

MARCAS DE QUEM DECIDE 2026

Empresários apontam perspectivas otimistas, mas mantêm cautela para 2026

Industriais, varejistas e dirigentes de incorporadoras participaram do Marcas de Quem Decide

O ano de 2026 deverá ser desafiador no mundo dos negócios. Afinal, será marcado por dois momentos que paralisam o País: a Copa do Mundo, que acontecerá em junho e julho, e as eleições gerais em outubro. Na indústria, o cenário geopolítico também traz algumas incertezas, principalmente para as empresas exportadoras ou que dependem de insumos importados.

Mesmo assim, a perspectiva para grande parte dos industriais é esperançosa, conforme apontaram diversas lideranças setoriais no evento Marcas de Quem Decide. A tradicional premiação realizada pelo Jornal do Comércio aconteceu no dia 3 de março, no Salão de Atos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs).

A redução da taxa de juros, fixada em um patamar alto, de 15%

ao ano, está prevista para acontecer gradualmente. E essa é uma das principais fontes de ânimo dos empreendedores. "Esperamos que tenham cortes, que já foram anunciados pelo Copom (Comitê de Política Monetária). Não sabemos quanto será, mas vamos esperar para ver como a inflação vai responder. Estamos olhando para esse indicador tão importante com expectativa de que tenhamos uma queda para 13% ou 12%", avalia o presidente do Conselho Regional de Economia do Rio Grande do Sul (Corecon-RS), Rodrigo de Assis.

Além disso, é esperada uma retomada da agricultura e da pecuária no Estado, que fortalecem toda a cadeia do agronegócio. Isso, após anos de sucessivas estiagens e chuvas excessivas. "A perspectiva de colheita para o Rio Grande do Sul é melhor para esse ano. Esperamos que o agro dê um respiro maior e que consigamos crescer um pouquinho a mais em 2026", acrescenta o representante do Corecon-RS.

Os industriais têm feito sua parte nessa expansão econômica, investindo em novas linhas

de produção, colocando novos produtos no mercado e realizando aportes em suas plantas. É o caso da Docile, que foi reconhecida como a marca mais lembrada e preferida entre os gaúchos. "As linhas (de produção) que chegam duplicam a capacidade de produção de marshmallow, que é um mercado em que já temos uma participação bem relevante. Serão novos formatos e sabores, estamos sempre tentando nos diferenciar", conta o presidente da empresa, Ricardo Heineck. A perspectiva é de ampliar a produção em 12% e o faturamento entre 17% e 20%.

A mesma proposta tem sido seguida pela Nutrire, indústria que teve uma de suas marcas reconhecida entre as mais preferidas e lembradas no mercado de rações para pets. "Temos neste ano um lançamento de produtos previsto, que ainda estamos em base de finalização do projeto. Mas acredito que até outubro estaremos lançando", relata o diretor da empresa, Gerson Simonaggio.

Há, ainda, novas perspectivas no setor. É o caso do Grupo

GG10, que adquiriu recentemente a Tumelero, marca preferida e mais lembrada pelos gaúchos na categoria lojas de materiais de construção. "Já estamos começando a fazer uma transição e colocando duas lojas a mais a partir de segunda-feira (9 de março). A Tumelero vai ter 18 lojas e a ideia é expandir e crescer", explicou o CEO do GG10, Germano Grings.

Por outro lado, alguns setores mantêm os pés no chão, com cautela para as mudanças. O posicionamento, aliás, é o mesmo da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul (Fiergs) em relação ao futuro do setor após a suspensão do tarifaço de Donald Trump pela Suprema Corte dos Estados Unidos e o anúncio de novas tarifas globais pelo presidente norte-americano.

"Estamos otimistas com cautela. Porque não sabemos o que vai acontecer. Depois do tarifaço, já veio essa guerra (no Irã), que, queira ou não, atrapalha bastante os negócios. Já vi, por exemplo, que indústrias de frango pararam de exportar. Cada componente desse tem

seu tipo de reação nas indústrias. Mas achamos que vai ser um ano bom, embora curto por conta da Copa do Mundo e das eleições. Nos resta trabalhar mais e batalhar. Junto com a CNI (Confederação Nacional das Indústrias), estamos vendo muito de perto esse problema do tarifaço", avaliou o presidente da Fiergs, Claudio Bier.

Quem está na mesma página, do otimismo cauteloso, é a Melnick, líder em lembrança e preferência entre as construtoras. A empresa, conforme relata seu fundador, Milton Melnick, deve crescer, como tem acontecido nos últimos anos, mas de maneira gradual e controlada.

"Temos um crescimento lento, mas com os pés no chão. Estamos trabalhando aqui, em Santa Catarina, Curitiba e iniciamos agora em São Paulo com uma parceria com outra construtora. Acreditamos muito nesse consórcio de parceiros para pegar a inteligência e o trabalho de cada empresa e juntar. Temos a mesma maneira de ver o mercado que essas empresas, honestas, boas e fortes que, como nós, trabalham com os pés no chão, não são aventureiras. Para você crescer e ficar na posição que você quer, você tem que trabalhar dentro das quatro linhas. É o que o futebol ensina", metaforizou o empresário.

OPINIÃO

TIAGOPEREIRA/DIVULGAÇÃO/JC



Conexões que movem o desenvolvimento do Rio Grande do Sul

Fernando Lemos
Presidente do Banrisul

A construção de uma marca relevante exige coerência, visão de longo prazo e a capacidade de estabelecer relações duradouras em um ambiente de rápidas transformações. Para o Banrisul, esses esforços foram demonstrados na 28ª edição da pesquisa Marcas de Quem Decide que destacou o banco como uma das grandes marcas gaúchas do ano, em diversas categorias, resultado da trajetória excepcional de uma instituição que, em breve, completará 100 anos.

Em 2025, o Banrisul alcançou o maior resultado de sua história ao atingir R\$ 1,6 bilhão de lucro líquido. Esse desempenho nas-

ce das conexões que cultivamos diariamente, em cada relacionamento e interação. O foco em um atendimento mais humano, próximo e atento às necessidades dos clientes tem sido decisivo para entregar resultados que refletem a evolução das expectativas dos gaúchos.

Nos últimos anos, o banco ampliou sua atuação em tecnologia e dados, incorporando ferramentas de inteligência artificial e análises de mercado para oferecer soluções mais precisas. Ser aberto ao novo significa combinar inovação e sensibilidade, tecnologia e olhar humano, sempre guiados por escolhas responsáveis.

Tradicional apoiador de iniciativas culturais e sociais no

Rio Grande do Sul, o banco está ampliando a sua atuação nessas frentes com a criação do Banrisul Cultural. A iniciativa confirma a ideia de que os resultados alcançados só ganham significado quando retornam à sociedade que constrói essa história junto conosco.

Com a missão de impulsionar o desenvolvimento econômico e social do Estado, o Banrisul segue atento às mudanças de comportamento e às transformações tecnológicas que moldam o futuro. As distinções conquistadas no Marcas de Quem Decide representam a continuidade de um caminho pautado por relações sólidas e um propósito vivo de fortalecer o Rio Grande do Sul ao lado da nossa gente.

Construção de uma marca relevante exige coerência, visão de longo prazo e a capacidade de estabelecer relações duradouras em um ambiente de rápidas transformações