

COOPERATIVA AGRÍCOLA

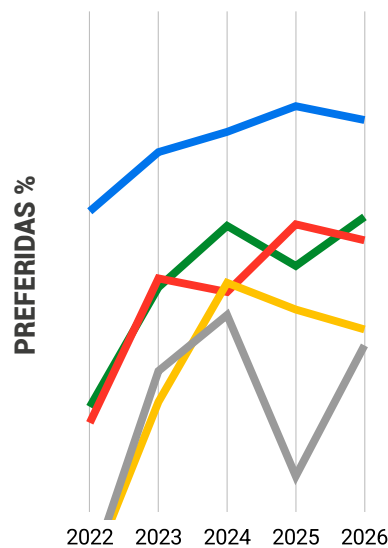
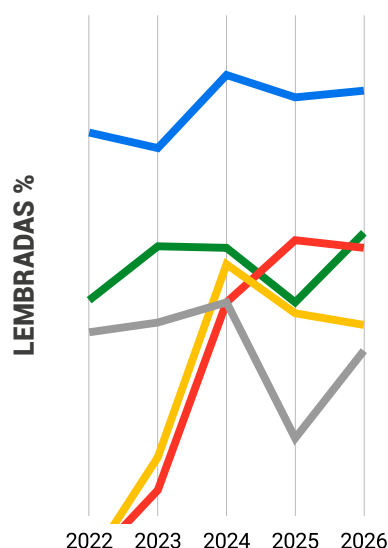
Cotrijal amplia liderança em um cenário de maior diversidade

A Cotrijal mantém-se como a principal referência da categoria, posição consolidada há várias edições na lembrança e na preferência dos líderes gaúchos. A Santa Clara registra cres-

cimento e assume a segunda posição no ranking de lembrança, superando a Cotripal, que passa a ocupar o terceiro lugar. Na sequência aparecem a Cotribá e a Vinícola Aurora.

Cotrijal	12,75
Santa Clara	5,25
Cotripal	4,75
Cotribá	2,75
Vinícola Aurora	2,25

Cotrijal	18,90
Santa Clara	9,50
Cotripal	8,00
Cotribá	4,00
Vinícola Aurora	3,50



COOPERATIVA DE CRÉDITO

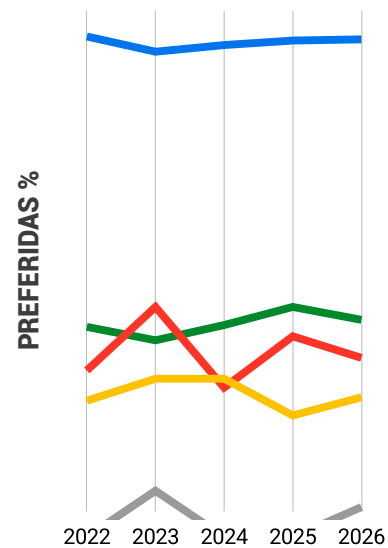
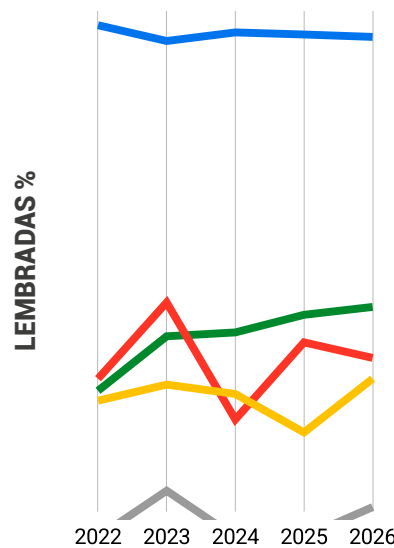
Sicredi reforça liderança absoluta em uma categoria de alta concentração

O Sicredi reafirma sua posição como a principal referência da categoria, ocupando o 1º lugar na lembrança e na preferência com ampla vantagem: mais de 7 em cada 10 respostas esco-

lheram o Sicredi em ambos indicadores. Sicoob, Unicred e Cresol mantêm desempenhos semelhantes à edição anterior. A principal novidade desta edição é a Banricoop.

Sicredi	78,80
Sicoob	6,50
Unicred	3,80
Cresol	3,00
Banricoop	0,30

Sicredi	77,10
Sicoob	5,70
Unicred	3,80
Cresol	2,40
Banricoop	0,30



ANDERSON RODRIGUES/DIVULGAÇÃO/JC



OPINIÃO

Gerdau e Rio Grande do Sul: um legado de 125 anos que molda o futuro

Pedro Torres

Diretor Global de Comunicação, Marca e Relações Institucionais da Gerdau

A história da Gerdau é, em sua essência, uma narrativa de profunda conexão com o Estado do Rio Grande do Sul, e também uma das referências mais sólidas de construção de marca no setor industrial. O que começou em 1901 como uma fábrica de pregos em Porto Alegre se tornou a maior empresa brasileira produtora de aço, um crescimento que só foi possível porque a companhia compreendeu que, em um ambiente dinâmico e conectado, a marca é um ati-

vo estratégico tão vital quanto a própria operação. Ao celebrar 125 anos de trajetória este ano, a Gerdau reafirma que suas raízes gaúchas não são apenas uma lembrança do passado, mas o alicerce de uma reputação construída sobre a consistência entre o discurso e a prática.

O desenvolvimento da companhia no Estado, alavancado pelas unidades industriais em Sapucaia do Sul e Charqueadas, demonstra como decisões consistentes moldam a percepção de mercado, uma vez que o Rio Grande do Sul sempre ocupa um papel estratégico para o crescimento da empresa e para

o modelo de negócio que impulsionou a Gerdau ao longo de mais de um século. Hoje, essas operações não são apenas pilares de eficiência e competitividade, mas símbolos de um posicionamento que une tradição e inovação.

A construção de uma marca forte exige que o propósito seja o norteador de cada investimento. Quando a Gerdau direcionou R\$ 51,4 milhões para a reconstrução do Estado, em frentes como educação, habitação e empreendedorismo, após as fortes chuvas de 2024, ela não apenas exerceu responsabilidade social, mas fortaleceu seu posicionamento como um agente transformador e essencial para a sociedade. É essa entrega de valor real que gera admiração e sustenta a liderança da marca em rankings globais de reputação.

Olhando para o presente e projetando o futuro, a estratégia da Gerdau segue ancorada na premissa de que marcas resilientes são aquelas que colocam as pessoas e o planeta no centro. Com mais de 30 mil

colaboradores e colaboradoras, e uma cultura de alto desempenho, a companhia utiliza a transparência e as relações estratégicas para mitigar riscos e capturar oportunidades em um mercado em constante transformação.

O compromisso inegociável com o Rio Grande do Sul serve como um testemunho de que a solidez de uma imagem corporativa gera impactos positivos duradouros. Assim, a Gerdau segue moldando o futuro com a certeza de que a confiança dos seus públicos é o resultado direto de uma trajetória de 125 anos de integridade, responsabilidade e uma visão clara de onde deseja chegar.

São conexões que geram confiança, orientam decisões e transformam ideias em resultados concretos