

/ EDITORIAL

Marcas fortes e o valor da confiança no mercado gaúcho

A força de uma marca vai além da sua presença no mercado. Ela se consolida na memória, na experiência e, sobretudo, na relação de confiança que estabelece com os consumidores. Uma marca expressa valores e pode transmitir a identidade regional. Em um ambiente econômico desafiador e competitivo, esse ativo intangível se torna determinante para a sustentabilidade e o crescimento das empresas.

É nesse contexto que a pesquisa *Marcas de Quem Decide*, promovida pelo Jornal do Comércio, em sua 28ª edição, reafirma seu papel como um dos principais termômetros da economia gaúcha. O estudo aponta as marcas mais lembradas e preferidas das lideranças empresariais, oferecendo um retrato da percepção do mercado no Rio Grande do Sul.

O caderno especial do *Marcas de Quem Decide* publicado nesta edição do JC apresenta a percepção de 400 líderes do meio empresarial no Estado sobre marcas em mais de 70 categorias. A citação de mais de 5 mil marcas reflete a diversidade e a complexidade do ambiente de negócios. Destas, houve predominância de 13 marcas gaúchas que despertaram forte lembrança entre entrevistados de todo o Rio Grande do Sul.

Há uma diferença entre ser

lembrado e ser escolhido. A lembrança pode ser fruto da exposição. Ao sermos expostos ao nome de uma marca com frequência, a tendência é que ela venha à nossa mente com maior rapidez. Já a preferência requer vínculo e é reflexo da experiência que o consumidor teve com determinada empresa ou instituição, o que faz com que ele volte a comprar dela ou utilizar seus serviços.

Em um mercado orientado por percepções e relações, transformar visibilidade em fidelidade é o grande desafio das marcas.

Ao longo de quase três décadas, o *Marcas de Quem Decide* consolidou-se como uma referência não apenas em reconhecer desempenhos, mas também para orientar estratégias empresariais. Ao apontar tendências a partir dos resultados da pesquisa, o

estudo contribui para o fortalecimento da economia.

Mais do que premiar, o levantamento reafirma a premissa de que marcas fortes não surgem por acaso. Elas são resultado de consistência, capacidade de adaptação e, principalmente, da construção contínua de confiança, o que demanda trabalho contínuo e atenção às novas tendências. Em um cenário de transformações aceleradas, esse é o diferencial que permite às empresas se consolidarem de forma duradoura no mercado.

A preferência requer vínculo e é reflexo da experiência do consumidor com uma empresa ou instituição

/ DESTAQUES NA EDIÇÃO DIGITAL

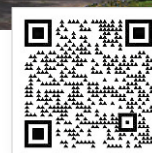
f jornalcomercio i jornalcomercio JC_RS JorنالdoComercioRS company/jornaldocomercio



A Capital dos gaúchos completou 254 anos, mas o comércio varejista já estava a todo vapor antes da fundação oficial da cidade. Aponte a câmera do celular para o QR Code e saiba mais sobre o início da atividade econômica em Porto Alegre.



A cidade de Veranoópolis recebe amanhã a primeira edição de 2026 do Mapa Econômico do Rio Grande do Sul. O encontro ocorre a partir das 17h na Associação Comercial, Cultural e Industrial (ACIV). Mire o QR Code e saiba mais.



Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code

/ FRASES E PERSONAGENS

“No Brasil, o primeiro impacto da guerra aparece no preço dos combustíveis e dos fertilizantes, que já registram aumento. O encarecimento desses insumos tende a elevar custos de transporte e produção agrícola, o que se reflete gradualmente no preço para o consumidor dos alimentos e de outros produtos. Caso as tensões persistam, os efeitos sobre energia, logística e cadeias globais de suprimento podem se intensificar.” **Thiago Nascimento**, CEO da Maritime Ship Service.

“A reindustrialização exige objetivos claros, coordenação institucional e horizontes mais longos do que aqueles usualmente associados ao ciclo político. A continuidade e melhoria progressiva da política industrial darão às empresas maior capacidade de planejamento para enfrentar os desafios globais da descarbonização, da eficiência energética e da adoção de tecnologias de ponta, essenciais para o ganho de competitividade.” **Fabício Silveira**, superintendente de Política Industrial da Confederação Nacional da Indústria (CNI).

“O sonho de ser dono do próprio negócio motiva milhões de homens e mulheres que lutam para manter a si e suas famílias. E não apenas isso, mas geram emprego e renda e criam inclusão social, mobilizando comunidades inteiras em todo o País.” **Décio Lima**, presidente do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).



LARISSA CARVALHO/SEBRAE/JC

Jornal do Comércio

O Jornal de economia e negócios do RS

www.jornaldocomercio.com

Diretor-Presidente
Giovanni Jarros Tumelero

Editor-Chefe
Guilherme Kolling

direcao@jornaldocomercio.com.br
editorchefe@jornaldocomercio.com.br

Av. João Pessoa, 1282
Porto Alegre, RS • CEP 90040.001
Atendimento ao Assinante: (51) 3213.1300

Conselho

Presidente:
Mércio Cláudio Tumelero

Membros do Conselho:
Cristina Ribeiro Jarros
Jenior Cardoso Jarros Neto
Valéria Jarros Tumelero

Fundado em 25/5/1933 por
Jenior C. Jarros
Zaida Jayme Jarros

/ CENÁCULO/REFLEXÃO

Uma mensagem por dia

Com gestos concretos e palavras, podemos ajudar os irmãos a valorizar a vida. Existem diversas pessoas desanimadas, tristes, sem fé nem esperança, que não conseguem encontrar um verdadeiro sentido para a existência. O bálsamo para aliviar seu sofrimento pode estar em uma palavra amiga, um pouco de carinho, um sorriso ou um abraço fraterno. Leve Jesus às pessoas! Mostre-lhes o verdadeiro caminho, a verdadeira luz e a verdadeira vida.

Meditação

Ilumine a vida dos irmãos com palavras e sobretudo com seu testemunho.

Confirmação

“Assim também brilhe a vossa luz diante das pessoas, para que vejam as vossas boas obras e louvem o vosso Pai que está nos céus” (Mt 5,16).

Rosemary de Ross/Editora Paulinas