano a fabricante de aço segue no pódio como a segunda colo-

cada em ambos critérios, sendo a mais lembrada por 8,25% dos entrevistados e a preferida de 9,72%. Em terceiro lugar está a Cia Zaffari, mais lembrada por

5,75% e preferida de 7,29%.

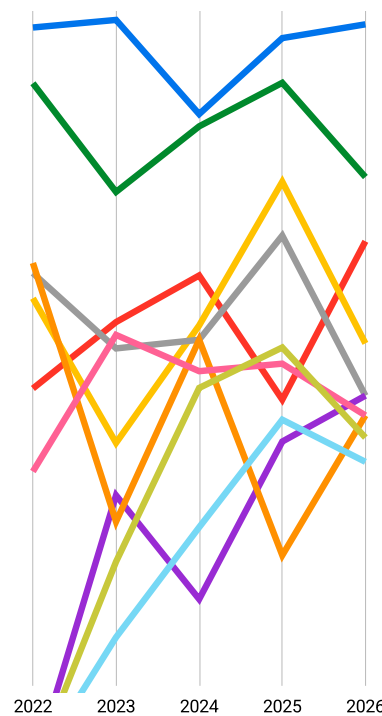
O top cinco da categoria tem a Marcopolo em quarto lugar e o Sicredi em quinto, ambas tanto em mais lembrada

das quanto em preferidas. Nas cinco posições seguintes estão Fruki, Grupo RBS, Farmácias São João, Randoncorp e Banrisul.



LEMBRADAS %

Tramontina	13,50
Gerdau	8,25
Zaffari	5,75
Marcopolo	3,50
Sicredi	3,00
Fruki	2,50
RBS	2,50
Farmácias São João	2,50
Randoncorp	2,50
Banrisul	2,25



PREFERIDAS %

Tramontina	18,75
Gerdau	9,72
Zaffari	7,29
Marcopolo	4,51
Sicredi	3,47
Fruki	3,47
Randoncorp	3,13
RBS	3,13
Banrisul	2,78
Farmácias São João	2,43

OPINIÃO

DÉBORA ZANDONAI/DIVULGAÇÃO/JC



Conexões que unem tradição e futuro

Rosane Fantinelli

Diretora de Marketing da Tramontina

Em um ambiente de múltiplas opções e decisões cada vez mais rápidas, construir uma marca forte deixou de ser apenas sobre visibilidade ou tempo de jornada. O verdadeiro desafio é permanecer relevante – e, sobretudo, continuar sendo escolhido. É nesse contexto que as conexões ganham protagonismo.

Conexões consistentes não se formam por acaso. Elas são resultado de decisões estratégicas a longo prazo, alinhadas a um propósito claro e sustentadas por uma atuação coerente. Para a Tramontina, uma empresa brasileira com mais de um século de história, essas conexões são o que sustentam a confiança construída com consumidores, clientes, parceiros e comunidades em mais de 120 países.

Ao longo da sua trajetória,

a companhia atravessou diferentes ciclos – de transformações econômicas a crises globais – sempre mantendo um compromisso essencial: evoluir sem perder a sua essência. Esse equilíbrio entre tradição e futuro é um dos pilares que orientam a construção da Tramontina e guiam a atual evolução com a nova arquitetura de marca, que será apresentada em breve. O movimento organiza melhor seus territórios de atuação e evidencia que a diversificação do portfólio é uma extensão natural do seu DNA.

Essa nova estrutura também responde a um desafio: ser uma marca monolítica e, ao mesmo tempo, dialogar com públicos diversos para ser competitiva em diferentes mercados e contextos culturais. Ou seja, fortalecer a conexão e apresentar uma proposta de valor diferenciada para cada audiência: seja através dos produtos, da comunicação ou

de serviços.

Para que a conexão seja sustentável ela precisa de propósito. Diante de situações adversas, esse propósito se revela na prática. Assim como nas enchentes que impactaram comunidades no Sul do país, a prioridade sempre foi o agir – apoiando pessoas, mobilizando recursos e colaborando com o poder público. Ao compartilhar essas ações, reforçou-se um aprendizado importante: reputação também se constrói na transparência e, portanto, na lealdade, com seus consumidores, parceiros e clientes.

Marcas do futuro deverão ser, acima de tudo, inteligentes. Isso passa, inevitavelmente, pela capacidade de integrar inovação e sustentabilidade ao dia a dia. Na Tramontina, isso se traduz no uso crescente de tecnologia para gerar eficiência, ao mesmo tempo em que se mantém o olhar atento às novas gerações – protagonis-

Conexões consistentes não se formam por acaso. Elas são resultado de decisões estratégicas.

tas na continuidade e na reinvenção do negócio.

O sucesso está naquelas que resistem ao tempo porque são verdadeiras. Nasceram da coerência entre discurso e prática, do respeito às origens e da disposição constante para evoluir. Em um mundo dinâmico, são essas conexões que transformam marcas em escolhas duradouras, colocando o consumidor – seus desejos e necessidades – no centro da jornada. Crescemos para transformar vidas, criamos laços para evoluirmos juntos.