

Quarta-feira, 8 de março de 2017 | Caderno Especial do Jornal do Comércio

COBERTURA ESPECIAL

[marcasdequemdecide.com.br](http://marcasdequemdecide.com.br)

[/MarcasdeQuemDecide](https://www.facebook.com/MarcasdeQuemDecide)

JONATHAN HECKLER/JC



# Marcas hiperconectadas conquistam consumidores



Espectáculo musical do Grupo Boss encantou o público presente no evento; depois do pocket show, foram revelados os resultados da nova edição da pesquisa Marcas de Quem Decide

# Música para encantar a festa das marcas

O evento de divulgação da pesquisa Marcas de Quem Decide lotou o Centro de Eventos do Hotel Plaza São Rafael, no Centro Histórico de Porto Alegre, na manhã desta terça-feira. O encontro começou encantando os convidados, com a entrada pelos corredores do refinado trio vocal Grupo Boss, interpretando clássicos internacionais de diferentes épocas.

A festa do mundo mágico das marcas pela 19ª vez iniciava uma cumplicidade com um público formado por publicitários, jornalistas, presidentes de entidades e empresários ligados as marcas que lideram não só a lembrança como também a preferência dos

executivos e gestores gaúchos na pesquisa Marcas de Quem Decide.

Todos foram recepcionados pelo presidente do Jornal do Comércio, Mércio Tumelero. Ele ressaltou o estudo amplo desenvolvido pelo Jornal do Comércio em parceria com a Qualidata que mostra a marca não como um logotipo, mas um conjunto de fatores tangíveis e intangíveis. "Leva tempo e precisa ser feito com disciplina e profissionalismo."

Neste ano, nas conversas durante o café da manhã, nas imagens dos telões, nos discursos, surgiram as palavras tão presentes no marketing atual, como mobile, Big Data, e Analytics, inteligência artificial, realidade aumentada, drones, robótica e Internet das Coisas, que são as novas tecnologias que chegam para ajudar no sucesso de uma marca e de medir seus altos e baixos. A grande preocupação dos empresários é como trabalhar corretamente com essas tecnologias tão recentes.

"A pesquisa Marcas de Quem Decide cresce de importância neste momento de profunda

transformação de um novo consumidor mobile", observa o diretor comercial do JC, Luiz Borges.

É preciso buscar formas de mostrar a marca de uma forma sedutora em todas as plataformas disponíveis, tão acessadas pelos consumidores. Tudo isso porque aquele consumidor que ficava no sofá assistindo televisão e recebendo as mensagens das marcas praticamente não existe mais. Agora, ele está em toda a parte e ao mesmo tempo virou o centro de tudo. Ele quer experiências individualizadas, personalizadas, através das novas tecnologias. Com um smartphone nas mãos, ele troca de marca como uma criança troca de brinquedo.

É tem sido um desafio para as empresas responderem no tempo que as pessoas gostariam. Seus propósitos, sua ética, devem estar claros em seus atos, no seu dia a dia. O mundo digital é assim. Hoje, as marcas estão cada vez mais transparentes e o posicionamento estratégico envolve diversos espaços nas redes sociais, no site, no Facebook e qualquer deslize pode ser fatal.

## Líderes empresariais participam do evento

As principais lideranças empresariais de Porto Alegre participaram do Marcas de Quem Decide: **Alcides Debus**, presidente da CDL; **Antônio Carlos Palácios**, presidente do CRC-RS; **Antônio Cesa Longo**, presidente da Agas; **Cláudia Horbe**, gerente de marketing da Rede Plaza; **Cleber Benvegnú**, secretário estadual de Comunicação; **Derly Fialho**, diretor-superintendente do Sebrae/RS; **Gedeão Pereira**, vice-presidente da Farsul; **Heitor Müller**, presidente do Sistema

Fiergs; **Zeca Honorato**, presidente da ARP; **José Tadeu Jacoby**, vice presidente do Sescon-RS; **Paulo Afonso Pereira**, presidente da ACPA; **Paulo Kruse**, presidente do Sindilojas; **Simone Leite**, presidente da Federasul; **Vitor Augusto Koch**, presidente da FCDL; **Zildo De Marchi**, presidente do Sindiatacadistas; **Leonardo Ely Schreiner**, vice-presidente da Fecomércio; **Joel Queiroz de Lima**, diretor regional do Bradesco; **Claudio Lamachia**, presidente nacional da OAB.



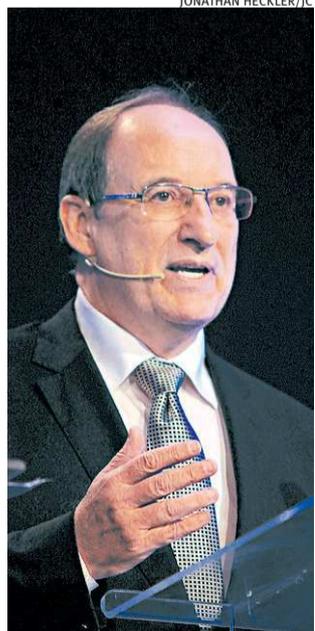
O evento Marcas de Quem Decide recebeu importantes autoridades. Na foto: Paulo Kruse, Paulo Afonso Pereira, Heitor Müller, Cleber Benvegnú, Mércio Tumelero, Simone Leite, Ricardo Breier, Gedeão Pereira, Vitor Augusto Koch e José Tadeu Jacoby

Histórias e enredos que envolvem as pessoas

O diretor da Qualidata, responsável técnico pela pesquisa Marcas de Quem Decide, Paulo Di Vicenzi recordou que estava lendo um livro que lhe chamou a atenção, mostrando o porquê de nós, homo sapiens, nos diferenciarmos de outros animais. “E com certa surpresa que, com muita clareza, aprendi que o fator que nos torna diferentes dos outros animais é a capacidade que temos de criar histórias e, mais do que isso, de acreditar nas histórias.”

E completou: “marcas são histórias, símbolos que sintetizam uma trajetória de uma organização. E as melhores histórias são aquelas que são lembradas, pois são contadas com competência, mas especialmente as marcas também são histórias que podem ser preferidas, porque são histórias melhores. Além de bons enredos, as marcas precisam contar histórias interessantes, para que elas possam não apenas ficar na caixinha da lembrança, mas também assumir uma posição na importantíssima caixinha da preferência, que, afinal, é a que gera caixa para as nossas empresas”.

Segundo ele, este é um projeto de informação para o mercado, que o JC, em parceria com a Qualidata, entrega há 19 anos. “Queremos gerar informação confiável para o mercado. E, hoje, com 19 anos, se esse objeto não tivesse sido percebido como relevante para o mercado, já teria ficado pelo meio do caminho.”



Paulo Di Vicenzi, diretor da Qualidata

# 'Marca é um conjunto de valores e atributos tangíveis e intangíveis'

Em uma era marcada por tantas crises de imagem e reputação, escândalos, polêmicas e repercussões negativas, o presidente do Jornal do Comércio, Mércio Tumelero, destacou, durante a abertura do evento Marcas de Quem Decide, na manhã de ontem, que “marca não é só um logotipo estampado no produto, mas um conjunto de valores e atributos tangíveis e intangíveis que ela carrega”. Por isso, empresas que investem na credibilidade e fortalecimento da sua marca são premiadas e reconhecidas.

Tumelero lembrou que a construção de uma marca é uma obra empresarial, que leva tempo e precisa ser feita com disciplina e profissionalismo. “Tamanho é a importância das marcas que, durante esses 19 anos, nós do Jornal do Comércio procuramos apresentar um trabalho editorial cada vez mais aprimorado, pautado pela qualidade e credibilidade, com o

objetivo de entregar informações confiáveis e relevantes para as decisões estratégicas de suas empresas”, acrescentou.

Como exemplo dos investimentos realizados recentemente, ele citou o aprimoramento da área digital do Jornal do Comércio, que está presente em todas as plataformas, com softwares de última geração, incluindo aplicativo para Android e iPhone, newsletter, site mobile e as principais redes sociais. Tumelero ressaltou também que, em 2015, foi criado, em parceria com a Pucrs, o caderno semanal GeraçãoE, que é dirigido por uma equipe jovem, com matérias exclusivas sobre empreendedorismo e que está fazendo muito sucesso.

Para finalizar, chamou a atenção para os 84 anos de atividades ininterruptas do Jornal do Comércio e os 19 anos do Marcas de Quem Decide, estudo amplo e abrangente, realizado anualmente



Mércio Tumelero, diretor-presidente do Jornal do Comércio

em conjunto com a Qualidata, que possibilita ao mercado acompanhar a movimentação das principais marcas do Rio Grande do Sul. “O Jornal do Comércio construiu

uma marca forte ao entregar conteúdo relevante e de credibilidade para um público formador de opinião, constituído por pessoas que realmente decidem”, concluiu.

## Empresas vencedoras têm marketing inteligente

A necessidade de adaptação das marcas em um mundo em profunda transformação com as pessoas cada vez mais conectadas fez o diretor comercial do Jornal do Comércio, Luiz Borges, lembrar, na abertura do evento Marcas de Quem Decide, de um artigo do publicitário Nizan Guanaes no JC, no qual este diz que o jovem não detesta a publicidade, mas sim a chatice.

A boa propaganda deve ser inteligente, com um enredo capaz de entreter e engajar, tornando a marca protagonista no mercado em que atua, conforme Borges. Ele observou que, se vivemos num mundo em transformação, devemos levar essa transformação para o mundo das marcas.

Borges citou também o diretor de Marketing e Comunicação da IBM, Mauro Segura, ao reforçar que estamos apenas no início de um grande período

de inovação disruptiva, mas não podemos esquecer que os alicerces do marketing não mudaram: “Temos que continuar a estabelecer um relacionamento saudável com o consumidor, com uma comunicação clara e honesta, porque, em um mundo hiperconectado, o consumidor ganhou poder, com uma vasta tecnologia na palma de suas mãos”.

Para completar, Borges lembrou que a escola de samba Portela ganhou o título de campeã do Carnaval do Rio de Janeiro e que o carnavalesco Paulo Barros comentou que a perfeição da Portela foi a partir de um trabalho sério. “É isso que a pesquisa Marcas de Quem Decide tem demonstrado nestes 19 anos. As marcas vencedoras são construídas através de um trabalho sério, envolvendo um enredo trabalhado por diversas pessoas atrás dela.”



Luiz Borges, diretor comercial do JC

## Marca Gaúcha Inovadora é novidade

Neste ano, entre as categorias especiais foi criada a Marca Gaúcha Inovadora. A Tramontina, de Carlos Barbosa, conquistou a liderança tanto na lembrança como preferência. No segundo lugar ficou o Grupo Gerdau, na preferência, e a Marcopolo, na lembrança. O quarto lugar ficou com a RBS e o quinto, com a Stara, tanto na lembrança como na preferência.

### AS MAIS LEMBRADAS

|            |       |
|------------|-------|
| Tramontina | 11,8% |
| Marcopolo  | 4,2%  |
| Gerdau     | 3,4%  |
| Grupo RBS  | 3,0%  |
| Stara      | 1,9%  |

### AS PREFERIDAS

|            |       |
|------------|-------|
| Tramontina | 10,6% |
| Gerdau     | 3,4%  |
| Marcopolo  | 3,0%  |
| Grupo RBS  | 2,7%  |
| Stara      | 1,9%  |

# Marcas de Quem Decide

A edição especial do Marcas de Quem Decide (MDQD) circulará, a partir do dia 27 de março, em todas as plataformas para facilitar o acesso das pessoas que estão cada vez mais multiconectadas. Elas buscam a melhor informação especializada e confiável em qualquer tempo e lugar. Todos os assinantes receberão encartada a versão impressa no seu Jornal do Comércio, que estará circulando nos principais eventos de negócios e branding durante todo o ano, além do grande alcance dos canais digitais da pesquisa, possibilitando alta visibilidade para os anunciantes e acesso ao conteúdo.

Os resultados completos da pesquisa são apresentados através de análises e gráficos das cinco marcas mais lembradas e preferidas de gestores e formadores de opinião do Rio Grande do Sul nos 70 segmentos de bens e serviços e nas três categorias especiais. O estudo realizado não se limita a descobrir apenas a posição da marca na memória do consumidor, mas também o desempenho no momento da compra. Este é o grande diferencial do MDQD, o que o torna único e relevante para quem precisa da informação mercadológica do Rio Grande do Sul.

Algumas das características do Marcas são a inovação para atender a essa demanda e a organização do conteúdo que o público recebe a partir das informações da pesquisa. A mudança no projeto gráfico do caderno impresso é o primeiro impacto que o leitor vai sentir na divisão dos conteúdos e dos articulistas convidados, que tem a missão de estimular o pensamento crítico e agregar insights por meio de uma visão reflexiva e experiente

## Site reformulado

O site [www.marcasdequemdecide.com.br](http://www.marcasdequemdecide.com.br) está mais interativo e dinâmico, integrando ainda mais as áreas de vídeos e fotos com o conteúdo, as informações da pesquisa e a comunicação dos anunciantes, que ganham área de destaque branded content. Tudo isso pensando na facilidade e no acesso do usuário nos diferentes dispositivos. É um canal importante com conteúdos especiais e exclusivos sobre este universo das marcas gaúchas e das pessoas por trás dessas marcas.



WWW  
WWW  
WWW

## Versão para folhear

Para quem prefere ler na plataforma on-line para folhear, que garante fidelidade total aos detalhes da conversão da edição impressa para a versão digital o leitor pode acessar o conteúdo aonde estiver mais perto do seu computador, ou ainda pode escolher pela mobilidade de acesso e baixar o aplicativo exclusivo do JC para Android e iOS. Esse meio agrega valor aos anunciantes, que podem explorar links em seus espaços publicitários, interagindo e direcionado a sua comunicação para todas as pessoas interessadas na sua marca. O leitor ainda tem acesso a todas as edições da pesquisa nestes 19 anos. É uma plataforma que coloca as marcas em evidência, colocando a um clique as pessoas que buscarem pela pesquisa. As páginas são folheadas da mesma forma que na edição impressa e o leitor ainda pode baixar o conteúdo, imprimir, compartilhar nas principais redes sociais e enviar as páginas em PDF através dos diferentes dispositivos.



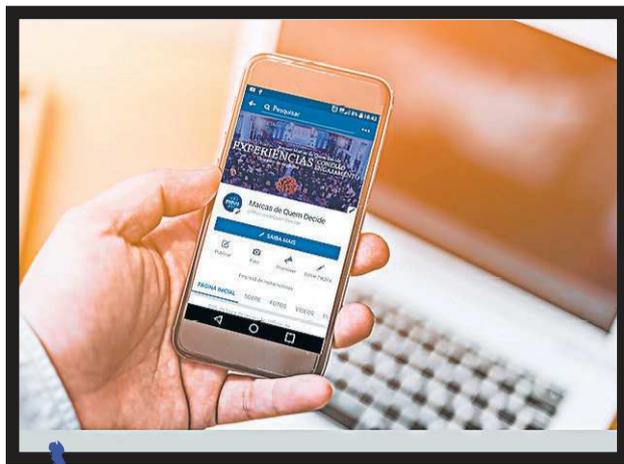
## Jornal imp

A edição impressa chega aos assinantes do JC e circula nos principais eventos e negócios

# Decide multiplataforma

## Interatividade no Facebook

O leitor pode acompanhar, compartilhar, curtir e interagir com as marcas de quem decide através do facebook.com/MarcasdeQuemDecide. É a conexão para os conteúdos exclusivos, fotos, vídeos, histórias das marcas e as informações da pesquisa. Mais interação e audiência para as marcas e anunciantes, com a ampla disseminação das redes sociais.



fazendo essa conexão de valor com os leitores.

As novidades incluem um novo formato de imagens, que ganham formas arredondadas, se aproximando da logomarca da pesquisa. Também houve uma preocupação de facilitar a leitura dos gráficos, que, nesta edição, foram elaborados com menos cores e mais branco, destacando ainda mais o posicionamento das marcas na pesquisa. O material é ricamente ilustrado com fotos e vídeos das entregas dos certificados às empresas líderes na pesquisa.

Um dos conteúdos exclusivos multimídia é o debate sobre as novas tendências e os desafios dos gestores de marketing diante de um momento de mudança e complexidade devido à sucessão de novas mídias e múltiplas possibilidades de acesso à informação. A gerente-geral de marketing da Lojas Renner, Luciane Franciscone; o gerente de marketing da Tintas Renner, Rodrigo Silveira; o gerente de comunicação e marketing do Sicredi, Ivan Novello; e o CEO da Rede Plaza, Roberto Rotter, contam como estão enfrentando esses desafios.

## Novas categorias

Acompanhando as transformações do mercado, o Marcas de Quem Decide atualiza os segmentos e categorias pesquisados com objetivo de atender aos pedidos do público e entregar novidades a cada ano. Os novos segmentos pesquisados:

- ▶ Marca Gaúcha Inovadora
- ▶ Certificação Digital
- ▶ Conselho de Classe Profissional
- ▶ Empresa Pública Gaúcha
- ▶ Escritório Jurídico
- ▶ Rede de Informática
- ▶ Registro de Marcas e Patentes

Os gestores de inovação dessas empresas em destaque na categoria Marca Gaúcha Inovadora estarão contando, em uma matéria especial, como é ser uma das marcas mais inovadoras do mercado, sendo reconhecidas por pessoas de decisão que respondem à pesquisa, além de contarem um pouco da estratégia que as levaram a chegar até este reconhecimento do mercado.

## Pressão

ga para todos o longo do ano entos empresa-do Estado.

# Confraternização das empresas protagonistas

Empresários, executivos, publicitários e jornalistas confraternizaram durante o café da manhã que antecedeu a divulgação da pesquisa Marcas de Quem de Decide em sua 19ª edição. Desta vez, o foco das conversas, entre um gole de café e cumprimentos saudosos de quem não se via desde antes das férias de verão, foram os prognósticos sobre até quando vai durar a crise que o País vive e quando começa a retomada da economia. Também se discutiu redes sociais e novas tecnologias, que fazem a multiconexão entre as empresas e as pessoas. Depois, o reconhecimento às marcas vencedoras do único levantamento que verifica lembrança e preferência.



Simone Leite, da Federasul; Manuel Corrêa (Saint-Gobain), e Heitor Müller, da Fiegers



Samir Salimen, Publivar/On; Giovanni Tumelero, JC; e Claudio Lamachia, da OAB nacional



Maria Rita de Assis Brasil (Simers) e Liana Fleck (Ouro e Prata)



Claudio Bier, do Simers, e Marcelo Mendes, da Dimed



Elisa Cordova (Lojas Renner) e Mariana Lopes da Silveira



Paulo di Vicenzi (Qualidata), Irno Augusto Pretto (Uniodonto) e Luiz Borges, do JC



Advogado Blasco Nunes, Genaro Galli, da PwC, e o publicitário Dado Schneider



Leonardo Ely Schreiner (Fecomércio), Jatyr Ranzolin e Paulo Afonso Pereira, da ACPA



Stefania Tumelero, Valéria Jarros Tumelero e Mércio Tumelero, diretor-presidente do JC



William Soares e Valdomiro Soares, do Grupo Marpa



Rafael Azevedo e José Elias Flores Júnior, da Cortel



Diretor do Margs, Paulo Amaral, e Günther Staub



William Iafelice, Morgana Miolo e Antônio Miolo representaram a vinícola Miolo



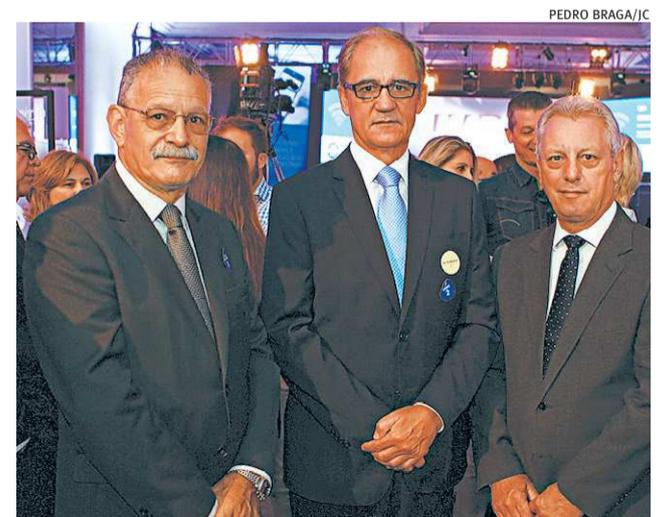
Gabriela Baggio, Flávio Obino Filho, Mônica Maahs e Luiz Fernando Moreira



Octaviano Busnello (Savarauto) e José Reinaldo Ritter



Carmen Diehl e Paulo Pacheco, da Móveis do Bem



Francisco Bueno, Derly Fialho e Carlos Alberto Schütz



## POTENCIALIZE A EXPOSIÇÃO DE SUA MARCA PARA GERAR NOVAS EXPERIÊNCIAS COM PESSOAS MULTICONECTADAS.

O Marcas de Quem Decide está a cada ano mais multiplataforma e dinâmico para acompanhar o mercado. Uma pesquisa completa e única no RS que há 19 anos mostra o desempenho das marcas na lembrança e na preferência de um público exigente e qualificado formado por gestores de empresas e altos executivos de negócios. A partir da pesquisa, conteúdos exclusivos são produzidos envolvendo todas as plataformas: caderno impresso e para folhear online em qualquer dispositivo, site mobile e Facebook. Tudo isso para potencializar o acesso às informações e mostrar a força das marcas e dos anunciantes dentro de uma cobertura multiconectada para a melhor exposição das marcas.

Circulação: 27/03 | Fechamento comercial: 17/03 | Entrega do material: 20/03.

**QUALIDATA**   
Quer saber? A gente pesquisa.

**Jornal do Comércio**  
O Jornal de economia e negócios do RS

Acompanhe e compartilhe todas as novidades da pesquisa em primeira mão: [www.marcasdequemdecide.com.br](http://www.marcasdequemdecide.com.br) | [www.facebook.com/MarcasdeQuemDecide](https://www.facebook.com/MarcasdeQuemDecide)