

MARCAS DE QUEM DECIDE

Zaffari e Tramontina compartilham estratégias das marcas

Executivos das empresas integraram painel no evento

Dois dos principais negócios do Rio Grande do Sul, Zaffari e Tramontina, integraram os painéis do turno da tarde do evento Marcas de Quem Decide, no Salão de Atos da Pucrs. 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 comunicação 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 pronun-



Rosane Fantinelli, da Tramontina, e Alberto Freitas, do Grupo Zaffari, defendem a importância de pensar nos clientes

ciar, 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 ex-

periência 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 chocolate no café da manhã.

O trabalho de curadoria de produtos, aliás, foi citado como

algo essencial por Freitas. Segundo ele, mais de 1 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 dentro dos processos. "Nenhuma empresa dura 90 anos se não for centrada na verdade. Marca é algo abstrato, mas também é algo muito verdadeiro", frisou o executivo do Zaffari.

Freitas lembrou que, apesar de o mercado estar mudando, a jornada do cliente é a mesma desde os tempos das cavernas. O que está mudando, para ele, é o entorno, e não a essência. Por isso, o papel do marketing é tão importante, como impulsionador de tendências. A dupla de gestores integrou o painel DNA das Gigantes, mediado pela jornalista Alexandra Zanella.

MARCAS DE QUEM DECIDE 2026

Gestores do interior do Estado prestigiam o evento

Prefeitos e secretários destacam networking e atração de investimentos no evento do Jornal do Comércio

Gestores municipais de diferentes regiões do Rio Grande do Sul participaram, em Porto Alegre, da 28ª edição do Marcas de Quem Decide. O evento, que ocorreu no Salão de Atos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs) e é promovido pelo Jornal do Comércio, reuniu lideranças empresariais, executivos e representantes do poder público para a divulgação das marcas mais lembradas e preferidas do Esta-

do, além de promover painéis e palestras voltados a estratégias de crescimento e inovação.

Entre os presentes, esteve o prefeito de Cambará do Sul, Schamberlaen Silvestre, que destacou a visibilidade proporcionada pelo encontro. Segundo ele, o reconhecimento associado ao Marcas de Quem Decide contribui para fortalecer o posicionamento turístico do município.

"Cambará tem o seu potencial turístico estampado no DNA. Esse reconhecimento ajuda muito e dá ainda mais exposição ao que estamos fazendo pela nossa região", afirmou. O prefeito citou ainda diagnóstico recente da Embratur que aponta o município como destino desejado por turistas internacionais, lembrando a par-

ticipação na BTL de Lisboa, considerada uma das maiores feiras de turismo da Europa.

Do Vale do Caí, representantes de Montenegro também marcaram presença. O diretor de Indústria e Comércio do município, Júnior Schneider, ressaltou que o evento é oportunidade para ampliar conexões e fortalecer a economia local. O município avançou no ranking estadual de arrecadação de ICMS e tem apostado na qualificação do distrito industrial, com incentivos fiscais e facilidades no licenciamento ambiental. "As coisas não acontecem só no gabinete. É preciso estar nesses espaços de networking", afirmou.

O vice-prefeito Cristiano Braatz acrescentou que a estabilidade política, após a reeleição

da atual gestão, contribui para atrair investidores. Ele destacou a estratégia de desburocratização e a intenção de ampliar o foco econômico para além da indústria, investindo também no turismo e no setor de consumo. "Queremos colocar Montenegro no mapa dos grandes investimentos do Estado", disse.

Já o secretário de Desenvolvimento Econômico e Meio Ambiente de Esteio, Francisco Alves, avaliou o Marcas de Quem Decide como um espaço estratégico para articulações. "É um evento que aglutina lideranças e permite abrir parcerias e fechar negócios", afirmou. Ele destacou que a pasta tem ampliado ações em turismo e inovação, com eventos próprios no Parque de Exposições e a realização da Multifei-

ra, prevista para maio.

Realizado desde 1999, o Marcas de Quem Decide chega à 28ª edição com levantamento conduzido pelo IPO – Instituto Pesquisas de Opinião, abrangendo 76 categorias da economia gaúcha.

Além da certificação das marcas mais lembradas e preferidas, a programação incluiu painéis com executivos de empresas como Tramontina e Grupo Zaffari e palestras sobre branding, cultura e crescimento empresarial. Para os gestores do interior, a presença no evento reforça a estratégia de posicionar seus municípios no ambiente de negócios estadual, aproximando poder público e iniciativa privada em torno de novas oportunidades de desenvolvimento.