

MARCAS DE QUEM DECIDE 2022  
JC



SINDICATO PATRONAL



SINDICATO PATRONAL

# RECONHECENDO O PRESENTE, INSPIRANDO O FUTURO

Veja os resultados e as análises da única pesquisa que mede a lembrança e a preferência dos gaúchos

## SETORES PESQUISADOS EM 2022

GRUPO 1	14
GRANDE MARCA GAÚCHA DO ANO	15
GRUPO 2	16
MARCA GAÚCHA AMBIENTAL	18
MARCA GAÚCHA INOVADORA	19
GRUPO 3	20
ÁGUA MINERAL	21
ÁGUA SANITÁRIA	22
APOIO AO EMPREENDEDOR	24
ARROZ	24
AUDITORIA EMPRESARIAL	25
BANCO	26
BANCO DIGITAL	26
BIOTECNOLOGIA AGRÍCOLA	28
BOLACHAS E BISCOITOS	28
CARRO IMPORTADO	29
GRUPO 4	30
CARRO NACIONAL	32
CERTIFICAÇÃO DIGITAL	32
CLUBE SOCIAL	33
COMBUSTÍVEIS	35
CONCESSIONÁRIA DE CARROS IMPORTADOS	35
CONCESSIONÁRIA DE CARROS NACIONAIS	36
CONCESSIONÁRIA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS	36
CONNECTIVIDADE (Telefonia Móvel)	36
GRUPO 5	38
CONSELHO PROFISSIONAL	40
CONSÓRCIO	40
CONSTRUTORA	40
COOPERATIVA AGRÍCOLA	40
COOPERATIVA DE CRÉDITO	42
DESTINO TURÍSTICO GAÚCHO	45
EMERGÊNCIAS MÉDICAS	45
EMPRESA LEILOEIRA	46
EMPRESA PÚBLICA GAÚCHA	46
ENSINO A DISTÂNCIA - EaD	46

GRUPO 6	48
ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO	49
ENSINO MÉDIO	49
ENSINO SUPERIOR PRIVADO	50
ENSINO TÉCNICO	50
ENTIDADE EMPRESARIAL	52
ENTIDADE JURÍDICA	52
ENTIDADE RURAL	54
ERVA-MATE	56
ESCOLA DE NEGÓCIOS	56
ESCRITÓRIO JURÍDICO	56

GRUPO 7	58
ESPUMANTE	60
FÁBRICA DE ÔNIBUS	60
FARINHA DE TRIGO	60
FARMÁCIA	60
FERRAMENTA MANUAL	62
FERRAMENTA MOTORIZADA	62
FUNERÁRIA	64
HOSPITAL	66
HOTEL	66
IMOBILIÁRIA	67
IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS	67

GRUPO 8	68
LABORATÓRIO CLÍNICO	70
LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	70
LOJA DE MODA FEMININA	70
LOJA DE MODA MASCULINA	72
LOJA DE MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS	72
MONTADORA DE AUTOMÓVEIS	72
PLANO DE SAÚDE	74
PLANO ODONTOLÓGICO	77
PREVIDÊNCIA PRIVADA	78
PRODUTOS LÁCTEOS	78

GRUPO 9	80
RAÇÃO PARA PETS	82
REDE ATACADISTA (Atacarejo)	83
REDE LOGÍSTICA	83
REDE ÓPTICA	85
REFRIGERANTE	86
RESTAURANTE	86
SEGURO	87
SINDICATO	87

GRUPO 10	88
SINDICATO PATRONAL	90
SUCO DE FRUTAS	94
SUPERMERCADO	96
TEATRO	100
TINTA PREDIAL	100
VIGILÂNCIA	102
VINHO	105

## ANUNCIANTES 2022

ACI - NH	52
AGAS	96
ANGELUS	64
AURORA	105
AUXILIADORA PREDIAL	67
BANRISUL	27
BARÃO ERVA-MATE	55
BEBIDAS FRUKI	21 e 86
BISCOITOS ZEZE	28
BRADESCO SEGUROS	81
CARHOUSE	36
CMPC	17
COLÉGIO ANCHIETA	10 e 11
COLÉGIO FARROUPILHA	49
CONSTRUTORA JOBIM	39
COTRIJAL	41
CRC-RS	94
CREDITO REAL	63
ERVA-MATE XIMANGO	56
EXAME LABORATÓRIO	70
FARMACIAS SÃO JOÃO	61
FEDERASUL	57
FEEVALE	47
FIERGS	51
FOERNGES	85
GARIBALDI	59
GBOEX	78
GM	73
GRÊMIO NAUTICO UNIAO	33
GUARIDA	65
HOSPITAL MOINHOS DE VENTO	66
ICATU	76
JORNAL DO COMERCIO	98
JOSAPAR	24
KAIZEN	25
LOJAS COLOMBO	107
LOJAS RENNER	71
MARCOPOLO	19
MELNICK	112
MIOLO	104
PANAMBRA	37
PANVEL	7
PWC	25
RACON CONSÓRCIOS	42
RANDON	18
REDE MARISTA	53
RIO GRANDE SEGUROS	26
RODOIL	31
SAFEWEB	32
SALTON	89
SANTA CLARA	79
SAVARAUTO	29
SECOVI/RS	90
SICREDI	43
SIM REDE	35
SIMERS (Médicos)	87
SINDIATACADISTAS	82
SINDILOJAS PORTO ALEGRE	91
SINDUSCON-RS	93
STIHL	62
STOK CENTER	83
STV	103
SUCOS PETRY	94
SUVALAN	95
SUVINIL	5
TINTAS KILLING	99
TINTAS RENNER	101
TRAMONTINA	13
TUMELERO	69
UNIMED FEDERAÇÃO	75
UNIODONTO FEDERAÇÃO	77
VILA RICA IMOVEIS	45
YPE	23
ZAFFARI	97

# SUMÁRIO



# SUMÁRIO

## OPINIÃO

Arcione Piva	Qual o varejo que queremos? Precisamos saber ouvir com empatia	54
Daniel Randon	Um legado inovador e sustentável	34
Gilberto Porcello Petry	Indústria é desenvolvimento	15
Giovanni Jarros Tumelero	Chegamos a mais uma edição do Marcas de Quem Decide com otimismo e esperança	4
Irio Piva	O coletivo impulsiona o crescimento e contribui para a inovação	74
Leany Lemos	As revoluções, a rainha e o futuro que nos espera	92
Marcel van Hattem	Como fazer avançar a pauta liberal no Brasil?	84
Mauricio Harger	Colaboração: a chave para o futuro próspero no RS	37
Nelson Silveira	Inovação para a sociedade e para o Brasil também precisam ser sustentáveis	98
Nilson Luiz May	Uma organização em movimento em todos os sentidos e direções	44
Pedro Henrique Kappaun Brair	Farmácias assumem novo papel na atenção primária da saúde da população	100
Pedro Valério	O futuro que sonhamos é possível? Por que não?	104
Ranolfo Vieira Júnior	A marca Rio Grande do Sul	6
Sebastião Melo	Porto Alegre mais solidária e do desenvolvimento	12

## COBERTURA DO EVENTO PRESENCIAL

Edição de 2022 volta a ser presencial e mais tecnológica	106
--	-----

## FEED

Confira o evento através das redes sociais	108
--	-----

## GALERIA DE FOTOS

Social	109 a 111
--------	-----------

## METODOLOGIA

Como o Marcas de Quem Decide é feito	8 e 9
--------------------------------------	-------

## BRANDEDS

Biscoitos Zezé	Biscoito Zezé cresce 15% no primeiro trimestre do ano	21
Colégio Anchieta	Anchieta investe em tecnologia em seus métodos de ensino	44
CMPC	CMPC: marca gaúcha ambiental de novo	76
Fruki	Bebidas Fruki faz 98 anos com preferência dos gaúchos	33
Marcopolo	Marcopolo mantém liderança e aumenta ônibus 100% elétrico	22
Melnick	Melnick é agente da transformação	50
Rede SIM	Rede SIM avança pelo Estado e Paraná	29
Sicredi	Sicredi já cobre 95% do território do Estado	34
Sindilojas Porto Alegre	Sindilojas Porto Alegre leva inovação aos lojistas	72
Suvalan	Suvalan lidera na preferência em novo setor pesquisado	102
Suvinil	Suvinil aposta em escolhas seguras	84
Tintas Renner	Pesquisa aponta liderança da Renner no seguimento de Tinta Predial	92

## ESPECIAIS

Autoridade se conquista – Júlia Alves	104
Branding não é marketing e vice-versa – Kaká Cerutti	46
Erros comuns das marcas na hora de comunicar – Camila Dilélio	54
Gestão de crises: tenha um plano de contingência em mãos – Marluci Stein	102
Inteligência emocional é uma das competências exigidas pelas marcas – Helena Brochado	77
O diálogo como fonte de transformação – Denise Pagnussatt	42
O que sua marca precisa saber sobre filmeabilidade – Rafael Barbieri e Bárbara Graziela	74
Seu marketing cura a doença da sua empresa ou só alivia os sintomas? – Vivian de Matuella	22

## EX PEDI ENTE

**Diretor-presidente do JC:** Mércio Tumelero | **Diretor de Operações do JC:** Giovanni Jarros Tumelero | **Editor-chefe do JC:** Guilherme Kolling | **Edição e conteúdo:** Mauro Belo Schneider | **Pesquisa e análise:** Qualidata | **Projeto Gráfico:** Luís Gustavo S. Van Ondheusen | **Diagramação:** Kimberly Winheski | **Revisão:** Thiago Nestor | **Administrativo:** Luis Guerra | **Comercial:** Rosi Zômer, Cristina Malcorra, Silvana Homem e Vanessa Reiser | **Marketing:** Stefania Tumelero, Camila Ribeiro e Edmar Souza | **Produção do Evento:** Stora Eventos e Projetos | **Fotografia:** Luiza Prado, Carlos Chaves, Lucas Saporiti e Andressa Pufal | **Pré-impressão, Impressão e Expedição:** Ricardo Régio, Marlus Moschen, Gilmar Ribeiro e equipe.

LUIZA PRADO/JC



**Giovanni Jarros Tumelero**  
Diretor de Operações do JC

## OPINIÃO

# Chegamos a mais uma edição do Marcas de Quem Decide com otimismo e esperança

Olá, leitores e leitoras!

É uma satisfação enorme saber que estão recebendo mais uma edição da pesquisa **Marcas de Quem Decide**. Este suplemento contém os gráficos e as análises deste levantamento tão importante para o Rio Grande do Sul.

Na sua 24ª edição, lembramos a contribuição do nosso grande amigo e parceiro Paulo di Vicenzi, diretor-presidente da Qualidata, que nos deixou no ano passado após 23 anos apresentando a pesquisa em conjunto com o **Jornal do Comércio**. Aproveito esse artigo para deixar aqui registrada a nossa homenagem ao Paulo.

O Marcas é uma iniciativa realizada pelo Jornal do Comércio, em parceria com a Qualidata, que realiza um estudo amplo e aprofundado. É a única pesquisa que mede tanto as marcas mais lembradas quanto as preferidas dos consumidores gaúchos.

Nesse sentido, o Marcas de Quem Decide traça um verdadeiro panorama da movimentação das principais marcas do Rio Grande do Sul.

Os resultados da pesquisa refletem diretamente o trabalho feito durante o ano pelas empresas, servindo de termômetro para que companhias possam traçar suas estratégias de marca. Ter acesso a essas informações ajuda a tomar decisões mais assertivas sobre o presente e, principalmente, sobre o futuro.

A tecnologia promove mudanças de consumo cada vez mais rápidas e as empresas têm que acompanhar e se reinventar na mesma velocidade para entregar aos consumidores o melhor produto e serviço do mercado, sendo a adaptação um dos pilares fundamentais para a sua longevidade.

"Reconhecendo o presente, inspirando o futuro." Esse foi o tema escolhido pelo Jornal do Comércio para o Marcas desse ano.

Acreditamos na importância da valorização das empresas e instituições que inovam constantemente e que procuram soluções para suprir as necessidades do mercado através de em parcerias.

Exemplo disso é o Cais Embarcadero, onde promovemos o evento de divulgação dos dados, no dia 19 de abril, que hoje é símbolo de prosperidade para nossa cidade, fruto de um trabalho conjunto dos setores público e privado, unidos pelo mesmo propósito de transformar a cidade, e torná-la cada vez melhor.

Assim, vemos Porto Alegre, entre as melhores capitais do Brasil para se empreender. Divulgamos reportagens que comprovam o nosso ponto de vista semanalmente na plataforma GeraçãoE. Vivemos e registramos uma sociedade gaúcha pujante e criativa.

Acreditamos na iniciativa privada e no livre mercado como norteadores do desenvolvimento econômico e social do nosso País.

Temos orgulho de ser o jornal de Economia e Negócios do Rio Grande do Sul. Há tantas décadas, seguimos nossa missão, vislumbrados pelos fundadores do JC, Jenor Cardoso Jarros, juntamente de sua esposa Zaida Jayme Jarros, que tinham o propósito de comunicar aos atacadistas a entrada de produtos que chegavam pelo Cais do Porto, na capital gaúcha. Na época, o jornal funcionava na rua General Câmara, nº 28, no Centro Histórico. Jenor Jarros dispunha apenas de uma máquina de escrever Remington e de um mimeógrafo.

Embora valorizemos nossas raízes, trabalhamos com seriedade em prol das empresas e instituições empresariais para auxiliar o empreendedorismo e o desenvolvimento no Rio Grande do Sul. Sempre de olho no que é tendência e nas mudanças das formas de consumo de nosso público.

Buscamos dar espaço para notícias positivas da agenda econômica, registrando diariamente a instalação de novos investimentos ou iniciativas que estão sendo realizadas pelas empresas no nosso Estado e no Brasil.

Também retratamos como líderes empresariais estão conseguindo crescer e achar oportunidades em meio às constantes mudanças de consumo. Isso ficou ainda mais latente durante a pandemia, que afetou

tantos negócios tradicionais e novos.

Neste ano, o Jornal do Comércio completa 89 anos com atividades ininterruptas, sempre direcionando seus esforços para um produto de alta qualidade.

Seguimos a mesma lógica em nossas plataformas digitais. Atualmente, na era tecnológica, a informação é ilimitada, e temos uma infinidade de conteúdos e informações das mais variadas na internet. Com isso, também circulam em grande quantidade conteúdos falsos, as famosas fake news, que acabam distorcendo os fatos.

Como veículo de comunicação, temos o dever de trazer ao público a informação correta. Contamos com uma redação preparada para fazer uma curadoria do que de mais importante acontece.

E, após a checagem dos fatos, publicamos as notícias, garantindo que o nosso leitor receba a informação com credibilidade.

Por isso, estamos investindo significativamente na nossa área digital, onde temos um crescimento constante de assinantes e anunciantes que acreditam no nosso propósito.

Nos últimos dois anos, conseguimos dobrar nossa audiência no site do JC e alcançamos uma marca histórica! Isso nos leva a um patamar importantíssimo, pois o impresso e o digital juntos nos permitem alcançar um número de leitores como nunca antes na história do JC. Portanto, seguiremos no curso dos avanços tecnológicos, para que, cada vez mais, consigamos entregar um conteúdo de qualidade e exclusividade para os nossos assinantes, que apoiam um jornalismo profissional e correto.

Quero agradecer e parabenizar à equipe do Jornal do Comércio. E, ainda, ao apoio especial dos patrocinadores do projeto.

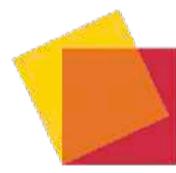
Finalmente, parabenizo todas as marcas premiadas na pesquisa Marcas de Quem Decide e desejo ainda mais sucesso em suas trajetórias, que inspiram e servem de exemplo.

Muito obrigado e uma boa leitura!



**Os resultados da pesquisa refletem diretamente o trabalho feito durante o ano pelas empresas, servindo de termômetro para que companhias possam traçar suas estratégias de marca**



 **Suvinil**



**A PREFERIDA  
DOS GAÚCHOS.**

**O amor dos gaúchos pela Suvinil é mais que tri. É HEPTA.**



Pela 7ª vez em 10 anos, somos a marca preferida no Rio Grande no prêmio Marcas de Quem Decide, na categoria Tinta Predial. Uma história de sucesso que só poderia ser pintada junto com você, gaúcho. O nosso muito obrigado!

LUCAS SAPORITI/JC



**Ranolfo Vieira Júnior**  
Governador do Rio Grande do Sul

## OPINIÃO

# A marca Rio Grande do Sul

Quem trabalha com marcas sabe que nada acontece da noite para o dia, como se tivéssemos o dom de produzir qualquer resultado com um passe de mágica. É um processo que, invariavelmente, exige uma história, construída com foco, persistência e coerência, o que nem sempre é possível de ser obtido no mundo da gestão pública, afetado e limitado por tantas urgências e trocas de direção. Quando se fala de marca, tudo ainda se torna mais difícil, porque dependemos da percepção das pessoas, sempre condicionada por diversos fatores e contextos.

A atual gestão do Rio Grande do Sul, eleita em 2018 com inúmeros desafios, trabalha para justamente construir uma nova marca para o nosso Estado. Não estamos escrevendo uma nova história, mas adicionando um novo capítulo com o intuito de mudar a forma como o nosso Estado é percebido.

Trabalhamos para fazer com que sejamos conhecidos não apenas pelos nossos problemas históricos, mas pelas soluções que encaminhamos no sentido de melhorar a qualidade de vida da população e a competitividade da nossa economia.

Nesse sentido, as realizações do governo até aqui – e foram muitas nesses três anos e quatro meses de gestão – não contribuíram apenas para a afirmação de uma reputação ou da imagem de um mandato, mas incidiram sobre o ambiente gaúcho, tornando-o ainda mais propício ao desenvolvimento de todas as marcas, públicas ou privadas, melhorando as condições básicas para o desenvolvimento de todas as atividades e incentivando a criatividade em todas as direções.

Muitos desses resultados foram alcançados porque tínhamos um plano claro, uma estratégia definida. Sabíamos o que queríamos alcançar, assim como também tínhamos consciência de como queríamos atingir.

São conquistas que decorreram da interação com todos os atores da nossa sociedade, de todos os Poderes, dos funcionários públicos e privados, empresários e a população em geral, para que cada um pudesse ajudar a retirar o Rio Grande do Sul

do ciclo perverso onde havia se embretado nas últimas décadas.

A nova imagem, portanto, nasceu com a marca do diálogo, a partir do qual estruturamos e executamos uma agenda de impacto, transformadora e renovadora, cuja face mais visível está no compromisso com a responsabilidade fiscal, mas que não se esgota na temática das finanças públicas, porque nunca entendemos que o equilíbrio nas contas fosse um fim em si mesmo.

Ajuste fiscal deve ser o ponto de partida para melhorar a forma como as pessoas vivem. Deve ter o potencial de energizar o ambiente produtivo e melhorar a percepção externa para que novos investimentos escolham o Rio Grande do Sul como destino.

A construção de uma marca, como disse, precisa de uma história de recorrências e coerências. Nosso mandato viveu, recentemente, uma transição de governador, com a saída do governador Eduardo Leite, mas não uma mudança de governo.

Seguimos com o mesmo compromisso de sempre. Imagino que esta persistência seja capaz, portanto, de amplificar a percepção, dentro e fora do nosso Estado, sobre os ganhos positivos que tivemos com as reformas conduzidas pela nossa gestão, porque sabemos que elas se apresentam como a base segura para a retomada das capacidades mais fundamentais de qualquer setor público.

Arrisco afirmar que a solidez do nosso percurso até aqui, mais do que servir como fundamento da imagem construída perante a população, abriu espaço para atrairmos novos investimentos e promovermos investimentos próprios, com o Avançar. É importante que o setor público se apresente dessa maneira, como um elemento de propulsão, em parceria com os demais atores que trabalham pela prosperidade local.

Um Estado empreendedor compreende esse desafio e mobiliza atores com o objetivo de atingir os melhores resultados coletivos.

O Avançar, a propósito, merece um comentário especial, porque também é um símbolo importante

desta marca em construção.

Se, em 2019, disséssemos que pretendíamos, além de regularizar pagamentos, injetar R\$ 6,3 bilhões de investimentos em todas as áreas, poderíamos ser chamados de demagogos, de oportunistas.

As mudanças estruturais que aprovamos e as medidas administrativas que implementamos geraram o mais impactante ciclo de investimentos da história recente, redesenhando a capacidade de o setor público incidir de maneira concreta sobre a vida das pessoas.

Para além dos recursos aplicados, o Avançar também expressa uma mudança de mentalidade, fator subjetivo que incide sobre a percepção das pessoas a respeito da marca Rio Grande do Sul.

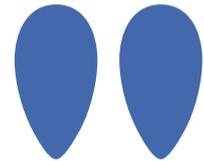
Com o Avançar, o setor público voltou a ser percebido como capaz de responder às demandas, e isso não é pouco, porque incide sobre a confiança da população no setor público e, porque não dizer, até mesmo na democracia, na medida em que impacta na relação entre o ente público e as pessoas que o sustentam.

O novo horizonte que perseguimos exige que o governo do Estado também estimule novos setores e atividades, redesenhando o nosso destino econômico em sintonia com um espírito de renovação.

É com esse compromisso que mantemos uma agenda de inovação, para dentro e para fora do governo, com a meta de sermos percebidos como referência, disputando empreendimentos da nova economia, com base digital e processos inovadores, que se acoplem de forma orgânica às nossas tradições e especialidades econômicas.

Queremos ser mais dinâmicos e ainda mais inovadores, resgatando os melhores atributos do nosso espírito empreendedor. Queremos um Rio Grande do Sul mais leve, focado, construtivo.

Como a grande revolução em curso é a de mentalidade, estamos preparando o nosso Estado para embarcar nela a partir de uma marca consolidada: aqui, trabalhamos por novas soluções, não mais sob o laimento das perdas históricas.



**Quando se fala de marca, tudo ainda se torna mais difícil, porque dependemos da percepção das pessoas, sempre condicionada por diversos fatores e contextos**

HOC



*Lembrar da Panvel  
é bem você. Cuidar de  
você é a gente bem.*



Há 23 anos consecutivos, a Panvel é a farmácia mais lembrada e preferida pelos gaúchos no Marcas de Quem Decide. Esse reconhecimento nos enche de orgulho. Mas o mais importante é que isso comprova e reforça o nosso compromisso de estar sempre ao seu lado, no dia a dia, cuidando bem de você e da sua família. Porque ver você bem é o que faz a gente bem.

**PanVel**  
**BEM VOCÊ. VOCÊ BEM.**

## TOP 10 LEMBRANÇA

### Sicredi aparece no topo geral da lembrança

Dentre as 10 marcas mais lembradas no levantamento anterior e que seguem integrando o projeto **Marcas de Quem Decide** nesta 24ª edição, Unimed (76,8%), Coca-Cola (63,6%), Cia Zaffari (59,6%) e Panvel (57,0%) mantiveram-se nas mesmas posições: segunda, sétima, oitava e nona, respectivamente. Sicredi, Gramado e Teatro São Pedro não só melhoraram seus escores, como também subiram algumas colocações.

Sicredi, antes em terceiro lugar, passa a liderar dentre as 10 marcas mais lembradas, com 87,4%, 8 pontos percentuais superiores ao estudo passado. Gramado subiu da quinta colocação para a terceira, após ter 8,1 pontos percentuais acrescidos em seu índice, totalizando 71,5%. Já o Teatro São Pedro, que havia conquistado a última colocação no ranking das 10 marcas mais lembradas na edição passada, avançou consideráveis 11 pontos percentuais e

MARCA Setor	Em %		Variação (Pontos %)
	2021	2022	
<b>SICREDI</b> Cooperativa de Crédito	79,4	87,4	8,0
<b>UNIMED</b> Plano de Saúde	79,8	76,8	-3,0
<b>GRAMADO</b> Destino Turístico Gaúcho	63,4	71,5	8,1
<b>THEATRO SÃO PEDRO</b> Teatro	56,5	67,5	11,0
<b>MARCOPOLO</b> Fábrica de Ônibus	NA	65,2	/
<b>VIVO</b> Conectividade	55,7	64,2	8,5
<b>COCA-COLA</b> Refrigerante	57,6	63,6	6,0
<b>CIA ZAFFARI</b> Supermercado	57,6	59,6	2,0
<b>PANVEL</b> Farmácia	57,3	57,0	-0,3
<b>IPIRANGA</b> Combustíveis	55,7	54,3	-1,4

Fonte: QUALIDATA PESQUISAS - Marcas de Quem Decide 2022

agora ocupa o quarto lugar, com 67,5%.

Marcopolo, Vivo e Ipiranga são as novidades, já que não integravam o elenco na pesquisa anterior. Marcopolo, com

65,2%, está em quinto lugar, seguida pela Vivo, em sexto, com 64,2%. Ipiranga totalizou 54,3% das indicações e conquistou a última vaga na lista das top 10.

## TOP 10 PREFERÊNCIA

### Novos números, novas disposições entre as 10 mais

Sete foram as marcas que permaneceram dentre as 10 mais citadas na avaliação da preferência, todas realocadas em novas posições. Mesmo com oscilações, Sicredi e Unimed subiram uma posição cada uma. Sicredi passou à li-

derança com 79,1% e Unimed está logo atrás, com 68,9%. Marcopolo é um dos destaques, já que antes não tinha espaço entre as 10 mais na preferência e, agora, ocupa o terceiro lugar, com 64,6%. Vivo e Panvel, que ocupavam quarta e quinta

posições na edição passada, trocaram de lugar. Embora a Vivo tenha oscilado de 61,8% para 60,9%, subiu para a quarta colocação em razão das perdas sofridas pela Panvel, de 5,8 pontos percentuais, e pela Tramontina, de 16,6 pontos percentuais. Os novos resultados deixaram a Panvel em sexto lugar, com 58,3%, e a Tramontina em 10º, com 47,7%. Gramado é o último dos nomes que subiram algumas posições independentemente da oscilação. Mesmo com a perda de 1,4 ponto percentual, passou do sétimo para o quinto lugar (58,9%). A única marca que permaneceu entre as 10 mais na preferência e que viu seu escore aumentar foi Teatro São Pedro. Subiu de 55,7% para 56,3% e foi da décima para a sétima posição. Cia Zaffari e Água da Pedra fecham o rol de destaques. Assim como a Marcopolo, ambas não integravam essa lista na edição passada e ganharam pontuação suficiente à classificação. Cia Zaffari, com 55,6%, ocupa a oitava posição e Água da Pedra, com 53,6%, a nona.

MARCA Setor	Em %		Variação (Pontos %)
	2021	2022	
<b>SICREDI</b> Cooperativa de Crédito	82,1	79,1	-3,0
<b>UNIMED</b> Plano de Saúde	71,1	68,9	-2,1
<b>MARCOPOLO</b> Fábrica de Ônibus	NA	64,6	/
<b>VIVO</b> Conectividade	61,8	60,9	-0,9
<b>GRAMADO</b> Destino Turístico Gaúcho	60,3	58,9	-1,4
<b>PANVEL</b> Farmácia	64,1	58,3	-5,8
<b>THEATRO SÃO PEDRO</b> Teatro	55,7	56,3	0,6
<b>CIA ZAFFARI</b> Supermercado	55,0	55,6	0,6
<b>ÁGUA DA PEDRA</b> Água Mineral	48,1	53,6	5,5
<b>TRAMONTINA</b> Ferramenta Manual	64,16	47,7	-16,4

Fonte: QUALIDATA PESQUISAS - Marcas de Quem Decide 2022 - NA = Não Avaliada

## MARCAS DOMINANTES

### O seletivo grupo de quem dá as cartas no jogo

Sempre que uma marca atingir índice superior à soma de todas as demais que foram referidas no estudo, ela será classificada como dominante. Esse conceito revela quão poderosa é uma marca e o quanto ela influencia o mercado, servindo de referência inclusive às concorrentes.

Nos quadros abaixo estão listadas as 10 marcas que atingiram os mais elevados níveis de dominância nesta edição nos dois quesitos avaliados. No topo está Sicredi, que leva

uma vantagem sobre as demais marcas citadas, na categoria Cooperativa de Crédito, de 77,5 pontos percentuais na lembrança e de 66,2 na preferência.

Unimed, com 60,3 pontos na frente das outras lembradas no setor de Plano de Saúde, é a marca com o segundo maior nível de dominância na lembrança. Marcopolo ocupa o segundo lugar na preferência, com 56,3 pontos percentuais a mais do que as demais marcas somadas na categoria de Fábrica de Ônibus.

MARCA Setor	2022		Vantagem em pontos percentuais
	%	Outras %	
<b>SICREDI</b> Cooperativa	87,4	9,9	77,5
<b>UNIMED</b> Plano de Saúde	76,8	16,6	66,3
<b>MARCOPOLO</b> Fábrica de Ônibus	65,2	8,3	57
<b>THEATRO SÃO PEDRO</b> Teatro	67,6	21,9	45,7
<b>GRAMADO</b> Destino Turístico Gaúcho	71,5	27,2	44,4
<b>VIVO</b> Conectividade	64,2	35,1	29,1
<b>COCA-COLA</b> Refrigerante	63,6	35,1	28,5
<b>QBOA</b> Água Sanitária	44,4	17,2	27,2
<b>NUBANK</b> Banco Digital	43,7	18,5	25,2
<b>STHIL</b> Ferramenta Motorizada	41,7	17,9	23,8

Fonte: QUALIDATA - Totalização diferente de 100% decorre dos entrevistados que não citaram marcas.

MARCA Setor	2022		Vantagem em pontos percentuais
	%	Outras %	
<b>SICREDI</b> Cooperativa	79,1	12,9	66,2
<b>MARCOPOLO</b> Fábrica de Ônibus	64,6	8,3	56,3
<b>UNIMED</b> Plano de Saúde	68,9	22,5	46,4
<b>VIVO</b> Conectividade	60,9	29,8	31,1
<b>THEATRO SÃO PEDRO</b> Teatro	56,3	29,8	26,5
<b>QBOA</b> Água Sanitária	43,7	17,2	26,5
<b>SOS UNIMED</b> Emergências Médicas	47	21,9	25,2
<b>NUBANK</b> Banco Digital	41,7	19,2	22,5
<b>SEBRAE</b> Apoio ao Empreendedor	37,7	16,6	21,2
<b>GRAMADO</b> Destino Turístico Gaúcho	58,9	39,1	19,9

Fonte: QUALIDATA - Totalização diferente de 100% decorre dos entrevistados que não citaram marcas.

## Saiba como a Qualidata faz a pesquisa para o projeto Marcas de Quem Decide

O projeto Marcas de Quem Decide foi criado e é executado pela Qualidata especialmente para publicação pelo Jornal do Comércio. Trata-se de estudo estatístico descritivo, com amostragem estratificada, sorteio aleatório dos entrevistados e observação de cotas amostrais. O público pesquisado é formado essencialmente por proprietários, gestores, executivos e profissionais liberais. Tem como base a distribuição econômica em sete regiões geográficas e a amostra é distribuída em todos os principais muni-

cípios do Rio Grande do Sul com participação igual ou superior a 0,5% do PIB gaúcho. São observados também as respectivas proporções na quantidade de pessoas ouvidas e a distribuição de empresas existentes em cada região. Para avaliar os níveis de lembrança e preferência em todos os setores dessa edição, a Qualidata ouviu 302 pessoas por telefone, o que consumiu 141 horas de contato com o público-alvo entre novembro de 2021 e janeiro de 2022 e envolveu uma equipe de colaboradores. Por ser o

único a investigar simultaneamente as duas dimensões desse ativo econômico, que facilitam as decisões estratégicas de seus gestores, o projeto Marcas de Quem Decide é reconhecido pelo mercado como inovador e diferenciado.

A Qualidata observa com rigor todos os parâmetros metodológicos recomendados nesse tipo de abordagem e as respostas dadas em todos os setores avaliados são livres e espontâneas, tendo como estímulo apenas a citação dos respectivos

setores. Para essa edição do estudo, a margem de erro, determinada pelo tamanho total da amostra, é de 5,7 pontos percentuais, para mais ou para menos, em relação aos resultados obtidos no conjunto da avaliação. O intervalo de confiabilidade é de 95%, significando que se o mesmo levantamento fosse repetido 100 vezes, em 95 delas os resultados estariam dentro dos limites apresentados.

Resultados completos e detalhados podem ser acessados no site [marcas.qualidata.org](http://marcas.qualidata.org).

## LEMBRANÇA X PREFERÊNCIA E SETORES ESPECIAIS

### Em 15 setores, as marcas mais lembradas não são as preferidas ou não estão sozinhas na liderança

Esta é a 24ª avaliação feita pela Qualidata para o projeto **Marcas de Quem Decide** em parceria com o **Jornal do Comércio**, elaborado para publicação anual ao mercado. E a cada nova edição, um fato reconsagra-se: lembrança e preferência não são sinônimos. Aliás, essa proporção vem sendo raramente mantida ao longo da história do projeto.

Desde 1999, quando publicados os primeiros resultados, vê-se que muitas das marcas que são primeiramente lembradas pelo público ouvido não são

prontamente indicadas como preferidas. E ainda que sejam, os níveis de preferência das marcas são diferentes dos níveis de lembrança em praticamente todos os casos. Essa realidade robustece o conceito de inovação que deu origem a este estudo em razão de ser o único a investigar, paralelamente, os índices de ambos os quesitos junto aos gestores de negócios do Estado.

Corroborando isso, mais uma vez, a pesquisa da Qualidata traz os resultados desta edição. Foram investigados

77 setores, dos quais 15 não coadunam marcas preferidas e mais lembradas, ou, no mínimo, não as têm sozinhas nessas colocações. Isso representa 20,78% do conjunto de setores pesquisados.

A tabela abaixo elenca todas as marcas que conquistaram o primeiro lugar nos setores sondados. Em destaque, aquelas que não correspondem lembrança e preferência.

Outra análise interessante realizada pela Qualidata dentro do projeto Marcas de Quem Decide é aquela que identifi-

ESPECIAIS				
LEMBRANÇA	Em %	SETOR	PREFERÊNCIA	Em %
TRAMONTINA	<b>16,2</b>	GRANDE MARCA GAÚCHA DO ANO	TRAMONTINA	<b>18,5</b>
CMPC	<b>7,9</b>	MARCA GAÚCHA AMBIENTAL	CPMC	<b>7,3</b>
RANDON	<b>8,3</b>	MARCA GAÚCHA INOVADORA	MARCOPOLO	<b>9,6</b>

Fonte: QUALIDATA PESQUISAS - Marcas de Quem Decide 2022

ca a marca mais lembrada e a preferida em três setores especiais: Grande Marca Gaúcha do Ano, Marca Gaúcha Ambiental e Marca Gaúcha Inovadora.

Nessa edição, Tramontina lidera a categoria de Grande Marca Gaúcha do Ano, com 16,2% das indicações na lembrança e 18,5% na preferência. CMPC ocupa a primeira posição de Marca Gaúcha Ambiental, totalizando 7,9% na lembrança e 7,3% na preferência.

Na avaliação de Marca Gaúcha Inovadora, não há correspondência de nome nos dois quesitos pelo terceiro ano seguido. Ao passo que Randon mantém a dianteira enquanto marca mais lembrada, com 8,3%, Marcopolo segue na frente das preferidas, com 9,6% das referências. Com os novos resultados, Randon e Marcopolo repetem o arranjo da edição passada e dividem a liderança nesse quesito.

## As marcas que chegaram na frente em cada setor

Setores destacados indicam onde há diferença entre marcas mais lembradas e preferidas ou que não estão sozinhas na primeira posição.

As mais lembradas	%	Setores	%	As preferidas
Água Da Pedra	51,7	Água Mineral	53,6	Água Da Pedra
Qboa	44,4	Água Sanitária	43,7	Qboa
Sebrae	37,1	Apoio ao Empreendedor	37,7	Sebrae
Tio João	47	Arroz	42,4	Tio João
Pwc	12,6	Auditoria Empresarial	9,3	Pwc
Banco Do Brasil	22,5	Banco	19,9	Banco Do Brasil
Nubank	43,7	Banco Digital	41,7	Nubank
Yara Brasil	21,2	Biotecnologia Agrícola	16,6	Yara Brasil
Isabela	33,8	Bolachas e Biscoitos	24,5	Isabela
Mercedes-Benz	22,5	Carro Importado	21,2	Mercedes-Benz
Gol	17,9	Carro Nacional	16,6	Onix
Safeweb	14,6	Certificação Digital	15,9	Safeweb
Sogipa	20,5	Clube Social	17,5	Grêmio Náutico União
Ipiranga	54,3	Combustíveis	42,4	Ipiranga
Savarauto	14,6	Concessionária de Carros Importados	15,2	Savarauto
Panambra	11,9	Concessionária de Carros Nacionais	10,3	Carhouse
Verdes Vales	6,6	Concessionária de Máquinas Agrícolas	8,8	Verdes Vales
Vivo	64,2	Conectividade	60,9	Vivo
OAB-RS	19,9	Conselho Profissional	18,5	OAB-RS
Racon	19,2	Consórcio	15,2	Racon
Melnick	27,8	Construtora	30,5	Melnick
Cotrijal	9,9	Cooperativa Agrícola	9,9	Cotrijal
Sicredi	87,4	Cooperativa De Crédito	79,1	Sicredi
Gramado	71,5	Destino Turístico Gaúcho	58,9	Gramado
SOS Unimed	45,7	Emergências Médicas	47	SOS Unimed
Pestana	10,3	Empresa Leiloeira	8,9	Pestana
Corsan	29,1	Empresa Pública Gaúcha	6,9	Banrisul
Pucrs	17,2	Ensino a Distância	14,6	Pucrs
Pucrs	21,2	Ensino de Pós-Graduação	15,2	Pucrs
Anchieta	20,5	Ensino Médio	16,6	Anchieta
Pucrs	40,4	Ensino Superior Privado	39,1	Pucrs
Senac	25,8	Ensino Técnico	23,8	Senac
Fiergs	16,6	Entidade Empresarial	15,2	Fiergs
OAB-RS	22,2	Entidade Jurídica	22,2	OAB-RS
Farsul	25,2	Entidade Rural	25,8	Farsul
Barão	16,6	Erva-mate	16,6	Barão
ESPM	15,2	Escola De Negócios	13,9	FGV

As mais lembradas	%	Setores	%	As preferidas
Scalzilli Althaus	7,9	Escritório Jurídico	6	Scalzilli Althaus
Salton	16,6	Espumante	13,9	Garibaldi
Marcopolo	65,2	Fábrica de Ônibus	64,6	Marcopolo
Orquídea	22,5	Farinha de Trigo	23,2	Orquídea
Panvel	57	Farmácia	58,3	Panvel
Tramontina	47	Ferramenta Manual	47,7	Tramontina
Stihl	41,7	Ferramenta Motorizada	39,4	Stihl
Angelus	9,9	Funerária	9,9	Angelus
Moinhos de Vento	39,1	Hospital	43	Moinhos de Vento
Ibis	14,2	Hotel	10,9	Ibis
Auxiliadora Predial	25,2	Imobiliária	25,2	Auxiliadora Predial
John Deere	25,2	Implementos Agrícolas	27,8	John Deere
Weinmann	43	Laboratório Clínico	35,8	Weinmann
Tumelero	47	Loja de Materiais de Construção	35,1	Tumelero
Renner	28,5	Loja de Moda Feminina	25,2	Renner
Tevah	24,5	Loja de Moda Masculina	21,2	Tevah
Colombo	37,7	Loja de Móveis e Eletrodomésticos	34,4	Colombo
GM	45	Montadora de Automóveis	35,8	GM
Unimed	76,8	Plano de Saúde	68,9	Unimed
Uniodonto	21,2	Plano Odontológico	19,2	Uniodonto
Brasilprev	13,2	Previdência Privada	12,6	Brasilprev
Santa Clara	30,5	Produtos Lácteos	28,5	Piá
Pedigree	15,2	Ração para Pets	8,9	Pedigree
Atacadão	33,8	Rede Atacadista	23,2	Atacadão
TNT Mercúrio	7,3	Rede Logística	5,6	TNT Mercúrio
Carol	19,2	Rede Óptica	16,6	Foemges
Coca-Cola	63,6	Refrigerante	38,4	Fruki
Barranco	14,6	Restaurante	10,6	Barranco
Bradesco	16,6	Seguro	16,9	Porto Seguro
Simers	7,9	Sindicato	6,6	Simers
Sinduscon-Rs	6	Sindicato Patronal	6	Sindilojas Porto Alegre
Del Valle	18,5	Suco de Frutas	17,2	Suvalan
Cia Zaffari	59,6	Supermercado	55,6	Cia Zaffari
Theatro São Pedro	67,5	Teatro	56,3	Theatro São Pedro
Renner	45	Tinta Predial	40,4	Suvinil
Rudder	22,5	Vigilância	20,5	STV
Aurora	17,9	Vinho	14,6	Miolo

**MARCAS DE QUEM DECIDE 2022**  
Jornal do Comércio  
O Jornal de economia e negócios do RS  
MAIS LEMBRADA E PREFERIDA



MARCA MAIS LEMBRADA

2000

2001

MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

2002

2003

MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

2008

2010

MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

MARCA MAIS LEMBRADA

2011

2012

MARCA PREFERIDA

MARCA PREFERIDA

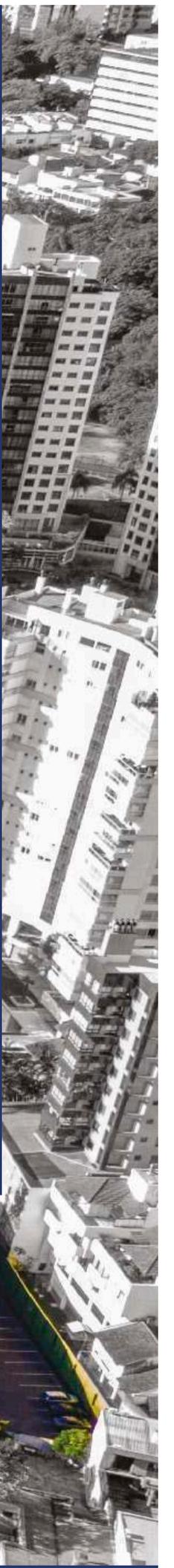
2013

2014

MARCA MAIS LEMBRADA

MARCA MAIS LEMBRADA

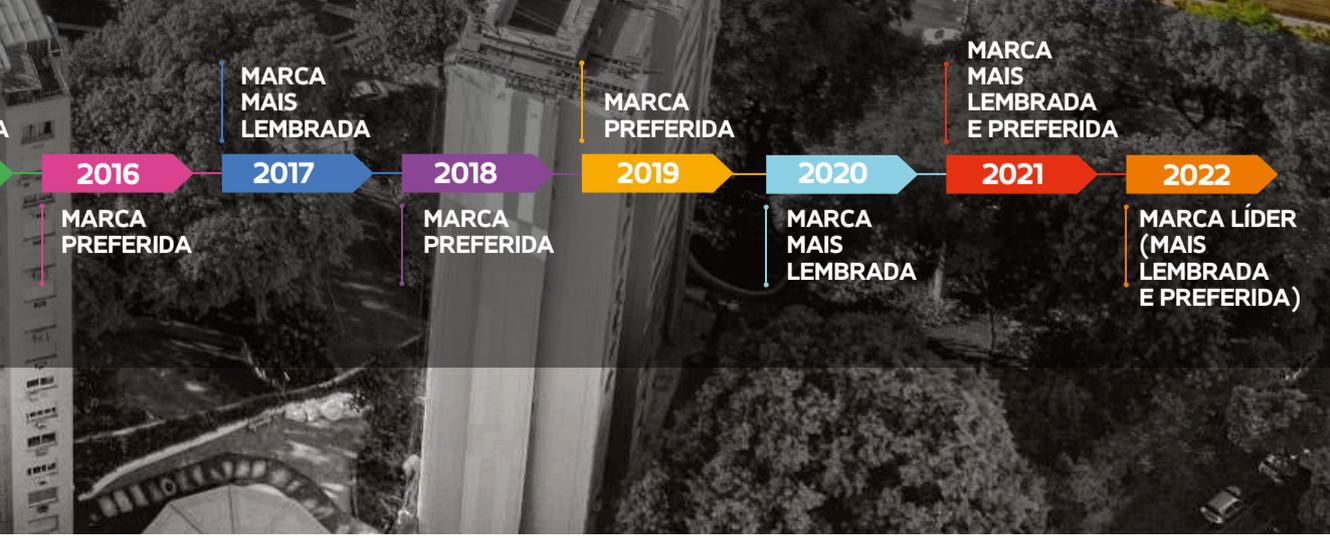
2015



# FAZ DUAS DÉCADAS QUE FREQUENTAMOS A MENTE DOS GAÚCHOS.

Essa frequência tão assídua e fiel nos enobrece, amplia nossa vontade de compartilhar saberes e beber cada vez mais na fonte do conhecimento. E receber o reconhecimento como a **Marca Mais Lembrada e Preferida dos porto-alegrenses**, pelo vigésimo ano, nos faz querer estar cada vez mais presentes nas vidas daqueles que sonham e decidem que é possível realizar.

**O reconhecimento é sempre um presente.**



@ colegioanchietapoa  
 f ColegioAnchietaPOA  
 AnchietaPoaRS  
 Av. Nilo Peçanha, 1521  
 Fone 51. 3382.6000  
 www.colegioanchieta.g12.br



COLÉGIO ANCHIETA



Rede Jesuíta de Educação



**Sebastião Melo**  
Prefeito de Porto Alegre

## OPINIÃO

# Porto Alegre mais solidária e do desenvolvimento

Me preparei muito para chegar até aqui e realizar o sonho de governar Porto Alegre, que me acolheu com tanto carinho há mais de 40 anos. Em retribuição, o meu grande objetivo como prefeito é devolver em dobro as oportunidades que a cidade me deu. Estou convicto de que nossa Capital pode ser mais solidária, tecnológica e desenvolvida.

O papel da nossa gestão é tentar ao máximo qualificar as políticas públicas para a população, mas principalmente para os que mais precisam. No primeiro ano, avançamos de forma concreta na construção de uma gestão financeira eficiente e de estímulo à retomada da economia - tão combatida pela pandemia. Agora, chegou a hora de nos mobilizarmos para ampliar as entregas que os porto-alegrenses tanto esperam.

Para construir um presente e um futuro melhores, com o foco indispensável nas regiões descentralizadas, aquelas que utilizam mais as estruturas públicas de assistência social, é fundamental investir em desenvolvimento econômico. Sabemos que não se faz proteção social sem as contas em ordem e com o progresso econômico a pleno vapor.

Construímos a muitas mãos um vasto repertório de avanços, como corte de gastos, modernização da arrecadação, diálogo com setores produtivos, parcerias, construções legislativas para simplificar e atrair investimentos.

É longo o desafio de recuperar anos de uma máquina pública ineficiente, analógica e burocrática. Mas Porto Alegre agora é amiga do empreendedor e local que deve trazer oportunidades aos cidadãos pela economia e pelo emprego.

As grandes transformações na orla do Guaíba, por exemplo, e em outros espaços públicos serão ainda mais visíveis pela população nos próximos meses. Depois do trecho 3 entregue em outubro de 2021, com dezenas de quadras esportivas, espaços culturais e a maior pista de skate da América Latina, nosso foco agora aponta para o Parque da Harmonia.

Em março, autorizamos o projeto de implantação da roda-gigante de 66 metros de altura que será instalada em um ponto do parque com vista privilegiada para o pôr do sol. Com expectativa de se tornar um novo cartão-postal, o equipamento será um dos mais tecnológicos e bonitos do País, com painel circular de

lâmpadas leds e ampla visualização à noite. A qualificação da orla não é uma bandeira de um gestor, mas uma conquista que se tornou realidade porque todos acreditaram que a cidade merecia se reencontrar com o Guaíba.

Estamos trabalhando forte para a regeneração do 4º Distrito, região dos bairros Floresta, São Geraldo, Navegantes, Humaitá e Farrapos. Para isto, criamos o programa +4D que prevê regimes urbanísticos e incentivos diferenciados para estimular a retomada do investimento na região.

Os benefícios vão de incremento do índice de aproveitamento máximo, descontos no valor do pagamento de Solo Criado à possibilidade de isenção de IPTU e ITBI.

Nossa proposta está sendo construída junto com a sociedade e conta com muitas contribuições para tornar o distrito mais atrativo. Estamos falando de um local pronto para se desenvolver, com startups e empreendimentos diversos.

O uso misto é o que dá vida para a região e é isto que a prefeitura está buscando nesse projeto, o diálogo com todos os interessados. Continuaremos atuando em conjunto com a sociedade civil e a iniciativa privada.

O Centro Histórico é a alma da cidade e precisa de transformações. Queremos atrair empreendimentos e dinamizar a economia da região com incentivos e isenções fiscais.

Para isso, criamos o programa Centro+ e sancionamos a lei que institui o Polo Histórico, Cultural, Turístico, Gastronômico e de Lazer do Centro Histórico.

O "Polo do Centro Histórico" fomentará a instalação de negócios em imóveis que possuem significativo valor histórico, arquitetônico e cultural.

Os benefícios serão concedidos pelo prazo de 15 anos, com possibilidade de renovação por igual período. Para aderir ao projeto, os empreendimentos precisam pertencer a segmentos econômicos relacionados à cultura, às artes, ao turismo, à gastronomia, ao entretenimento e lazer, à inovação e à economia criativa.

Ao todo, 36 atividades econômicas fazem parte do escopo do projeto.

Também enviamos ao Legislativo no ano passado o Plano de Reabilitação do Centro Histórico (Plano Diretor do Centro), aprovado e san-

cionado no final do ano. O projeto criou novos instrumentos legais para recuperação e transformação urbanística, além de atrair novos empreendimentos, especialmente os residenciais. Já temos o primeiro projeto enquadrado na proposta: o Cais Rooftop recuperará um prédio construído na década de 1940 na avenida Mauá, esquina com a Caldas Júnior. É a transformação saindo do papel.

Tenho muito orgulho de ter sido escolhido o prefeito dos 250 anos. Não é segredo para ninguém que era um sonho.

Organizamos um calendário recheado de atividades culturais e homenagens que culminaram com o Baile dos Debutantes e o show de Maria Rita na Redenção, todos abertos ao público.

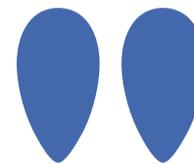
A celebração dos 250 anos chegou como uma mudança de hábitos e de ações que reaproximou todas as áreas da Capital.

Entre 4 e 6 de maio, Porto Alegre ainda será a Capital da Inovação e da Tecnologia durante o South Summit Brasil, um dos maiores eventos internacionais do ramo. Muito importante a sinergia que está acontecendo para que essa feira ocorra, fomentando a inovação e o desenvolvimento.

Estamos trabalhando com empenho ao lado dos parceiros para dar mais um presente à sociedade no aniversário da cidade. Pelo menos 25 empresas investiram um total de R\$ 1,5 milhão para as adequações dos galpões do Cais Mauá, que receberá a estrutura.

Depois de passarmos os momentos mais críticos da pandemia, o amor pela vida na cidade ganhou novo sentido. Porto Alegre vive um momento de retomada da autoestima, que tem um conjunto de significados. É nesse movimento natural que a prefeitura entra como base para transformações há muito tempo esperadas.

Não estamos medindo esforços para que as pessoas em situação de vulnerabilidade tenham mais dignidade. O governo está voltado a apoiar permanentemente as comunidades na tentativa de dar mais conforto a quem ainda tenta se recuperar dos danos da pandemia. Nossa Capital pela qual dediquei toda a minha vida pública, e onde seguirei dormindo tarde e acordando cedo enquanto estiver à frente da prefeitura, precisa ser uma cidade boa para as pessoas de todas as classes sociais.



**Para construir um presente e um futuro melhores, com o foco indispensável nas regiões descentralizadas, aquelas que utilizam mais as estruturas públicas de assistência social, é fundamental investir em desenvolvimento econômico**



tramontina.com.br

# Orgulho em ser uma marca para todos os gaúchos.

Estar entre as empresas mais lembradas no prêmio

**Marcas de Quem Decide** é o que nos inspira a fazer cada vez mais bonito por nossos consumidores.

Muito obrigado!

**TRAMONTINA**

o prazer de fazer bonito



**LÍDER NA LEMBRANÇA E NA PREFERÊNCIA:**

- Grande Marca Gaúcha do Ano
- Ferramenta Manual

**ENTRE AS CINCO MAIS LEMBRADAS E PREFERIDAS:**

- Marca Gaúcha Inovadora
- Ferramenta Motorizada



GRUPO 1

# GRANDE MARCA GAÚCHA DO ANO

Adiane Dal Mas (Cia Zaffari), Rosane Fantinelli (Tramontina), Pedro Moraes Torres Pinto (Gerdau), Aline Eggers Bagatini (Fruki), Giovanni Tumelero (JC), Daniel Randon (Randon), Adriana Terres Angar (Marcopolo), Odair Ziero (Colombo), Bárbara Fabres (Grupo RBS) e Ana Finkler (Lojas Renner).



## GRANDE MARCA GAÚCHA DO ANO

### Tramontina supera Gerdau na lembrança e segue à frente na preferência

Após uma sequência de três anos dividindo a liderança com a Gerdau, a Tramontina supera os índices nos dois lados da pesquisa e passa a ocupar o primeiro lugar como Grande Marca Gaúcha do Ano. O novo cenário é resultado da combinação entre a oscilação sofrida pela Gerdau e o avanço apresentado pela Tramontina.

Gerdau, até então líder na avaliação da lembrança, registrou uma queda de 2,7 pontos percentuais e passou a marcar 15,6%, mesmo escore alcançado pela Tramontina na edição anterior do projeto **Marcas de Quem Decide**.

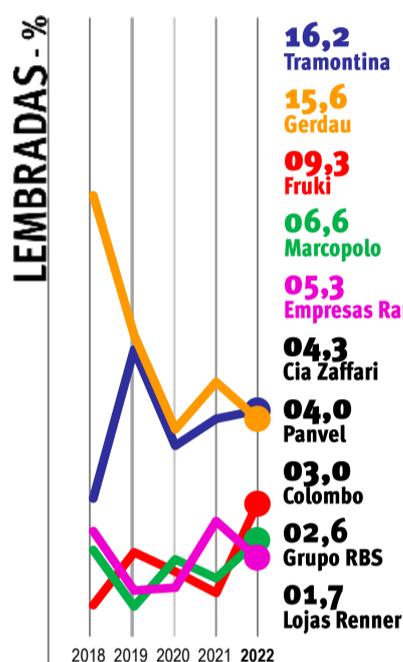
Em contrapartida, a Tramontina ganhou 6 décimos de ponto percentual e subiu para 16,2%, o que foi suficiente para ultrapassar numericamente a Gerdau e tomar o primeiro lugar dentre as marcas mais lembradas.

Na avaliação da preferência, a Tramontina recebeu 18,5%

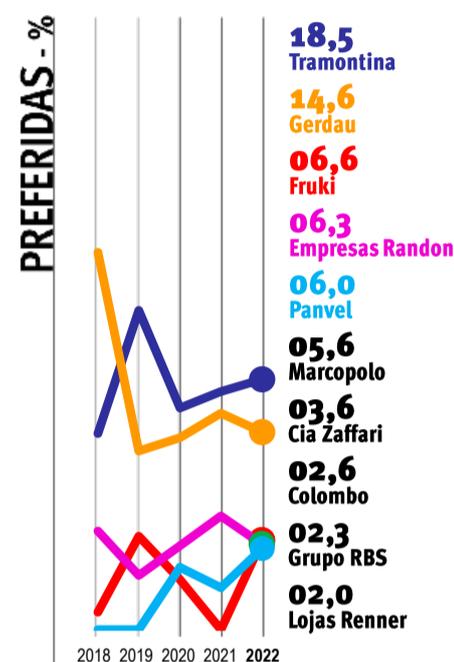
das indicações, o que representa um crescimento de quase 1 ponto percentual. Já a Gerdau, após três anos recuperando gradativamente a pontuação perdida na edição de 2019, voltou a ter sua linha de evolução curvada, passando de 16,0% para 14,6%.

Fruki, que estava em oitavo lugar na lembrança e sequer aparecia entre as 10 marcas preferidas pelo público entrevistado na edição anterior, apresentou uma evolução exponencial e agora ocupa o terceiro lugar nos dois quesitos. Com 9,3% de indicações na lembrança e 6,6% na preferência, Fruki passa a ter seu desenvolvimento nas pesquisas da Qualidata estampado nos gráficos.

Considerando-se a margem de erro desse estudo, que é de 5,7 pontos percentuais, para mais ou para menos, Tramontina e Gerdau seguem empatadas tecnicamente em ambos os quesitos.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? Faça a pesquisa.

DUDU LEAL/DIVULGAÇÃO/JC



**Gilberto Porcello Petry**  
Presidente da Fieggs

## OPINIÃO

# Indústria é desenvolvimento

Ao se olhar as estatísticas da economia brasileira, sistematicamente divulgadas na nossa mídia, é preciso ir além dos números e perceber a dimensão da realidade industrial do País.

Os produtos não surgem espontaneamente nas prateleiras dos supermercados, sites ou nas vitrines das lojas, pois obedecem a um longo processo, desde o recebimento das matérias-primas, passando pelo denominado "chão de fábrica", até a entrega dos lotes já embalados no varejo.

Somente depois, essa trajetória pode ser representada por números, assumindo a forma de gráficos e demais comparativos, incluindo a última etapa do ciclo: o volume de vendas.

Há, portanto, uma imensa estrutura que nem sempre aparece. Convém salientar que, antes de tudo, há um empreendedor

que colocou seus investimentos no negócio e assumiu riscos que comprometem o seu patrimônio.

O valor da indústria e de seus industriais, então, seria como um iceberg, pois o que se vê não passa de uma pequena parte de um gigantesco e complexo aparato que fica submerso.

Já os analistas mais atentos, e com estudos de maior profundidade, saberão que os processos de desenvolvimento das nações são feitos por setores econômicos e seus respectivos segmentos de atividade.

E, nesse exame detalhado, encontrarão um núcleo do qual emana a energia para que o conjunto avance em benefício das sociedades. Desde a metade do século XX, esse núcleo é o setor industrial.

Os avanços da agricultura de precisão se devem às máquinas e

aos implementos desenvolvidos nas fábricas, assim como também os fertilizantes e engenharia genética são fruto de intensas pesquisas das indústrias.

Já o comércio eletrônico foi viabilizado e vem crescendo com base nos itens de informática e seus softwares, criados e aprimorados continuamente, e, hoje, indispensáveis no e-commerce.

Alcançar a mobilidade do consumidor também se tornou possível através de produtos inovadores como os telefones celulares e suas inúmeras funcionalidades.

E vale citar as vacinas, a exemplo das que foram pesquisadas contra a Covid-19, rapidamente lançadas pela indústria farmacêutica mundial. Portanto, a indústria é central em todos os processos de desenvolvimento.

O Brasil, assim, precisa adotar políticas que levem a um ver-

dadeiro "choque de industrialização", pois, a partir desse setor, conseguirá dispor de uma arquitetura de desenvolvimento capaz de expandir as demais cadeias produtivas, já que desempenha uma função estratégica no contexto econômico e social.

Em função de sua extensa cadeia de fornecedores, segundo cálculos da Confederação Nacional da Indústria (CNI), cada R\$ 1,00 produzido pela indústria gera R\$ 2,40 na economia nacional, comparativamente a R\$ 1,66 pela agricultura e R\$ 1,49 a partir do comércio e serviços.

Por tudo isso, defendemos uma política de Estado, estrutural, que apoie os industriais e as indústrias estabelecidas e que, ao mesmo tempo, olhe para o futuro. Vamos, então, enxergar a todo o iceberg, passando a agir de acordo com a sua real dimensão.



LUIZA PRADO/JC



CARLOS CAHVES/JC

COLÉGIO ANCHIETA

SuviniL

## GRUPO 2

### MARCA GAÚCHA AMBIENTAL

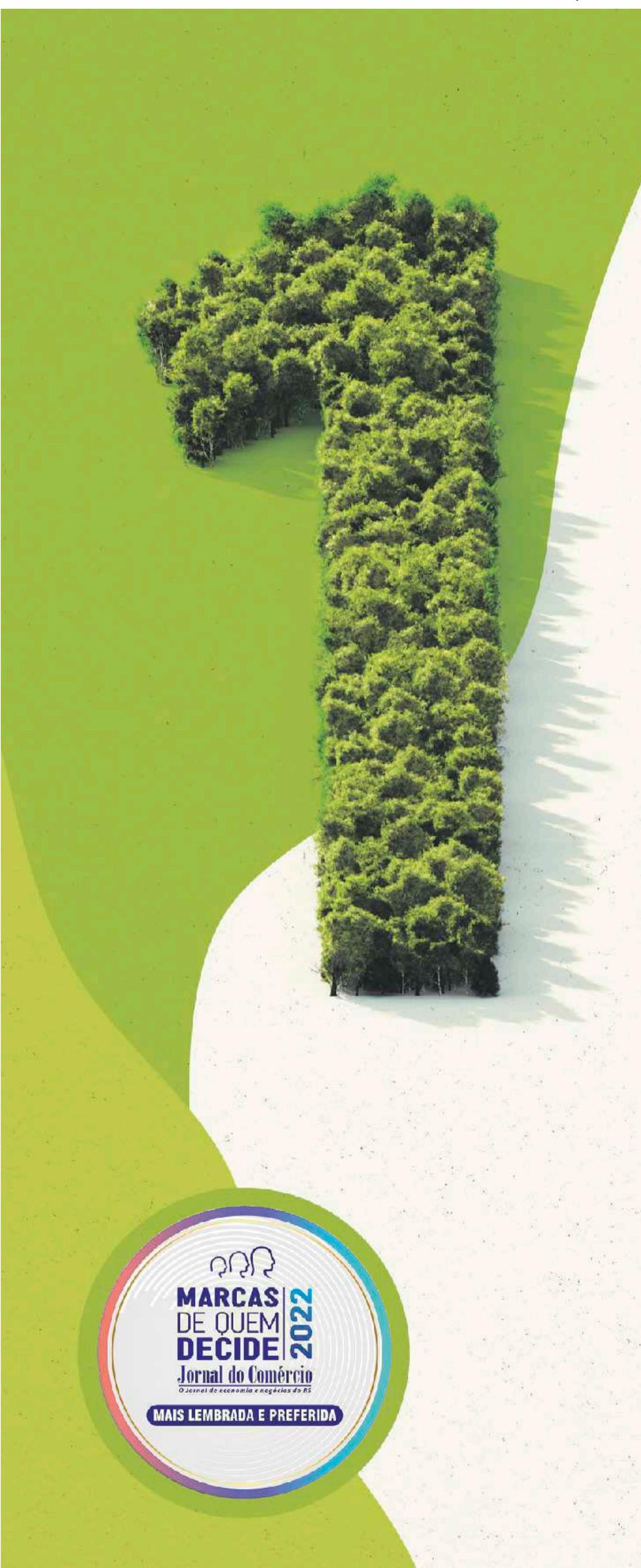
Maurício Harger (CMPC), Daniel Fleischer (Braskem), Pedro Moraes Torres Pinto (Gerdau), Jackline Hurmann (Qualidata), Gabriela Mendonça Lampert Vargas (Ambiental Metrosul) e Aline Eggers Bagatini (Fruki).

### MARCA GAÚCHA INOVADORA

Daniel Randon (Randon), Clovis Gusso (Tramontina), Adriana Terres Angar (Marcopolo), Júlio Frigini (Bradesco), Aline Eggers Bagatini (Fruki) e Fabiano Schneider (Agibank).

 melnick  
Muito mais que morar

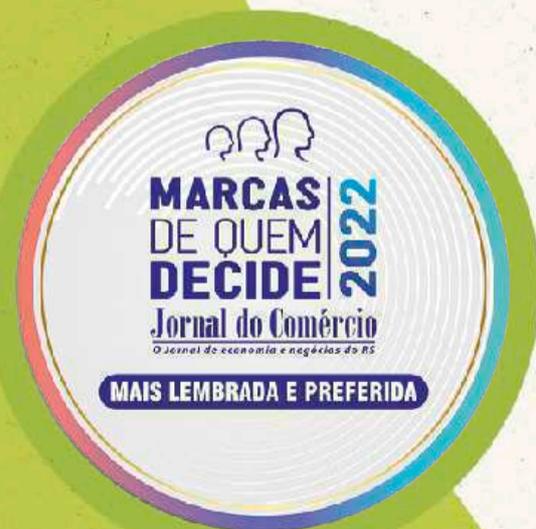

 tumelero  
Viva a sua casa



# A CMPC é a número 1 na lembrança, no coração e no futuro dos gaúchos.

—

A CMPC conquistou o primeiro lugar no prêmio Marcas de Quem Decide, na categoria Marca Gaúcha Ambiental. Agradecemos a confiança e reforçamos o imenso orgulho em fazer parte da história, do presente e, principalmente, do futuro do Rio Grande do Sul e de quem vive aqui.



Saiba mais em [cmpecbrasil.com.br](http://cmpecbrasil.com.br)

Acompanhe as nossas redes sociais:



## MARCA GAÚCHA AMBIENTAL

### CMPC recupera pontos na preferência e retoma liderança

Após a queda sofrida nos índices de lembrança e preferência na edição anterior do projeto **Marcas de Quem Decide**, a CMPC voltou a crescer nas indicações.

Como a mais lembrada, 7,9% dos gestores gaúchos entrevistados a referiram espontaneamente, o que garantiu a manutenção da primeira posição pela sexta vez seguida.

O ponto percentual ganho pela CMPC e a oscilação experimentada pela Braskem, de 6,1% para 5,3%, ampliaram a vantagem da líder em relação à segunda colocada nesta 24ª edição.

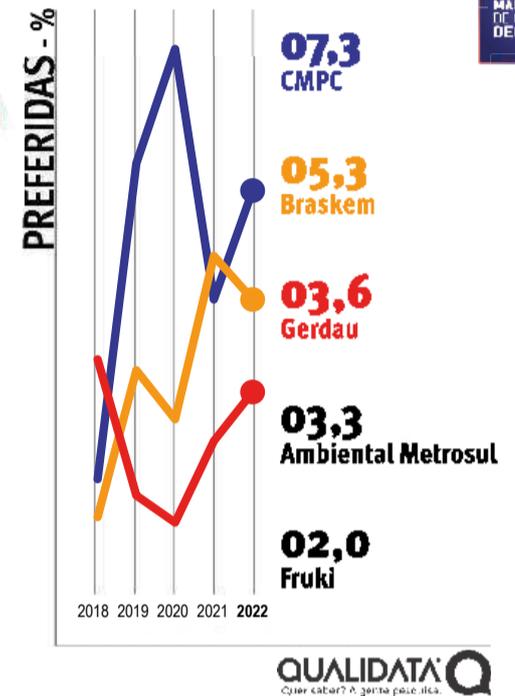
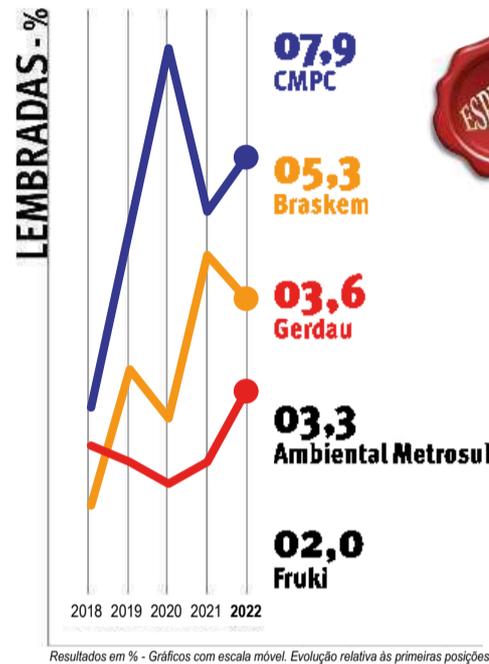
Destaque para a Gerdau, que conquistou 1,3 ponto percentual e subiu da quinta para a terceira posição dentre as marcas mais lembradas. Agora, com 3,6%, volta a ter suas linhas de evolução mostradas no gráfico.

O avanço da CMPC e o recuo da

Braskem ocorreram também na avaliação da preferência. CMPC, com 2 pontos percentuais a mais do que o alcançado no estudo passado, atingiu índice de 7,3%. Já a Braskem, com 8 décimos de ponto percentual a menos, marcou 5,3%. Com isso, a CMPC recuperou a primeira posição e reconduziu a Braskem à segunda.

Ambiental Metrosul e Fruki passaram a ocupar, respectivamente, quarta e quinta colocações nos dois lados da pesquisa feita pela Qualidata, cada uma com pontuação idêntica na lembrança e na preferência: Ambiental Metrosul com 3,3% e Fruki com 2,0%.

Dada a margem de erro deste estudo, que é de 5,7 pontos percentuais, para mais ou para menos, as quatro primeiras colocadas na lembrança e as cinco primeiras na preferência encontram-se tecnicamente empatadas.



## Inovar por um futuro melhor

# É o que nos move.

Pelo segundo ano consecutivo, somos lembrados como a empresa gaúcha mais inovadora. Isso é resultado de uma equipe que constrói, todos os dias, uma mobilidade mais sustentável e um futuro melhor.

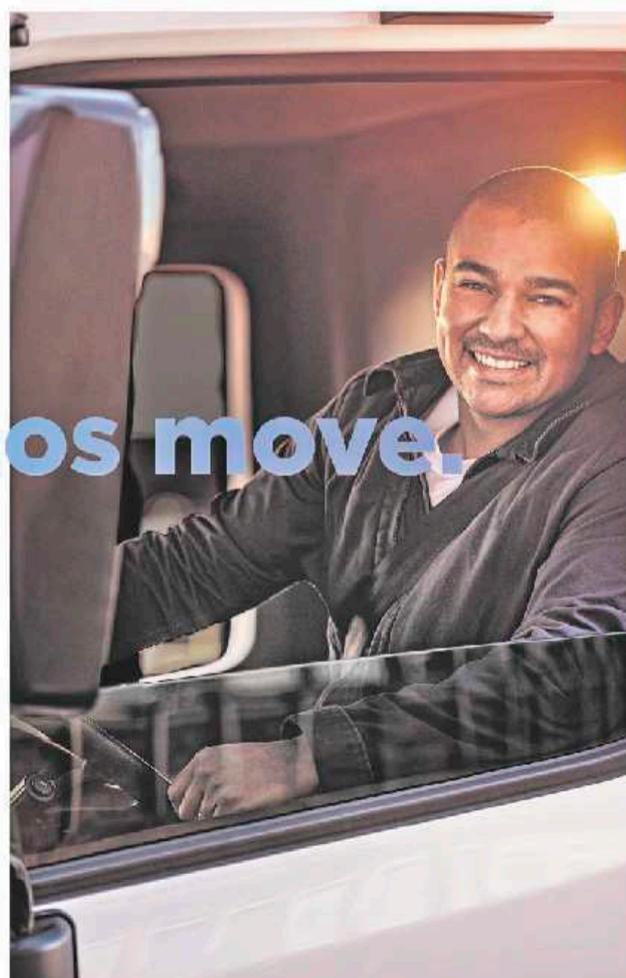


Foto: Alex Battistel

#### Marca Gaúcha Inovadora

- 1º Lugar em Lembrança
- 2º Lugar em Preferência

#### Consórcio: Racon

- 1º Lugar em Lembrança
- 1º Lugar em Preferência

#### Grande Marca Gaúcha do Ano

- 5º Lugar em Lembrança
- 4º Lugar em Preferência

Empresas  
**RANDON**



## MARCA GAÚCHA INOVADORA

### Randon e Marcopolo na frente outra vez

Nas categorias especiais deste estudo, os entrevistados podem citar qualquer tipo de marca de produto, serviço ou nome de empresa, contanto que de origem gaúcha ou com planta operacional em atividade no Rio Grande do Sul, o que enseja pulverização. Ainda que seja como Marca Gaúcha Inovadora, as três primeiras posições não sofreram alteração em comparação com a edição anterior.

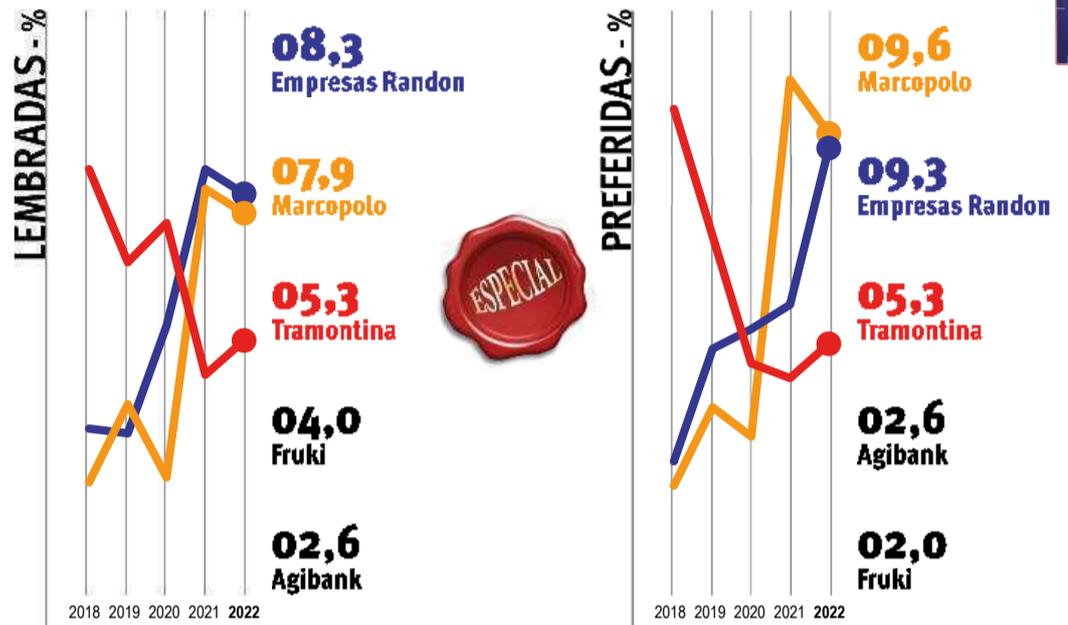
Na avaliação da lembrança, os mesmos 4 décimos de ponto percentual que separavam primeira e segunda colocadas sobreviveram nesta 24ª edição, já que ambas oscilaram meio ponto percentual: Randon permanece na dianteira, com 8,8% das indicações, e a Marcopolo logo atrás, com 7,9%.

Tramontina, com 7 décimos de ponto percentual acrescidos em seus índices, totaliza 5,3% tanto na lembrança quanto na preferência. Este é

o terceiro ano seguido em que a Tramontina ocupa o terceiro lugar nos dois lados da pesquisa.

Quem ganha visibilidade nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** são Fruki e Agibank. Desde que essa avaliação mais conceitual das marcas passou a integrar o estudo da Qualidata, em 2017, elas ainda não tinham aparecido entre as cinco mais citadas pelo público de gestores entrevistados em nenhum dos lados. Devido ao avanço considerável nas pontuações, Fruki agora está em quarto lugar na lembrança, com 4,0%, e quinto na preferência, com 2,0%. Já a Agibank, com os mesmos 2,6% em ambos os quesitos, ocupa o quinto lugar na lembrança e o quarto na preferência.

Dessa vez, 29 nomes de empresas foram citados como Marca Gaúcha Inovadora.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA  
Ciber Sabão? A gente pesquisa.



É com satisfação que estamos entre os **mais lembrados e preferidos** do **Marcas de Quem Decide 2022**

Afirmando a assertividade em relação a investimentos e inovação, a **Marcopolo** e a **Neobus** conquistaram prêmios no **Marcas de Quem Decide 2022**, promovido pelo **Jornal do Comércio** e **Qualidata**. As premiações foram concedidas para as categorias:

- **Fábrica de Ônibus**  
Marcopolo ficando em 1º lugar em lembrança e em preferência e Neobus ficando em 4ª colocada em preferência e 5ª colocada em lembrança
- **Marca Gaúcha Inovadora**  
Marcopolo ficando em 1º lugar em lembrança e 2º em preferência
- **Grande Marca Gaúcha**  
Marcopolo em 4º lugar em lembrança e 6º em preferência.

 **Marcopolo**  
APROXIMANDO PESSOAS

marcopolo.com.br  
linkedin.com/company/marcopolo-br

Imagem meramente ilustrativa. Consulte o representante da sua região para saber mais sobre as modalidades e suas configurações.



LUIZA PRADO/JC



Prefeito em exercício da Capital, Ricardo Gomes, e Aline Eggers Bagatini (Água da Pedra)

CARLOS CHAVES/JC



Governador Ranolfo Vieira Júnior e Hércules Camargo (Qboa)

LUIZA PRADO/JC



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Gilberto Porcello Petry (Sebrae)

CARLOS CHAVES/JC



Presidente da Câmara Municipal, Idenir Cecchim, e Carlos Rafael Obiedo Garcia (Tio João)

CARLOS CHAVES/JC



Governador Ranolfo Vieira Júnior e Rafael Biedermann (PwC)

LUIZA PRADO/JC



Prefeito em exercício da Capital, Ricardo Gomes, e Pablo Ricoldy (Banco do Brasil)

CARLOS CHAVES/JC



Presidente da Câmara Municipal, Idenir Cecchim, e Yuri Agostini (Yara Brasil)

LUIZA PRADO/JC



Prefeito em exercício da Capital, Ricardo Gomes, e Elizeu Simon Pereira (Mercedes-Benz)



**GRUPO 3**

**ÁGUA MINERAL  
ÁGUA SANITÁRIA  
APOIO AO  
EMPREENDEDOR  
ARROZ  
AUDITORIA  
EMPRESARIAL**

**BANCO  
BANCO DIGITAL  
BIOTECNOLOGIA  
AGRICOLA  
BOLACHAS E  
BISCOITOS  
CARRO IMPORTADO**

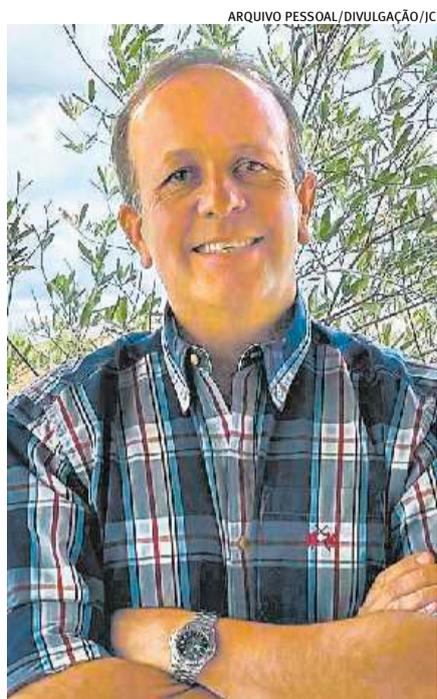


## Biscoitos Zezé cresce 15% no primeiro trimestre do ano

A Biscoitos Zezé, que registra crescimento nos últimos 10 anos, serve de inspiração devido ao cenário econômico adverso. O negócio, inclusive, teve desempenho acima da média do setor, segundo Fábio Langlois Ruivo, diretor de Planejamento da empresa. "O primeiro trimestre de 2022 alcançou 15% de incremento sobre 2021 em termos de volume de vendas", mensura o executivo.

Por questões de estratégia, a Zezé optou, há alguns anos, por investir em sua marca. "Somos uma empresa familiar com 54 anos, que cresceu alicerçada em valores muito importantes que são percebidos pelo consumidor. Temos também parcerias de longa data com clientes, maiores ou menores, para os quais transmitimos confiança, respeito e entendimento de que nossas relações precisam ser saudáveis e lucrativas para ambas as partes e ao consumidor", justifica Ruivo.

O Marcas de Quem Decide, para ele, tem sido um balizador deste trabalho. "Pela confiabilidade que nos



Ruivo credita resultado a relações de confiança

transmite, pela relevância no mercado gaúcho e, acima de tudo, porque enxergamos a tradução desses resultados de pesquisa diretamente em nosso negócio", afirma.

## ÁGUA MINERAL

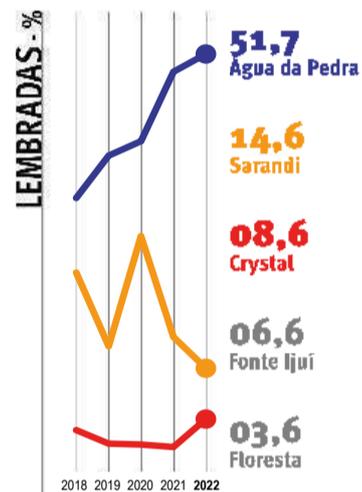
### Água da Pedra confirma liderança absoluta e abre ainda mais vantagem

Após sofrer uma queda de 1,6 ponto percentual em 2017, a Água da Pedra segue em ritmo de crescimento desde 2018. Agora, alcança o percentual histórico de 51,7% na lembrança, 37,1 pontos percentuais a mais do que a Sarandi, que marca 14,6% e segue na segunda posição na pesquisa da Qualidata.

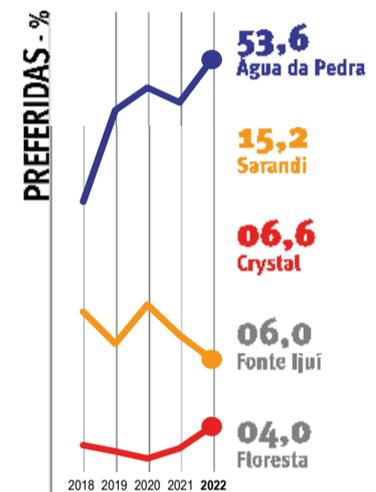
Os percentuais são igualmente díspares no quesito preferência, cujos índices são de 53,6%

para a Água da Pedra e 15,2% para a Sarandi, o que dá à líder uma expressiva vantagem de mais do que o dobro da soma das outras 13 marcas lembradas pelo público nessa 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**. Com esses resultados, a Água da Pedra ocupa lugar dentre as marcas dominantes.

Crystal, Fonte Ijuí e Floresta ocupam 3º, 4º e 5º lugares, respectivamente, tanto na lembrança quanto na preferência.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA

## Sinta a nossa conexão.



**1º LUGAR**  
 Categoria Água Mineral

Ser a marca mais lembrada e preferida do Rio Grande do Sul reflete a sintonia da Água da Pedra com os gaúchos.

É uma honra estar presente na sua vida. Obrigado pelo reconhecimento.



ÁGUA DA PEDRA

20 ANOS

## DROPS DE MARKETING

# Seu marketing cura a doença da sua empresa ou só alivia o sintoma?

Vivian De Mattuella atua em marketing há mais de 20 anos, nos últimos três à frente da consultoria Solv Marketing, e talvez esse tenha sido o período mais rico para entender o cenário atual da aplicação do marketing nas organizações. Depois de quase 50 projetos realizados em empresas de diferentes segmentos e portes, para ela, ficou muito claro o caminho que as companhias estão seguindo.

"Parece-me que, na maioria das vezes, as empresas estão 'doentes' e apostando cada vez mais em soluções que 'aliviam' o sintoma, ao invés de curar a doença de fato", interpreta.

Vivian recebe empresários, CEOs, diretores de negócios e de marketing sempre com um problema a resolver. Via de regra, o discurso é: "não estamos vendendo, tenho dúvidas se minha marca está bem posicionada, não tenho certeza se meu diferencial competitivo é forte e até tenho dúvidas se minha operação está eficiente".

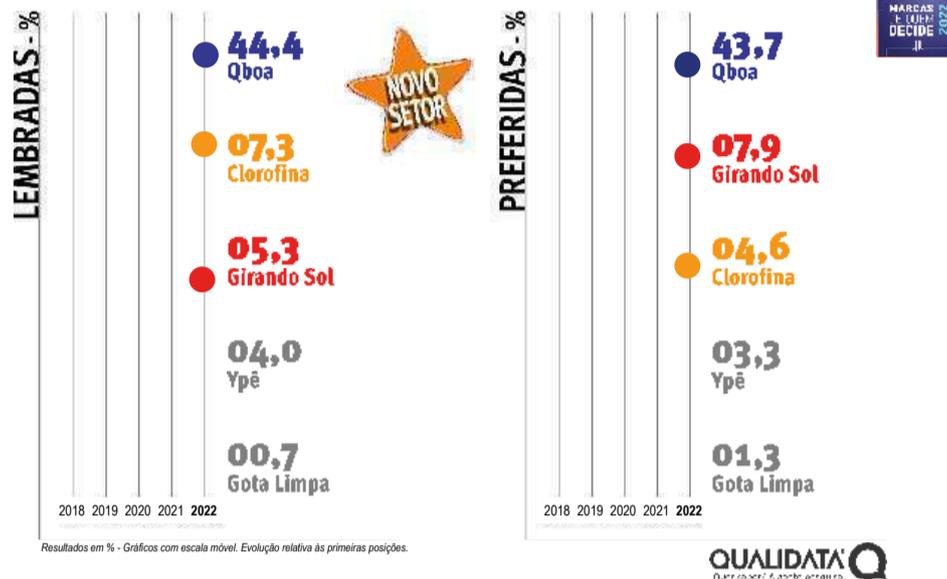
Quando propõe a solução, conforme a profissional, o cliente retorna dizendo que não tem tempo para aguardar a análise e que precisa de uma solução rápida. A resposta costuma ser a mesma: não faremos. "Acreditamos no trabalho bem-feito, porque só assim se chega em uma solução real, que cura a 'doença' e não apenas alivia o sintoma. Seguir o caminho mais rápido torna a organização refém de remédios, leia-se mídia, promoções e outras ações no caso do marketing", percebe.



**Vivian de Mattuella é sócia fundadora da consultoria Solv Marketing**

Segundo ela, é preciso entender que a falta de venda pode ser em função de um mapeamento de mercado míope, onde o concorrente tem mais força perante o público, e isso ocorre porque o produto perdeu diferencial frente a outras alternativas que aliviam a dor emocional do cliente melhor do que determinada oferta.

## ÁGUA SANITÁRIA



## Qboa é líder em novo setor avaliado

A inclusão de Água Sanitária no projeto **Marcas de Quem Decide** é a novidade desta 24ª edição.

Os primeiros números levantados pela Qualidata mostram a marca Qboa na liderança absoluta, totalizando 44,4% na lembrança e 43,7% na preferência.

A pontuação atingida nos dois lados da pesquisa é maior do que o dobro da soma de todas as demais marcas citadas, o que a coloca

também em destaque dentre as marcas dominantes deste estudo.

Clorofina e Girando Sol dividem as segunda e terceira posições alternadamente. Enquanto a Clorofina ficou em segundo lugar na lembrança, com 7,3%, e terceiro na preferência, com 4,6%; Girando Sol conquistou o terceiro na lembrança, com 5,3%, e o segundo na preferência, com 7,9%.

Ao todo, cinco marcas foram citadas em Água Sanitária pelo público entrevistado.

# Marcopolo mantém liderança e anuncia ônibus 100% elétrico

A Marcopolo, marca mais lembrada e preferida na categoria Fábrica de Ônibus do **Marcas de Quem Decide**, passou por uma verdadeira revolução nos últimos anos. O mercado de rodoviários, seu principal segmento, foi fortemente impactado pela pandemia.

Por conta disso, reduziu o custo fixo em aproximadamente 30%. Foram fechadas duas plantas, a do Rio de Janeiro, e a do bairro Planalto, em Caxias, e as de São Mateus (ES) e Cife-

ral (Ana Rech) viraram rentáveis. A participação da Tata Motors, na Índia, também foi vendida, o que gerou resultado positivo.

"Reforçamos o nosso o market share (participação de mercado). Em 2019, era de 55%. Passou, em 2021, para 60%", detalha James Bellini, CEO da Marcopolo.

Para 2022, a empresa acredita no retorno do segmento do transporte coletivo. Com o aumento de combustíveis, viajar de carro não vale mais a

pena. Esse público pode ir para o ônibus e fomentar a demanda, o que é uma das principais apostas da marca para 2022.

Bellini revela que há uma novidade para este ano: foi concluído o processo de homologação do Attivi, ônibus 100% elétrico. "É o primeiro ônibus elétrico integral homologado no Brasil, um marco na nossa história. A partir de agora, o modelo está apto a ser comercializado. Já estamos com uma programação de produ-



**James Bellini, CEO da Marcopolo, adianta: produção começa neste ano**

ção de 30 ônibus para esse ano. A produção deve começar no segundo semestre. Também já

estamos trabalhando com prefeituras que têm interesse nesse produto", adianta Bellini.

Conteúdo produzido pelo **Núcleo-i** para Marcopolo  
Conteúdo multimídia patrocinado



# AOS GAÚCHOS, NOSSO MUITO OBRIGADO!

Ypê, uma das **marcas mais lembradas\*** por empresários, executivos e gestores de empresas do **Rio Grande do Sul!**

\*Na categoria Água Sanitária, da pesquisa Marcas de Quem Decide, do Jornal do Comércio.

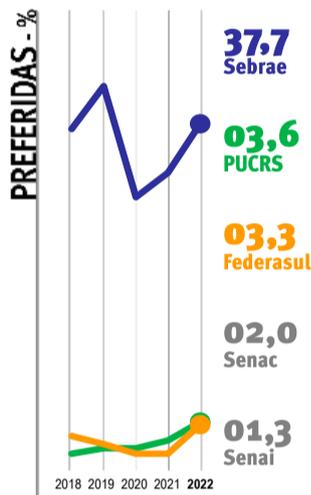
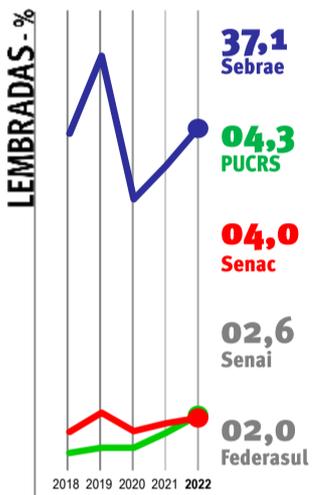


## APOIO AO EMPREENDEDOR

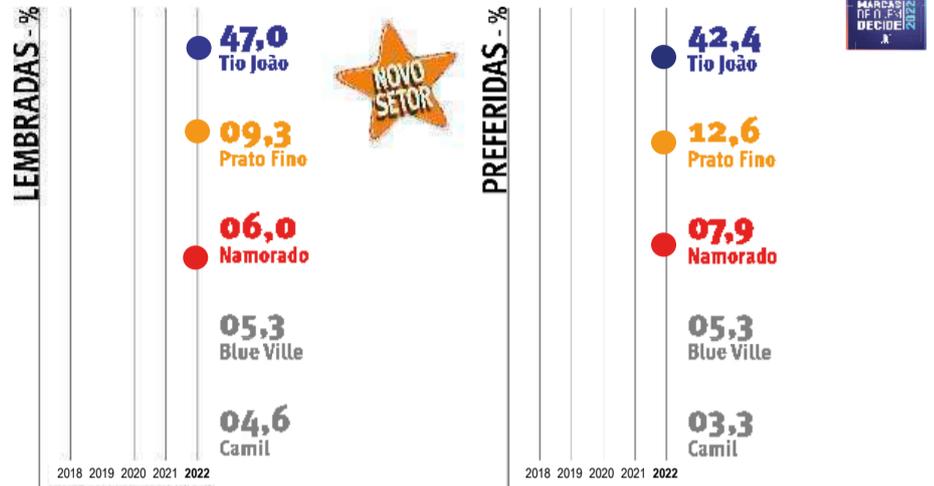
### Crescimento sustentado deixa Sebrae com folga na liderança do setor

Pelo 7º ano consecutivo, o Sebrae ocupa o primeiro lugar nas pesquisas quando o assunto é Apoio ao Empreendedor. Os últimos resultados levantados pelo projeto **Marcas de Quem Decide** mostraram que o instituto tem apresentado um crescimento gradativo desde 2019, tanto na preferência quanto na lembrança. Nesta 24ª edição, o Sebrae passou de 32,8% para 37,1% na avaliação da lembrança.

Já como marca preferida, atingiu 37,7% das indicações, um ganho de 5,6 pontos percentuais. Os novos números garantem mais do que 32 pontos percentuais de vantagem em relação à segunda colocada, Pucrs, que marcou 4,3% na lembrança, e 3,6% na preferência. A partir do segundo lugar, todos os nomes lembrados pelo público estão tecnicamente empatados.



## ARROZ



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

### Categoria retorna ao estudo e Tio João permanece na liderança absoluta

Arroz é o primeiro setor desta 24ª edição que volta a ser avaliado pelo projeto Marcas de Quem Decide, depois de um intervalo de 12 anos. E quem segue na liderança absoluta e isolada é a marca Tio João, com 47,0% na lembrança e 42,4% na preferência. O resultado na lembrança deixa a marca Tio João dentre as dominantes neste estudo, que são aquelas que atingem índices superiores à soma de todas as

demais citadas em suas respectivas categorias. Prato Fino, que no último ano da avaliação do setor estava em quarto lugar na lembrança e em terceiro na preferência, agora ocupa o segundo nos dois lados da pesquisa. Lembrado por 9,3% dos gestores gaúchos entrevistados e indicado como preferido por 12,6% deles, a marca Prato Fino ficou à frente da Namorado, com 6,0% na lembrança e 7,9% na preferência.

# ARROZ TIO JOÃO É INESQUECÍVEL.

O Arroz Tio João é a marca mais lembrada e a preferida pelos gestores de empresas e altos executivos do Rio Grande do Sul, na categoria Arroz, na 24ª Edição da pesquisa Marcas de Quem Decide, do Jornal do Comércio, realizada em parceria com a Qualidata. Somos muito gratos pelo reconhecimento e pela confiança depositada em nossos produtos.

arroz  
**Tio João**





**Excelência em Veículos e Pós-Venda?**  
Você encontra aqui.

Juntos salvamos vidas.

NEW  
**CITY**  
HATCHBACK

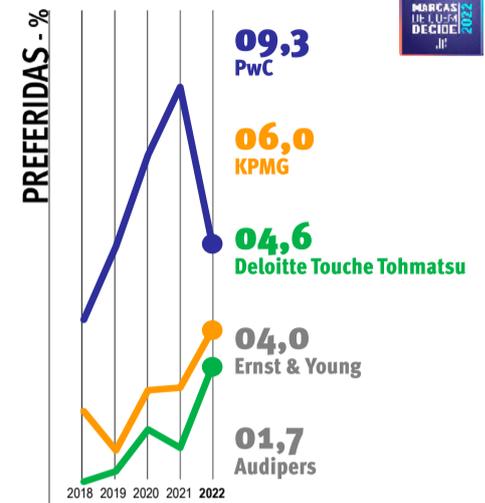
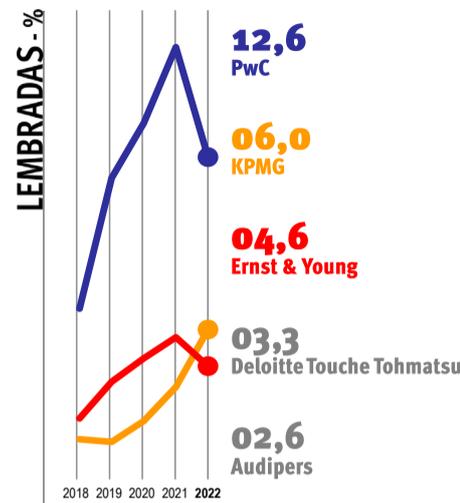


NEW  
**CITY**

Ceará esquina Farrapos | 51 3337.0044  
Wenceslau Escobar, 2121 | 51 2121.0044  
@hondakaizenrs www.kaizenrs.com.br

**Kaizen RS**

**AUDITORIA EMPRESARIAL**



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

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

**Mesmo com oscilação, PwC sustenta primeira posição**

Após três anos apresentando leve crescimento nas pesquisas realizadas pela Qualidata para o **Marcas de Quem Decide**, a PwC teve uma queda de 4,2 pontos percentuais na lembrança, passando para 12,6%, e de 6 pontos percentuais na preferência, passando para 9,3%. Ainda assim, segue na liderança do setor.

KPMG avança para 6,0% nos dois lados do estudo e agora assume a segunda coloca-

ção, tanto na lembrança quanto na preferência dos gaúchos.

A diferença da marca líder para o segundo lugar caiu para a casa dos 6,6 pontos percentuais na lembrança, o que ainda mantém a PwC isoladamente na primeira posição. Já na preferência, a diferença se reduziu para 3,3 pontos percentuais, o que reforça a caracterização do empate técnico entre as marcas PwC e KPMG.

**O que é A Nova Equação?**

É a expressão mais profunda do que temos ouvido de nossos clientes: a necessidade de construir confiança com seus *stakeholders* e produzir resultados sustentáveis. Somos uma comunidade de *solvers*, movida e apaixonada por desafios, que se une para criar novas soluções para novos tempos.

**Essa é A Nova Equação.**

[www.pwc.com.br/a-nova-equacao](http://www.pwc.com.br/a-nova-equacao)



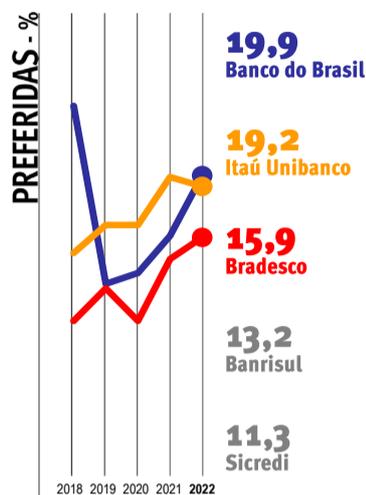
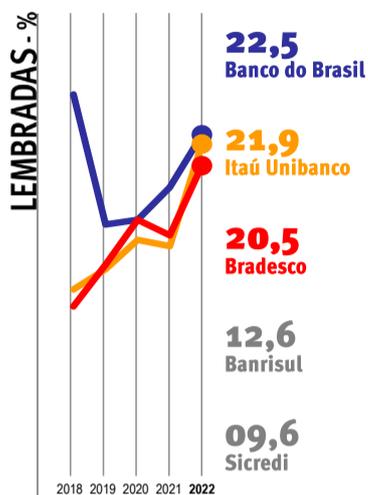
PwC Brasil 
 @PwCBrasil 
 PwC Brasil  
 @PwCBrasil 
 PwC Brasil 
 @PwCBrasil



Neste documento, "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)

© 2022 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.

## BANCO

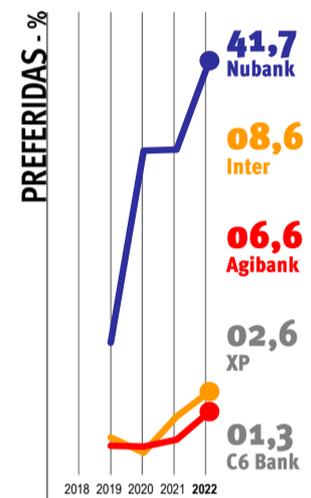
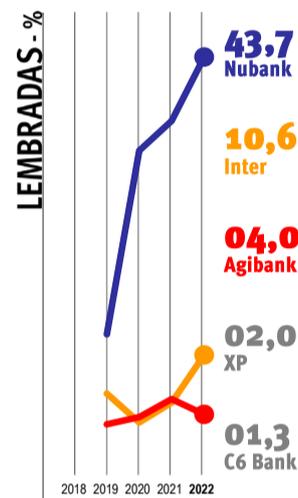


## BANCO DIGITAL

## Nubank amplia vantagem e domina com folga

Desde que passou a integrar o projeto **Marcas de Quem Decide**, o setor vem sendo liderado pela Nubank. Em comparação com o ano anterior, o acréscimo de 7,1 pontos percentuais elevou seu índice de lembrança para 43,7%, muito acima da soma das outras quatro marcas lembradas nessa edição. O mesmo cenário é visto quando se trata da preferência: passou de 32,8% para 41,7%.

Cerca de 33 pontos atrás, Inter ocupa o segundo lugar nos dois lados da pesquisa. No quesito lembrança, dobrou sua pontuação e atingiu 10,6 pontos percentuais, ultrapassando o Agibank (4,0%) e vindo a ocupar isoladamente essa posição. No quesito preferência, foi citado por 8,6% dos entrevistados, 2 pontos percentuais acima do Agibank (6,6%), o que os mantém em empate técnico.



## Banco do Brasil ocupa primeira posição na lembrança e na preferência

O Banco do Brasil manteve a primeira colocação dentre as marcas mais lembradas pelo terceiro ano seguido, atingindo pontuação de 22,5%. Já o Itaú Unibanco, que ficou atrás do Banrisul e do Bradesco na pesquisa anterior, cresceu consideráveis 6,6 pontos percentuais e passou à segunda posição, sendo lembrado por 21,9% dos entrevistados. Logo atrás ficou o Bradesco, com índice de 20,5%.

Já quando o assunto é preferência, as primei-

ras colocadas de 2021 alternaram suas posições. O Banco do Brasil tomou a dianteira e deixou o Itaú Unibanco ligeiramente atrás. A nova líder do setor foi citada como preferida por 19,9% dos gestores entrevistados, seguida por Itaú Unibanco (19,2%) e Bradesco (15,9%).

Os novos índices representam empate técnico dos primeiros colocados, tanto na lembrança quanto na preferência.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

# Parabéns, Banrisul:

## A empresa pública preferida do povo gaúcho!

Mais uma vez o Banrisul está entre as marcas mais lembradas e preferidas do prêmio Marcas de Quem Decide. Para a Rio Grande Seguros e Previdência, é motivo de enorme orgulho fazer parte dessa história. Juntos, conquistamos as mentes e corações do gaúchos também na categoria Previdência Privada.

Para nós, orgulho. Para você, tranquilidade.



[www.riograndeseguradora.com.br](http://www.riograndeseguradora.com.br)

SAC: 0800 286 0110. Exclusivo para informações públicas, reclamações ou cancelamentos de produtos adquiridos por telefone.

Ouvidoria: 0800 025 1895 - [ouvidoria@riograndeseguradora.com.br](mailto:ouvidoria@riograndeseguradora.com.br)

De segunda a sexta, das 8h às 18h, exceto feriados.

**Rio Grande**  
SEGUROS E PREVIDÊNCIA



**Lembrança é  
uma marca que  
fica.**

**Preferência é  
uma escolha que  
perdura.**

O Banrisul está entre as cinco marcas mais lembradas e preferidas em três importantes categorias\* segundo a pesquisa **Marcas de Quem Decide 2022**. Esse resultado é a soma dos nossos esforços em oferecer sempre os melhores produtos e serviços aos nossos clientes. Pois é através dessa constante busca por inovação que conseguimos fazer a diferença.

\*Categorias **Banco, Empresa Pública Gaúcha e Previdência Privada.**



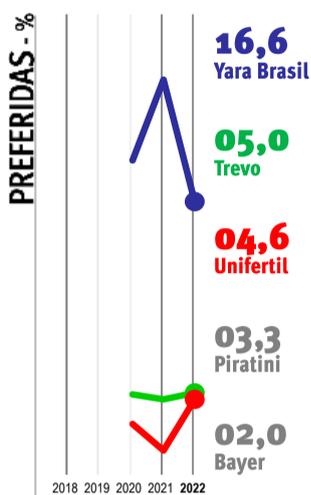
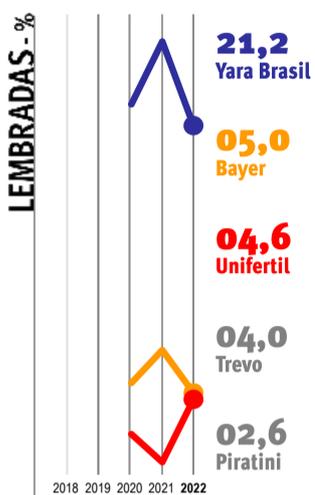
[banrisul.com.br](http://banrisul.com.br)



**Banrisul**

SAC: 0800.646.1515 | Deficientes Auditivos e de Fala: 0800.648.1907 | Ouvidoria: 0800.644.2200 | Deficientes Auditivos e de Fala: 3215.1068

### BIOTECNOLOGIA AGRÍCOLA



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Yara Brasil segue liderando isoladamente, com pequena oscilação

A inclusão do setor de Biotecnologia Agrícola no projeto **Marcas de Quem Decide** ocorreu em 2020. Desde então, a Yara Brasil mantém isoladamente a liderança, ainda que tenha apresentado pequena oscilação nesta 24ª edição. À frente das outras 12 marcas citadas, foi lembrada por 21,2% dos gestores entrevistados e indicada como preferida por 16,6% deles.

Bayer e Trevo, ambas com 5,0% tanto na lembrança quanto na preferência, passam a dividir o segundo lugar na pesquisa realizada pela Qualidata. A Unifertil, que não aparecia no gráfico por não estar entre as mais lembradas e preferidas, subiu para 4,6% e conquistou o terceiro lugar nos dois quesitos na edição da pesquisa neste ano.

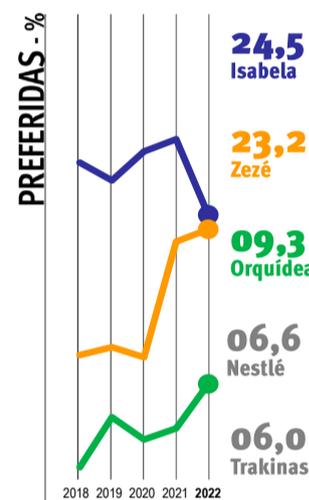
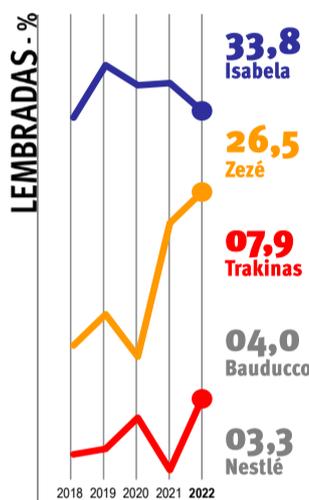
### BOLACHAS E BISCOITOS

### Zezé e Isabela empatam tecnicamente na preferência

Isabela sustenta a liderança isolada como a marca mais lembrada pelos gestores gaúchos, ainda que tenha tido seus índices reduzidos de 36,3% para 33,8%. Em contrapartida, Zezé segue em ritmo de crescimento. Os 2,8 pontos percentuais ganhos nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** elevaram seu número para 26,5% na avaliação da lembrança.

O grande destaque para o setor está no lado

da preferência. Embora Zezé não tenha apresentado um crescimento tão expressivo, indo de 22,1% para 23,2%, a variação sofrida nos níveis da marca Isabela, de 31,3% para 24,5%, ameaçam a hegemonia de mais de 10 anos da Isabela. Esta é a sexta vez seguida que a Zezé ocupa o segundo lugar dentre as marcas preferidas e a primeira que empata tecnicamente com a líder nesse quesito.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

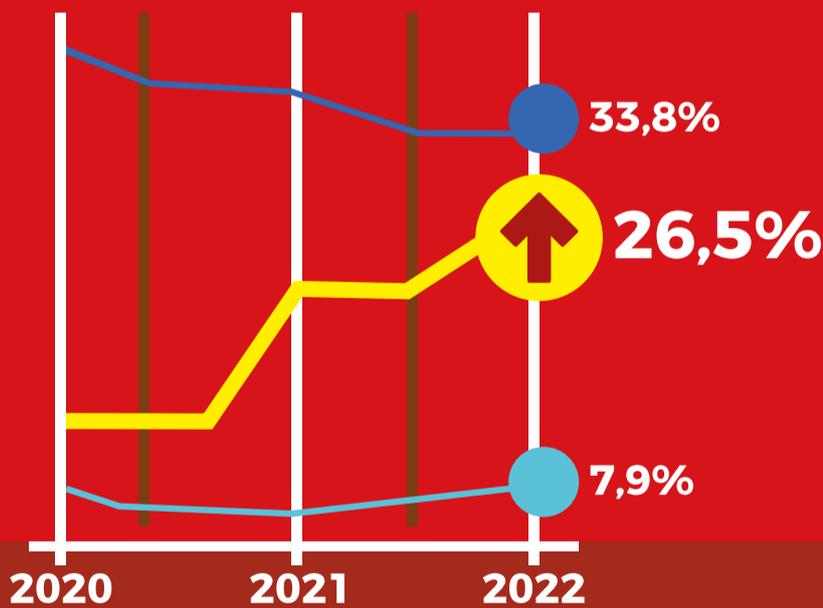
# ZEZÉ, A MARCA DE BISCOITOS QUE MAIS CRESCE



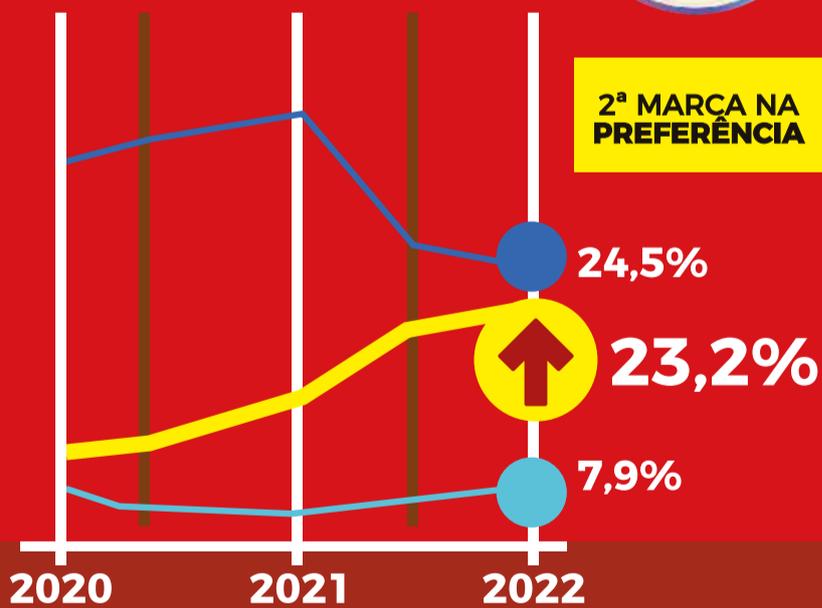
mark

2ª MARCA MAIS LEMBRADA

Legenda:  
BISCOITOS ZEZÉ  
MARCA A  
MARCA B



2ª MARCA NA PREFERÊNCIA



Fonte: jornaldocomercio.com

OBRIGADO COMUNIDADE GAÚCHA!



## Rede SIM avança pelo Estado e Paraná

A rede de postos SIM avançou sua presença de marca no Rio Grande do Sul nos últimos meses, com mais de 20 novas unidades, e expandiu para o Paraná, com uma nova operação em Campina Grande do Sul. O negócio soma 150 pontos e 4 mil funcionários.

O objetivo, agora, é levar mais tecnologia ao cliente através do app da SIM, que hoje está focado em desconto de combustível. A ampliação será no sentido de melhorar a experiência de compra com vantagens além do combustível, passando por lojas de conveniência e troca de óleo.

Receber o prêmio do **Marcas de**

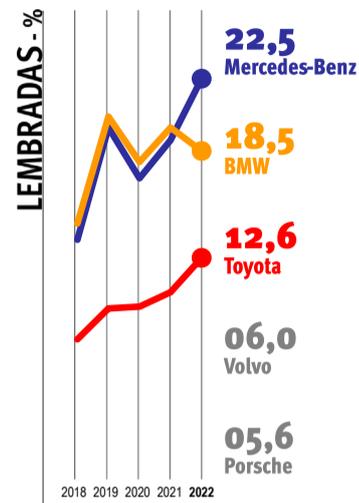
**Quem Decide**, para o empresário, é um orgulho. "É o reconhecimento de que nosso trabalho faz a diferença na vida de nossos clientes. A SIM é uma empresa focada em melhoria constante. Prova disso é que desenvolvemos um aplicativo para controle da limpeza de banheiros em todas as unidades", afirma Neco Argenta, fundador da Rede SIM. O empreendedor reconhece a alta complexidade em seu negócio pelas diferentes variáveis que o envolvem, então, manter a cultura organizacional e o padrão na oferta de valor entregue aos clientes é um desafio diário.

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

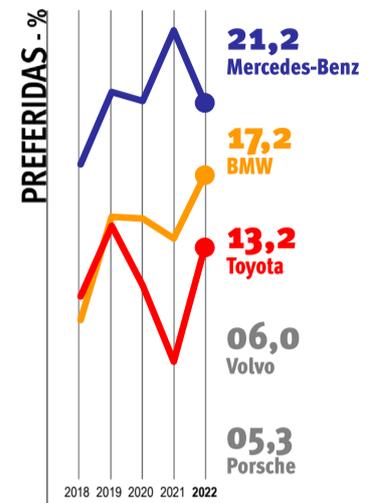


Neco Argenta diz que empresa foca em melhorias e levará mais tecnologia ao aplicativo da marca

## CARRO IMPORTADO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



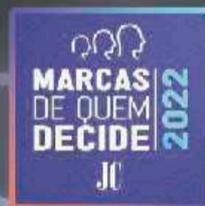
QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Mercedes-Benz volta à liderança como marca mais lembrada e mantém preferência

Desde que foi superada pela BMW em 2016, a Mercedes-Benz vinha encostada na marca líder ano após ano e brigando pela recuperação do pódio. Nessa 24ª edição do projeto Marcas de Quem Decide, ela conseguiu reverter o quadro e desbancar a BMW. Com um acréscimo de 3,4 pontos percentuais, a Mercedes-Benz alcançou índice de 22,5% na lembrança, enquanto que a BMW oscilou de 19,8% para 18,5%.

No quesito preferência, apesar de ter perdido alguns pontos em comparação à pesquisa anterior, Mercedes-Benz segue na liderança do setor, com 21,2%. A BMW teve um acréscimo de 3,5 pontos percentuais e continua em segundo lugar, com 17,2%. A Toyota conserva a terceira posição em ambos os quesitos, ascendendo de 10,7% para 12,6% na lembrança e de 6,9% para 13,2% na preferência.

# Savarauto: a mais lembrada e preferida do nosso estado.



Pelo 8º ano consecutivo somos a marca líder em lembrança e preferência em **Concessionária de Carros Importados**, além de destaque na categoria **Concessionária de Carros Nacionais**, dentre as marcas de quem decide do RS. Os automóveis Mercedes-Benz também foram os preferidos e mais lembrados pelos gaúchos como marca de carros importados.

**Essa conquista mais uma vez nos enche de orgulho, incentivando a busca constante para seguirmos oferecendo sempre o melhor aos nossos clientes.**



Presidente do Lide, Eduardo Fernandez, e Mauricio Barreto (Gol)



Presidente do Lide, Eduardo Fernandez, e Juliano Cunha (Onix)



Daniel Fabre Afonso (Safeweb) e André Roncato, da Fecomércio-RS



Idenir Cecchim e Adílio Schneider Finger (Sogipa)



Idenir Cecchim e Paulo José K. Bing (Grêmio Náutico União)



Governador Ranolfo Vieira Júnior e Tiago Magnus (Ipiranga)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Octaviano Busnello (Savarauto)



Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Aroldo Juliano Pietta (Panambra)



Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Fábio Teixeira (Carhouse)



Rafael Bicca Machado, da ADVB, e Leonardo Messaggi (Verdes Vales)



Juliane Dalcarobo Bicca (Vivo) e André Roncato, da Fecomércio-RS

COLÉGIO ANCHIETA  
1890

Suvinil

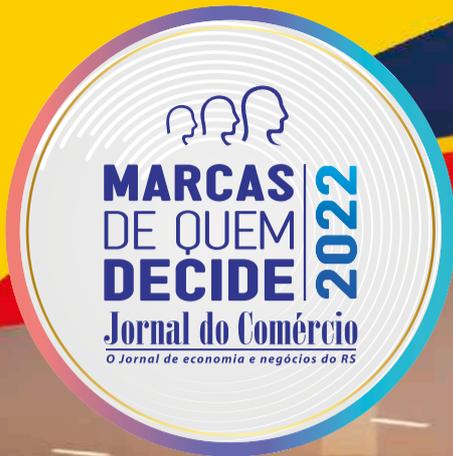
## GRUPO 4

CARRO NACIONAL  
CERTIFICAÇÃO DIGITAL  
CLUBE SOCIAL  
COMBUSTÍVEIS  
CONCESSIONÁRIA DE  
CARROS IMPORTADOS

CONCESSIONÁRIA DE  
CARROS NACIONAIS  
CONCESSIONÁRIA  
DE MÁQUINAS  
AGRÍCOLAS  
CONECTIVIDADE  
(TELEFONIA MÓVEL)

**melnick**  
Muito mais que morar

**tumelero**  
Viva a sua casa



**TEM QUALIDADE,  
CONFIANÇA  
E CONVENIÊNCIA.  
A RODOIL É MODERNA  
E EXCLUSIVA.**

Oferecemos um mix completo, com produtos únicos e muita tecnologia para facilitar a vida de quem está de passagem ou trabalha no posto. É para qualquer um se sentir confortável. Somos vistos de longe com nossa testeira em ACM, iluminação em LED e totem de numeração eletrônico, que é atualizado pelo sistema do posto ou por app.



Aponte a câmera do celular e fale conosco.

[www.rodOil.com.br](http://www.rodOil.com.br)



## CARRO NACIONAL

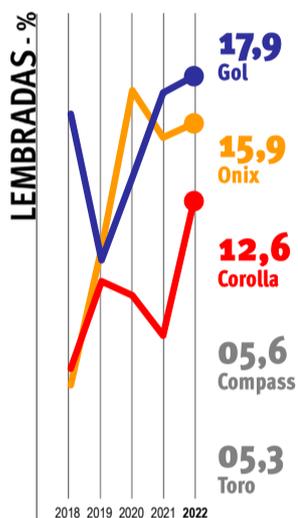
### Gol e Onix mantêm liderança dividida

Lembrança e preferência não são sinônimos. É o que mostram os resultados da pesquisa realizada pela Qualidata. Ao mesmo tempo em que Gol lidera a lembrança do setor com 17,9%, ocupa a terceira colocação no quesito preferência, com índice consideravelmente inferior, de 10,6%.

Já a marca Onix, sem tanta discrepância, ocupa a primeira posição dentre as preferidas, com 16,6%,

e a segunda dentre as mais lembradas, com 15,9%.

O destaque desse setor está na evolução apresentada pela marca Corolla nos dois lados da pesquisa. O ganho de 5,7 pontos percentuais na avaliação da lembrança eleva sua pontuação para 12,6% e a coloca em terceiro lugar. No quesito preferência, passa para 15,2% e toma a segunda colocação da marca Gol, que agora está na terceira com 10,6%.

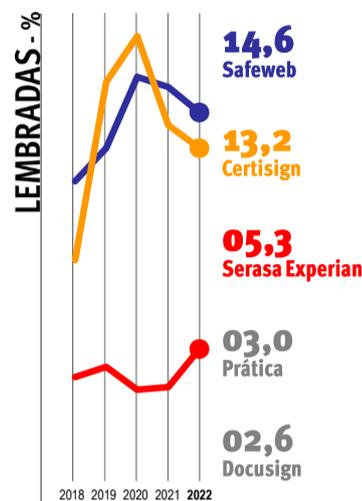


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

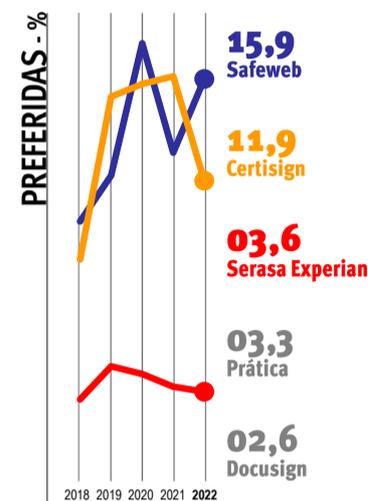


QUALIDATA  
 Quer saber? A gente pesquisa.

## CERTIFICAÇÃO DIGITAL



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
 Quer saber? A gente pesquisa.

### Safeweb volta a liderar sozinha o setor de Certificação Digital

A 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** trouxe de volta o cenário ímpar de 2018, no qual a Safeweb ocupou a primeira posição nos dois lados da pesquisa. Agora, veio espontaneamente à memória de 14,6% dos entrevistados e foi citada como preferida por 15,9% deles. A marca Certisign, lembrada por 13,2% e preferida por 11,9%, ocupa o segundo lugar.

Os novos números indicam uma vitória matemática da Safeweb em relação à Certisign, mas mantém as marcas empatadas tecnicamente. Desde a inclusão desse setor nas pesquisas da Qualidata, em 2017, ambas vêm trocando as posições com frequência e mantendo os índices sem grandes distanciamentos, o que legitima a disputa acirrada pela liderança.

Mais uma vez, estamos no **topo do pódio** do *Prêmio Marcas de Quem Decide do Jornal do Comércio* na Categoria **Certificado Digital**.

Esse mérito reflete o nosso principal compromisso, oferecer sempre a **melhor experiência** aos nossos clientes.

Muito obrigado pela confiança.

safeweb

25  
 ANOS



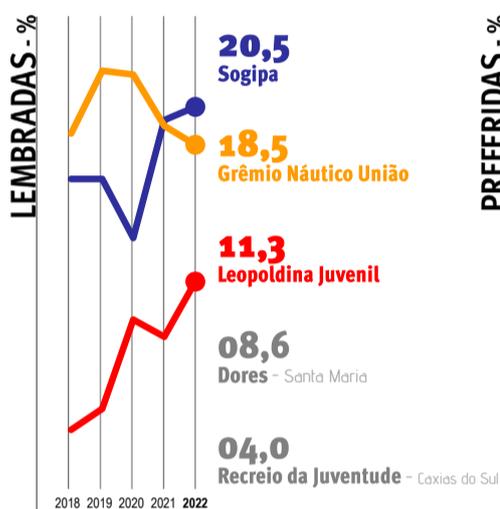
## CLUBE SOCIAL

### Sogipa e Grêmio Náutico União seguem liderando setor

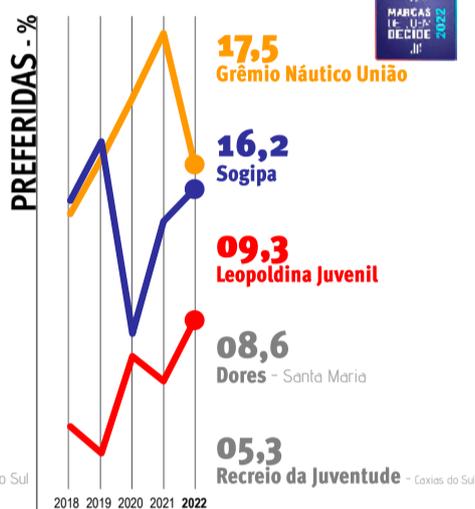
Os novos números auferidos pela Qualidata indicam que a Sogipa avançou nos índices em ambos os lados, enquanto que o Grêmio Náutico União sofreu declínio de 1 ponto percentual na lembrança e de quase 7 pontos percentuais na preferência. Ainda assim, não houve alteração nas posições em comparação com o ano anterior.

Um pequeno acréscimo na pontuação da

Sogipa totaliza 20,5% dos votos como marca mais lembrada. Com 18,5%, Grêmio Náutico União permanece em segundo lugar. Já no quesito preferência, apesar da oscilação de 24,4% para 17,5%, União mantém a liderança, seguido pela Sogipa, com índice de 16,2%. A terceira colocação fica com Leopoldina Juvenil tanto na lembrança (11,3%) quanto na preferência (9,3%).



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa

## Bebidas Fruki faz 98 anos com preferência dos gaúchos

Tradição e inovação são palavras que marcam a trajetória de sucesso da Bebidas Fruki. Aos 98 anos, a empresa celebra mais um ciclo de vida com conquistas, entre elas, manter-se na lembrança e na preferência dos gaúchos. Com a evolução do mercado e apresentações de embalagens mais modernas, Fruki Guaraná, que recentemente completou 50 anos, desenvolveu uma nova embalagem apresentada na campanha O sabor de estar junto. "Somos uma empresa em constante movimento, que olha para o futuro, e Fruki Guaraná é nosso carro-chefe. Ele

conquistou a preferência do mercado por ser tão apreciado pelos gaúchos, e esse carinho vai passando de geração em geração. Queremos acompanhar nossos consumidores e estar cada vez mais junto deles", diz Aline Eggers Bagatini, diretora-presidente da Bebidas Fruki.

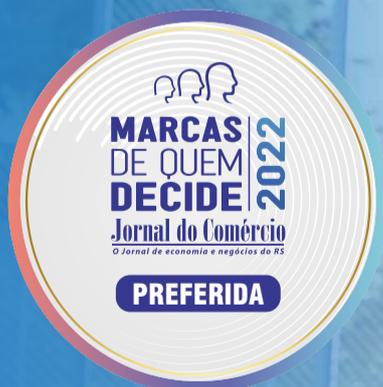
Em 2021, Fruki Guaraná e Gang lançaram uma coleção de roupas e acessórios que conecta a memória afetiva da marca com a moda. Inspirada em uma estética urbana, com apelo retrô e informações atuais, a coleção contou com produtos icônicos da Gang.



FRUKI/DIVULGAÇÃO/JC

Nova embalagem de Fruki Guaraná faz parte da campanha O sabor de estar junto

MAIS UM VEZ ESTAMOS  
ORGULHOS  
EM SERMOS A  
PREFERÊNCIA  
DOS **GAÚCHOS**



O UNIÃO É PARA VOCÊ

JEFFERSON BERNARDES/ESPECIAL/JC

**Daniel Randon**

Presidente das Empresas Randon e do Conselho Superior do Transforma RS

**OPINIÃO**

# Um legado inovador e sustentável

Muito se fala sobre o mundo que iremos deixar para as próximas gerações. O que estamos fazendo hoje, quais mudanças precisam ser feitas, como chegaremos no futuro? São reflexões legítimas e necessárias que exigem, ainda, um longo caminho pela frente. A notícia boa é que, nos últimos anos, percebemos movimentos relevantes, conduzidos por pessoas que querem transformar, inovar, fazer diferente e, assim, construir um ambiente realmente atrativo para novas oportunidades.

A vertente empreendedora faz parte da cultura do gaúcho. Temos grandes polos de empresas dos mais variados segmentos, que se destacam nos mercados nacional e global, e que têm suas sedes aqui, no nosso Estado. Mesmo com todos os desafios impostos, como entraves burocráticos, geografia nem sempre

favorável e falta de recursos e investimentos, o empreendedor se mostra resiliente. E, mais do que isso, nos últimos anos, muitos se reinventaram – uma estratégia de sobrevivência em um dos momentos mais críticos da nossa história.

No espaço de quem se abre para o novo, tenho acompanhado empresas, entidades e instituições, buscando frentes muito claras e interligadas: inovação e sustentabilidade. Nesse sentido, o trabalho de colaboração entre diversos atores continua a ser visto como um dos caminhos capazes de oferecer soluções para os desafios do desenvolvimento de um ecossistema sustentável.

Exemplo disso é a realização de eventos que se propõem a apresentar e discutir novas tecnologias e o que é tendência no ecossistema, como a Gramado Summit, e o South Summit

– iniciativa internacional, que movimentará Porto Alegre no mês de maio.

Além dos importantes parques tecnológicos do Estado, desenvolvidos em parcerias entre iniciativa privada e universidades, temos ainda movimentos se consolidando não apenas como hubs, mas como verdadeiros ambientes de inovação onde o desenvolvimento do Estado acontece.

É o caso do Instituto Hélice, do Instituto Caldeira, do Inova RS, do Transforma RS, do Aliança Empresarial, do Pacto Alegre e outros tantos que estão trabalhando de forma colaborativa, sendo a combinação ideal entre governo, setor privado, academia e sociedade.

Na mesma linha, a sustentabilidade também passou a ganhar protagonismo na esteira de um futuro que se aproxima. Quando alinhada diretamente ao negócio das empresas

ou das instituições, a estratégia de sustentabilidade conquista clientes, investidores e parceiros, atrai talentos e aproxima a comunidade. Um valor imensurável, mas que precisa ser conduzido de forma genuína e afinado com o propósito da organização.

Ao olharmos para o presente, percebemos que é necessário esforço, vontade e capacidade de unir forças. Vivenciamos um momento interessante em termos de competitividade no Estado, mas é preciso uma virada de chave para que as ações e iniciativas se conectem ainda mais e, assim, caminhem para a direção de um ambiente atrativo para oportunidades, com geração de empregos, e preparado para transformar ideias em realidade.

Só assim conseguiremos deixar um legado inovador e sustentável para quem vem aí.

Conteúdo produzido pelo

para Sicredi

## Sicredi já cobre 95% do território do Estado

O Sicredi segue reforçando o compromisso que tem com o desenvolvimento regional sustentável e com a melhoria da qualidade de vida de seus associados e da sociedade em geral. Com isso, estão previstas mais de 30 novas agências no Rio Grande do Sul ao longo deste ano, sendo mais de 10 em municípios que ainda não contam com a presença física do Sicredi.

Hoje, o Sicredi tem uma cobertura de 95% do território gaúcho e mais de 600 pontos de atendimento. Em 99 cidades, o Sicredi é a única

instituição financeira presente, demonstrando o interesse de levar o desenvolvimento e a prosperidade a todos os municípios, independentemente do seu tamanho.

"Neste sentido, seguimos empenhados em fortalecer as regiões onde já estamos presentes, bem como em levar o cooperativismo de crédito a novas áreas, o que possibilita estar muito próximo a um maior número de gaúchos", comenta o diretor executivo da Central Sicredi Sul/Sudeste, Leandro Gindri de Lima. Alinhado a esse objetivo e buscando atender às

necessidades dos associados, a questão da energia solar é uma demanda que cresce a cada ano no Sicredi, dada a procura por esse tipo de produção em nível mundial.

A marca de R\$ 1 bilhão financiados para geração de energia solar no Rio Grande do Sul é muito relevante porque demonstra, em primeiro lugar, o interesse do gaúcho em soluções sustentáveis e porque consolida o Sicredi como um dos maiores fomentadores na área, uma vez que a instituição foi responsável por cerca de 40% das instalações no Estado

em 2021.

Somente no Rio Grande do Sul, o valor financiado ano passado é superior ao registrado em 2020, quando a instituição financiou R\$ 627 milhões para aquisição de equipamentos para geração de energia solar, o que representa incremento de 60%.

"Isso significa que o Sicredi está alinhado com os movimentos que contribuem para melhorar a qualidade de vida de toda a sociedade, além de ser um fomento à expansão do mercado fotovoltaico gaúcho", entende Gindri de Lima.

O Sicredi, que nasceu no Rio Grande do Sul, completará 120 anos de história. Hoje, ultrapassa 5,5 milhões de associados no Brasil, sendo 2,2 milhões somente no Estado.

SICREDI/DIVULGAÇÃO/JC



Gindri de Lima ressalta interesse dos gaúchos por produção de energia solar

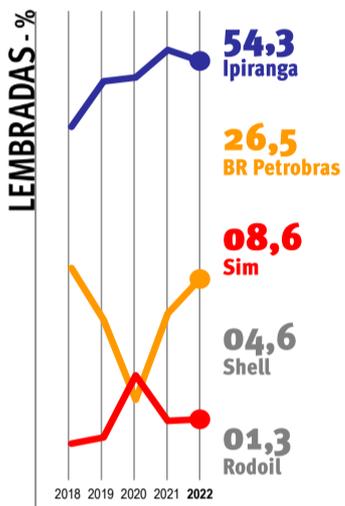
## COMBUSTÍVEIS

### Ipiranga mantém posição de líder absoluta

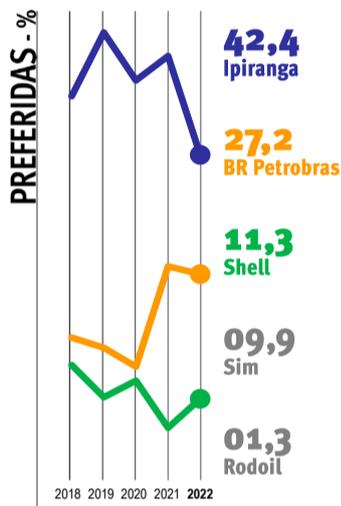
Mesmo apresentando resultados menores do que na pesquisa anterior, Ipiranga continua sendo a marca líder do setor de Combustíveis e mantendo grande distância das demais citadas nessa 24ª edição do **Marcas de Quem Decide**. Na lembrança, registra 54,3%, mais do que o dobro da pontuação alcançada pela segunda colocada, BR Petrobras, de 26,5%.

Na preferência, a perda de expressivos

12,6 pontos percentuais foram insuficientes para abalar a liderança isolada mantida há muito pela Ipiranga. Passou de 55,0% para 42,4%, conservando ainda 15 pontos percentuais de vantagem sobre a BR Petrobras, que ocupa o segundo lugar também nesse quesito, com 27,2%. A terceira posição é dividida entre SIM, que ganha na lembrança (8,6%) e Shell, que se destaca na preferência (11,3%).

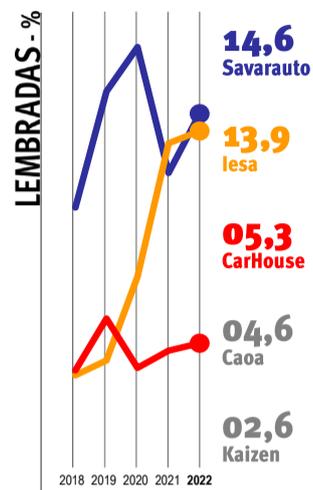


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

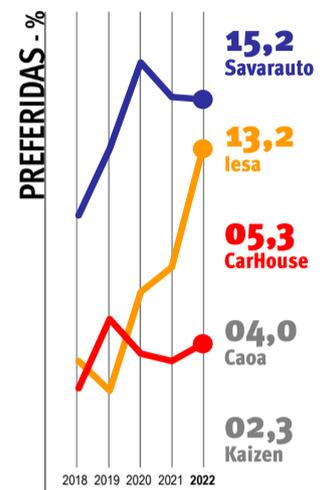


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## CONCESSIONÁRIA DE CARROS IMPORTADOS



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Savarauto recupera pontos perdidos na lembrança e volta a liderar setor

A Savarauto reconquistou o primeiro lugar como marca mais lembrada pelos gestores entrevistados. Em comparação com os índices apresentados na pesquisa anterior, teve um ganho de pouco mais de 2 pontos percentuais, atingindo 14,6% e reconduzindo a Ilesa ao segundo lugar, com 13,9%.

O mesmo arranjo é visto quando o assunto é preferência: Savarauto na primeira colocação, com 15,2%, e Ilesa na segunda,

com 13,2%. O destaque desta edição recai sobre Ilesa, que saltou de 8,4% para 13,2% na avaliação da preferência. Com esse novo resultado, a Ilesa ganha distância considerável das demais marcas lembradas pelo público entrevistado e se aproxima muito da líder Savarauto.

A CarHouse segue na terceira posição nos dois lados da pesquisa e marca os mesmos 5,3% em ambos os quesitos.

ORGULHO DE SER GAÚCHA.  
ORGULHO DE SER ESCOLHIDA POR VOCÊ  
COMO SUA CASA NO CAMINHO.

SIM REDE DE POSTOS,  
A REVENDA DE POSTOS  
E CONVENIÊNCIAS MAIS  
LEMBRADA PELO  
POVO GAÚCHO.



SUA CASA NO CAMINHO.

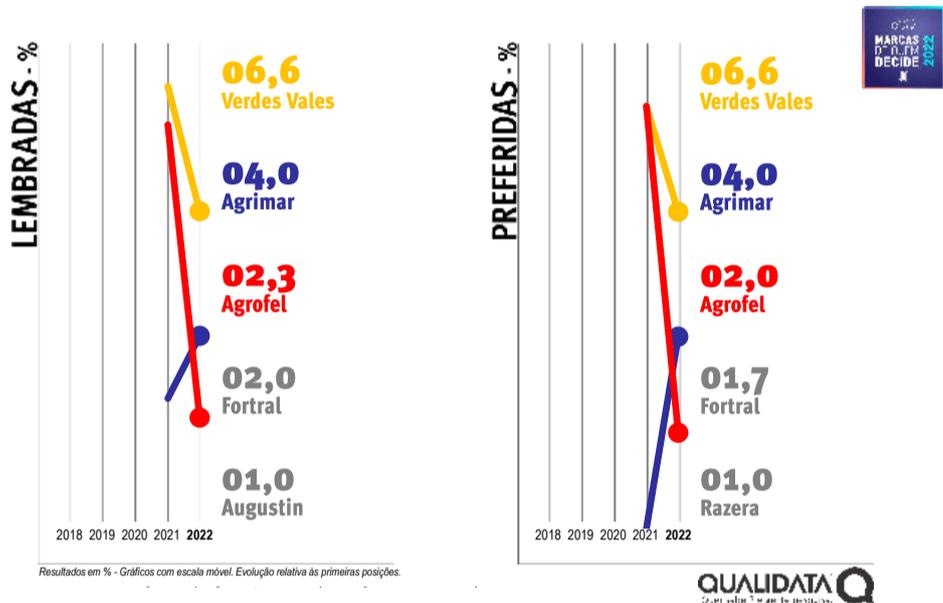
## CONCESSIONÁRIA DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS

### Verdes Vales na dianteira

Esta é a segunda participação do setor de Concessionária de Máquinas Agrícolas no projeto **Marcas de Quem Decide**. E os novos resultados obtidos pela Qualidata revelam que, com 6,6% das indicações em ambos os lados da pesquisa, a Verdes Vales, que antes ficou à frente na lembrança e dividiu com a Agrofel o primeiro lugar na preferência, passa a ocupar sozinha a liderança do setor.

Agrimar, que não tinha suas linhas de evolução retratadas nos gráficos por não estar entre as marcas mais lembradas e preferidas, foi citada por 4,0% do público entrevistado em ambos os lados da pesquisa e conquista a vice-liderança do setor.

A Agrofel agora ocupa o terceiro lugar, com 2,3% de indicações na avaliação da lembrança e 2,0% na preferência.



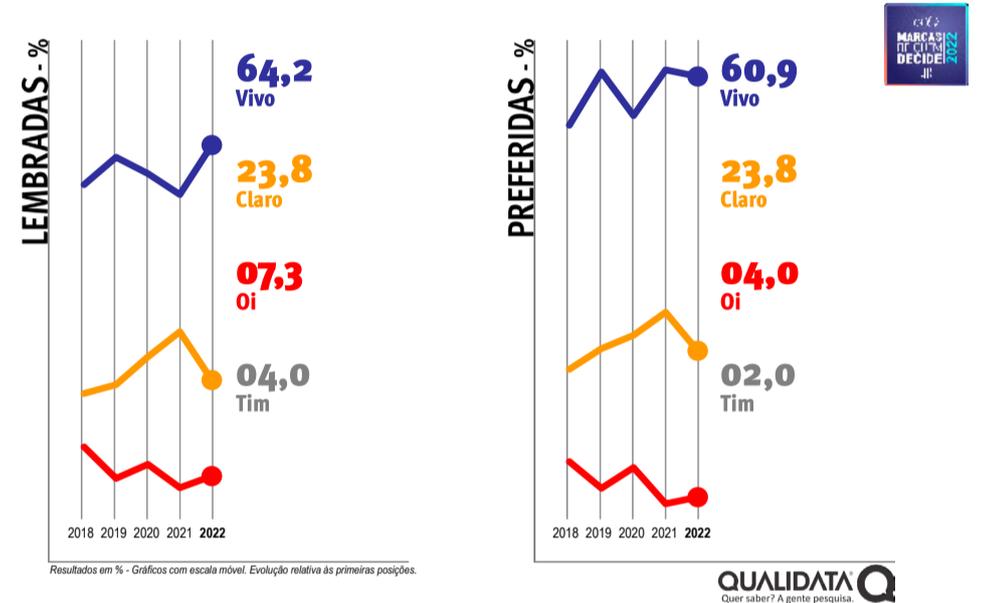
## CONECTIVIDADE

### Vivo abre ainda mais vantagem e permanece no seito grupo de marcas dominantes

Vivo voltou a ultrapassar a margem dos 60% das indicações nos dois lados da pesquisa, conquistando uma vantagem em relação à segunda colocada de mais de 40 pontos percentuais na lembrança e de mais de 37 pontos percentuais na preferência. Isso reforça, repetidamente, a posição de marca dominante do setor. Os novos números apontados na pesquisa da Qualidata revelam o

maior escore da Vivo na série histórica do projeto **Marcas de Quem Decide** na avaliação da lembrança: 64,2%. É um crescimento expressivo de 8,5 pontos percentuais em relação à pesquisa anterior.

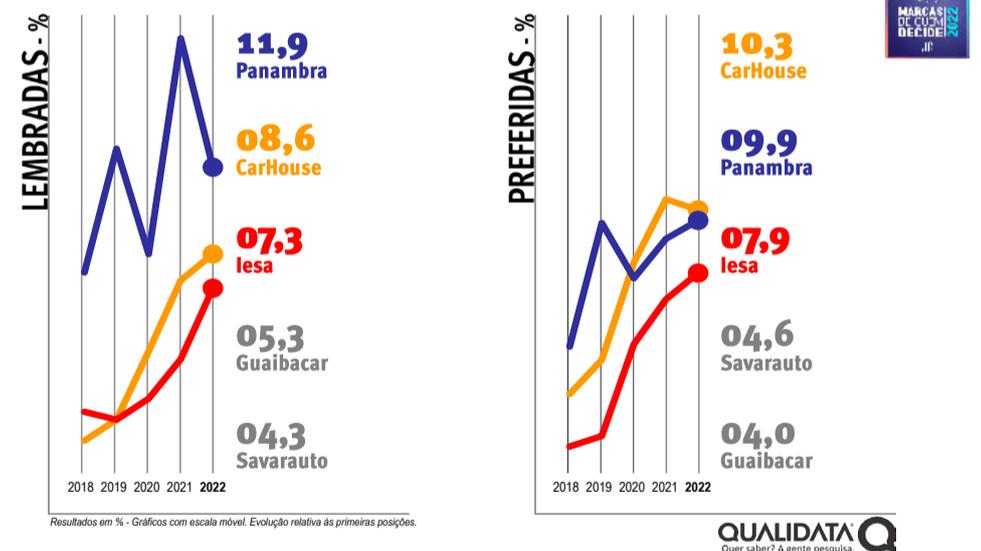
Na preferência, a Vivo é referência para 60,9% dos gestores gaúchos entrevistados. A Claro segue ocupando o segundo lugar de maneira isolada, com 23,8% na lembrança e na preferência.



### CarHouse. Mais uma vez a marca preferida na categoria concessionária de carros nacionais.

São 30 anos de história com um objetivo: oferecer uma experiência incomparável para os nossos clientes. Por isso, é um orgulho ser mais uma vez a marca preferida de quem decide e estar entre as marcas mais lembradas do estado.

## CONCESSIONÁRIA DE CARROS NACIONAIS



### Panambra mantém liderança ao lado da CarHouse

Pelo terceiro ano consecutivo, Panambra e CarHouse ocupam as primeiras posições na pesquisa realizada pela Qualidata, mas com índices um pouco diferentes. Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, a Panambra oscilou quase 5 pontos percentuais enquanto marca mais lembrada: caiu de 16,8% para 11,9%. Já a CarHouse ganhou 1 ponto percentual, passando de 7,6% para 8,6% neste ano.

No quesito preferência, os índices não sofreram variações expressivas e as marcas praticamente repetiram a pontuação anterior. A CarHouse, primeira colocada, segue no patamar de 10 pontos percentuais, agora com 10,3%, e a Panambra, segunda colocada, no de 9 pontos percentuais, agora com 9,9%. O terceiro lugar nos dois lados da pesquisa está com a lesa, que marca 7,3% na lembrança e 7,9% na preferência.

**GRUPO CarHouse**

**30 ANOS**

**MARCAS DE QUEM DECIDE 2022**  
Jornal do Comércio  
**PREFERIDA**

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

**Maurício Harger**

Diretor-geral da CMPC Brasil

**OPINIÃO**

# Colaboração: a chave para o futuro próspero do RS

Uma sociedade dita próspera possui qualidades que vão além da estabilidade econômica. Trata-se de uma região onde se destaca a colaboração entre seus agentes, de modo que pessoas, entidades e empresas tenham todos a capacidade de promover desenvolvimento.

No caso do Rio Grande do Sul, vemos um Estado forte, pujante e com inúmeras possibilidades de crescimento, bem como de conexões sólidas o suficiente para alcançar resultados eficazes e construir legados duradouros de valor compartilhado.

O período de pandemia recente acelerou um grande processo de colaboração, unindo, por exemplo, empresas do mesmo segmento com o objetivo de auxiliar as pessoas em um

momento tão delicado. Vimos ações fantásticas de doações que só foram possíveis com a união de forças e que, hoje, evidenciam um retorno importante para a sociedade como um todo. É fundamental que cada vez mais possamos pensar primeiro no coletivo para construirmos, juntos, as possibilidades para avanços em nosso Estado.

Nesse contexto, também é essencial que a iniciativa privada atue em sintonia com o poder público, buscando ideias e soluções por meio de parcerias público-privadas.

Temos grandes cases construídos de forma colaborativa e que hoje são referências no Rio Grande do Sul. Entre eles está o Movimento Conecta, que requalificou as orlas dos bairros

Alvorada e Alegria, em Guaíba, em uma parceria entre Ministério Público do Rio Grande do Sul, Fepam, CMPC e a própria comunidade local da cidade onde atuamos.

Na CMPC, entendemos que a colaboração é a chave para a evolução. Em nosso dia a dia, isso não é apenas uma ideia, mas uma prática contínua.

O projeto BioCMPC, maior investimento em sustentabilidade na história do Rio Grande do Sul, já está estimulando os negócios no município de Guaíba. A expectativa é de que sejam contratados 50% de fornecedores locais e de que sejam gerados até 7,5 mil empregos durante as obras. O resultado dessas iniciativas é um mercado local fortalecido e um caminho fértil para o desenvolvimento econômico e social.

mico e social.

Recentemente, também apresentamos o RS+Renda. O nosso programa de fomento florestal possibilitará aos produtores rurais e proprietários de terras passarem a integrar a cadeia produtiva da companhia, diversificando sua produção e auferindo renda nos cerca de 70 municípios do Estado em que a iniciativa da CMPC está disponível.

Assim, buscamos estar em sintonia com esse mundo em constante evolução. Vemos na colaboração uma ponte para construirmos o presente que queremos e o futuro que sonhamos. Acredito muito no Rio Grande do Sul, no seu povo e no espírito de bem-comum para, juntos, trilharmos um caminho de prosperidade.

**#JUNTOS**  
ORGULHO DE SER PANAMBRA.

**Panambra**

Há 24 anos consecutivos, somos a Concessionária de Carros Nacionais Mais Lembrada no Rio Grande do Sul no MARCAS DE QUEM DECIDE. Agradecemos o reconhecimento em nome de todos os profissionais e clientes da Panambra. São conquistas como essa que fortalecem ainda mais nosso compromisso de construir grandes histórias com vocês.

**REFERÊNCIA VOLKSWAGEN**  
PORTO ALEGRE  
PELOTAS  
CAXIAS DO SUL



Presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero, e Leonardo Lamachia (OAB-RS)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Sheila Tomazoni (Racon)



Presidente da Agas, Antônio Longo, e Alberto Meneguetti (Melnick)



Deputado estadual Ernani Polo e Benísio Rodrigues (Cotrijal)



Deputado estadual Ernani Polo e Leandro Gindri de Lima (Sicredi)



Presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero, e Nestor Tissot (Gramado)



Deputado estadual Ernani Polo e Gerson Luís da Silva (SOS Unimed)



Presidente da CDL Poa, Irio Piva, e Liliamar Pestana (Pestana Leilões)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Douglas Ronan (Corsan)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Claise Rauber (Banrisul)



Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Manuir Mentges (Pucrs)



**CONSELHO  
PROFISSIONAL  
CONSÓRCIO  
CONSTRUTORA  
COOPERATIVA AGRÍCOLA  
COOPERATIVA  
DE CRÉDITO**

**GRUPO 5**

**DESTINO TURÍSTICO  
GAÚCHO  
EMERGÊNCIAS MÉDICAS  
EMPRESA LEILOEIRA  
EMPRESA PÚBLICA GAÚCHA  
ENSINO A  
DISTÂNCIA - EAD**



CONSTRUTORA



**JOBIM**®

*Com Amor!*

# ESTAMOS ERGUENDO NOSSA MARCA

AO MESMO TEMPO QUE ERGUEMOS OS MAIS VALORIZADOS EMPREENDIMENTOS DO RIO GRANDE DO SUL



**4º Lugar no Estado em Lembrança e Preferência**

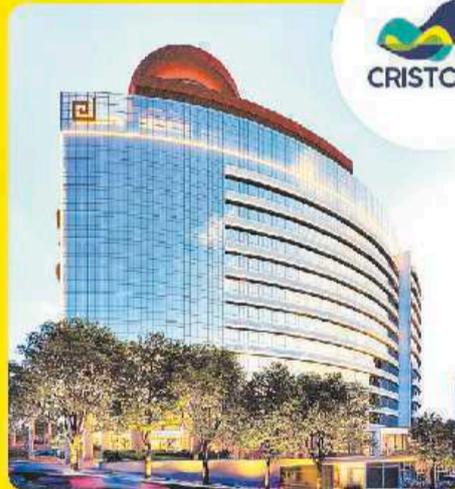
CATEGORIA CONSTRUTORA

Mais uma vez a Construtora Jobim é destaque na área da construção civil do Rio Grande do Sul. Nosso trabalho dos últimos anos nos coloca, agora com índices maiores ainda do que a premiação anterior, tanto entre as construtoras mais lembradas como também entre as preferidas.

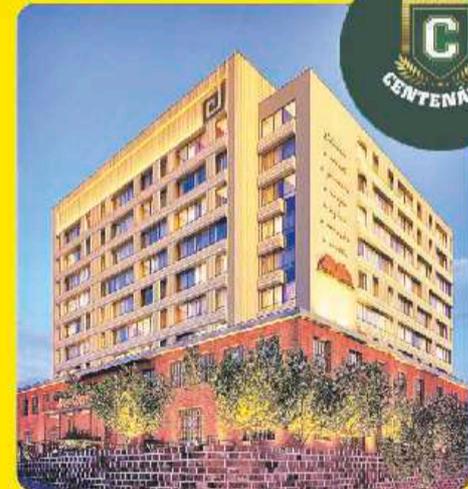
## DESLUMBRANTES. LINDOS. DIFERENCIADOS. ADMIRADOS. EXTRAORDINÁRIOS



**O NOVO ÍCONE DE GRAMADO**  
EM COMERCIALIZAÇÃO



**NO CENTRO DE SANTA MARIA**  
EM COMERCIALIZAÇÃO



**NO CENTRO DE SANTA MARIA**  
EM COMERCIALIZAÇÃO



**UMA DAS MAIORES OBRAS IMOBILIÁRIAS DO INTERIOR DO RS CONCLUÍDA E ENTREGUE**



Aponte o celular e SAIBA MAIS SOBRE OS EMPREENDIMENTOS



[55] 3026 4040  
construtoraobim.com.br  
@ f Construtora Jobim

## CONSELHO PROFISSIONAL

### OAB-RS assume liderança

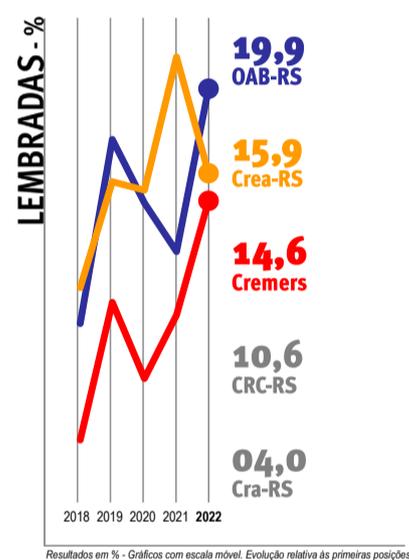
A combinação entre pontos ganhos pela OAB-RS e pontos perdidos pelo Crea-RS fez com que as marcas trocassem de posições nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

É a primeira vez que a OAB-RS fica à frente de todos os outros conselhos profissionais que foram lembrados pelo público entrevistado desde a inclusão do setor nas pesquisas, ainda em 2017.

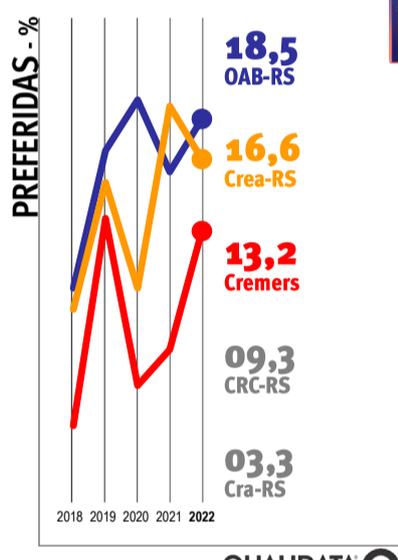
Na avaliação da lembrança, a OAB-RS pas-

sa de 12,2% para 19,9%, 4 pontos percentuais a mais do que a segunda colocada, Crea-RS, que totaliza 15,9%. A OAB-RS também recupera pontos no lado da preferência e volta a ocupar o primeiro lugar, com 18,5%, enquanto que o Crea-RS oscila de 19,1% para 16,6% e retorna à segunda posição.

O Cremers passa a ocupar sozinho o terceiro lugar, tanto na lembrança (14,6%) quanto na preferência (13,2%).



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

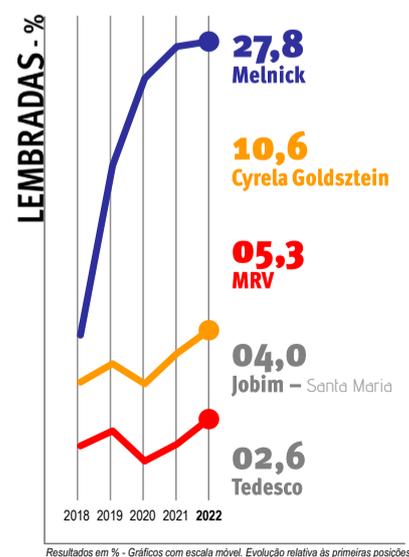
## CONSTRUTORA

### Melnick segue crescendo na lembrança e na preferência

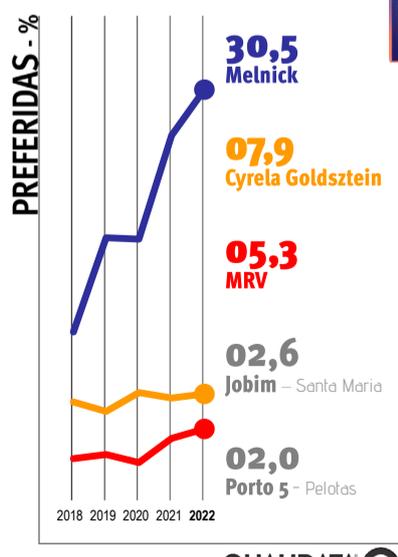
Mais uma vez, a Melnick foi a marca de grande destaque do setor na pesquisa realizada pela Qualidata. Sendo lembrada por 27,8% do público pesquisado e indicada como preferida por 30,5% dele, ela conserva seu lugar com folga. Na lembrança, a Melnick está 17,2 pontos percentuais adiante da segunda colocada, Cyrela Goldshtein, que totaliza 10,6% dos votos nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

Na preferência, essa vantagem é ainda maior: 22,6 pontos percentuais de diferença a colocam na vanguarda, o que corresponde a quase quatro vezes o número de indicações recebidas pela Cyrela Goldshtein (7,9%), igualmente na segunda posição nesse quesito.

Um total de 28 nomes de empresas foram citados pelos gestores de negócios do Estado entrevistados nesta edição.

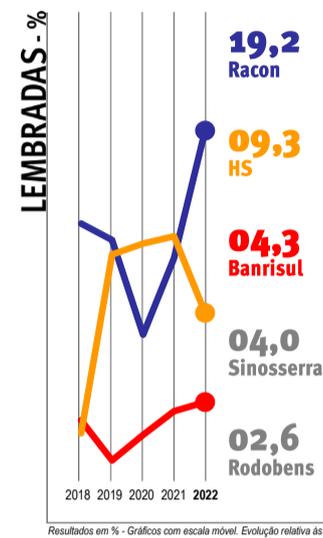


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

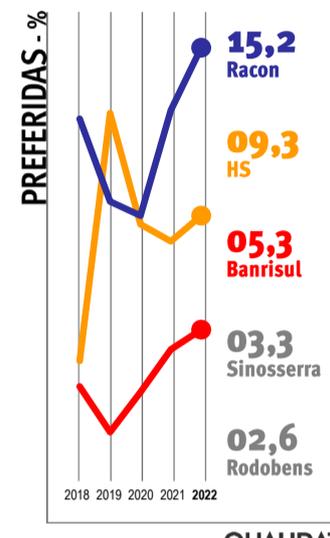


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## CONSÓRCIO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



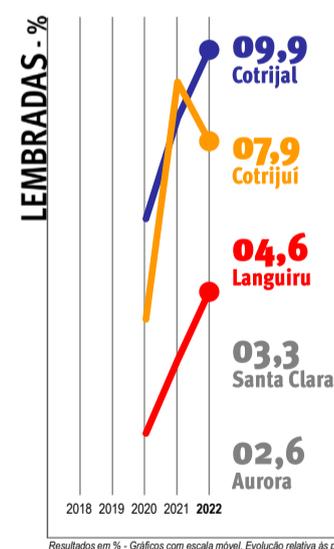
QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Racon avança na lembrança e retoma posição de líder isolada

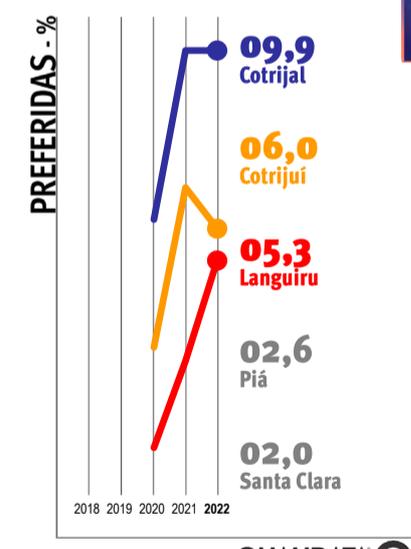
Com significativos 7,1 pontos percentuais superiores ao levantamento anterior, a Racon recebe 19,9% das indicações do público entrevistado como a marca mais lembrada nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** e reconquista a liderança. Já na preferência, a nova pesquisa da Qualidata revela que Racon e HS conservaram as colocações da edição passada, ambas com acréscimo nas pontuações.

A Racon, em primeiro lugar, passa de 13,0% para 15,2% e a HS, em segundo, de 8,4% para 9,3%. A Sinosserra, que antes ocupava a terceira colocação nos dois lados da pesquisa, oscilou de 6,1% para 4,0% na lembrança e de 5,3% para 3,3% na preferência, o que deu espaço para o Banrisul subir de posição. Agora, com 4,3% na lembrança e 5,3% na preferência, é ele quem está em terceiro lugar.

## COOPERATIVA AGRÍCOLA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Cotrijal volta ao topo na lembrança e lidera setor

Desde a primeira participação do setor de Cooperativa Agrícola no projeto **Marcas de Quem Decide**, em 2020, a Cotrijal vem apresentando crescimento e resultado favoráveis.

Nessa edição, ultrapassou a Cotrijuí na lembrança por 2 pontos percentuais e recuperou a liderança alcançada na pesquisa inaugural, agora com 9,9% das indicações.

No lado da preferência, a Cotrijal marca os

mesmos 9,9%. Esse índice também se iguala ao alcançado na edição anterior, o que mostra uma estabilidade da marca quando o assunto é preferência.

A Cotrijuí oscilou de 9,2% para 7,9% na lembrança e de 6,9% para 6,0% na preferência, passando a ocupar o segundo lugar em ambos os quesitos. Em terceiro, a Languiru, com 4,6% na lembrança e 5,3% na preferência.



Carlos Eduardo Silveira  
Passo dos Loureiros - Soledade  
Produtor associado Cotrijal



# tua cooperativa é destaque no RS

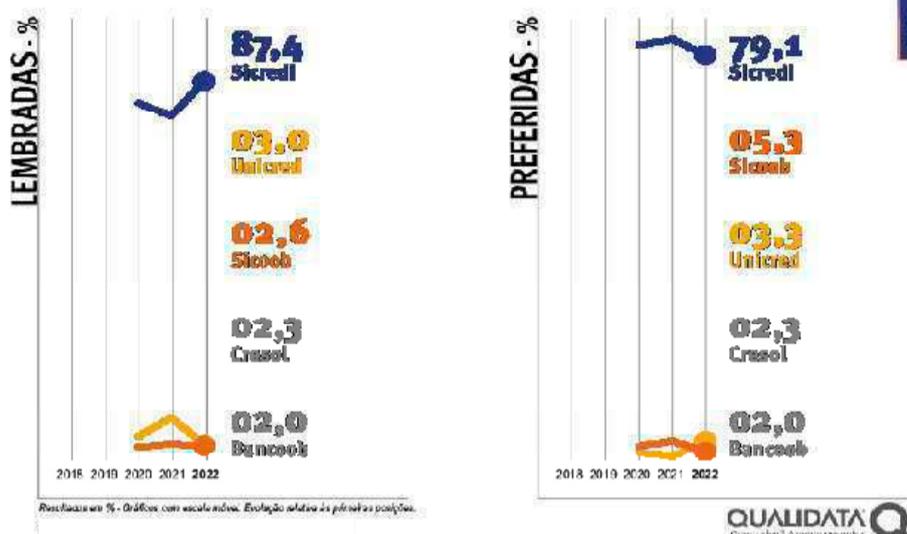
Tua cooperativa chega cada vez mais longe e hoje se destaca como a marca mais lembrada e a preferida dos gaúchos.

Tua cooperativa tem orgulho dos 64 anos de história, com a satisfação de quem faz bem feito.

**Tua cooperativa é força  
Tua cooperativa é segurança.  
Tua cooperativa é Cotrijal.**

**cotrijal** | **TODOS  
JUNTOS  
SOMOS  
FORTES**

## COOPERATIVA DE CRÉDITO



## Sicredi está novamente entre as marcas de maior dominância

Mais uma vez, o Sicredi alcança índices abundantes na pesquisa da Qualidata e mantém uma distância expressiva das outras quatro marcas citadas nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

São mais de 84 pontos percentuais na lembrança e mais de 73 pontos percentuais na preferência que o colocam adiante das marcas que dividem o segundo lugar, Unicred e Sicoob, res-

pectivamente, com 3,0% na lembrança e 5,3% na preferência.

Os novos números não só reafirmam a posição de liderança absoluta e isolada do Sicredi, como também representam a conquista do primeiro maior nível de dominância verificado entre todas as categorias que integram a pesquisa da Qualidata nessa edição. Ao todo, cinco marcas foram citadas pelo público entrevistado.

## DROPS DE MARKETING

# O diálogo como fonte da transformação

Nos últimos anos, diversas transformações sociais deslocaram a visão das organizações. Uma delas é o valor ao diálogo, que potencializa o aprender, o desaprender e o reaprender. A análise é feita por Denise Pagnussatt, líder de reputação da uMov.me e coordenadora do curso de Comunicação Empresarial da Famecos/Pucrs.

"O aprender acontece ao longo da caminhada, de modo consciente e inconsciente, a partir das experiências compartilhadas. O desaprender depende da capacidade de alterar a lupa que avalia os fatos, ressignificando valores e atitudes, que sustentam quem somos", afirma a especialista no assunto.

O reaprender, por sua vez, conforme Denise, nasce das transformações impulsionadas pelas tecnologias, pelas trocas simbólicas entre as culturas globais e locais e, em especial, por uma maior consciência sobre o que importa na vida. Reaprender costuma ser complexo, pois o aprendizado está arraigado de certezas, convicções, controles e crenças que podem ser limitantes, assim como resultados obtidos em outros tempos.

Entretanto, a pandemia global trouxe incertezas, dúvidas a convicções, falta de controle em diversas perspectivas, novas informações e muita desinformação. "Esse cenário parece mostrar que o desaprender e reaprender alteram a forma de viver",

ressalta a líder de reputação da uMov.me.

E ela sugere fazer alguns questionamentos. São eles: pense na organização em que você trabalha e reflita como os funcionários se sentem? As relações precisam ser repensadas? As lideranças sabem desaprender e reaprender? Existe abertura ao novo, ao diferente e ao diverso? As narrativas visibilizadas estão alinhadas às estratégias de negócio e a modelos de gestão mais humanizados?

"Se as suas respostas são não ou não sei, está na hora de provocar o diálogo, mediante escutas ativas, que valorizam um (re/des)aprendizado coletivo, oportunizando o despertar entre as pessoas (funcionários, clientes, fornecedores, entre outros) sobre o papel dessa organização, buscando como fazer a sua parte de forma mais humana, conectada com o ecossistema e aderente às novas realidades", sugere a coordenadora.

Ademais, de acordo com ela, as lideranças precisam ter consciência de que os resultados financeiros são consequência de objetivos sustentáveis e íntegros, que geram confiança e sustentação ao longo do tempo. "Começar pela experiência do diálogo, pela abertura às incertezas e às imprevisibilidades, pelo aprender colaborativo, parece ser um bom início para quem deseja reinventar-se nestes contextos incertos e complexos", acredita.

Razão e  
coração tudo  
num único lugar



**Raçõn**  
Consórcios



**Orgulho em  
saber que somos  
a sua primeira**

**alter  
.na  
tiva**

Novamente estamos entre as **marcas gaúchas mais lembradas do Marcas de Quem Decide.**

Ficamos em **1º lugar em preferência e lembrança na categoria Cooperativa de Crédito** e estamos entre as **instituições financeiras preferidas do Estado.**

São conquistas como essas que fortalecem ainda mais nosso compromisso em fazer mais pela vida dos nossos associados e de toda a sociedade.



SÉRGIO SOUZA/DIVULGAÇÃO/JC



Nilson Luiz May

Presidente da Unimed Federação-RS

## OPINIÃO

## Uma organização em movimento em todos os sentidos e direções

Elaborar este artigo especial para o prestigiado **Jornal do Comércio**, na oportunidade em que mais uma vez nossa instituição tem sua liderança reafirmada na tradicional pesquisa **Marcas de Quem Decide**, constitui desafio facilitado pelo tema dessa edição: reconhecendo o presente, inspirando o futuro. A melhor palavra para designar a presença da Unimed Federação-RS neste contexto, que destaca a importância das empresas e instituições que ajudam na transformação e no desenvolvimento da sociedade, é "movimento". Trata-se de uma organização em movimento pleno, constante, em linha evolutiva, em todos os sentidos e direções.

Sua atuação continua sendo re-

gida por princípios e valores, tendo propósitos e objetivos, praticando o cooperativismo em sua essência e obtendo um posicionamento institucional-mercadológico que a tornou referência nacional.

Consolida-se como a organização líder do Sistema Cooperativo Empresarial Unimed-RS, cuidando da saúde de um ecossistema composto pelo conjunto das Singulares e pela Unimed Central de Serviços-RS, Uniair, Unicoopmed, Instituto Unimed-RS e Casa da Memória.

No plano administrativo, pratica uma gestão colegiada e participativa. Cabe à Federação-RS atualizar conceitos com vistas à aplicação das boas práticas de gestão em nível sistêmico, garantindo a sustentabilidade

do negócio. Essa dinâmica de capacitação constante é abastecida por uma grade extraordinária de eventos, cursos e treinamentos, oportunizando a todas as áreas de trabalho das Singulares o aperfeiçoamento contínuo dos processos. É interessante observar que a pandemia do coronavírus não paralisou esse funcionamento, mas ao contrário ensejou uma rápida adaptação para a modalidade digital, com reuniões e eventos transmitidos online.

Coroando de forma simbólica mais um período de crescimento, a Federação-RS deu início à programação alusiva ao seu cinquentenário, com os "50 anos na estrada, rumo ao futuro", que terá o ponto culminante em junho de 2022.

Esse é um movimento que representa o respeito à história da Federação, homenageando os pioneiros e relembrando as dificuldades, costurando a linha do tempo com as conquistas, e também projetando o futuro, o amadurecimento da organização e seu encontro com a modernidade, simbolizado pelo alinhamento do trabalho e do capital na figura – em construção – da "Pirâmide do Cooperativismo" interligada ao "Edifício do Capital".

A recente criação da Holding RS Empreendimentos S.A., com a participação acionária de todas as Unimed do Estado, possibilitará investimentos em novos negócios, gerando novas receitas e agregando valor. É o começo de uma nova arrancada.

Conteúdo produzido pelo

para Anchieta

ANCHIETA/DIVULGAÇÃO/JC

## Anchieta investe em tradição e inovação em seus métodos de ensino

O Colégio Anchieta, uma obra da Companhia de Jesus, fundada por Santo Inácio de Loyola em 1540, trabalha para ser um centro inovador de aprendizagem integral e de excelência, que educa para a cidadania global. Em 2022, avançou ainda mais nesses objetivos, expandindo o aprendizado e a vivência do inglês com o Currículo Bilingue Integrado (CBI), que até 2023 deve atender todos os segmentos da instituição, e se aproximando ainda mais dos anchietas ao adotar os materiais digitais, entre eles livros interativos, EdTechs e Chrome-

books. Eles são utilizados no dia a dia de estudantes do 6º ano do Ensino Fundamental II até a 3ª série do Ensino Médio. "Estar em sincronia com as demandas do mundo, ofertando aos estudantes o que eles precisam, mas também o que desejam, é a nossa forma de contribuir para a formação de cidadãos competentes, conscientes, compassivos, criativos e comprometidos", diz o diretor-geral, padre Jorge Knapp.

O ensino integrado e integrador desenvolve as potencialidades de alunos e alunas nas dimensões cognitiva,

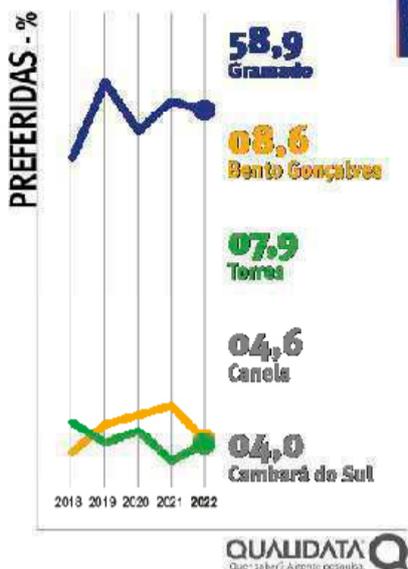


O colégio opera há 132 anos e se consolida na formação com excelência

socioemocional e espiritual-religiosa para que sejam cidadãos do mundo. É por isso que há 132 anos se consolida como uma referência em educação básica, contribuindo para a formação de pessoas e profissionais que fizeram e ainda fazem a diferença na sociedade.

O Marcas de Quem Decide, para o colégio, é uma importante forma de reconhecimento. "Conquistar a lembrança e a preferência por meio do Marcas mostra que a nossa forma de ensinar atinge e satisfaz diferentes setores da sociedade", salienta Knapp.

## DESTINO TURÍSTICO GAÚCHO



### Gramado ganha pontos na lembrança e mantém liderança absoluta

Consagrando-se como o destino turístico gaúcho mais lembrado pelos entrevistados, Gramado marca 71,5% nesta 24ª edição do **Marcas de Quem Decide**, pouco mais do que 66 pontos percentuais à frente da segunda colocada, Bento Gonçalves, que cai para 5,3%. Nesse quesito, Canela permanece em terceiro, com 4,6%, e Torres logo atrás, com 3,3%, ambas com índices me-

nores aos da edição anterior. Já na preferência, apesar de Gramado ter oscilado de 60,3% para 58,9%, permanece sendo o destino mais citado pelo público de gestores entrevistados. Bento Gonçalves, com diminuição para 8,6%, ocupa o segundo lugar também nesse quesito. A terceira posição, desta vez, fica com Torres, que soma 7,9% das indicações e supera Canela, com 4,6%.

## EMERGÊNCIAS MÉDICAS

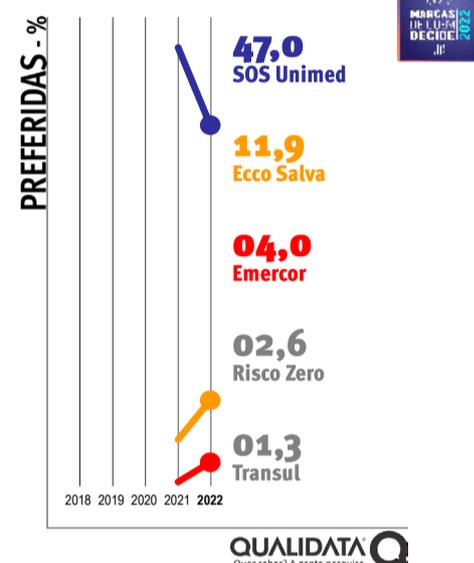
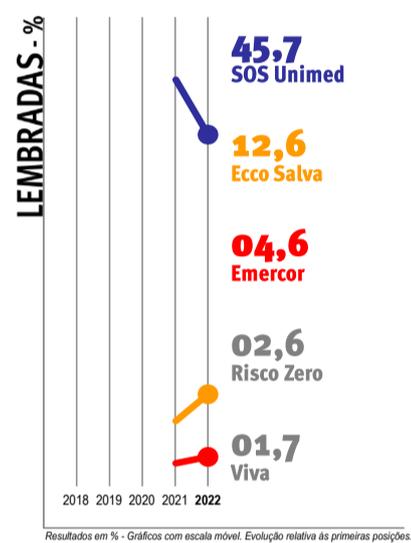
### SOS Unimed segue liderando

Este é o segundo ano consecutivo em que o setor de Emergências Médicas é avaliado. O novo levantamento feito pela Qualidata aponta que a SOS Unimed segue na frente e com confortável vantagem sobre as demais marcas citadas nesta edição. Os 45,7% na lembrança e 47,0% na preferência confirmam a sua posição de liderança absoluta.

Quem também mantém a posição é a Ecco Salva.

Salva. Lembrada por 12,6% dos gestores gaúchos questionados e citada como preferida de 11,9% deles, ocupa isoladamente o segundo lugar.

A Emercor, que antes dividia a terceira posição com a Viva, cresce nos dois lados da pesquisa e passa a ocupá-la sozinha, totalizando 4,3% na lembrança e 4,0% na preferência. Nesta edição, oito nomes foram citados pelo público entrevistado.



Estamos na mente das pessoas.  
E elas, no nosso coração.

Ser uma das imobiliárias mais lembradas e preferidas do **Marcas de Quem Decide** é um grande orgulho para a gente. Algo que nos alegra e nos motiva a seguirmos trabalhando com humildade e foco. Sabemos que este reconhecimento é fruto de um trabalho inspirado nas pessoas e desenvolvido por uma equipe engajada e comprometida. Nosso muito obrigado, de coração.

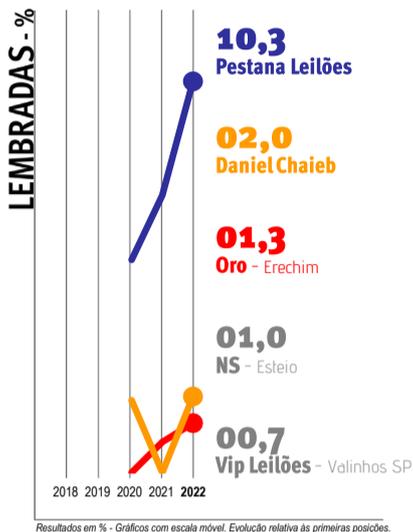


ADMINISTRAÇÃO DE CONDOMÍNIOS, ALUGUÉIS E VENDAS  
Esteio | Novo Hamburgo | Sapucaia do Sul | São Leopoldo | Porto Alegre



vilarica.com.br

## EMPRESA LEILOEIRA



## Pestana Leilões abre ainda mais vantagem e segue na frente

Empresa Leiloeira foi uma das novidades na edição de 2020 do projeto **Marcas de Quem Decide** e, desde lá, a Pestana vem liderando o setor. Nesse ano, apresenta outra vez um desempenho positivo e atinge 10,3% na lembrança e 8,9% na preferência.

O índice alcançado na lembrança é mais do que o dobro da soma de pontos de todas as outras marcas citadas. Na preferência, é supe-

rior à soma de todas elas.

Daniel Chaieb, que não figurou entre as mais lembradas e preferidas do público entrevistado na pesquisa anterior, volta a ter seus resultados projetados nos gráficos assim como no ano de inauguração do setor no projeto da Qualidata. Dessa vez, totaliza 2% das indicações em ambos os lados da pesquisa e passa a ocupar sozinho o segundo lugar.

## DROPS DE MARKETING

### Branding não é marketing e vice-versa

Branding e marketing são dois conceitos completamente diferentes, mas que devem ser trabalhados em conjunto para que o seu negócio seja diferenciado e obtenha resultados fora



Kaká é estrategista de branding, mentora, palestrante, professora e escritora

da curva, conforme Kaká Cerutti, estrategista de branding, mentora, palestrante, professora e escritora.

Branding significa gestão estratégica de marca. Nesse sentido, devem ser planejadas ações para promover a marca de modo a torná-la mais desejada, relevante e positiva na mente das pessoas. Envolve propósito, valores, causas, crenças, história, personalidade, tom de voz e elementos incópiáveis para tornar a marca única e especial para seus públicos de interesse.

Segundo a professora, marketing é o conjunto de estratégias, ferramentas e processos que têm por objetivo criar valor de um produto, serviço ou uma marca para o seu público-alvo usando os fundamentos do branding. Em resumo, o marketing gera vendas e o branding gera reconhecimento, reputação e lealdade.

Além disso, marcas precisam, estrategicamente, ter valores e significados bem definidos. Por que você faz o que faz através da sua marca? E o que a sua entrega pode representar para o cliente?

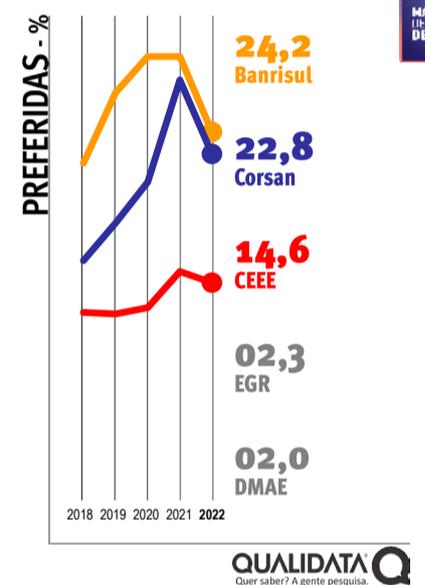
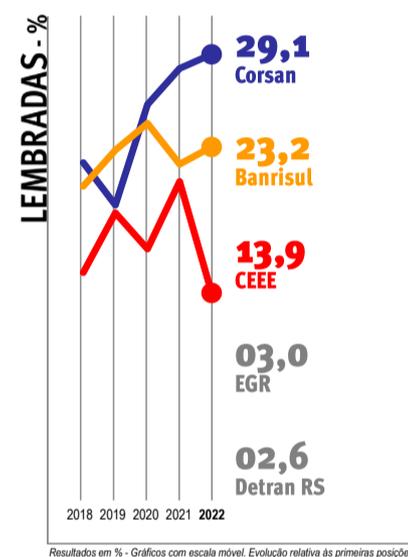
"Essas questões bem aprofundadas criam o posicionamento e ajudam a encontrar qual personalidade é mais adequada para gerar identificação com seus públicos. Tanto no online quanto no offline. É isso que vai permitir a conexão emocional e a criação de vínculos com o consumidor, que, além do produto, estará comprando também um valor", alerta Kaká.

## EMPRESA PÚBLICA GAÚCHA

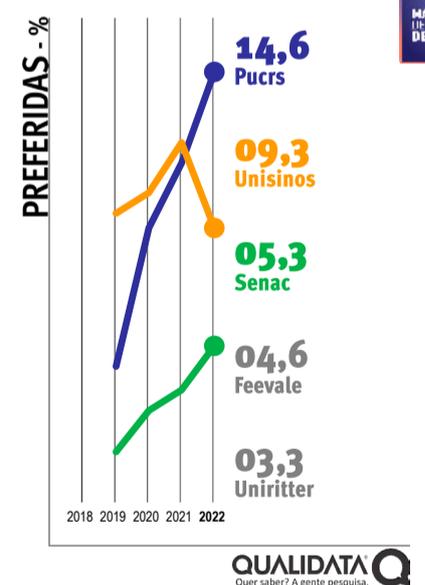
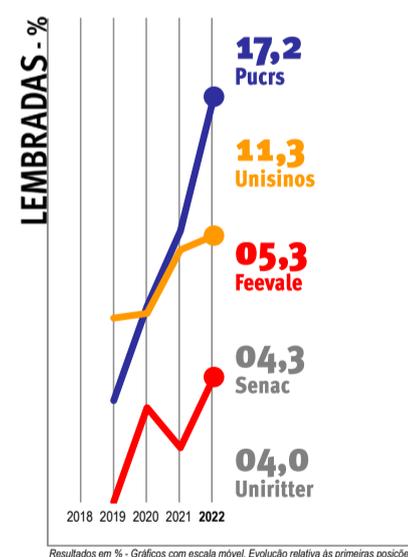
### Corsan e Banrisul andam lado a lado na liderança

Os novos resultados obtidos na pesquisa feita pela Qualidata mostram que os três primeiros lugares seguem ocupados pelas mesmas empresas pelo terceiro ano seguido nos dois quesitos. A Corsan cresceu quase 1 ponto percentual e manteve a liderança entre as mais lembradas (29,1%), seguida pelo Banrisul, que foi citado por 23,2% do público entrevistado, e por CEEE, por 13,9%.

Já na preferência, as três primeiras colocadas experimentaram oscilação. Quem permanece à frente é o Banrisul, que perdeu 4,8 pontos percentuais e passou de 29,0% para 24,2%. Atrás estão a Corsan, que foi de 27,5% para 22,8%, e a CEEE, de 15,3% para 14,6%. Ao todo, nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, foram citadas nove empresas no setor Empresa Pública Gaúcha.



## ENSINO A DISTÂNCIA



### Pucrs cresce na preferência e passa a ser líder do setor

Ensino a Distância (EaD) foi integrado no **Marcas** em 2019 e os resultados têm mostrado um crescimento continuado da Pucrs ano após ano. Dessa vez, o ganho de expressivos 5,7 pontos percentuais na lembrança, que elevou o índice para 17,2%, não só a deixou novamente no topo, como a distanciou da segunda colocada, a Unisinos, que somou 11,3%.

O destaque dessa edição é a alternância

das primeiras colocadas no quadro da preferência. Após dois anos na retaguarda da Unisinos, a Pucrs avançou de 11,5% para 14,6% e conquistou a liderança também nesse quesito. São 5,3 pontos percentuais que a separam da Unisinos, que recuou de 12,2% para 9,3% e ficou em segundo lugar. Feevale, na avaliação da lembrança, e Senac, na da preferência, dividem o terceiro lugar, cada uma com 5,3%.

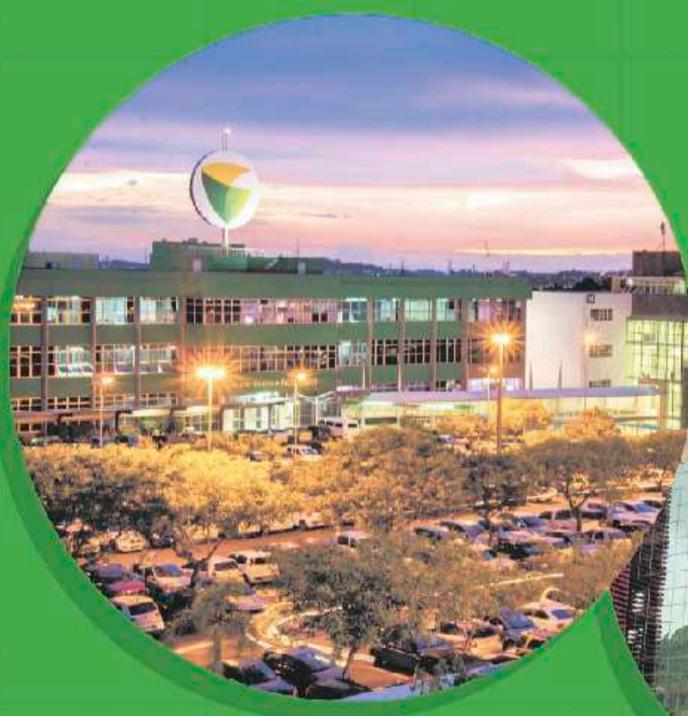


# Nossa meta é fazer a **diferença.**



A Universidade Feevale agradece a todos que lembraram da instituição na última pesquisa do **Marcas de Quem Decide**. Fomos **reconhecidos** e **preferidos** nas categorias **“Ensino a Distância - EaD”, “Ensino Superior Privado” e “Teatro”**.

Nosso compromisso é com a **inovação e transformação** da sociedade. Somos imensamente gratos pela lembrança e ficamos contentes que nosso trabalho esteja fazendo a diferença.





Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Manuir Mentges (Pucrs)



Inácio Reinehr (Anchieta) e André Roncatto, da Fecomércio-RS



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e José Paulo da Rosa (Senac)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Gilberto Porcello Petry (Fiergs)



Presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero, e Leonardo Lamachia (OAB-RS)



Presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero, e Francisco Schardong (Farsul)



Rafael Bicca Machado, da ADVB, e Sérgio Antônio Picolo (Barão)



Genaro Galli (ESPM) e o presidente da Federasul, Anderson Trautman Cardoso



Edson Ferronato (FGV) e o presidente da Federasul, Anderson Trautman Cardoso



GRUPO 6

ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
ENSINO MÉDIO  
ENSINO SUPERIOR PRIVADO  
ENSINO TÉCNICO

ENTIDADE EMPRESARIAL  
ENTIDADE JURÍDICA  
ENTIDADE RURAL  
ERVA-MATE  
ESCOLA DE NEGÓCIOS  
ESCRITÓRIO JURÍDICO



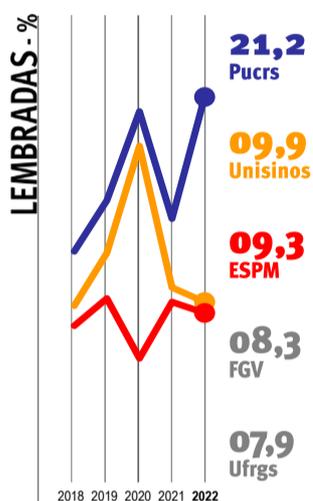
## ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO

### Pucrs recupera pontos e volta ao topo

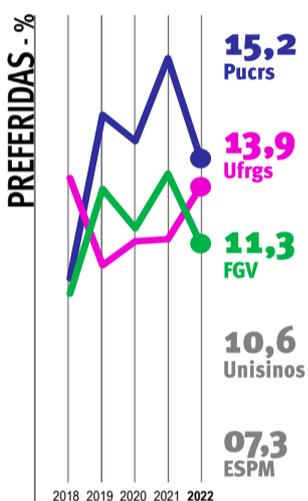
Competindo com outros 26 nomes que foram lembrados e 23 que foram apontados como preferidos, a Pucrs volta a ocupar o primeiro lugar nos dois lados da pesquisa, como em 2019. Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, a Pucrs teve um ganho de 6,7 pontos percentuais na lembrança e atingiu a marca de 21,2%, mais do que o dobro da pontuação conquistada pela

segunda colocada, Unisinos, com 9,9%.

Esse resultado descaracteriza o empate que vinha acontecendo nos últimos anos e deixa a Pucrs na liderança isolada. Já na preferência, o desempenho da Pucrs sofreu um decréscimo de 4,6 pontos percentuais, de 19,8% para 15,2%. Ainda assim, permanece na frente, seguida pela Ufrgs, com 13,9%, e pela FGV, com 11,3%.

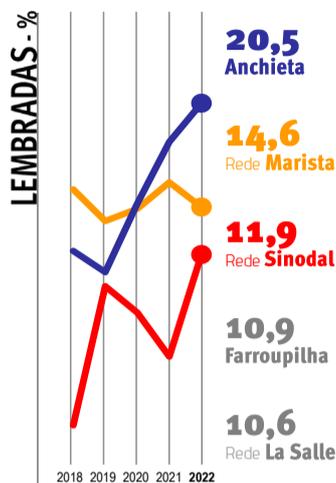


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## ENSINO MÉDIO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Anchieta desempata na preferência e continua em primeiro lugar

Os novos resultados trazidos revelam a mesma ordem de classificação das cinco primeiras colocadas nos dois quesitos: Colégio Anchieta, Rede Marista, Rede Sinodal, Colégio Farroupilha e Rede La Salle. O Colégio Anchieta, pelo segundo ano consecutivo, está no topo das instituições de Ensino Médio mais lembradas e preferidas pelo público ouvido, com respectivos 20,5%, e 16,6%.

Igualmente pela segunda vez, a Rede Marista ocupa a vice-liderança nos dois lados. Com 1 décimo de ponto percentual a mais do que no ano passado, totaliza 14,6% na lembrança. Na preferência, repete os 14,2%. O terceiro lugar fica com a Rede Sinodal, que praticamente dobra suas indicações na lembrança, passando para 11,9%, e sobe para 13,9% na preferência.



O Colégio Farroupilha valoriza as características de cada um e, a partir de sua proposta pedagógica, incentiva os estudantes a alcançarem seus potenciais ao máximo, pois entende que todos, ao empreenderem os seus projetos de vida, estão, também, (re)criando o mundo em que vivemos.

Conheça iniciativas Da Escola para o Mundo, empreendidas por estudantes e ex-alunos.



## ENSINO SUPERIOR PRIVADO

### Pucrs amplia vantagem e está na frente mais uma vez

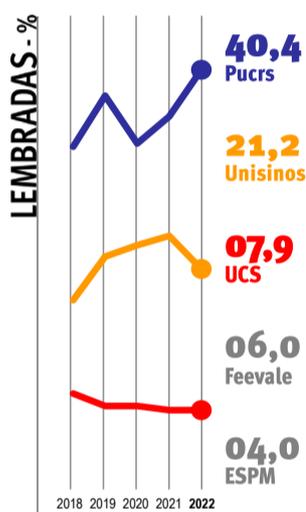
O novo levantamento feito pela Qualidata nesta edição mostra que a Pucrs apresentou um crescimento maior na lembrança quando comparado ao anterior, passando de 35,9% para 40,4%.

Agora, a vantagem sobre a segunda colocada, Unisinos, que oscilou de 24,4% para 21,2%, é superior a 19 pontos percentuais.

Na preferência, o desempenho apresenta-

do pela Pucrs foi ainda melhor: são sete pontos percentuais superiores à última edição, o que reúne agora o montante de 39,1% dos votos recebidos pelos gestores gaúchos entrevistados.

A Unisinos segue na segunda posição também neste quesito, alcançando o índice de 23,8%. UCS, com 7,9% na lembrança, e ESPM, com 6,0% na preferência, dividem o terceiro lugar do setor.

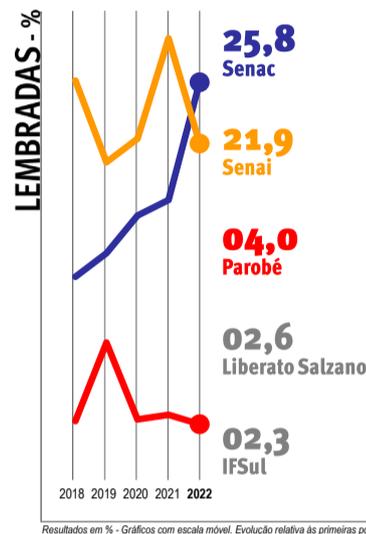


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

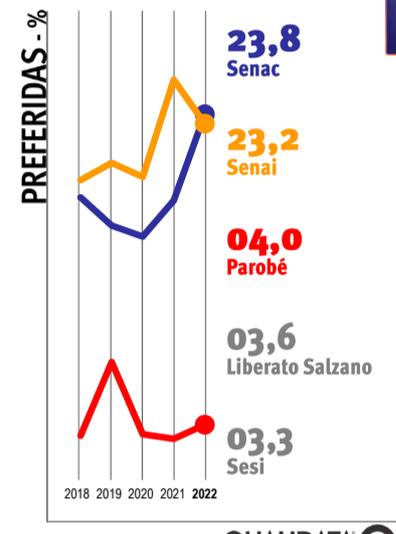


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## ENSINO TÉCNICO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Invertidas as posições entre Senac e Senai

Depois de cinco anos na dianteira nos dois lados das pesquisas realizadas pela Qualidata para o **Marcas de Quem Decide**, o Senai é ultrapassado numericamente pelo Senac nesta 24ª edição do projeto.

Os resultados revelam que, do ano passado para este, o Senai decaiu 6,7 pontos percentuais na lembrança, passando de 28,6% para 21,9%, e 2,2 pontos percentuais na preferência, de 26,0% para 23,2%.

Em contrapartida, o Senac prosperou nos dois quesitos, subindo para 25,8% na lembrança e 23,8% na preferência.

Apesar da alternância das posições, as marcas estão empatadas tecnicamente nos dois lados da pesquisa.

O terceiro lugar agora é ocupado pela escola Parobé, que somou 4,0% tanto na lembrança quanto na preferência do levantamento divulgado em 2022.

## Melnick como agente da transformação

A Melnick, uma das maiores construtoras e incorporadoras do Rio Grande do Sul, vem sendo uma protagonista da transformação de Porto Alegre, a partir de uma série de iniciativas e investimentos na cidade. Há mais de 50 anos, a empresa nasceu e está conectada com a capital gaúcha, sempre levando seu propósito de promover mais qualidade de vida e fortalecer a relação das pessoas com os espaços urbanos.

Onde tem Melnick, tem ruas melhores. A cada novo lançamento, a construtora mantém um zelo especial com toda a região e a comunidade, viabilizando a pavimentação de vias, a revitalização de praças e parques, entre outras iniciativas de contrapar-

tidas em favor dos espaços públicos de convivência. Neste sentido, também chamam a atenção as operações pop up da Melnick, que contam com parques gastronômicos em funcionamento durante o avançar das etapas do projeto – hoje, os porto-alegrenses podem desfrutar de ambientes como o Nilo Square Garden, a Alameda Repùblica e o Pátio.

“Esse é um sentimento que inspira a Melnick a surpreender em tudo que faz. Isso ganha forma em empreendimentos únicos como o Ponta da Figueira, com o seu canal de acesso direto ao Guaíba, e o Pontal, que vai reaproximar ainda mais a população da Orla. Na personalidade do Casavista. Na sofisticação do Teená. Na



O Pontal deve reaproximar ainda mais a população gaúcha da orla do Guaíba

modernidade do Carlos Gomes Square. Na exclusividade do Arte Country Club. Na proposta inovadora do Nilo Square. Em cada projeto, evidenciamos essa compreensão de que a Melnick entrega muito mais do que morar”, afirma Marcelo Guedes, Vice-presidente de Operações (COO) da

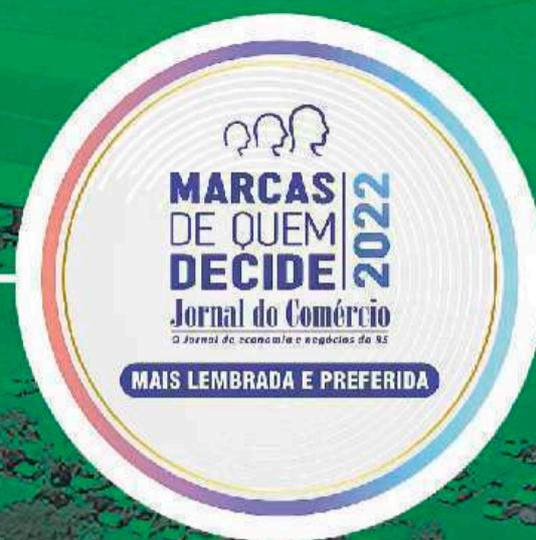
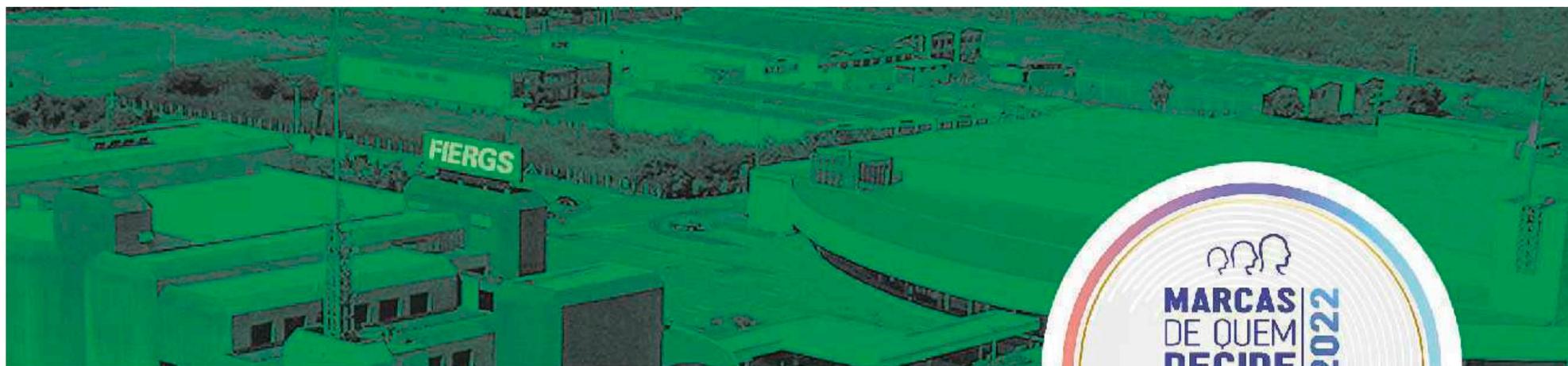
Melnick. Para agregar valor à Capital, a construtora já entregou mais de 2 km de ruas pavimentadas e mais de 9 km de ciclovias para a cidade. Além disso, a empresa se conecta com a história e a cultura de Porto Alegre ao revitalizar monumentos como a Fonte Talavera de La Reina.

Conteúdo produzido pelo

**Núcleo-i**  
Conteúdo multimídia patrocinado

para Melnick

MELNICK/DIVULGAÇÃO/JC



# O Sistema FIERGS presente na vida dos gaúchos.

A **FIERGS**, o **SESI** e o **SENAI** estão novamente entre as marcas mais lembradas e preferidas em quatro categorias da pesquisa Marcas de Quem Decide, do Jornal do Comércio.

A **Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul - FIERGS** - promove e defende os interesses da indústria gaúcha, trazendo mais desenvolvimento ao nosso Estado e lidera a lembrança e preferência de gestores e empresários há 15 anos consecutivos nesta categoria.

Trabalhando na valorização da cultura e bem-estar, o **SESI** - em conjunto com o Centro de Eventos FIERGS - foi destaque entre as marcas mais lembradas e preferidas na categoria Teatro, um espaço para o universo artístico e cultural que está completando 25 anos.

Reconhecida como uma das marcas mais lembradas e preferidas na categoria Apoio ao Empreendedor e Ensino Técnico, o **SENAI** investe na capacitação do trabalhador da indústria e do empreendedor, através da educação qualificada para o trabalho e a cidadania.

Reafirmamos o nosso compromisso com a valorização do setor Industrial, a qualificação profissional e o desenvolvimento da sociedade.

**FIERGS**

[fiergs.org.br](http://fiergs.org.br)

**SESI**

[sesirs.org.br](http://sesirs.org.br)

**SENAI**

[senairs.org.br](http://senairs.org.br)

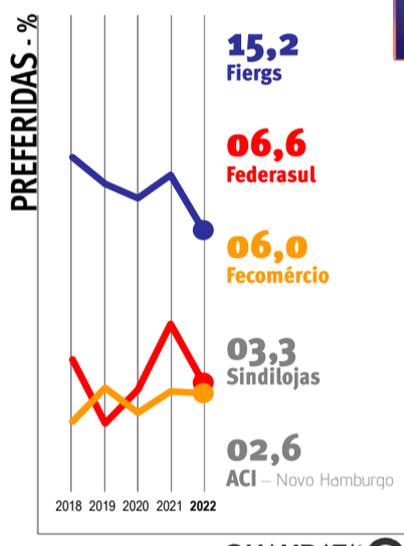
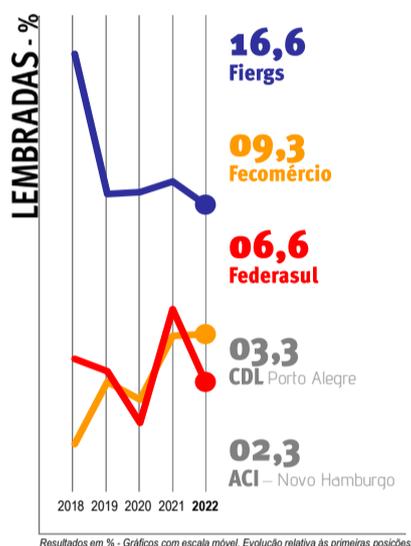
## ENTIDADE EMPRESARIAL

### Fiergs segue liderando com folga

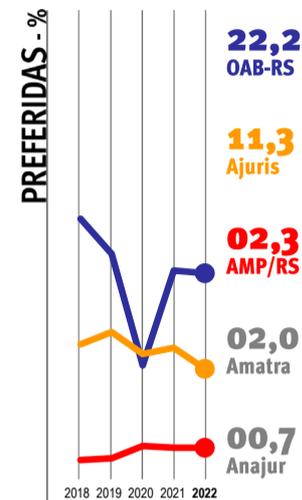
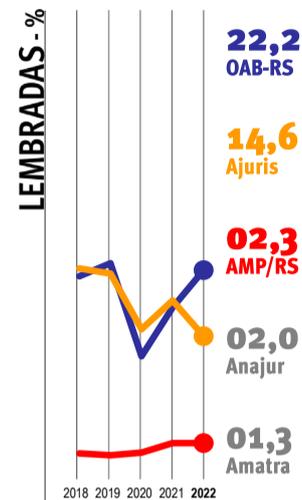
Os últimos resultados da pesquisa realizada pela Qualidata mostram a liderança da Fiergs reforçada mais uma vez. Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, soma 16,6% na lembrança e 15,2% na preferência. A Fecomércio vem em segundo lugar dentre as marcas mais lembradas, com 9,3% das indicações, e a Federasul em terceiro, com 6,6%. Desde 2019, as duas marcas vêm alternando

entre segunda e terceira posições regularmente no lado da lembrança e mantendo o empate técnico.

Na preferência, a ordem de classificação das três primeiras colocadas segue estável pelo terceiro ano seguido. Atrás da Fiergs, com menos da metade da pontuação alcançada por ela, estão Federasul, com 6,6%, e Fecomércio, com 6,0%, respectivamente, em segundo e terceiro lugares.



## ENTIDADE JURÍDICA



### OAB-RS recupera primeiro lugar na lembrança e ganha mais fôlego na preferência

Ajuris e OAB-RS vêm travando uma disputa acirrada pela liderança do quesito desde 2018, quando a Ajuris não só dobrou a pontuação na lembrança em relação ao ano anterior, como ultrapassou a até então líder isolada OAB-RS.

Na edição passada da pesquisa da Qualidata, as entidades empataram tecnicamente, mas a Ajuris levou a vantagem numérica. Agora, os novos resultados mostram que a OAB-RS volta à lideran-

ça com 22,2% na lembrança e abre vantagem de 7,6 pontos percentuais em relação à Ajuris, que marca 14,6% e ocupa a segunda posição.

A recuperação na preferência vista no levantamento anterior foi mantida pela OAB-RS, que atingiu 22,2% nesta 24ª edição do projeto Marcas de Quem Decide. São praticamente 10 pontos percentuais à frente da Ajuris, segunda colocada com 11,3%.

# SEU RECONHECIMENTO NOS FAZ MAIS FORTES

Ao fazer parte da ACI, nossos associados têm à disposição diversos produtos, soluções técnicas e apoio institucional para fortalecer sua presença no mercado. O resultado desse trabalho nos faz uma das **entidades mais lembradas e preferidas do estado na categoria Entidade Empresarial**, segundo a pesquisa Marcas de Quem Decide. É o reconhecimento do ecossistema empreendedor que cresce junto e se torna mais forte.

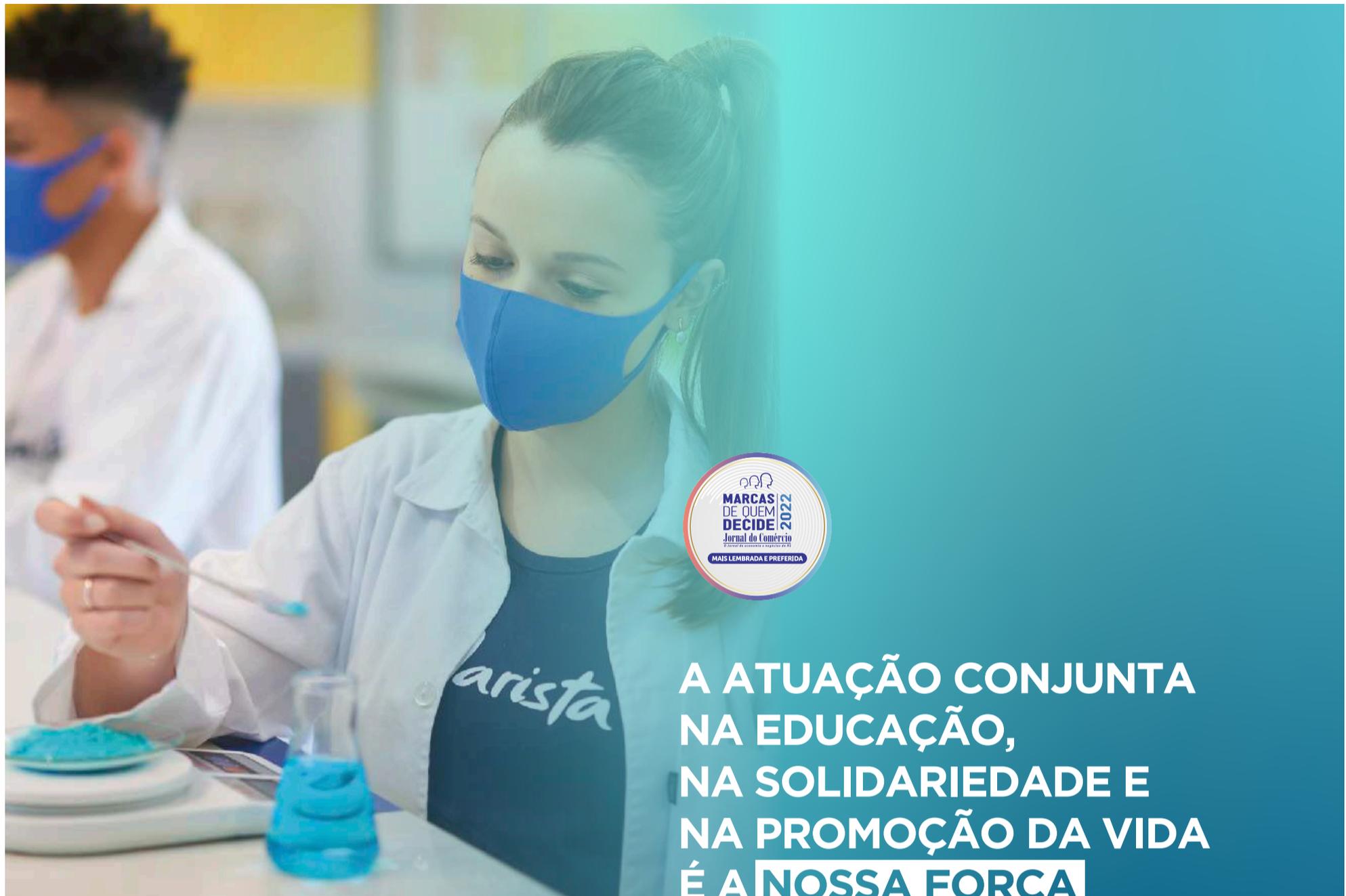
 MARCAS DE QUEM DECIDE 2022  
 Jornal do Comércio  
 O Jornal de economia e negócios do RS

ACI

NOVO HAMBURGO  
CAMPO BOM  
ESTÂNCIA VELHA



VEM SER MAIS FORTE AO NOSSO LADO. FAÇA PARTE.



## A ATUAÇÃO CONJUNTA NA EDUCAÇÃO, NA SOLIDARIEDADE E NA PROMOÇÃO DA VIDA É A **NOSSA FORÇA**



Por mais um ano, a Rede Marista é destaque no **Marcas de Quem Decide**. A liderança em diversas categorias é fruto da dedicação de centenas de educadores/as e profissionais de diversas áreas, **comprometidos com a vida e com a missão que nos une.**

**Colégios da Rede Marista:** entre as marcas mais lembradas e preferidas na categoria **Ensino Médio**.

**PUCRS:** líder na lembrança e preferência nas categorias **Ensino Superior Privado, Ensino de pós-graduação e Ensino EAD**.

**PUCRS:** entre as cinco marcas mais lembradas e preferidas na categoria **apoio ao empreendedor**.



**PUCRS**



## ENTIDADE RURAL

### Liderança isolada da Farsul é mantida no patamar de 25%

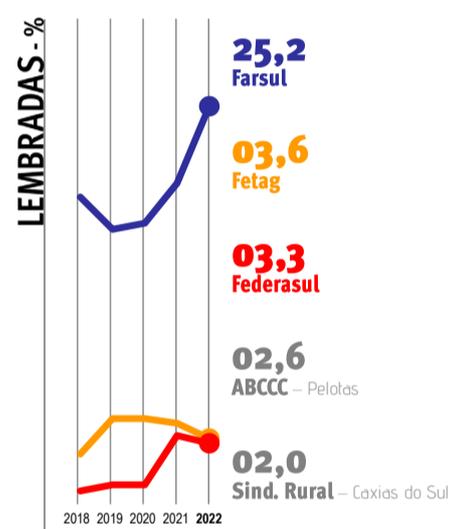
Líder isolada desde a inclusão do setor no projeto **Marcas de Quem Decide**, em 2016, a Farsul alcança a sua maior pontuação na evolução histórica das pesquisas realizadas pela Qualidata.

Subiu para 25,2% na avaliação da lembrança e foi definida como preferida por 25,8% dos gestores gaúchos entrevistados. Esses índices representam mais do que a soma de todos os outros nomes citados nesta 24ª edição.

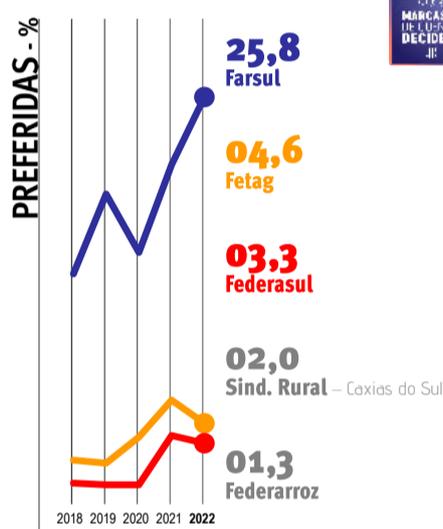
As demais entidades mantêm o empate técnico nos dois lados. Numericamente, a Fetag segue ocupando a segunda posição na lembrança, com 3,6%, e na preferência, com 4,6%.

Também não houve alteração quanto ao terceiro lugar, que continua com a Federasul, agora com 3,3% nos dois quesitos.

Ao todo, 13 marcas foram lembradas e oito foram citadas como preferidas pelo público ouvido.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## DROPS DE MARKETING

### Erros comuns das marcas na hora de comunicar

Camila Dilélio, diretora da Comunica Mais, considera que muitas organizações cometem erros na hora de montar suas estratégias de comunicação. Alguns bem comuns, como o desejo de marcar presença no digital sem possuir uma estratégia adequada. Ou buscar presença na mídia tradicional sem ter um produto ou uma história que tenham conexão com os públicos que acessam esses meios de comunicação.

Segundo Camila, há empresas que investem em campanhas publicitárias desnecessárias e outras não fazem pesquisa e, conseqüentemente, não conhecem seus públicos. Todos esses passos são importantes para que uma marca acerte na hora de comunicar, falar com seus parceiros, públicos e consumidores.

"Tenha clareza sobre seu mercado de atuação e quem são seus públicos. Se você atua em uma organização consolidada, que conhece seus públicos, sabe onde eles estão, por onde se comunicam, quais canais preferem, quais os seus perfis, você deve utilizar essas informações a favor do seu negócio em sua estratégia de comunicação. Caso você não tenha esses dados, investir em pesquisa é fundamental", ensina.

Ao entender quais são seus públicos e o motivo da preferência deles, fica mais fácil construir



LISA ROOS/DIVULGAÇÃO/JC

Camila Dilélio é cofundadora da Comunica Mais Assessoria

uma narrativa que se conecte com as pessoas que consomem de sua marca. "É claro que seu atendimento, agilidade na entrega, história, reputação somam a favor ou contra a sua empresa. Para o consumidor, você é uma marca só, independente de quantos canais atua. Mas uma boa história, que transmita verdade e tenha conexão com o perfil do cliente, é um grande ponto extra", analisa Camila.

CASSIUS SOUZA/DIVULGAÇÃO/JC

## OPINIÃO

### Qual o varejo que queremos? Precisamos saber ouvir com empatia



Arcione Piva  
Presidente do Sindilojas Porto Alegre

Presidir uma entidade como o Sindilojas Porto Alegre, com a relevância conquistada nos últimos anos, traz consigo o peso de grandes responsabilidades, e sempre tive plena consciência disso. Quando assumi o cargo, neste mês de abril, me propus a seguir ouvindo os lojistas, a apoiá-los em suas demandas, mas também assumi o compromisso de atender às questões que chegam a nós através de quem está do outro lado do balcão de nossas lojas, que são os nossos clientes.

Pois entendo que lidar com comércio seja isso: ouvir com empatia, se empenhar para resolver os anseios e desejos de quem nos procura, ainda que nem sempre em nossos negó-

cios consigamos oferecer a solução.

Como parte do suporte dado aos varejistas e suas equipes nessa jornada, o Sindilojas Porto Alegre conta com um Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento. A área, que existe desde 2016 e é um grande diferencial para uma entidade empresarial, fornece conteúdos e informações sobre o consumidor e o mercado em geral, a partir de uma variedade de assuntos, os quais devemos estar sempre atentos.

No mês passado, por meio do núcleo, divulgamos uma pesquisa que retrata a percepção dos consumidores em relação ao varejo da Capital.

E como em todo processo de

melhoria, ficar diante das nossas fraquezas gera grande desconforto.

Mas o fato é que esse sentimento deve ser encarado por nós como uma alavanca para desenvolvermos novas ações.

Nesta sondagem, o fator atendimento foi citado pela maioria das pessoas, 59%, o principal ponto de atenção em nosso comércio.

Em pleno 2022, defendo que todo empresário precisa saber utilizar dados a seu favor. Temos, hoje, uma gama enorme de recursos, que propiciam a implementação das adequações necessárias em nossos negócios a partir das informações obtidas. Acredito, também, que precisamos encarar temas como inova-

ção e capacitação parte de um movimento contínuo e que, para isso, darmos o exemplo aos nossos colaboradores e incentivá-los a estarem em constante busca por aprendizado é fundamental. De nada adianta contratarmos as tecnologias mais avançadas, os melhores equipamentos, falarmos em metaverso e novas formas de venda se não ajudarmos a desenvolver quem está em contato direto com o cliente.

Portanto, deixo aqui minha provocação e convite para que cada varejista faça a sua parte, buscando estar ao lado de quem pode lhe auxiliar. Vamos, juntos, construir o varejo que queremos, que nossos consumidores querem e que a nossa cidade merece.



O mate  
que marca na  
*lembrança e  
preferência*  
dos gaúchos.



1º lugar marca mais lembrada e preferida

Todos os dias nós misturamos tradição e qualidade para entregar a você o verdadeiro chimarrão. Hoje ele chega com um gosto especial, o de ser a marca mais lembrada e preferida entre os gaúchos.

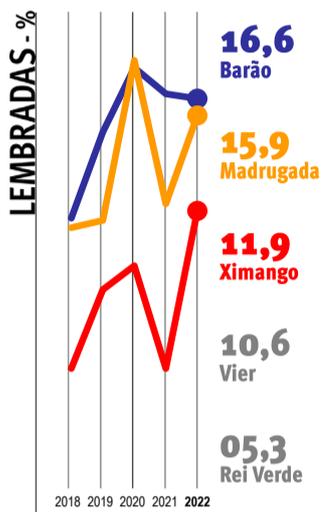
É com satisfação que entramos nessa roda mais uma vez!  
*Muito obrigado por ter sempre o mate na mão e a Barão no coração!*

Conheça também  
nossa linha  
de chás

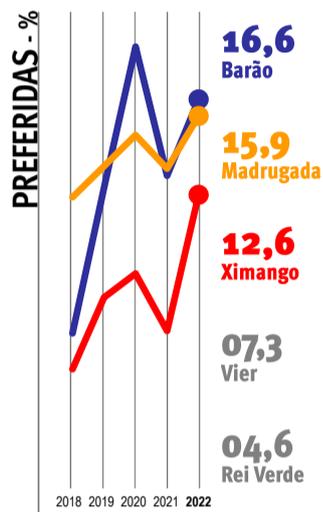


[baraoervamate.com.br](http://baraoervamate.com.br)

## ERVA-MATE



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Barão agora é também a preferida

Desde 2019, as marcas Barão e Madruga vêm disputando a liderança do setor e alterando suas posições.

Desta vez, a vantagem ficou com a Barão, que atingiu 16,6% tanto na lembrança quanto na preferência. São 0,7 ponto percentual à frente da Madruga, que também marcou a mesma pontuação em ambos os quesitos: 15,9%.

Em comparação com o ano anterior, a pesquisa realizada pela Qualidata mostra que a Madruga reduziu a distância da líder no que-

sito lembrança e, agora, as marcas estão empatadas tecnicamente.

Na preferência, o empate técnico acontece pelo quarto ano seguido.

Destaque para a Ximango, que passou a ocupar o terceiro lugar nos dois lados da pesquisa.

Na lembrança, mais do que dobrou a pontuação, passando de 5,3% para 11,9%. Na preferência, subiu 5,7 pontos percentuais, de 6,9% para 12,6%.

www.ximango.com.br  
@ervateira\_ximango  
XimangoErvaMate

## ESCOLA DE NEGÓCIOS

### ESPM e FGV voltam a dividir liderança

Após três anos de crescimento contínuo nas pesquisas realizadas pela Qualidata, a ESPM volta a oscilar nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

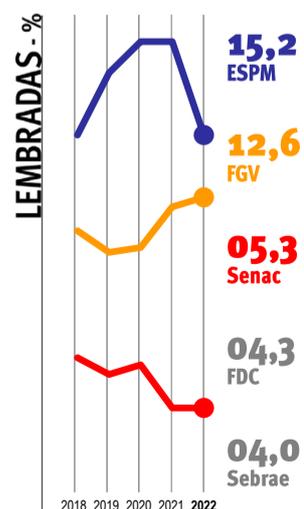
Curvou para 15,2% na avaliação da lembrança, mas segue numericamente na frente da FGV, que marcou 12,6%.

Já na preferência, a manutenção do índice da FGV na casa dos 13 pontos percentuais (13,9%) e a perda de mais de 3 pontos percentuais sofrida pela ESPM, agora com 13,2%, resultou novamente na inversão das posições.

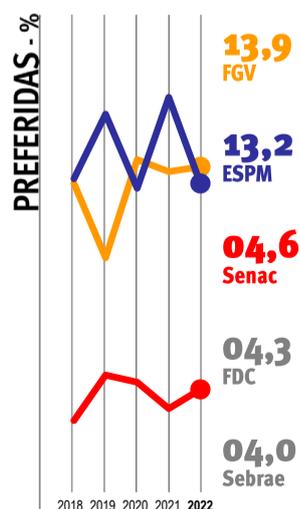
A FGV está numericamente à frente da ESPM e ocupa o primeiro lugar na preferência dos gaúchos.

O Senac ganhou pontos e passou à terceira colocação nos dois lados da pesquisa, com 5,3% na lembrança e 4,6% na preferência.

Um total de 11 marcas foram citadas pelos gestores gaúchos ouvidos nesta edição.

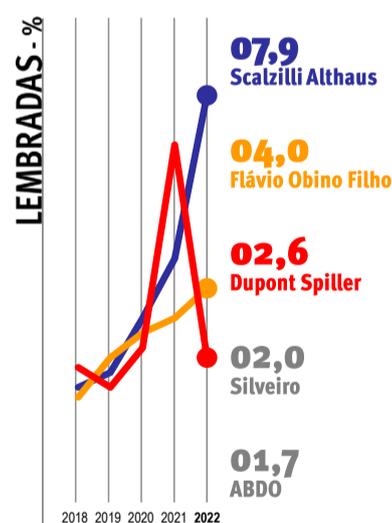


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

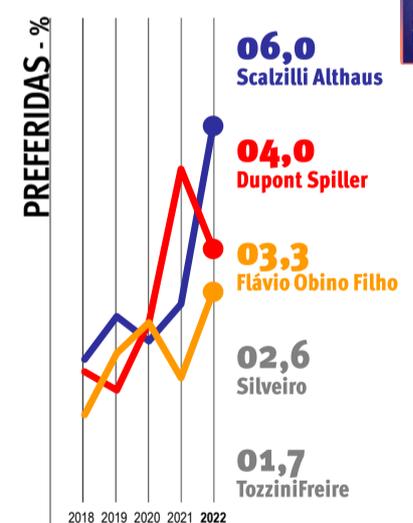


QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## ESCRITÓRIO JURÍDICO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Scalzilli Althaus sozinho na liderança pela primeira vez

Escritório Jurídico é um dos setores mais recentes do projeto **Marcas de Quem Decide** e está dentre os que mais variaram resultados ao longo da participação. Incluído nas pesquisas da Qualidata em 2017, nunca apresentou uma liderança repetida de um ano para outro na avaliação da lembrança, ainda que os números tenham sido sempre muito próximos entre as primeiras colocadas.

Scalzilli Althaus, em segundo lugar na pesqui-

sa anterior, ganhou pontos e ocupa agora o primeiro na lembrança com 7,9%, seguida de Flávio Obino Filho, que totalizou 4,0% das indicações e subiu do quarto para o segundo lugar.

Scalzilli Althaus avançou significativamente também na avaliação da preferência deste ano. Com 6,0% das indicações, o escritório volta à primeira colocação dentre os escritórios jurídicos preferidos, assim como aconteceu em 2018 e 2019.



# JUNTOS PARA CRESCER

AS TRANSFORMAÇÕES NA ECONOMIA E NO COMPORTAMENTO DA SOCIEDADE NOS DESAFIAM TODOS OS DIAS.

E O TAMANHO É PROPORCIONAL À VONTADE QUE TEMOS DE SUPERÁ-LO.

EM 95 ANOS DE HISTÓRIA, A FEDERASUL CAMINHOU AO LADO DO EMPREENDEDOR GAÚCHO. AGORA, NÃO SERÁ DIFERENTE. SEGUIMOS JUNTO CONTIGO. JUNTOS, PARA CRESCER!

Estamos entre as 5 marcas Mais Lembradas e Preferidas nas categorias:

**Apoio ao Empreendedor, Entidade Empresarial e Entidade Rural**



**FEDERASUL**  
POR FUTUROS INOVADORES



LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC



Presidente Federasul, Anderson Cardoso, e Alan Buzin (Salton)

LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC



Presidente Federasul, Anderson Cardoso, e Oscar Ló (Garibaldi)

LUIZA PRADO/JC



Deputado estadual Ernani Polo e Adriana Terres Angar (Marcopolo)

CARLOS CHAVES/JC



Juliano Bragatto Abadie, do CRC-RS, e Cristiano Miguel (Orquídea)

LUIZA PRADO/JC



Júlio Mottin Neto (Panvel) e o presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero

LUIZA PRADO/JC



Presidente do CIEE, Marivaldo Tumelero, e Clovis Gusso (Tramontina)

LUIZA PRADO/JC



Prefeito em exercício, Ricardo Gomes, e Cláudio Guenther (Stihl)

CARLOS CHAVES/JC



Presidente da CDL Poa, Irio Piva, e Ary Bortolotto (Angelus)

LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC



Presidente Federasul, Anderson Cardoso, e Mohamed Parrini (Moinhos)

CARLOS CHAVES/JC



Juliano Bragatto Abadie, do CRC-RS, e Ingo Voelcker (Auxiliadora Predial)



GRUPO 7

ESPUMANTE  
FÁBRICA DE ÔNIBUS  
FARINHA DE TRIGO  
FARMÁCIA  
FERRAMENTA MANUAL  
FERRAMENTA MOTORIZADA

FUNERÁRIA  
HOSPITAL  
HOTEL

IMOBILIÁRIA  
IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS



Depois de ser eleito  
**O MELHOR  
 ESPUMANTE  
 DO CONE SUL**

com nosso Moscatel, veio a  
 confirmação, os espumantes  
 Garibaldi estão no coração  
 dos gaúchos.

**MARCAS  
 DE QUEM DECIDE  
 JUNHO 2022**

**PREFERIDA**

Pelo 3º ano  
 consecutivo,  
 A MARCA DE  
 ESPUMANTES  
 PREFERIDA DOS  
 GAÚCHOS.

**GARIBALDI**  
 COOPERATIVA VINÍCOLA



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

APRECIE COM MODERAÇÃO



## ESPUMANTE

### Salton e Garibaldi mantêm divisão da liderança

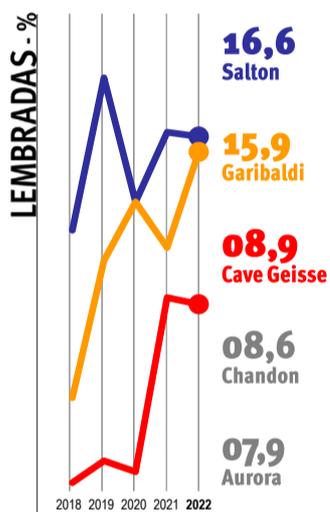
Com praticamente os mesmos índices apresentados na pesquisa anterior da Qualidata, realizada em 2021, Salton continua sendo a marca de Espumante mais lembrada pelo público entrevistado. A marca Garibaldi segue sendo a preferida.

Enquanto Salton mantém as indicações no patamar de 16 pontos percentuais na avaliação da lembrança (16,6%), Garibaldi ganha 4,4 e encosta na líder, com 15,9% das indicações dos entrevistados.

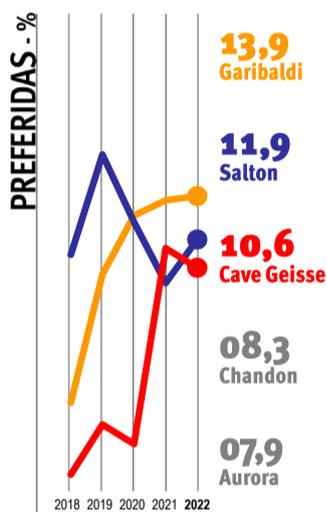
No lado da preferência, Garibaldi é quem permanece na média passada, com pontuação de 13,9%, e sustenta a liderança. Salton sobe de 9,9% para 11,9% e assume a segunda posição.

O terceiro lugar é ocupado pela Cave Geisse, com 8,9% na lembrança e 10,6% na preferência.

Ao todo, 19 marcas foram citadas pelo público entrevistado nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## FARINHA DE TRIGO

### Orquídea fica na frente em estreia de setor

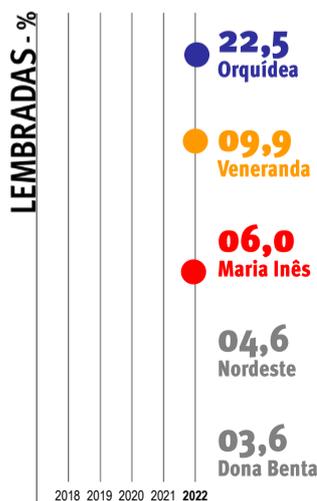
Farinha de Trigo é outra novidade que passa a integrar os setores analisados pelo projeto **Marcas de Quem Decide** nesta 24ª edição. Os primeiros números levantados na pesquisa da Qualidata mostram a Orquídea na liderança isolada, representando a lembrança de 22,5% do público entrevistado e refletindo a preferência de 23,2% dele.

Mais de 12 pontos percentuais atrás da líder,

Veneranda, lembrada por 9,9% e preferida por 9,3%, ocupa a segunda posição.

O terceiro lugar é dividido por duas marcas que receberam, cada uma, 6,0% das indicações: Maria Inês, na lembrança, e Nordeste, na preferência.

Nesta primeira participação do setor de Farinha de Trigo, 11 marcas foram referidas pelos gestores gaúchos ouvidos.

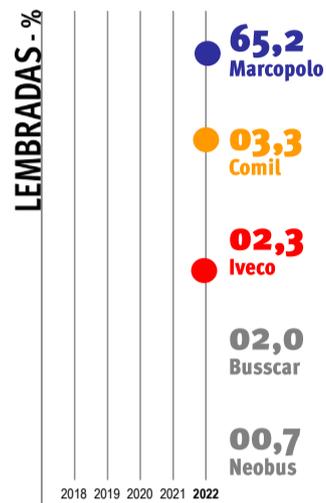


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

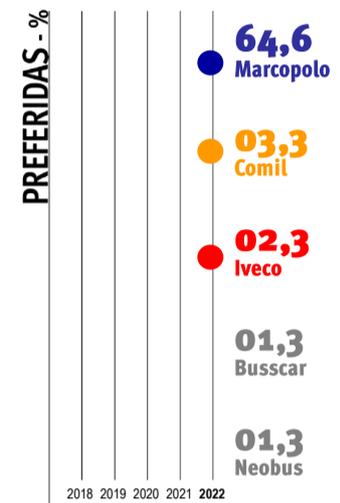


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## FÁBRICA DE ÔNIBUS



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Setor retorna à pesquisa e Marcopolo segue dominando

Depois de um intervalo de seis edições, este é um setor que volta a ser avaliado pelo projeto **Marcas de Quem Decide**. E os novos resultados obtidos pela pesquisa da Qualidata revelam que a Marcopolo segue na liderança absoluta e isolada, marcando 65,2% na lembrança e 64,6% na preferência da categoria Fábrica de Ônibus.

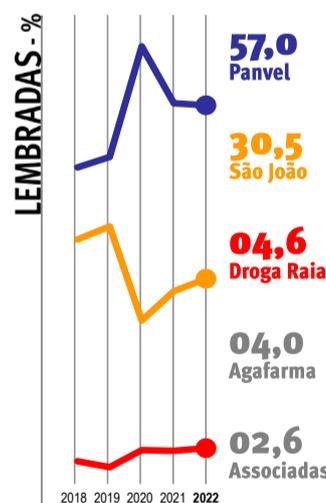
Essas pontuações são mais de sete vezes superiores ao total da soma de todas as outras marcas lembradas e preferidas pelo público en-

trevistado, o que mantém a Marcopolo no seletivo grupo de marcas dominantes identificadas neste levantamento.

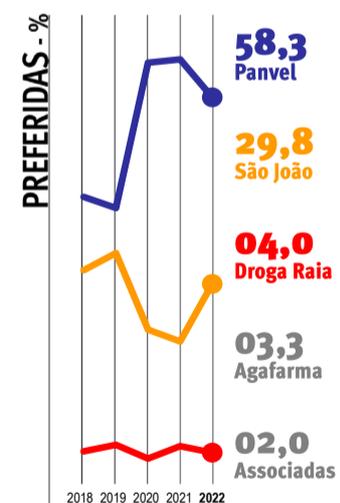
Comil e Iveco ocupam, respectivamente, segunda e terceira colocações nos dois lados da pesquisa, cada uma com pontuação idêntica na lembrança e na preferência: Comil com 3,3% e Iveco com 2,3%.

Os gestores gaúchos ouvidos citaram um total de cinco marcas de Fábrica de Ônibus.

## FARMÁCIA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Panvel mantém posição como marca dominante

A Panvel marca 57,0% na lembrança e 58,3% na preferência nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, ficando mais uma vez à frente do setor com considerável folga entre os demais citados.

A referência feita por mais da metade do público entrevistado e a pontuação superior à soma de todas as outras marcas citadas nos dois lados da pesquisa dão à Panvel um lugar

entre as marcas dominantes da pesquisa da Qualidata pelo segundo ano consecutivo.

Com expressiva distância tanto da líder, de 26,5 pontos percentuais, quanto da terceira colocada, de 25,8 pontos percentuais, a São João ocupa sozinha o segundo lugar, com 30,5% das indicações na lembrança e 29,8% na preferência.

Droga Raia, na terceira posição, totaliza 4,6% na lembrança e 4,0% na preferência.

# REDE DE FARMÁCIAS SÃO JOÃO, ENTRE AS MARCAS MAIS LEMBRADAS E PREFERIDAS DOS GAÚCHOS

*Todo trabalho incansável vale a pena e esse reconhecimento da população gaúcha mostra, novamente, que estamos no caminho certo. Comemoramos com muito orgulho, alegria e dedicamos essa conquista a cada cliente que acredita, confia e impulsiona o crescimento da Rede de Farmácias São João, ano após ano.*

***Nosso propósito é fazer, cada vez mais, a diferença na vida das pessoas!***

*Agradecemos ao Jornal do Comércio e Qualidata pela tradicional iniciativa de medir o valor da nossa marca junto aos consumidores.*



LEVE A  
SÃO JOÃO  
COM VOCÊ!



BAIXE O  
APP

@farmaciassaojoao

<https://www.saojoaofarmacias.com.br>



FARMÁCIAS  
**São João**  
CUIDAR DA SUA SAÚDE É NOSSA MISSÃO.



## FERRAMENTA MANUAL

### Tramontina segue na dianteira com folga

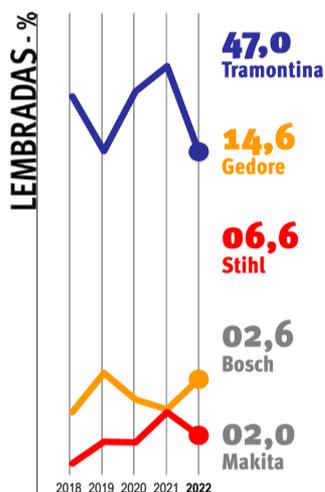
Apesar de ter perdido pontos nos dois lados da pesquisa realizada pela Qualidata, a Tramontina segue na frente dos demais nomes lembrados na categoria e com pontuação superior à soma de todos eles, sustentando a posição no grupo de marcas dominantes. Foi de 59,2% para 47,0% na lembrança e de 64,1% para 47,7% na preferência.

Pouco mais de 32 pontos percentuais atrás, a Gedore conserva o segundo lugar dentre as mar-

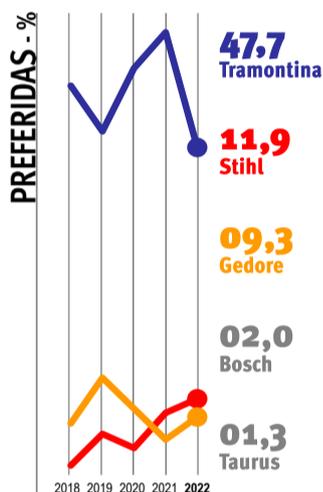
cas mais lembradas, com 14,6%.

Na preferência, a uma distância de 35,8 pontos percentuais da Tramontina, a Stihl permanece na segunda posição com 11,9% das referências, 2% a mais do que na edição anterior.

O terceiro lugar também segue ocupado pelas mesmas marcas: Stihl, lembrada por 6,6%, e Gedore, preferida por 9,3% do público entrevistado.

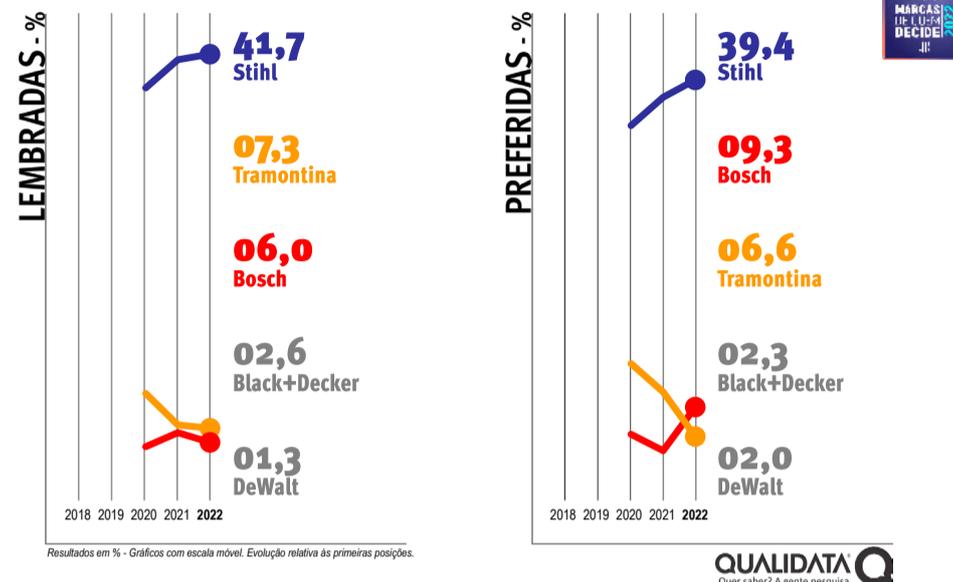


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## FERRAMENTA MOTORIZADA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Stihl abre mais vantagem como líder isolada

Nessa terceira participação do setor de Ferramenta Motorizada no projeto **Marcas de Quem Decide**, a Stihl apresenta novo crescimento nos dois lados da pesquisa. Como marca mais lembrada, mantém a pontuação na casa dos 41 pontos percentuais, passando de 41,2% para 41,7%.

Quando o assunto é preferência, 39,4% dos gestores gaúchos entrevistados indicam a Stihl, o que representa um ganho de 1,6 ponto percentual

nesta 24ª edição, e garante a manutenção da posição de líder da marca.

A Tramontina segue ocupando o segundo lugar na avaliação da lembrança sem grande alteração de escore: 7,3%. Já na preferência, ela foi ultrapassada pela Bosh, que deu um salto de 4 pontos percentuais e agora marca 9,3%. A Tramontina, na terceira posição, totaliza 6,6% das indicações nesse quesito.

## SER A MARCA PREFERIDA E A MAIS LEMBRADA NOS INSPIRA.

A STIHL é líder em ferramentas motorizadas na pesquisa Marcas de Quem Decide 2022. Esse reconhecimento nos traz orgulho e motivação para continuar desenvolvendo produtos que facilitam a vida das pessoas. Obrigado a você, que acredita na STIHL e comprova os resultados do nosso trabalho.

@STIHLBRASIL STIHL BRASIL  
@STIHLOFICIAL STIHL BRASIL OFICIAL

STIHL.COM.BR

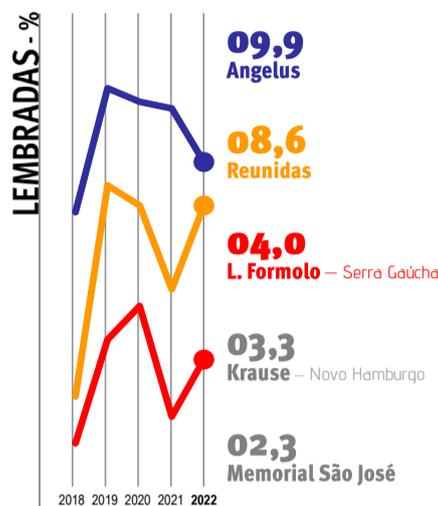
# QUEM AMA MORAR BEM só pensa em Crédito Real.

Na pesquisa Marcas de Quem Decide 2022, do Jornal do Comércio, estamos entre as marcas mais lembradas e preferidas do setor no estado. Uma conquista que comprova a plena confiança que você tem na qualidade do nosso trabalho.

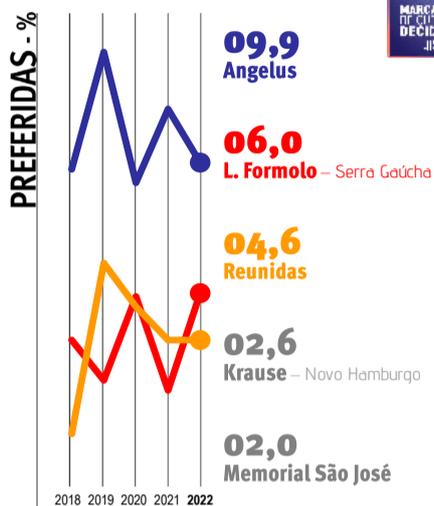
A TODOS QUE VOTARAM,

MUITO OBRIGADA!

## FUNERÁRIA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.


 QUALIDATA  
 Quer saber? A gente pesquisa.

## Angelus segue na frente

Desde que tomou a liderança do setor em 2019, a Angelus vem apresentando pequenas quedas nos índices de lembrança, sendo a desta edição a maior de todas elas. Passa de 11,5% para 9,9%, uma redução de pouco mais de 1 ponto percentual. Em contrapartida, a Reunidas, que mantém a segunda colocação desde 2019, sobe de 6,1% para 8,6%.

Angelus oscila de 11,5% para 9,9% tam-

bém na preferência e diminui a vantagem sobre a segunda colocada, agora L. Formolo, que praticamente dobra o escore da edição anterior, passando de 3,1% para 6,0%. Reunidas repete a marca de 4,6% nessa 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** e passa à terceira colocação. Os novos números apurados pela Qualidata indicam empate técnico das duas primeiras colocadas em ambos os lados da pesquisa.

 BAIXE O  
 APP JC

Jornalismo sério e de credibilidade na palma da sua mão

Acesso ilimitado para assinantes JC:

- Últimas notícias
- Versão para folhear
- Notificações das notícias mais importantes


 Angelus  
 SERVIÇOS FUNERÁRIOS

O nosso propósito é oferecer cuidado e proteção para você e sua família



GRUPO ANGELUS

 FUNERÁRIA ANGELUS É  
 DESTAQUE NA MARCAS DE  
 QUEM DECIDE 2022

Somos primeiro lugar no segmento funerário.

A **Funerária Angelus**, empresa do Grupo Angelus, é destaque na pesquisa **Marcas de Quem Decide 2022**. Esta conquista é fruto de nosso empenho para oferecer aos nossos associados todo o cuidado e proteção que eles merecem. **Com amor e profissionalismo**, seguimos fazendo a diferença em Porto Alegre.



GRUPO **GUARIDA**



# FAZER VOCÊ VIVER MELHOR É O NOSSO PROPÓSITO.

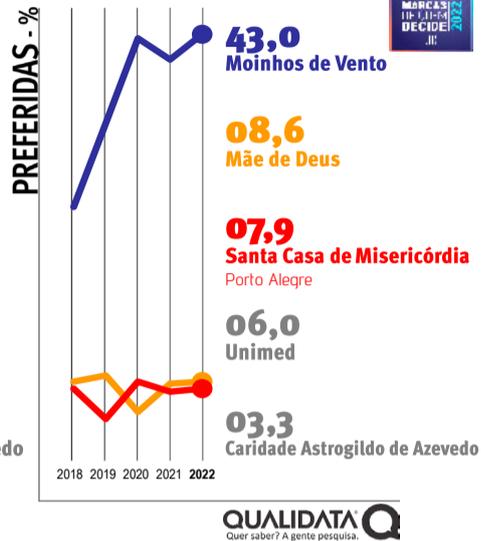
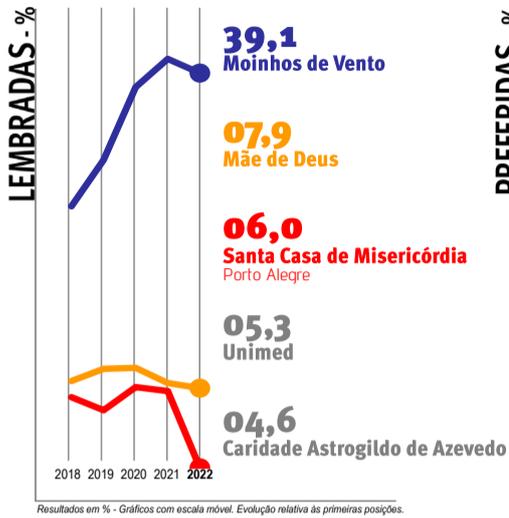
**SABER QUE SOMOS  
RECONHECIDOS POR ESSE  
COMPROMISSO É MOTIVO  
DE MUITO ORGULHO!**



  
**GUARIDA**  
*Pra você viver melhor!*

[guarida.com.br](http://guarida.com.br) (51) 3327.9001

## HOSPITAL



## Liderança do Moinhos de Vento é mantida com folga

De um modo geral, as três primeiras colocadas no setor Hospital sofreram oscilações nos índices de lembrança e acréscimos nos de preferência, sem inversão de colocações. O Hospital Moinhos de Vento passou de 40,5% para 39,1% na lembrança, e de 40,5% para 43,0% na preferência. Com esses resultados, sustenta a liderança absoluta e segue garantindo uma expressiva vantagem de mais de 31 pontos per-

centuais sobre o segundo colocado, Mãe de Deus, que marcou 7,9% na lembrança e 8,6% na preferência dos entrevistados.

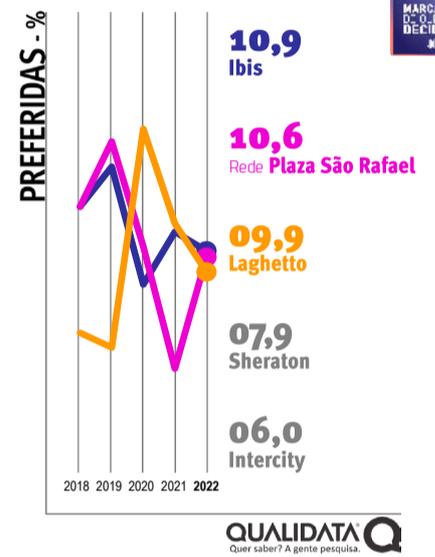
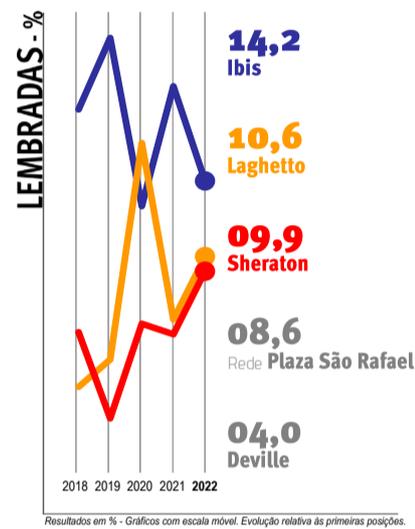
Santa Casa de Misericórdia baixou de 7,6% para 6,0% na indicação da lembrança e manteve o escore no patamar de 7 pontos percentuais na preferência (7,9%). Ao todo, 33 nomes foram lembrados e 27 foram indicados como preferidos pelos gestores gaúchos ouvidos.

## HOTEL

## Ibis passa na frente na preferência

É o segundo ano consecutivo que o Ibis fica em primeiro lugar dentre os nomes mais lembrados na pesquisa da Qualidata, mesmo com a redução de pouco mais de 4 pontos percentuais. Passou de 18,7% para 14,2% e ficou na frente do Laghetto, que cresceu nas pesquisas e subiu da terceira para a segunda colocação, marcando 10,6%. Sheraton também ganhou pontos na lembrança e agora está em terceiro lugar, com 9,9%.

No lado da preferência, 3 décimos de ponto percentual separam líder e segundo colocado. O Ibis recebeu 10,9% das indicações e está numericamente na frente da Rede Plaza, que duplicou o índice da edição passada e recuperou a segunda colocação, com 10,6%. O Laghetto, que antes era o preferido do público entrevistado, decaiu 2,3 pontos percentuais e passou para o terceiro lugar, com 9,9%.



# HOSPITAL MOINHOS DE VENTO

Redefinindo o impossível com a ciência aliada à alta tecnologia.

[www.hospitalmoinhos.org.br](http://www.hospitalmoinhos.org.br)

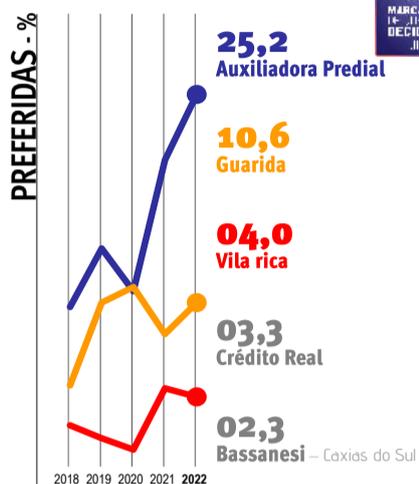


HOSPITAL MOINHOS DE VENTO



95 anos

## IMOBILIÁRIA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Auxiliadora Predial abre ainda mais vantagem e segue liderando

Auxiliadora Predial cresceu 4,6 pontos percentuais nos dois lados da pesquisa e garantiu a sua posição de líder isolada do setor pelo segundo ano ininterrupto. Marcando os mesmos 25,2% na lembrança e na preferência nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, a Auxiliadora Predial abriu ainda mais vantagem das demais marcas citadas.

A Guarida também avançou nas pesqui-

sas da Qualidata e manteve a colocação anterior. Agora são 11,9% de indicações na lembrança e 10,6% na preferência que a deixam sozinha em segundo lugar. Nenhuma surpresa também quanto à terceira posição, que segue ocupada pela Vila Rica, mas com índices um pouco menores do que os de antes: 4,6% na lembrança e 4,0% na preferência das lideranças que responderam à pesquisa Marcas de Quem Decide.

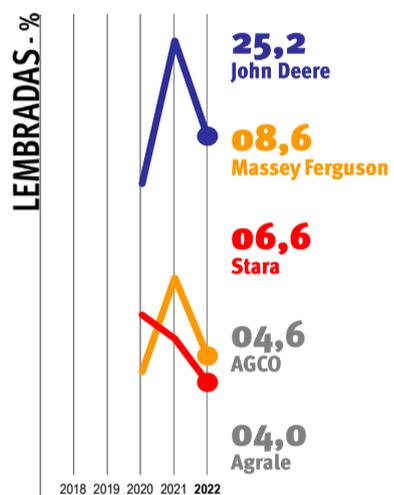
## IMPLEMENTOS AGRÍCOLAS

### John Deere sustenta liderança

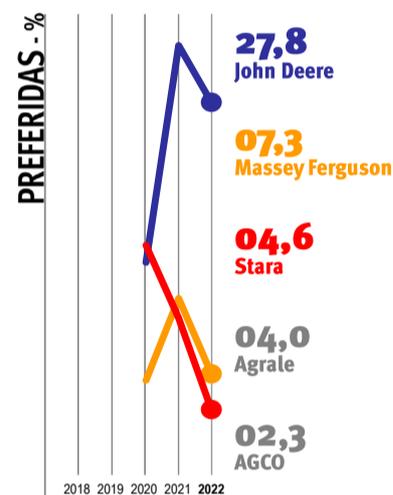
Esta é a terceira avaliação do setor de Implementos Agrícolas realizada, e as três primeiras posições seguem ocupadas pelas mesmas marcas desde a primeira edição: John Deere, Massey Ferguson e Stara. Dessa vez, todas elas experimentaram considerável diminuição nos índices de lembrança e preferência.

A pesquisa da Qualidata revela que a líder do setor, John Deere, sofreu uma oscilação de

7,2 pontos percentuais na lembrança e marcou 25,2%, seguida pela Massey Ferguson, que passou de 14,5% para 8,6%. O terceiro lugar permanece sendo da Stara com 6,6%, uma diminuição de 3,3 pontos percentuais. A mesma ordem é observada no lado da preferência. John Deere em primeiro lugar, com 27,8% das indicações; Massey Ferguson em segundo, com 7,3%; Stara em terceiro, com 4,6%.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

Quando o assunto é **morar bem**, a *Auxi* é líder na memória e no coração dos gaúchos.

Pelo 2º ano consecutivo, o reconhecimento veio em dose dupla: somos a **“imobiliária mais lembrada e preferida”** da 24ª edição da pesquisa **Marcas de Quem Decide**.

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

MARCAS DE QUEM DECIDE 2022  
Jornal do Comércio  
MAIS LEMBRADA E PREFERIDA

AUXILIADORA PREDIAL  
Vendas · Aluguéis · Condomínios



Wanderson Ferreira (Tumelero) e presidente Federasul, Anderson Trautman Cardoso



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Ana Finkler (Lojas Renner)



Rafael Bicca Machado, da ADVB, e Valdimir Portz Machado (Tevah)



Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Odair Ziero (Lojas Colombo)



Deputado estadual Ernani Polo e Daniela Kraemer (GM)



Prefeito em exercício Ricardo Gomes e Silvio Peter (Unimed)



Presidente do Lide, Eduardo Fernandez, e Irno Augusto Pretto (Uniodonto)



Deputado estadual Ernani Polo e André Ramos (Brasilprev)



Juliano Bragatto Abadie, CRC-RS, e Alexandre Guerra (Santa Clara)

## GRUPO 8

COLÉGIO ANCHIETA

Suvinil

LABORATÓRIO CLÍNICO  
LOJA DE MATERIAIS  
DE CONSTRUÇÃO  
LOJA DE MODA FEMININA  
LOJA DE MODA  
MASCULINA  
LOJA DE MÓVEIS E  
ELETRODOMÉSTICOS

MONTADORA DE  
AUTOMÓVEIS  
PLANO DE SAÚDE  
PLANO  
ODONTOLÓGICO  
PREVIDÊNCIA  
PRIVADA  
PRODUTOS LÁCTEOS

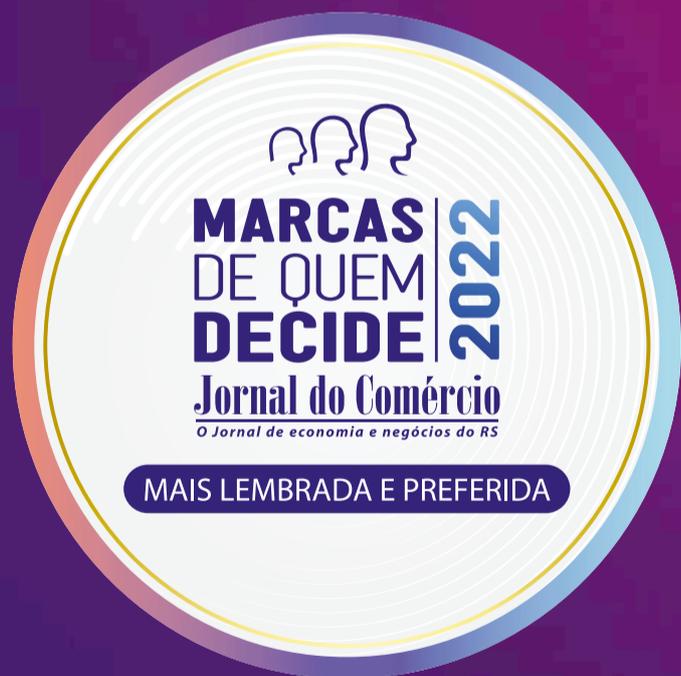
**melnick**  
Muito mais que morar

**tumelero**  
Viva a sua casa

Continuar fazendo com que você viva melhor a sua casa, é a nossa **maior forma de agradecer.**

A nossa conquista também é sua. A Tumelero tem orgulho de, mais uma vez, ser uma das marcas mais lembradas e preferidas por você. Obrigado por permitir que façamos parte da sua história!

**MUITO OBRIGADO!**



Categoria Loja de Materiais de Construção.



[tumelero.com.br](https://tumelero.com.br)

**tumelero**  
Viva a sua casa



Responsável Técnico: Camille Peter CBRM - 50454

**A atenção que  
você precisa.  
Os cuidados que  
você merece.**

- Análises clínicas
- Vacinas
- Exames genéticos
- Atendimento móvel

Cuide da sua família com todo o carinho,  
o conforto e a tecnologia que ela merece.

(51) 3086-7600 (51) 99351-1925

/LabexameRS @examelaboratorios

labexame.com.br

**exame**  
LABORATÓRIO

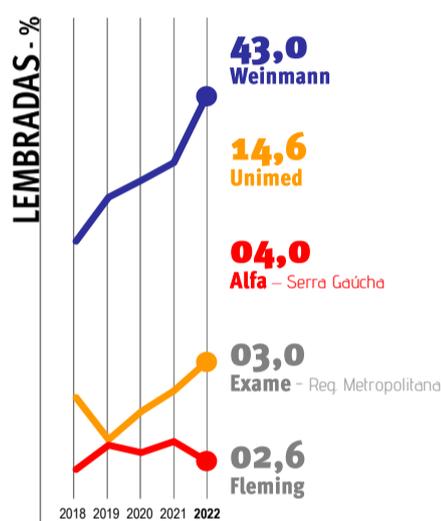
## LABORATÓRIO CLÍNICO

### Weinmann consolida liderança com maior pontuação na lembrança e na preferência

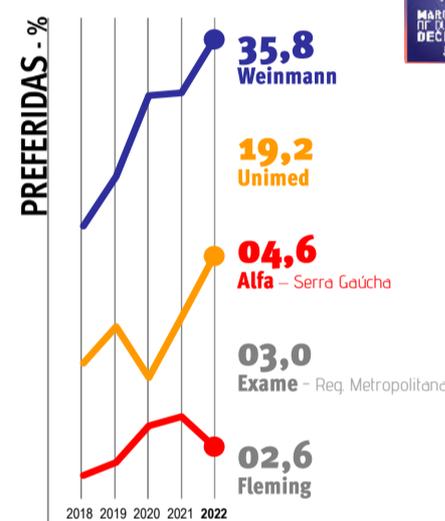
O novo levantamento feito pela Qualidata para avaliar as marcas de Laboratório clínico mostra o fortalecimento continuado da líder do setor, Weinmann. Ao atingir a marca de 43,0% na avaliação da lembrança, a vantagem sobre a segunda colocada, Unimed, que marca agora 14,6%, sobe para 28,4 pontos percentuais. O crescimento da Weinmann também é visto no lado da preferência: passa de 31,7% para 35,8%.

A Unimed permanece na segunda colocação nesse quesito, agora com 4,7 pontos percentuais a mais do que no ano anterior, totalizando 19,2% das indicações.

O Laboratório Alfa oscilou de 6,1% para 4,0% no quesito lembrança e de 6,9% para 4,6% no quesito preferência, mas segue ocupando o terceiro lugar na pesquisa **Marcas de Quem Decide**.

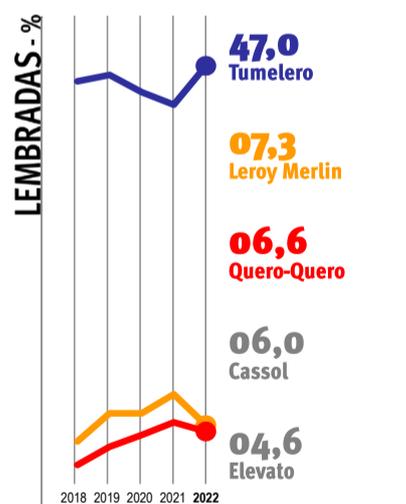


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

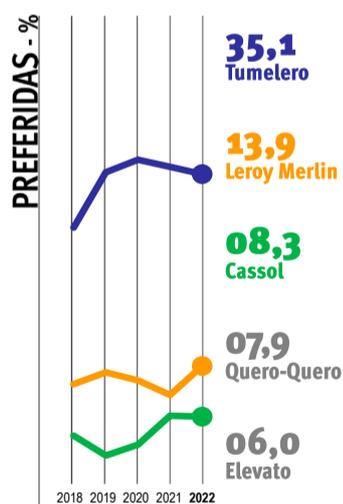


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## LOJA DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Tumelero volta a crescer na lembrança

Depois de três anos em recuo, Tumelero volta a progredir enquanto marca mais lembrada. Saltou de 42,7% para 47,0%, reafirmou a liderança e abriu ainda mais vantagem em relação à segunda colocada, Leroy Merlin, que oscilou para 7,3%. A Quero-Quero perdeu 1 ponto percentual e se manteve na terceira colocação da lembrança, com 6,6%.

Na preferência, a Tumelero segue na fren-

te com 35,1%, 21,2 pontos percentuais na frente da Leroy Merlin, referida por 13,9% do público de gestores gaúchos entrevistados.

A Cassol praticamente repetiu a pontuação alcançada na pesquisa anterior da Qualidata e continua em terceiro lugar na preferência, com 8,3%.

Ao todo, 19 nomes foram indicados nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

## LOJA DE MODA FEMININA

### Renner tem pequena oscilação nos números

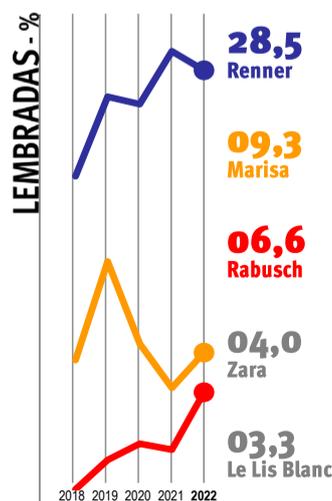
Renner segue na frente com grande vantagem sobre as demais marcas citadas no novo levantamento realizado pela Qualidata. A variação de pouco mais do que 1 ponto percentual totalizou 28,5% das indicações na lembrança, o que ainda garante distância confortável da segunda colocada, Marisa, com 9,3%.

O destaque desta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** ficou especialmente para o lado da preferência. Com exceção da Renner, que marcou 25,2% e garantiu nova-

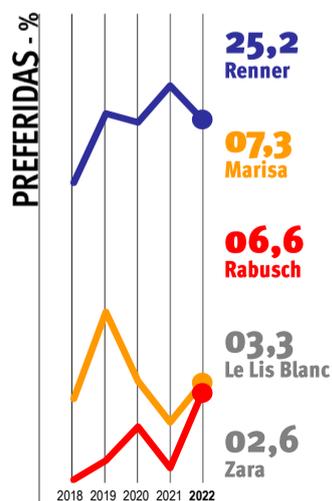
mente o primeiro lugar, as outras marcas sofreram alterações nas posições.

Marisa, antes em quarto lugar, e Le Lis Blanc, antes em segundo, trocaram de posições: a Marisa conquistou pontos e tomou a segunda posição com 7,3%, enquanto que a Le Lis Blanc diminuiu de 5,3% para 3,3% e passou ao quarto lugar.

Rabuch ganhou espaço e aparece em terceiro lugar nos dois lados da pesquisa, com 6,6%.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

WWW.LOJASRENNER.COM.BR

# cumplicidade

é lembrar de quem sempre lembra da gente.

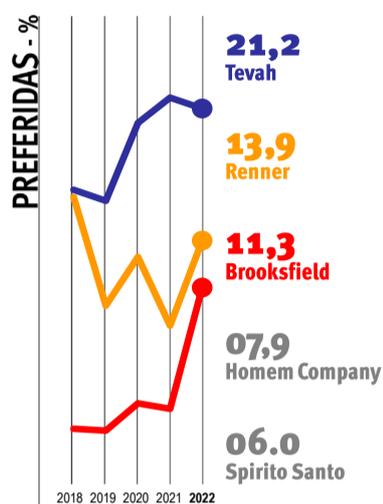
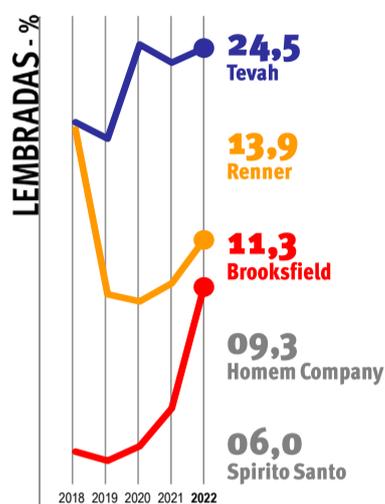


SOMOS A MARCA MAIS LEMBRADA E PREFERIDA NA CATEGORIA LOJA DE MODA FEMININA E SÓ PODEMOS AGRADECER VOCÊ, QUE NOS INSPIRA A SEGUIR ENCANTANDO SEMPRE.

 **RENNER**

Você tem seu estilo.  
— A Renner tem  
**t o d o s .**

## LOJA DE MODA MASCULINA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Tevah mantém primeiro lugar na lembrança e na preferência

Depois de ter perdido 1 ponto percentual na pesquisa anterior da Qualidata, a Tevah volta a crescer na lembrança nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

Referida por 24,5% dos gestores entrevistados, ela amplia para 10,6 pontos percentuais a vantagem sobre a segunda colocada, agora Renner (13,9%), que reconquista a posição após um hiato de quatro anos.

Brooksfield também melhora sua per-

formance e sobe uma posição na lembrança, totalizando 11,3% das indicações.

Na preferência, Tevah continua em primeiro lugar, com 21,2%, e Renner em segundo, com 13,9%.

A novidade deste ano na pesquisa da Qualidata e do projeto **Marcas de Quem Decide** está com a Brooksfield, que passa a ocupar o terceiro lugar também na preferência e com os mesmos 11,3% conquistados na lembrança.

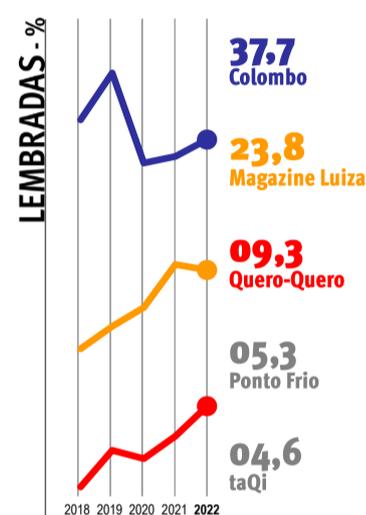
## LOJA DE MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

### Colombo na liderança com um pouco mais de folga

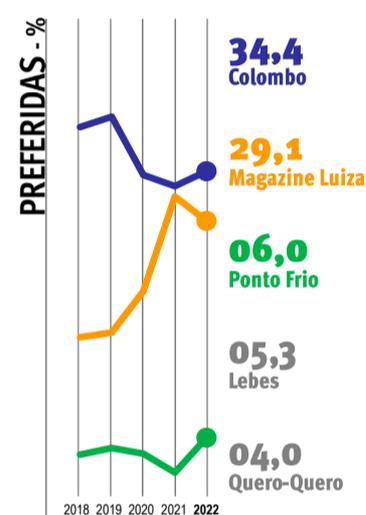
Lojas Colombo abriu vantagem nos dois lados da pesquisa realizada pela Qualidata em relação à Magazine Luiza, que se estabilizou na segunda posição do setor. O cenário é resultado da combinação entre a melhora da performance da Colombo, que marcou 37,7% na lembrança e 34,4% na preferência, e a pequena variação sofrida pela Magazine Luiza, de 24,4% para 23,8% na lembrança e de 37,7% para 29,1% na preferência.

Quero-Quero e Ponto Frio voltam a dividir o terceiro lugar, como em 2019. A Quero-Quero avançou 3,2 pontos percentuais em comparação com a edição anterior do projeto **Marcas de Quem Decide** e agora pontua 9,3% no lado da lembrança.

Já a Ponto Frio, que não estava entre as cinco primeiras no lado da preferência, saltou para 6,0% e agora tem sua linha de evolução mostrada no gráfico.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

Conteúdo produzido pelo

**Núcleo-i**  
Conteúdo multimídia patrocinado para Sindilojas

## Sindilojas Porto Alegre leva inovação aos lojistas

Para Arcione Piva, novo presidente do Sindilojas Porto Alegre, o varejo é um dos setores mais importantes para a economia e feito por muitos. "Pelos empresários, fornecedores, investidores, governo, consumidores e empregados. E são eles, os comerciantes, que materializam a força do varejo no cotidiano das lojas. Somente a união leva ao desenvolvimento, e, por isso, o sindicato se mantém forte e atuante", entende.

O comércio também é um setor de importância para o progresso eco-

nômico e social das cidades, segundo ele. "É por isso que o Sindilojas, como representante legal dos lojistas da Capital e Alvorada, atua há 85 anos para promover o reconhecimento do setor junto à comunidade", diz.

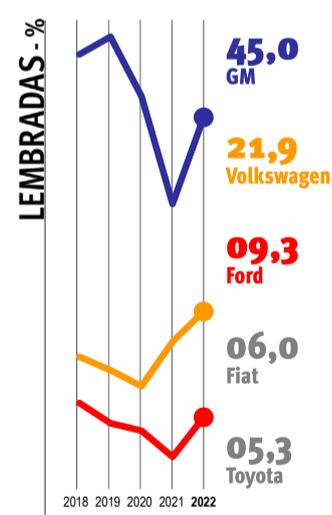
A entidade busca renovação através de ações como a Feira Brasileira do Varejo, que consolida iniciativas de inovação em um só lugar, e o Co.nectar Hub, primeiro ambiente de inovação com foco no varejo e criado por um sindicato no Brasil, inaugurado no segundo semestre de 2021.

ANDRESSA PUFAL/JC

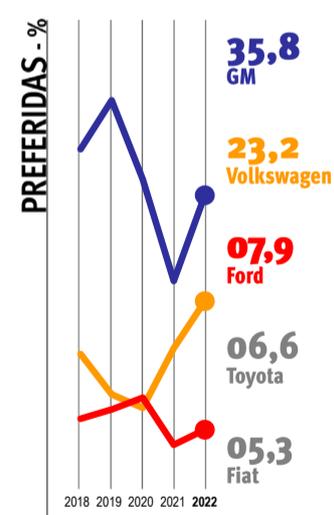


Para nova diretoria, o comércio atua no desenvolvimento econômico e social das cidades

## MONTADORA DE AUTOMÓVEIS



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## GM recupera pontos e amplia vantagem

Com um salto de mais de 10 pontos percentuais nos dois lados do estudo da Qualidata, a GM retoma o crescimento e confirma a posição de líder isolada do setor.

Foi lembrada por 45,0% dos gestores gaúchos entrevistados e apontada como preferida por 35,8% deles.

Os novos resultados mantêm a GM à frente com ainda mais vantagem sobre a Volkswagen, mesmo que ela também tenha avançado tan-

to na lembrança, de 18,3% para 21,9%, quanto na preferência, de 17,6% para 23,2%. Com essa pontuação, a Volkswagen ganha maior distância das demais montadoras de automóveis citadas nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide** e toma sozinha o segundo lugar pelo segundo ano consecutivo.

A terceira posição dessa vez fica com a Ford, que marca 9,3% na avaliação da lembrança e 7,9% na preferência.



# AGRADECEMOS A TODOS OS GAÚCHOS

**PELO CARINHO E POR NOS TORNAREM  
ESTA DUPLA IMBATÍVEL:**

GM, eleita a montadora de automóveis mais lembrada e preferida, e Onix, eleito o carro preferido pelos gaúchos.

ENCONTRE NOVOS CAMINHOS

CHEVROLET



Juntos salvamos vidas.

Pesquisa Marcas de Quem Decide 2022, 24ª edição, feita pelo Jornal do Comércio, que celebra as marcas mais lembradas e preferidas pelo Rio Grande do Sul. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (PROCONVE). [www.chevrolet.com.br](http://www.chevrolet.com.br) - SAC: 0800 702 4200.

## PLANO DE SAÚDE

### Redução dos números não afeta liderança da Unimed

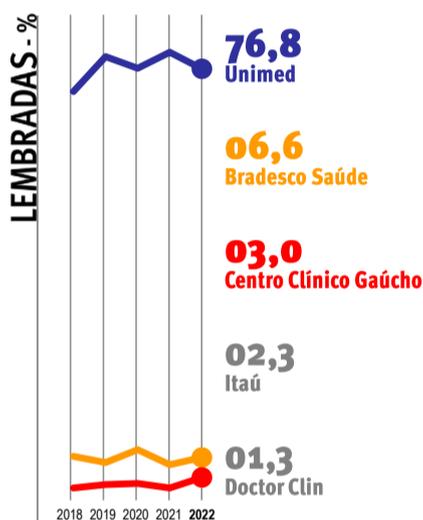
A Unimed segue liderando o setor com folga, mesmo com oscilação de 79,8% para 76,8% na lembrança e de 71,0% para 68,9% na preferência. A vantagem sobre o Bradesco Saúde, que mantém a segunda posição nos dois lados do estudo, ultrapassa 70 pontos percentuais na lembrança (6,6%) e 60 pontos percentuais na preferência (7,3%).

Com esse desempenho, a Unimed garante a

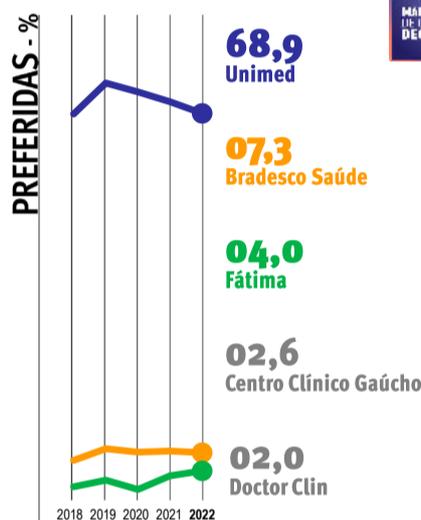
posição de marca dominante mais uma vez.

O terceiro lugar é dividido entre Centro Clínico Gaúcho, lembrado por praticamente o triplo de gestores da pesquisa anterior da Qualidata (3,0%), e Fátima, indicado como preferido por 4,0%.

Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, 10 marcas foram lembradas e 14 foram indicadas na avaliação da preferência.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## DROPS DE MARKETING

### O que sua marca precisa saber sobre filmeabilidade

A produtora Casa da Janela – criada pelo casal Bárbara Graziela e Rafael Barbieri, no final de 2016 – vem se firmando no mercado com um jeito de trabalhar que sempre fez parte de seu DNA, mas, hoje, consegue ser conceituado: a filmeabilidade. Bárbara explica que, depois de tantos anos produzindo conteúdos sensíveis, cheios de poesia e amor, conseguir perceber que existe um método, um jeito peculiar de trabalhar, tanto para ela e Rafael, como para quem contrata, é precioso. “Por isso, colocamos todos esses processos tão únicos e exclusivos em uma caixinha perfumada que batizamos de filmeabilidade”.

O formato vem encontrando ressonância em marcas que trabalham o marketing human to human (H2H), onde as estratégias são construídas com base no reforço da confiança da relação entre empresas e clientes a longo prazo. “Geralmente são marcas que valorizam a linguagem sensível”, explica Bárbara, citando Usaflex, Piccadilly, Jorge Bischoff e Criamigos como exemplos.

A pandemia acabou sendo um marco que acelerou a necessidade de entendimento das marcas para a retomada da comunicação com um formato que fale mais diretamente ao coração das pessoas: as empresas vendem produtos



MARLON BICKEL/DIVULGAÇÃO/JC

Rafael e Bárbara criaram a Casa da Janela

e os consumidores compram sonhos. Em tempos de crise, o sonho é fundamental. “Nascemos para mostrar que uma linguagem amorosa e gentil será sempre o melhor caminho, principalmente agora neste momento delicado que estamos vivendo”, afirma Bárbara, ao destacar que as marcas, para fazerem a diferença, precisam se comunicar com seu público de forma cuidadosa e sensível.

Detalhando o conceito filmeabilidade, a roteirista e diretora de cena, diz que o processo inicia pelo ouvir com empatia.

CDL PORTO ALEGRE/DIVULGAÇÃO/JC



Irio Piva  
Empresário e presidente da CDL Porto Alegre

## OPINIÃO

### O coletivo impulsiona o crescimento e contribui para a inovação

O associativismo é uma das manifestações do coletivo e um atalho para o crescimento. Ele promove a comunidade e aumenta sua representatividade política, social e ambiental. Há décadas que o Rio Grande do Sul adota a cooperação em prol do seu desenvolvimento socialmente inclusivo. Doar-se para uma causa ou um segmento é uma forma de retribuir a boa colheita que a vida proporciona para muitos de nós. Quanto mais tempo se dedica, mais se conquista crescimento e sólidos relacionamentos. E, assim, um futuro melhor.

As empresas e entidades que têm desenvolvido este modelo de cooperação avançam juntas e tam-

bém superam as crises unidas, fortalecendo os ecossistemas. O varejo, segmento base da CDL POA, surge fortalecido na jornada da superação da crise sanitária. Acreditamos que, apesar de a história da humanidade ter sido forjada também com egoísmo e ignorância, há infinitas atitudes e posturas no sentido da generosidade e do conhecimento, e por elas nos pautamos.

É justamente na coletividade que lapidamos e somos capazes de nos humanizar mais no sentido do reconhecimento do papel do outro em nossas vidas. Parece até um contrassenso tornar mais humano o ser humano, mas é sobre isso que trabalhamos todos os dias. E viver, a

partir de empresas, instituições e associações, é um dos caminhos para transformar o mundo para melhor, buscando um desenvolvimento o mais equânime possível.

Além das suas associadas, a CDL POA une o Estado por meio da Rede de Entidades Parceiras, que são impulsionadas para atender às necessidades dos empresários locais. Porque, afinal, ampliando e potencializando negócios, as empresas alcançam maior competitividade para fazer frente ao sempre tão desafiador cenário socioeconômico. Com sólido know-how em gestão financeira, a rede está presente em mais de 200 municípios do Rio Grande do Sul por meio de mais de

150 entidades parceiras, como CDLs, ACIs, CICs e Sindilojas. São cerca de 30 mil CNPJs atendidos, que se traduzem em milhares de empregos e famílias, cujo sustento vem dessas empresas.

Assim, dentro do seu espectro de abrangência, a CDL POA procura compartilhar sua inteligência e expertise em potencializar os negócios com o intuito de fortalecer o mercado gaúcho, contribuindo para a inovação e o crescimento. O coletivo tem motivado mais do que o indivíduo. E o propósito, às vezes, tem mais valor do que o próprio produto. E, no caso em especial do varejo, a experiência tem sido mais importante do que o canal.

# Existem várias maneiras de *cuidar*

Estar presente na sua vida é uma delas.

SABEMOS QUE CUIDAR É MUITO MAIS QUE UM VERBO: É TAMBÉM ESTAR PRESENTE QUANDO VOCÊ MAIS PRECISA. E É POR ISSO QUE A UNIMED POSSUI UMA ESTRUTURA COMPLETA CONECTADA COM NOSSO MAIOR PROPÓSITO: CUIDAR DA SUA SAÚDE, ONDE QUER QUE VOCÊ ESTEJA. SER LEMBRADA ENTRE AS MARCAS DE QUEM DECIDE É O QUE NOS DÁ CONFIANÇA DE QUE SOMOS PARTE IMPORTANTE DA VIDA DAS PESSOAS. E TUDO ISSO É RESULTADO DE NOSSO ZELO POR AQUILO QUE HÁ DE MAIS PRECIOSO: A SUA VIDA.



CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.



Conteúdo produzido pelo **Núcleo-i** para CMPC  
Conteúdo multimídia patrocinado

## CMPC: marca gaúcha ambiental de novo

A CMPC, pela terceira vez consecutiva, foi reconhecida como Marca Gaúcha Ambiental mais lembrada na pesquisa **Marcas De Quem Decide**. Para o diretor-geral da empresa no Brasil, Mauricio Harger, essa conquista reforça a responsabilidade em seguir com o trabalho, mirando a evolução e valorizando os mais de 6 mil colaboradores diretos e indiretos que tornam isso possível.

"Entendemos que a melhor maneira de divulgar a imagem da empresa é fazer um trabalho sério, de qualidade e alinhado ao nosso propósito, que é dividido em três Cs: criar soluções inovadoras por meio da celulose; conviver com as centenas de comunidades vizinhas; e conservar o meio ambiente e os recursos naturais disponíveis", diz Harger.

Segundo ele, mais do que imagem, a CMPC acredita nesses valores como alicerces. "Vivemos eles ao longo dos 365 dias. Não à toa que há anos praticamos a Economia Circular, algo que ainda é incipiente em muitos setores", afirma.

Hoje, a CMPC possui um Hub de Economia Circular, projetado para promover o gerenciamento dos recursos utilizados na produção de celulose e dar um destino aos resíduos por meio da reutilização e transformação do material em novos produtos, de forma que não haja desperdício ou descarte.

O Hub conta com uma área de 99 hectares e está situado em Eldorado do Sul, cidade ao lado de onde a empresa possui sua planta industrial. A iniciativa é responsável por reutilizar e transformar 100% das 600 mil

toneladas de resíduos geradas por ano a partir da produção de celulose em 13 novos produtos, desde matéria-prima para fabricação de cimento, adubos e fertilizantes até insumos para painéis de madeira.

Neste ano, a empresa lançou o programa de fomento florestal RS+Renda. A iniciativa possibilita que produtores rurais e proprietários de terras passem a integrar a cadeia produtiva. Além disso, dá suporte para que parceiros se desenvolvessem e possam investir em uma cultura menos suscetível às oscilações do tempo.

"Em 2022, seguiremos as obras do BioCMPC, anunciado no ano passado e que é o maior investimento em ESG da história do Estado", revela Harger. O projeto trará novas medidas de controle e gestão ambiental e



CMPC/DIVULGAÇÃO/JC

A CMPC possui atualmente cerca de 200 mil hectares de área preservada

modernização operacional para a unidade industrial de Guaíba.

"É um orgulho sermos destacados pela comunidade em aspectos ambientais. Trabalhamos para desenvolver uma operação que seja equilibrada em eficiência e sustentabilidade. Isso permite que estejamos

alinhados a algumas das mais atuais práticas de responsabilidade ambiental como, por exemplo, a economia verde, conceito em que se propõe que a cadeia de negócios seja mais inclusiva, social e com consumo consciente de carbono e uso de fontes de energia limpa", expõe.

## Obrigada Rio Grande do Sul:

# Estamos, novamente, entre as marcas mais lembradas e preferidas em Previdência Privada.

Mais uma vez precisamos agradecer o povo gaúcho por estarmos entre as marcas mais lembradas e preferidas no prêmio Marcas de Quem Decide. Essa posição é motivo de muito orgulho, pois reafirma o sucesso em nosso propósito de oferecer as melhores soluções de proteção e planejamento financeiro para você e para quem você ama.

# ICATU



[www.icatu.com.br](http://www.icatu.com.br)

SAC Seguros e Previdência: 0800 286 0110. SAC Capitalização: 0800 286 0109.

Ouvidoria: 0800 286 0047, de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h, exceto feriados.



## DROPS DE MARKETING

# Inteligência emocional é uma das competências exigida pelas marcas

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC



Helena Brochado é fundadora da consultoria Com Propósito

Nos últimos tempos, houve um crescimento de empresas e de pessoas que procuraram o desenvolvimento da inteligência emocional como recurso estratégico para ser incorporado em suas marcas. A reflexão é feita pela fundadora e gestora da Com Propósito, Helena Brochado.

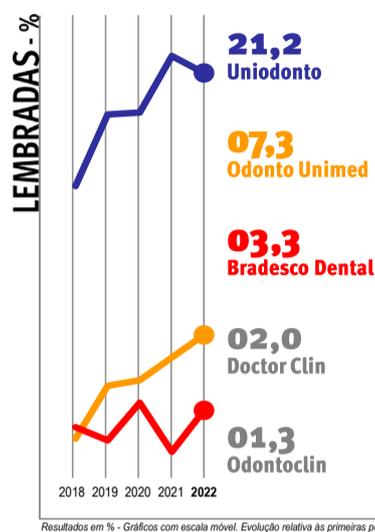
A inteligência emocional, conforme a especialista, está na pauta das discussões sobre branding, conteúdo de marca, gerenciamento de crises e até mesmo nas relações interpessoais. "O tema é amplo e sua aplicabilidade e conhecimento, igualmente, chegam ao ambiente pessoal e organizacional. Na formação de líderes e na construção de marcas com reputação admiráveis no mercado, a inteligência emocional é uma competência vital", expõe.

A premissa vem ganhando, inclusive, adesão por parte das equipes que desejam construir marcas mais humanizadas, ressaltando a ideia da construção de um marketing com propósito. Para que isso aconteça de fato, é necessário um forte senso de identidade e capacidade adaptativa aos novos cenários. Para Helena, é preciso planejar o futuro dos negócios de forma autêntica, desenvolvendo e conectando pessoas e negócios através de experiências transformadoras.

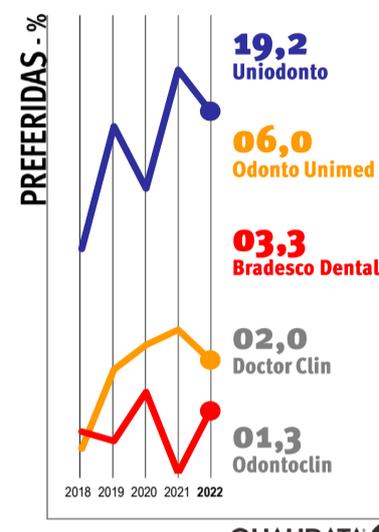
E o caminho se dá via posicionamento inteligente.

Entre suas sugestões, estão: criação de vínculos emocionais, aperfeiçoamento e análise de sentimentos na construção do conteúdo de marca, desenvolvimento de líderes, atendimento humanizado, atenção aos novos hábitos de consumo, cultura adaptativa e inclusiva e senso de urgência.

## PLANO ODONTOLÓGICO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Uniodonto continua sendo a marca dominante

Pelo segundo ano consecutivo, a Uniodonto recebe mais indicações na pesquisa da Qualidata do que a soma de todos os outros nomes citados, reafirmando a posição de marca dominante mais uma vez.

Mesmo tendo oscilado para 21,2% na lembrança e para 19,2% na preferência, mantém uma boa distância de mais de 13 pontos percentuais das demais marcas.

A Odonto Unimed apresenta crescimento um pouco acima de 1 ponto percentual na lembrança, passando de 6,1% para 7,3%, mas perde na avaliação da preferência, indo de 7,6% para 6,0%. Esses números mantêm a Odonto Unimed na segunda posição pelo quarto ano seguido.

O terceiro lugar nesta edição foi assumido pela Bradesco Dental com os índices de 3,3% das indicações nos dois lados do estudo.



somos  
coop

## Ganhar prêmios é bom. Ganhar o coração das pessoas é melhor.

A Uniodonto é mais uma vez vencedora do prêmio Marcas de Quem Decide na categoria Planos Odontológicos. Nosso agradecimento a todos que confiam em nosso trabalho. Cuidar com carinho da saúde bucal das pessoas é a nossa missão.

**UNIODONTO**  
Cuidar é bom. Ter Uniodonto é melhor.

ANS - nº 305421

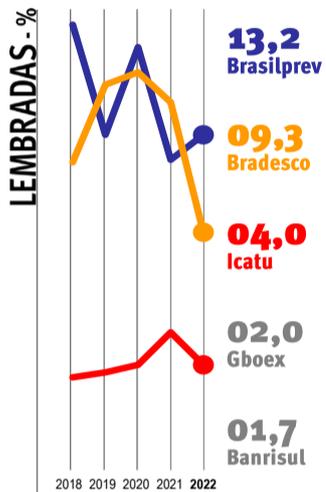
## PREVIDÊNCIA PRIVADA

### Brasilprev recupera a liderança

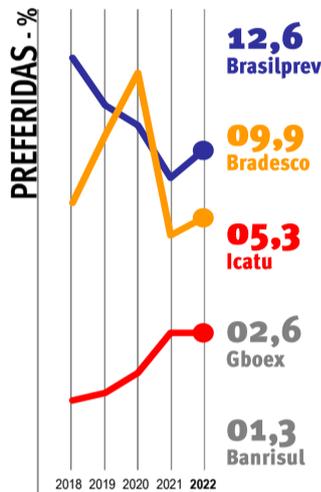
Depois de três anos dividindo o primeiro lugar com Bradesco, Brasilprev volta a ser líder do setor. A pesquisa feita pela Qualidata revela que isso se deve mais à variação sofrida pelo Bradesco na avaliação da lembrança do que ao crescimento da marca líder. Enquanto o Brasilprev subiu um ponto percentual e totalizou 13,2% das indicações, o Bradesco decresceu de 14,5% para

9,3% e passou ao segundo lugar.

Já no lado da preferência, a apuração não trouxe grandes alterações. Brasilprev, que já estava na frente no estudo anterior, passou de 11,5% para 12,6%. Bradesco, com indicação de 9,9% dos gestores ouvidos, manteve o segundo lugar. Icatu ocupa a terceira posição nos dois lados da pesquisa: 4,0% na lembrança e 5,3% na preferência.

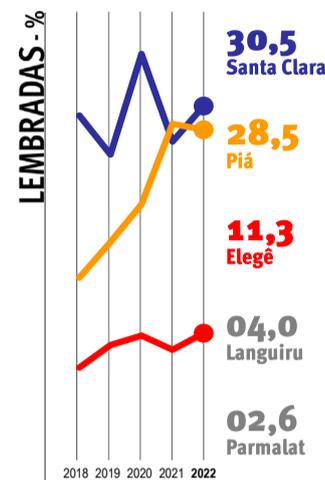


Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

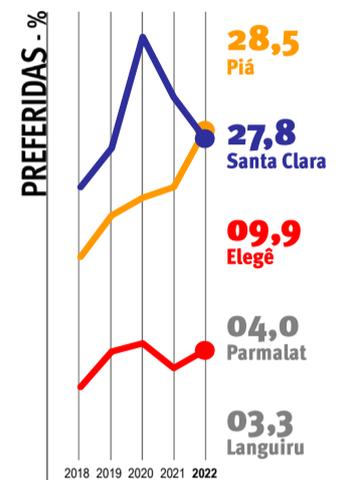


QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## PRODUTOS LÁCTEOS



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

### Piá e Santa Clara dividem liderança outra vez

Nessa 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, Piá e Santa Clara inverteram as posições ocupadas anteriormente nos dois lados da pesquisa. Com isso, dividem a liderança do setor de Produtos Lácteos pelo segundo ano consecutivo, mas com a diferença de que, agora, cada uma assume a dianteira no quesito em que estava em segundo lugar.

Os novos resultados obtidos na pesqui-

sa da Qualidata revelam que Santa Clara é a marca mais lembrada, com 30,5% das indicações, seguida pela Piá, com 28,5%. Na avaliação da preferência, Piá é quem toma a dianteira, com 28,5%, e Santa Clara fica logo atrás, com 27,8%. Com esses números, Santa Clara e Piá estão empatadas tecnicamente nos dois lados da pesquisa. Elegê segue em terceiro lugar, com 11,3% na lembrança e 9,9% na preferência.

# FAZER O BEM NOS FAZ BEM

O **GBOEX** está entre as **marcas mais lembradas e preferidas** pelo povo gaúcho. Esta conquista reflete a dedicação da nossa equipe no cuidado e proteção do futuro de milhares de famílias.

Conte sempre com o **GBOEX**.

**108 anos**

Previdência e Seguro de Pessoas  
A proteção certa para a sua família.

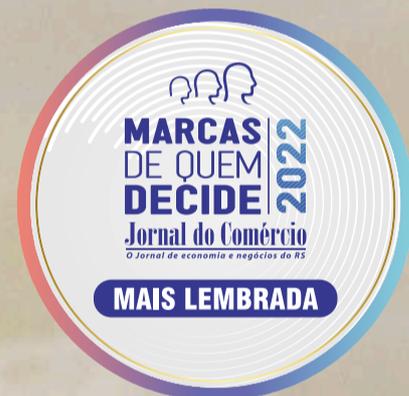
0800 541 2483 | [www.gboex.com.br](http://www.gboex.com.br)



Há 110 anos, a gente faz tudo para você fazer tudo melhor.

Se há 18 anos a gente vem conquistando a lembrança e a preferência dos gaúchos, é porque sempre escolhemos fazer com todo carinho tudo que é especial para você.

Produtos Lácteos  
Líder na Lembrança  
Vice-Líder na Preferência





CARLOS CHAVES/JC

Presidente da CDL POA, Irio Piva, e Rodrigo Olímpio (TNT Mercúrio)



CARLOS CHAVES/JC

Presidente da Câmara Municipal, Idenir Cecchim, e Marcelo Lerner (Óticas Carol)



CARLOS CHAVES/JC

Presidente da Câmara Municipal, Idenir Cecchim, e Guilherme Foernges (Óticas Foernges)



LUIZA PRADO/JC

Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Rafael Klafke (Coca-Cola)



LUIZA PRADO/JC

Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Aline Eggers Bagatini (Fruki)



CARLOS CHAVES/JC

Presidente da CDL Poa, Irio Piva, e Elson Furini (Barranco)



CARLOS CHAVES/JC

Governador Ranolfo Vieira Júnior e Ederson Daronco (Bradesco)



CARLOS CHAVES/JC

Governador Ranolfo Vieira Júnior e Edgar Anuseck (Porto Seguro)



LUIZA PRADO/JC

Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Marcos Rovinski (Simers)

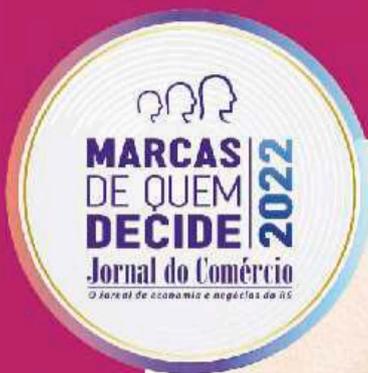


GRUPO 9

RAÇÃO PARA PETS  
REDE ATACADISTA (ATACAREJO)  
REDE LOGÍSTICA

REDE ÓPTICA  
REFRIGERANTE  
RESTAURANTE  
SEGURO  
SINDICATO





TER A SUA CONFIANÇA  
É UMA GRANDE CONQUISTA  
PARA NÓS.

**Grupo Bradesco Seguros**

Mais lembrado na categoria Seguro.

**Bradesco Saúde**

Entre as duas empresas mais lembradas e preferidas na categoria Plano de Saúde.

**Bradesco Vida e Previdência**

Entre as duas empresas mais lembradas e preferidas na categoria Previdência Privada.

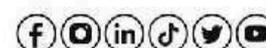


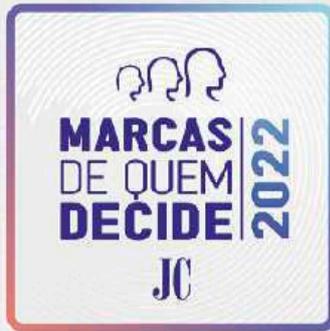
**bradesco**  
seguros

Com Você. Sempre.

Amapá 8800

CNPJ: 33.055.146/0001-93

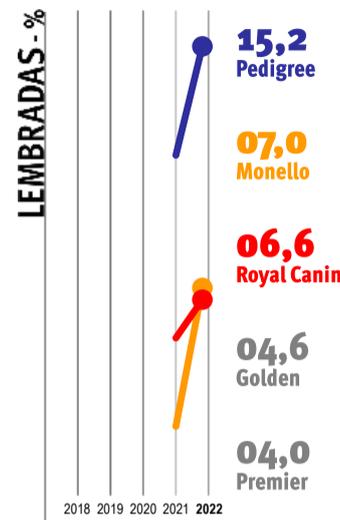




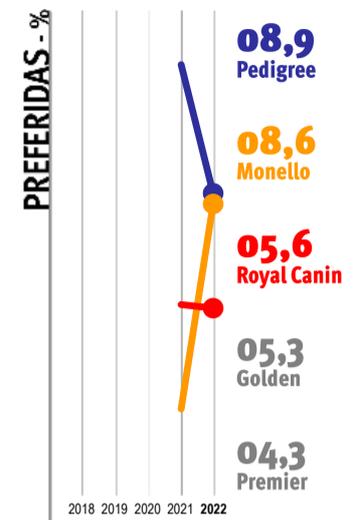
ACESSE O SITE COMPLETO DO  
MARCAS DE QUEM DECIDE 2022



## RAÇÃO PARA PETS



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
22 anos ajudando a crescer as empresas

## Liderança da Pedigree é mantida

Ração para Pets foi uma das novidades na edição anterior. E o segundo levantamento mostra que 3,7 pontos percentuais são os responsáveis pelas mudanças nos índices da Pedigree: positiva no lado da lembrança, que passou para 15,2%, e negativa no lado da preferência, que foi para 8,9%.

Monello deu um salto no estudo e agora ocupa a segunda posição, com 7,0% das indica-

ções na lembrança e 8,6% na preferência. Royal Canin passou para o terceiro lugar, com 6,6% na lembrança e 5,6% na preferência.

Ainda que a Pedigree tenha sustentado a liderança, a vantagem sobre a segunda colocada passa a ser numérica apenas na preferência, já que a Monello cresceu exponencialmente no atual estudo e ficou somente 3 décimos de ponto percentual atrás da líder.

## EM MENTES TÃO OCUPADAS E BRILHANTES, É UM ORGULHO CONQUISTAR UM ESPAÇO

É motivo de muita alegria estar, mais uma vez, presente na lembrança e na preferência dos gestores, entre as **5 entidades preferidas** na categoria "**Sindicato Patronal**". Agradecemos a todas as empresas atacadistas pelo privilégio de representá-las.

#marcas2022

**Sindiatacadistas RS**  
Sindicato do Sistema Comércio



## REDE ATACADISTA

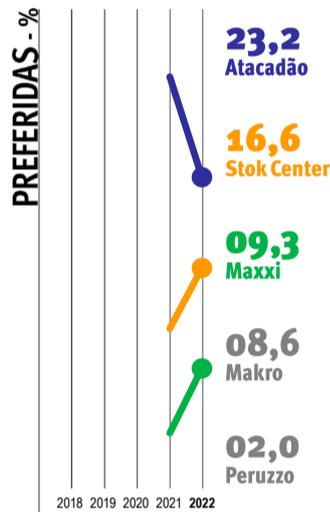
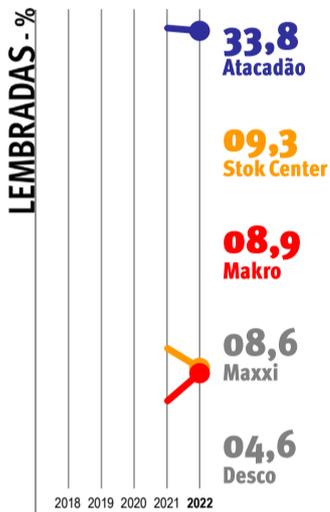
### Atacadão na frente mesmo com oscilação

Este é o segundo ano em que o setor de Rede Atacadista é avaliado na pesquisa. Os novos resultados mostram que, embora tenha sofrido variação, Atacadão repete a liderança como marca mais lembrada e preferida do público de gestores ouvidos.

Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, passou de 34% para 33,8% na lembrança e de 30,5% para 23,2% na preferência.

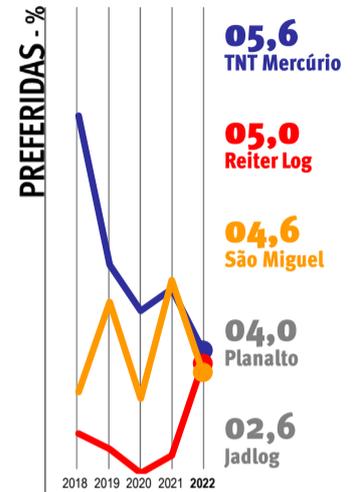
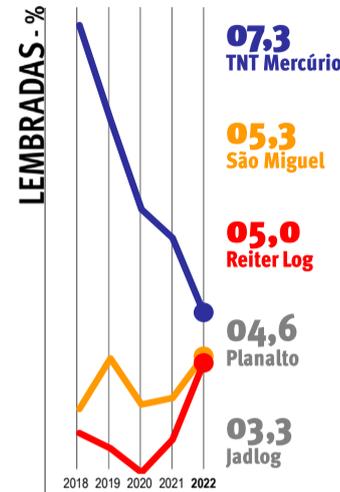
A Stok Center continua na segunda posição, com 9,3% na lembrança e 16,6% na preferência.

Makro, mesmo apresentando crescimento por volta de 2 pontos percentuais nos dois lados da pesquisa, mantém a terceira posição somente na lembrança, com 8,9%. Na preferência, foi ultrapassado por Maxxi, que recebeu mais do que o dobro das indicações da edição passada, ficando com 9,3%.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## REDE LOGÍSTICA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

### TNT Mercúrio retoma primeiro lugar na preferência

Mesmo em queda contínua na avaliação da lembrança há quatro anos, a TNT Mercúrio vem sustentando a liderança nesse quesito. Dessa vez, passa de 10,7% para 7,3%, seguida da São Miguel, que avança quase 2 pontos percentuais e totaliza 5,3% das indicações nesta 24ª edição do projeto Marcas de Quem Decide.

No lado da preferência, TNT recupera a dianteira em razão da combinação de dois fatores, que

não a sua performance: a perda de quase metade dos pontos da São Miguel, que a coloca na terceira posição (4,6%), e o avanço não superior a 5 pontos percentuais da Reiter Log, que sobe para o segundo lugar (5,0%). Resultado prático é que, mesmo oscilando de 8,4% para 5,6%, TNT Mercúrio, que havia perdido a liderança para a São Miguel na edição anterior, volta à primeira colocação no estudo da Qualidata.

# INVESTIR EM CONFIANÇA RESULTA EM RECONHECIMENTO

A Comercial Zaffari e o Stok Center estão entre as marcas preferidas e mais lembradas do estado. Este é o resultado de uma relação de confiança e respeito, construída e solidificada durante toda a nossa história.

Um reconhecimento que nos motiva para continuar buscando sempre o melhor.



CATEGORIA  
SUPERMERCADO  
...

LEMBRANÇA:  
4º LUGAR  
COMERCIAL  
ZAFFARI

PREFERÊNCIA:  
5º LUGAR  
COMERCIAL  
ZAFFARI

CATEGORIA  
REDE  
ATACADISTA

LEMBRANÇA:  
2º LUGAR  
STOK  
CENTER

PREFERÊNCIA:  
2º LUGAR  
STOK  
CENTER



ANTONIO PAZ/ARQUIVO/JC

**Marcel van Hattem**

Cientista político, jornalista e deputado federal (Novo-RS) da 56ª Legislatura

## OPINIÃO

## Como fazer avançar a pauta liberal no Brasil?

Complexidade tributária, burocracia, alvarás e certificados são apenas alguns exemplos dos entraves ao empreendedorismo no Brasil. Ocupamos, em 2020, a 124ª posição de 190 países no Ranking de Facilidade de Fazer Negócios do Banco Mundial.

A exemplo da fábula da galinha dos ovos de ouro, quem estrangula a iniciativa privada é o Estado que dela extrai suas receitas, prejudicando quem produz com altos custos, condenando à informalidade milhões que com eles não podem arcar e, ainda por cima, prejudicando-se a si mesmo.

É preciso admitir, porém, que nos últimos anos observamos significativos avanços institucionais: reformas estruturais estão na boca do povo e dos políticos; o cidadão mais pobre

tem consciência de que seu grande adversário para trabalhar e empreender é o Estado, não seu patrão, conforme demonstrou pesquisa feita na periferia de São Paulo pela Fundação Perseu Abramo em 2017; privatização já não é mais palavrão; novas tecnologias, aplicativos e startups, com produtos inovadores e baratos têm encontrado amplo mercado e desafiam diariamente regras, leis e regulamentos arcaicos que caem em desuso por força da vontade do consumidor.

A participação cidadã e de empreendedores tem sido cada vez mais expressiva como instrumento de pressão política.

Houve uma diminuição considerável no tempo estimado para abertura de uma empresa no Brasil, de até 84 dias em 2015, para 17 dias hoje.

O processo para registro da propriedade e permissão para construção civil ainda leva em média absurdos 354 dias, mas já foi de 421 naquele mesmo ano.

A Reforma Trabalhista de 2017 promoveu queda de 44% no número de litígios, garantindo mais segurança jurídica, liberdade de negociação e respeito a contratos. Nesta legislatura aprovamos uma Reforma da Previdência robusta, uma Lei da Liberdade Econômica para pequenos negócios e garantimos a autonomia do Banco Central.

Sobram desafios: o Brasil tributa muito e mal ao dar benefícios a grupos próximos ao poder à custa dos demais. Governos gastam de forma perdulária e ineficiente, privilegiando aqueles que se opõem a quaisquer

mudanças. As reformas administrativa e tributária continuam urgentes. No entanto, se mais não se avançou em parte foi porque precisamos aumentar o número de políticos com o compromisso genuíno de defender quem produz, bem como o contingente de empreendedores que se dediquem à política.

Avanços institucionais se dão na arena pública e, para liberais, avançar é limitar por meio da própria ação política o escopo e a burocracia do Estado, garantindo ao cidadão a liberdade de escolher o que entender melhor para si – inclusive escolher as **Marcas de Quem Decide**. É com mais participação política de empreendedores, direta ou indiretamente, e não menos, que avançaremos com a pauta liberalizante e de reformas no Brasil.

Conteúdo produzido pelo

para Suvinil

## Suvinil aposta em escolhas seguras

Com uma tecnologia presente no portfólio da marca há cinco décadas, a Suvinil Fosco Completo tem sido apresentada ao mercado como o produto certo para pintar o momento atual de transformação.

A solução, conforme a empresa, atende aos desafios gerados pela jornada da pintura. Destinado a superfícies externas e internas, a Fosco Completo garante a segurança de que no final vai dar certo, oferecendo um conjunto de vantagens. A marca lançou, inclusive, a campanha “Vai dar certo! #JáDeuCerto”, em que o consumidor encontra o conforto e a garantia de um produto que não tem

erro. Ela é ideal para aqueles que buscam disfarçar imperfeições, pois produz cobertura de alta resistência e disponível em 1,7 mil cores do leque Suvinil.

A campanha fala sobre escolhas seguras, coragem, conforto das boas lembranças e renovação. “Vivemos hoje um momento de grande ressignificação e, com ela, aos poucos, surge um sentimento de aproveitar tudo aquilo que esteve restrito em nosso cotidiano. Identificamos em pesquisas e estudos comportamentais o desejo latente por renovação.

As pessoas transmitem uma vontade de viver tudo aquilo que foi restringido

nos últimos meses. Com essa campanha, fazemos um convite para que as pessoas possam redefinir suas casas e trazer mais cor para suas vidas”, reflete Andrea Ferreira, coordenadora de Comunicação e Marca na Suvinil.

“Sabemos que é essencial mantermos todos os cuidados de segurança sanitária, mas é necessário nos permitir olhar para um futuro próximo com mais esperança.

Um futuro mais solar e colorido. Para isso, não haveria escolha melhor do que traduzir em cores e música a proposta da marca e do produto: a certeza de uma transformação colorida e otimista”, encerra.

SUVINIL/DIVULGAÇÃO/JC

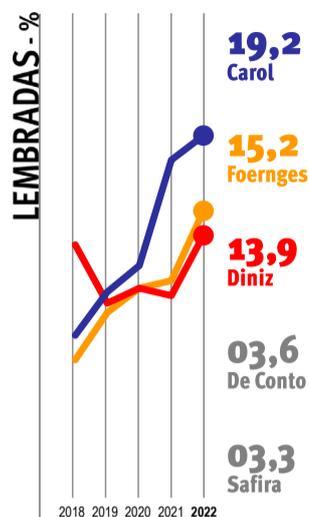


Tinta da Suvinil quer representar o momento de renovação vivido pela sociedade

O **GE** APOIA **INICIATIVAS EMPREENDEDORAS** ATRAVÉS DE REPORTAGENS QUE DIVULGAM **NOVOS NEGÓCIOS, TENDÊNCIAS E HISTÓRIAS INSPIRADORAS.**



## REDE ÓPTICA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Carol e Foernges dividem liderança outra vez

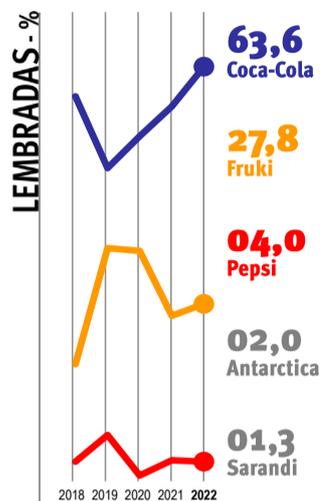
Nem sempre a marca mais lembrada é também a preferida. O setor de Rede Óptica é um dos que confirma isso de forma clara desde a primeira participação no projeto **Marcas de Quem Decide**, em 2016, já que nunca experimentou uma liderança única nos dois lados da pesquisa. Pelo quarto ano seguido, Carol é a marca mais lembrada, com 19,2% das indicações, e Foernges, a preferida, com 16,6%.

O segundo lugar na pesquisa da Qualidata segue dividido entre Foernges, com 15,2% na avaliação da lembrança, e Carol, com 15,9% na avaliação da preferência. Diniz, lembrada por 13,9% dos entrevistados e citada como preferida por 11,3% deles, ocupa sozinha a terceira colocação. Ao todo, 17 marcas foram lembradas pelo público entrevistado e 20 foram indicadas como preferidas.

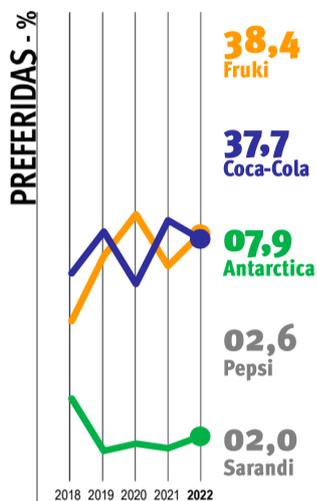
**12~~8~~ anos na vida dos gaúchos e 6~~8~~ anos consecutivos a marca preferida!**

No mês em que comemoramos **12~~8~~ anos**, recebemos um presente que nos deixa muito felizes e orgulhosos. Somos **A MARCA PREFERIDA DOS GAÚCHOS HÁ 6~~8~~ ANOS CONSECUTIVOS** e só temos que agradecer a todos os nossos colaboradores, fornecedores e, principalmente, nossos clientes. Muito obrigado!

## REFRIGERANTE



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



Quer saber? A gente pesquisa.

## Coca-Cola e Fruki ganham pontos e dividem primeiro lugar

Pela segunda vez na história do projeto **Marcas de Quem Decide**, o setor de Refrigerante tem uma liderança dividida entre duas marcas: Coca-Cola e Fruki. Coca-Cola permanece na frente quando o assunto é lembrança. Subiu de 57,6% para 63,6% e ficou quase 36 pontos percentuais na frente da Fruki, que permanece em segundo lugar, com 27,8%.

O grande destaque desta 24ª edição está no lado da preferência, que volta a ter Fruki na dianteira,

assim como aconteceu em 2020. Agora, com 4,8 pontos percentuais a mais do que na edição anterior e totalizando 38,4% das indicações, Fruki toma a liderança da Coca-Cola, que oscilou de 40,5% para 37,7%. Os pontos ganhos pela Fruki e os perdidos pela Coca-Cola aproximaram as duas marcas, que agora estão empatadas tecnicamente.

Em terceiro lugar estão Pepsi, na lembrança (4,0%), e Antártica, na preferência (7,9%).

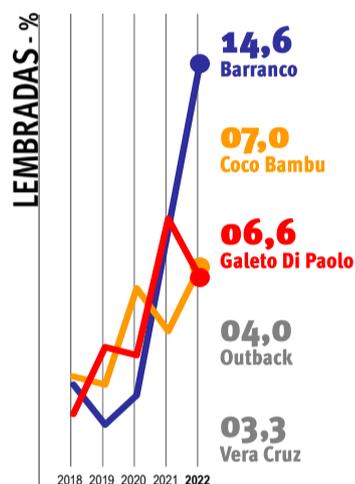
## RESTAURANTE

## Barranco avança na lembrança e lidera setor

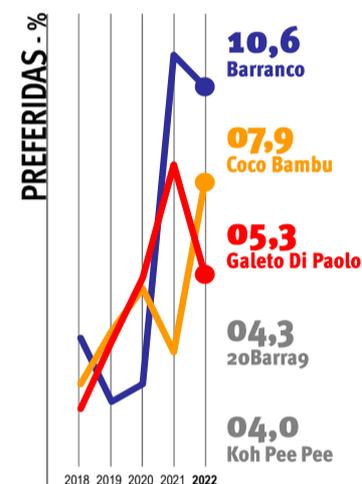
O setor que tem apresentado a maior taxa de pulverização no estudo é o de Restaurante, dada a quantidade de marcas que são citadas. Na pesquisa anterior, Barranco não estava entre os cinco mais lembrados e, por isso, não aparecia no gráfico. Ao subir para 14,6% na lembrança, conquista o primeiro lugar nesse quesito e desbanca a Di Paolo, que agora está em terceiro, com 6,6%.

No meio deles está o Coco Bambu (7,0), que

sobe do quarto para o segundo lugar e passa a ter suas linhas de evolução representadas no gráfico. Na avaliação da preferência, Barranco repete a liderança conquistada na edição anterior do projeto **Marcas de Quem Decide**, mas com pontuação um pouco menor: 10,6%. O segundo lugar fica com o Coco Bambu também nesse quesito, que salta para 7,9% e supera o Galeto Di Paolo, agora em terceiro com 5,3%.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



Quer saber? A gente pesquisa.

50 ANOS FRUKI GUARANÁ

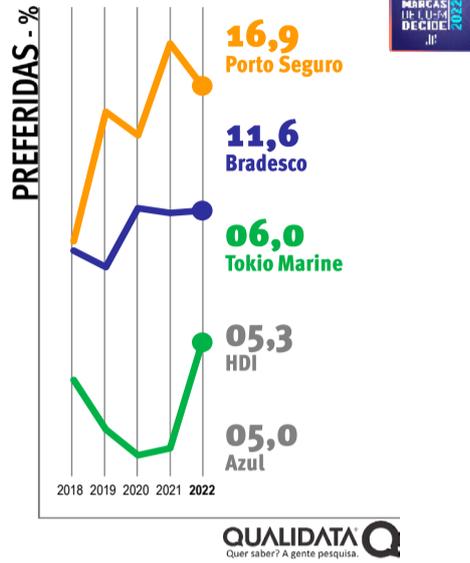
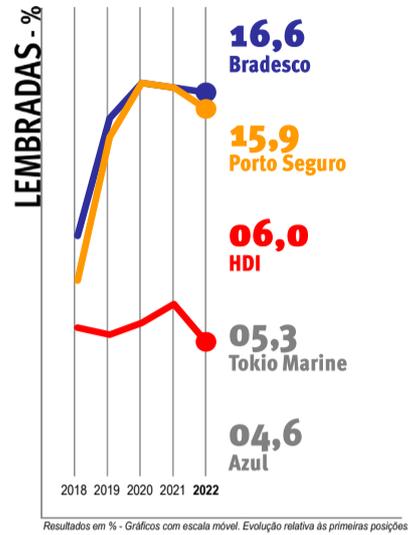
**O SABOR DE ESTAR JUNTO DOS GAÚCHOS**

**1º LUGAR**  
Preferência na Categoria Refrigerante

Compartilhar com você os momentos mais especiais é o nosso maior prêmio. Obrigado pelo reconhecimento.

@FRUKIGUARANA

## SEGURO



## Bradesco e Porto Seguro em empate técnico na lembrança

De maneira geral, os primeiros colocados no setor de Seguro sofreram quedas nos resultados, com exceção do Bradesco que praticamente repetiu o índice na preferência. Ainda assim, ocorreram poucas mudanças. Bradesco e Porto Seguro, que empataram numericamente nas últimas duas edições, agora estão separados por 7 décimos de ponto percentual. Com 16,6%, o Bradesco levou vantagem sobre a Porto Seguro, que marcou e 15,9%. Os

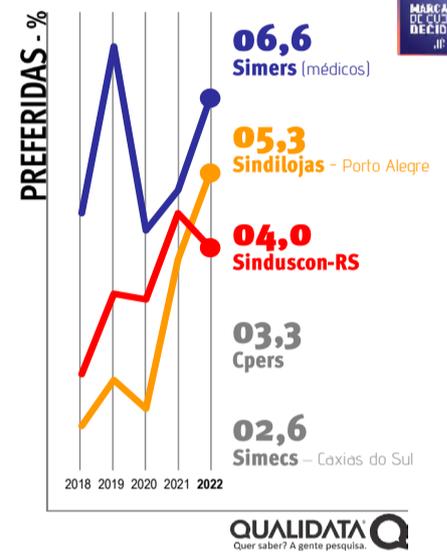
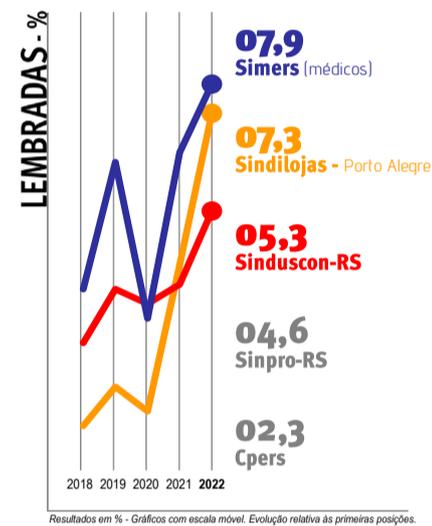
novos resultados descaracterizam o empate numérico, mas definem o empate técnico. O terceiro lugar na lembrança permanece com a HDI, indicada por 6,0%. No lado da preferência, Porto Seguro permanece em primeiro lugar, com 16,9%, e Bradesco em segundo, com 11,6%. Tokio Marine, que não estava entre os cinco nomes e não aparecia no gráfico, saltou para 6,0% e tomou o terceiro lugar da HDI, que oscilou para 5,3% e caiu uma posição.

## SINDICATO

### Simers cresce na preferência e volta a liderar

Em razão do propósito muito abrangente, os entrevistados podem responder aos quesitos de lembrança e preferência citando nomes de sindicatos de quaisquer categorias. Por isso, os resultados obtidos podem ser variáveis. Com exceção do primeiro lugar na avaliação da lembrança, que segue ocupado pelo Simers com 7,9%, e do terceiro na preferência, pelo Sinduscon com 4,0%, as demais posições sofreram alteração.

A liderança no lado da preferência volta a ser assumida pelo Simers, que avança quase um ponto percentual e marca 6,6%. Passando para 7,3% na lembrança e 5,3% na preferência, o Sindilojas deixa a quarta posição, assume o segundo lugar e volta a ter as linhas de evolução estampadas no gráfico. Sinduscon, com 5,3%, ocupa agora o terceiro lugar também na lembrança e igualmente retorna às linhas de evolução no gráfico.



O que marca o Simers é a sua missão de defender os

# médicos

e, assim, defender a saúde.

**simers**  
Defender os médicos é defender a saúde



LUIZA PRADO/JC

Presidente do JC, Mércio Tumelero, e Arcione Piva (Sindilojas Porto Alegre)



LUIZA PRADO/JC

Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e Rafael Klafke (Del Valle)



LUIZA PRADO/JC

Presidente da Agas, Antônio Cesa Longo, e José Estefenon (Suvalan)



LUIZA PRADO/JC

Prefeito em exercício, Ricardo Gomes, e Adiane Dal Mas (Cia Zaffari)



CARLOS CHAVES/JV

Presidente da Câmara, Idenir Cecchim, e Antonio Hohlfeldt (Theatro S. Pedro)



LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC

Eduardo Fernandez, do Lide, e Marcelo Carneiro (Tintas Renner)



LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC

Eduardo Fernandez, do Lide, e Pedro Vale (Suvinil)



LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC

Danielle Ribas (Rudder) e André Roncatto, da Fecomércio



LUCAS SAPORITI/DIVULGAÇÃO/JC

Jerri Bertoni Macedo (STV) e André Roncatto, da Fecomércio



CARLOS CHAVES/JC

Rafael Bicca Machado, da ADVB, e Renê Tonello (Aurora)



CARLOS CHAVES/JC

Rafael Bicca Machado, da ADVB, e Alexandre Miolo (Miolo)



**SINDICATO PATRONAL**  
**SUCO DE FRUTAS**  
**SUPERMERCADO**

**GRUPO 10**

**TEATRO**  
**TINTA PREDIAL**  
**VIGILÂNCIA**  
**VINHO**



Muito mais que morar





# Família Salton conquista o título de marca de espumantes número 1 no Brasil

Combinando a experiência na cuidadosa elaboração de espumantes com a tradição centenária da vinícola mais antiga em atividade no Brasil, a Família Salton tem sua liderança reconhecida, protagonizando a preferência dos brasileiros por suas borbulhas.



**Primeira marca nacional  
Top 1 de vinhos no Brasil**

WINE INTELLIGENCE, 2019



**Marca de espumantes  
número 1 no Brasil**

WINE INTELLIGENCE, 2022



**Maior produtor de  
espumantes do Brasil**

ADEGA IDEAL, 2022



**Espumante brasileiro mais consumido  
e o 5º mais importado nos USA**

IDEAL CONSULTING, 2020



**Líder na comercialização de  
espumantes no Brasil, desde 2005**

NIELSEN



**Marca de espumantes mais lembrada  
no Rio Grande do Sul**

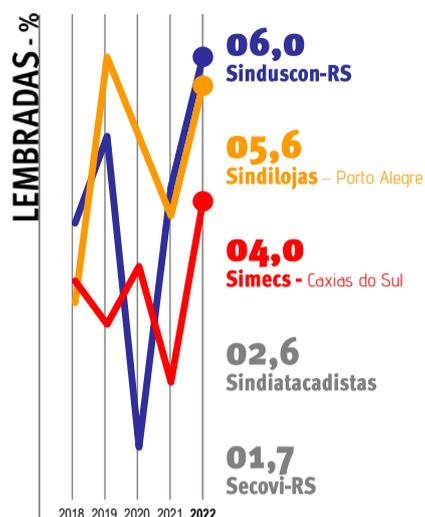
MARCAS DE QUEM DECIDE, 2022



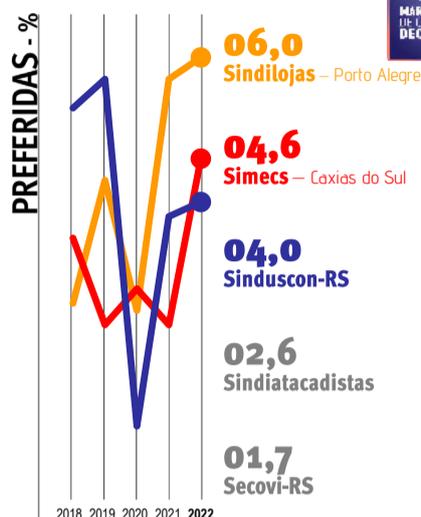
APRECIE COM MODERAÇÃO



## SINDICATO PATRONAL



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

QUALIDATA Q  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Sinduscon-RS e Sindilojas Porto Alegre continuam na frente

Mais uma vez, os resultados obtidos pela Qualidata mostram que as marcas mais lembradas nem sempre são as preferidas. Pelo segundo ano consecutivo, a liderança do setor está dividida entre Sinduscon-RS, na lembrança, e o Sindilojas Porto Alegre, na preferência, ambos com 6,0% das indicações.

O segundo lugar na avaliação da lembrança segue com o Sindilojas POA, que avançou

quase 2 pontos percentuais e somou 5,6% nesta edição. O Simecs de Caxias do Sul, que não aparecia nos gráficos por não figurar dentro os nomes mais lembrados e preferidos, avançou significativamente. Passou para o terceiro lugar na lembrança, com 4,0%, e segundo na preferência, com 4,6%. Sinduscon-RS caiu para a terceira posição no lado da preferência, mesmo com o pequeno avanço de 3,8% para 4,0%.

FAÇA PARTE DO NOSSO  
**TELEGRAM**

**MAIS UMA VEZ, OS GAÚCHOS  
DECIDIRAM E O SECOVI/RS  
É UMA DAS 5 MARCAS  
MAIS LEMBRADAS E  
PREFERIDAS DO ESTADO.**

Reconhecimento dos **39 anos**  
de trabalho efetivo e sério na  
representação do setor imobiliário  
gaúcho, como **Sindicato Patronal.**

  
**Secovi RS**  
Sindicato da Habitação



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

GLOBAL

# Mais um ano na lembrança de quem faz o varejo acontecer.

Trabalhamos para impulsionar o comércio local oferecendo ferramentas que facilitam a rotina de milhares de empreendedores gaúchos e tornam os seus negócios mais fortes.



**Sindilojas RS**  
Porto Alegre  
Sindicato do Sistema Comércio

BRDE / DIVULGAÇÃO JC



Leany Lemos

Diretora de Operações do BRDE

## OPINIÃO

## As revoluções, a rainha e o futuro que nos espera

Muitos já se depararam, nas redes sociais ou grupos de WhatsApp, com um meme que dizia algo como “chegou o momento de refletir: que mundo pretendemos deixar para a rainha Elizabeth?”, numa das tantas tiradas sobre sua longevidade e tempo de trono. Mas, para além de guerras mundiais, crises econômicas, escândalos palacianos, chegada à lua, pandemias, 13 primeiros-ministros e uma primeira-ministra, é preciso reconhecer que o tempo da monarca mais antiga do mundo perpassa, fundamentalmente, grandes mudanças culturais, comportamentais e sociais.

Seguramente, a mais profunda das transformações está em pleno curso, e ainda em tempo de fazer parte da jornada da rainha. Mesmo que ainda sofra percalços e nem sempre seja barulhenta, essa transformação é capaz de construir uma sociedade muito

diferente da atual, e para melhor. Essa revolução pró-diversidade e pró-sustentabilidade – social e ambiental – já está ocorrendo em diversas frentes. Mas talvez onde ela pode ocorrer de forma mais promissora é no chamado “chão de fábrica”.

Assistimos hoje a um forte movimento de empresas e instituições que inovam em processos, modelos de negócio, relações de consumo e no conhecimento, tendo em mente critérios ambientais, sociais e de governança. Aliar a eficiência e a lucratividade dos negócios à missão de transformação coletiva é algo cada vez mais difundido e cobrado, a partir da sociedade. Tenho orgulho de integrar uma instituição que vem dando sua contribuição em favor do desenvolvimento econômico e social na Região Sul do País com a máxima aderência a essa realidade global, aos critérios ESG e, portanto, da Agenda 2030.

Em 2021, de cada quatro contratos de crédito firmados, ao menos três operações tiveram vinculação direta com ao menos um dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), algo que se reforça com a parceria com instituições financeiras internacionais. Somos, de verdade, um banco comprometido com a sustentabilidade, um agente de transformação local e, dessa maneira, impactamos o mundo. Toda transformação local é global. E, nessa esteira, muitos dos parceiros – do agro à indústria da inovação, do comércio às cooperativas, do setor público às energias renováveis – comungam dos mesmos compromissos.

Somos o primeiro banco de fomento do País a receber o selo Women On Board, por estimular o aumento da participação das mulheres em cargos de liderança e conselhos. Apoiamos efetivamente o empreendedorismo das

mulheres com um programa específico e, por meio de uma estratégia interna pró-diversidade, queremos abranger funcionários, fornecedores e clientes em ações que aumentem a igualdade de gênero e de raça. Sabemos que muitas empresas e instituições estão, como nós, à frente, construindo esse futuro, com honestidade e transparência. Outras ainda nos primeiros passos, mas todos em um caminho sem volta. Quem ainda não embarcou, ficará pela estrada. Poucas coisas podem ser mais conservadoras do que a monarquia, numa sociedade moderna. Mas até a monarquia pode ajudar a alavancar essas transformações para a construção de um mundo com mais desenvolvimento, mais justiça, mais oportunidades. Por isso, vida longa à rainha! Que ela também participe do legado de futuro que estamos a construir, com muitas mãos e mentes.

## Pesquisa aponta liderança da Renner no segmento de Tinta Predial

A Tintas Renner by PPG é a líder na lembrança de gestores de empresas e altos executivos do mercado gaúcho na categoria Tinta Predial. O destaque foi entregue durante a 24ª edição da pesquisa **Marcas de Quem Decide** do **Jornal do Comércio**, realizada em parceria com a Qualidata.

Com sede em Gravataí, a Tintas Renner é referência em tintas arquitetônicas no Sul do País e expande sua presença no mercado nacional. A empresa oferece produtos que atendem o segmento arquitetônico – residencial e predial. Entre as principais linhas

estão a Rekolor Gold, Rekolor Pró e Extra esmalte. Em 2007, teve seus direitos de uso licenciados pela multinacional PPG.

Conforme Marcelo Diniz Carneiro, diretor-geral para a América do Sul da Tintas Renner by PPG, a companhia valoriza a premiação, pois representa uma opinião consistente de formadores de opinião, sempre importantes para o conceito da marca. “Ficamos felizes em receber pela 24ª vez consecutiva esse reconhecimento. É como se fosse nossa primeira vez. Para nós é um orgulho.”



Com sede em Gravataí, a Tintas Renner é referência em tintas arquitetônicas

A pesquisa **Marcas de Quem Decide** é o único estudo que mede tanto a lembrança quanto a preferência dos entrevistados. Apresenta uma análise completa das marcas que se destacaram, trazendo inspiração e um olhar para um futuro de conquistas. O le-

vantamento que aponta as marcas líderes em mais de 70 setores da economia gaúcha revela a lembrança e a preferência de gestores e executivos de empresas no Rio Grande do Sul. A divulgação dos resultados ocorreu no dia 19 de abril.

Conteúdo produzido pelo

Conteúdo multimídia patrocinado

para Tintas Renner

TINTAS RENNER/DIVULGAÇÃO/JC

# Nosso trabalho reflete o crescimento da sociedade.

**O Sinduscon-RS está, pelo quinto ano consecutivo, entre as marcas mais lembradas e preferidas do Estado.**

Esse resultado demonstra a relevância do trabalho do Sinduscon-RS. Nossa atuação, como instituição ativa e coesa, contribui com o bem-estar, conforto e segurança da sociedade gaúcha.

Um setor forte só pode ser representado por uma entidade igualmente forte.



**SINDUSCON-RS**  
DESDE 1949



51 **3021.3440** [sinduscon@sinduscon-rs.com.br](mailto:sinduscon@sinduscon-rs.com.br)

[f](#) [@](#) [in](#) [sindusconrs](#)





Ser **LEMRADO**  
é **INSPIRADOR**.  
**RECONHECIMENTO**  
que nos **ALIMENTA**  
a seguir em **FRENTE**.



**SUCOS PETRY**  
BEBA SAÚDE O ANO INTEIRO

[www.sucospetry.com.br](http://www.sucospetry.com.br)  
@sucospetry

## SUCO DE FRUTAS

### Del Valle e Suvalan dividem primeiro lugar em novo setor avaliado

Suco de Frutas é o setor que fecha o elenco das novidades desta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**.

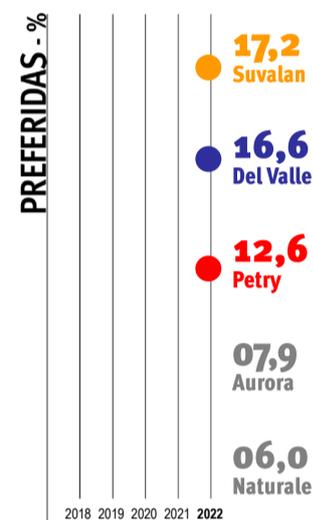
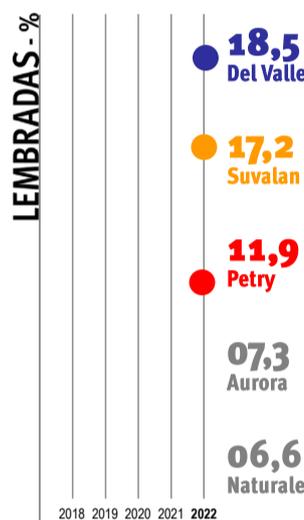
E os primeiros números levantados no estudo da Qualidata para o ano de 2022 mostram, mais uma vez, que lembrança não é sinônimo de preferência.

Del Valle é a marca mais lembrada, com 18,5%, seguida pela Suvalan, que totaliza 17,2%.

Na avaliação da preferência, Suvalan, com os mesmos 17,2%, fica à frente da Del Valle, que marca 16,6%.

Petry, lembrada por 11,9% dos gestores e indicada como preferida por 12,6% deles, ocupa o terceiro lugar.

Nesta participação inaugural do setor de Suco de Frutas, o público entrevistado indicou 17 marcas na lembrança e 16 na preferência.



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.

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

Campanha

# Imposto Solidário

## #IRPF2022

Conselho de Contabilidade do RS mobilizado na construção de uma sociedade melhor para todos os gaúchos.

### DECLARE SUA SOLIDARIEDADE

Destine parte do Imposto de Renda para os fundos da criança e do adolescentes e do idoso

[crcrs.org.br/irpf22](http://crcrs.org.br/irpf22)



**CRCRS**  
voluntariado

**CRCRS**  
CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RS  
19.1001-00000000-0

Coneclados na evolução

# OBRIGADO!

## 1º Lugar na Categoria: SUCO DE FRUTAS

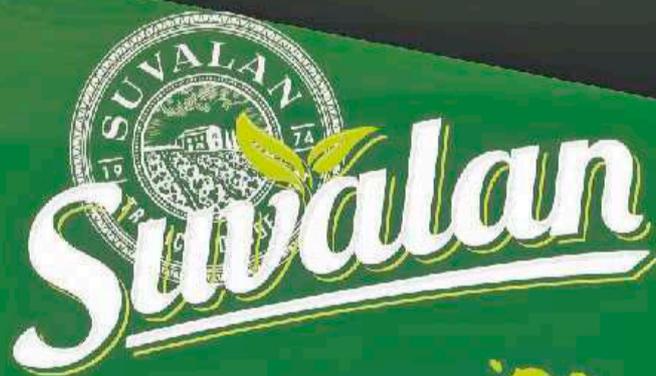
### Somos a marca preferida dos gaúchos.



A Suvalan se orgulha em ser o 1º lugar na categoria 'Líder em Preferência' na pesquisa Marcas de Quem Decide 2022.

Somos a marca preferida pelos gaúchos quando a pergunta é suco pronto, o que nos honra muito. Esse reconhecimento é fruto do trabalho e comprometimento constante de nossos colaboradores, aliado aos grandes investimentos em tecnologia que buscam atender ao exigente consumidor.

Com tradição na elaboração de sucos prontos para beber e sempre mantendo a inovação em seus produtos para melhor atender aos mais variados parâmetros do mercado varejista, agradecemos a preferência!



O VERDADEIRO  
SABOR DA FRUTA!



[www.suvalan.com.br](http://www.suvalan.com.br)

@suvalanoficial



Suvalan





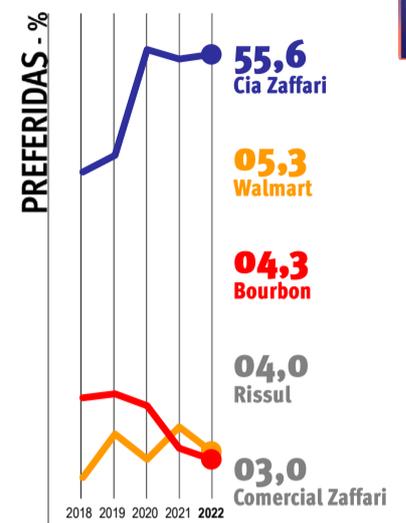
As tendências e as novidades do mundo do varejo em vídeos de um minuto no JC.



## SUPERMERCADO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Mantida condição de dominante pela Cia Zaffari

Seguindo a trajetória de líder absoluta traçada ao longo das pesquisas realizadas pela Qualidata, a Cia Zaffari solidifica mais uma vez o seu nome como a marca de Supermercados mais lembrada e preferida no Estado e permanece no seleto grupo de marcas dominantes.

Nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**, chega muito próxima ao patamar de 60% das indicações da lembrança: 59,6%. Como marca preferida, atinge 55,6%.

Os novos números deixam a Cia Zaffari mais de 49 pontos percentuais à frente da Walmart, a segunda colocada em ambos os lados da pesquisa. Ela, que estava em terceiro lugar na edição anterior, de 2021, avançou mais de 3 pontos percentuais na lembrança dos gaúchos e subiu uma posição, com índice de 9,9%. Na preferência, conservou a colocação já conquistada na edição passada, mesmo tendo oscilado de 8,4% para 5,3%.

# VEM AÍ!

## 1ª Convenção Regional de Supermercados

# EM FARROUPILHA

-  Oportunidades de negócios
-  Palestras
-  Exposição da sua marca
-  Visitas técnicas em indústrias



1º e 2º  
de junho  
2022

Informações: [comercial@agas.com.br](mailto:comercial@agas.com.br)

Patrocínios confirmados:



Hedera  
COSMÉTICOS



GRUPO  
PRADO



Organização/realização:

**AGAS**  
ASSOCIAÇÃO GAÚCHA DE SUPERMERCADOS

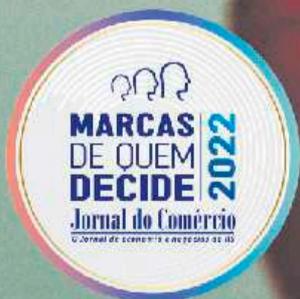
 [www.agas.com.br](http://www.agas.com.br)

NA NOSSA LISTINHA,  
 *você vem  
 sempre em  
 primeiro  
 lugar.*

**Zaffari, eleito o  
supermercado mais  
querido pelos gaúchos.**

Mais uma vez, o Zaffari  
é a marca mais  
lembrada e a preferida  
da pesquisa Marcas  
de Quem Decide.  
Continuar fazendo  
mais e melhor  
para você é o  
nosso jeito de  
agradecer.

**Zaffari**



ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC



**Nelson Silveira**  
Diretor de Estratégia de  
Comunicação GM América do Sul

## OPINIÃO

# Inovação para a sociedade e para o Brasil também precisam ser sustentáveis

Nos últimos tempos, houve um grande despertar da sociedade no sentido de compreender que todos fazemos parte de um mesmo todo. Somos parte de uma mesma comunidade e também de um mesmo ambiente e ecossistema. E isso faz toda a diferença quando pensamos na maneira em que conduzimos os negócios, especialmente na General Motors.

Desde sua fundação, em 1908, a GM investe em pesquisa e inovação para atender às demandas de seu público e ajudar na solução das questões da nossa sociedade. Houve um momento em que o principal objetivo era colaborar na locomoção de pessoas e objetos. Hoje em dia, quando falamos em mobilidade, falamos sobre questões mais comple-

xas, que permeiam nosso dia a dia atribulado, que requerem soluções criativas, inovadoras, mas que também precisam ser sustentáveis. É preciso pensar no impacto de nossas atividades e produtos, pensar em opções que atendam não só às demandas mais diretas, mas que também estejam incluídas em um contexto de integração e conformidade com as melhores práticas de produção e em termos de impacto social e ambiental.

A única forma de unir todas essas pontas de maneira eficiente é por meio da inovação. De produtos, processos produtivos e na maneira como contribuimos para a sociedade. E a GM vem revolucionando o mercado por meio da eletrificação da mobilidade, que é nossa principal aposta para os próximos anos.

Acreditamos que, por meio do carro elétrico, é possível não só reduzir a emissão de gases de efeito estufa na atmosfera, mas melhorar a saúde nas cidades em que vivemos, reduzir a poluição sonora e, ainda, termos produtos de alta performance, eficientes, que podem ser carregados no conforto do seu lar e com baixa necessidade de manutenção. Estamos atentos às necessidades presentes para atuarmos nelas e trilhamos caminhos inovadores para o futuro. E acreditamos que o Brasil tem tudo para estar no circuito da mobilidade no futuro. Nossos investimentos no País estão firmes, principalmente no que diz respeito à modernização de nossas fábricas e lançamentos de nossos produtos. E também estamos convictos de que o Brasil pode

ser um polo para o desenvolvimento e produção de carros elétricos, graças às condições que temos aqui, como minerais para produção de baterias, engenharia de ponta, parque industrial avançado e mercado consumidor em potencial. Para que isso se torne realidade, precisamos continuar inspirando não só nossos clientes, mas toda a cadeia de stakeholders envolvidos nesse processo. Estamos fazendo investimentos em inovação para que possamos avançar junto com nossa sociedade, atender novas necessidades e criarmos o futuro sustentável da mobilidade, incluindo os consumidores brasileiros nessa jornada. Com o tempo e as políticas públicas adequadas, podemos ter grandes perspectivas para a eletrificação no País.

**Jornal do Comércio** | 88 ANOS  
O Jornal de economia e negócios do RS

## Jornalismo de **credibilidade**

Há 88 anos o **Jornal do Comércio** se dedica ao jornalismo **sério e isento**. Acesse nosso site e siga as nossas redes sociais para ficar sempre bem-informado.



f /JORNALDOCOMERCIO

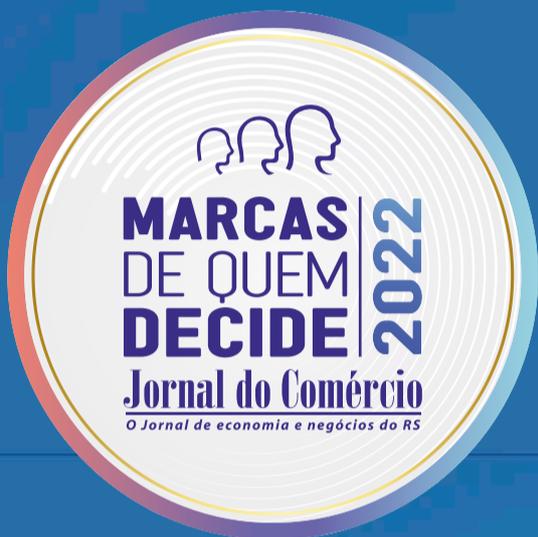
ig /JORNALDOCOMERCIO

tw /JC\_RS

yt /JORNALDOCOMERCIO

# A Tintas Killing cresce no coração dos gaúchos.

A 24ª edição da **Pesquisa Marcas de Quem Decide** revelou que a confiança na qualidade da Tinta Gaúcha segue crescendo no Rio Grande do Sul.



### 3º LUGAR

Um aumento expressivo de **32%** e **13,16%** em **lembração e preferência**, respectivamente.



ACESSE NOSSO SITE E CONHEÇA TODAS AS SOLUÇÕES KILLING.

TINTASKILLING.COM.BR @TINTASKILLING /TINTASKILLING

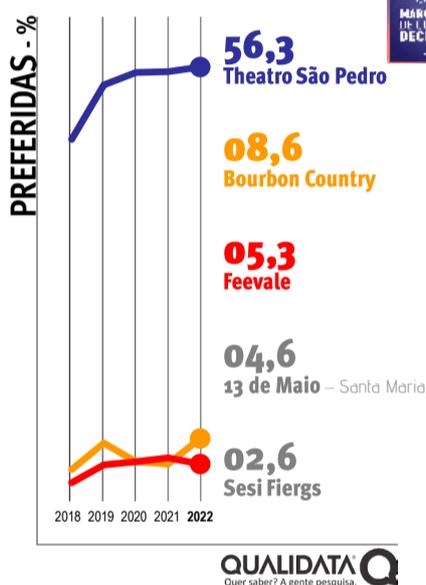
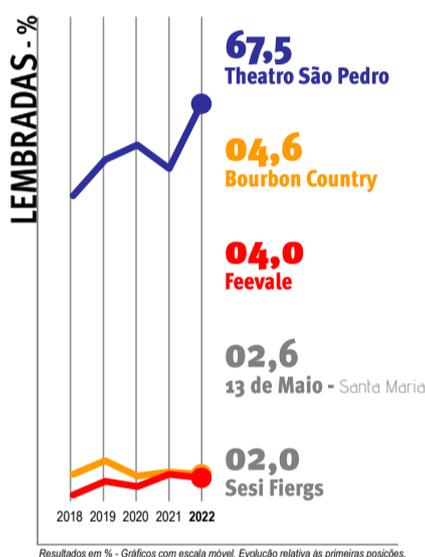


## TEATRO

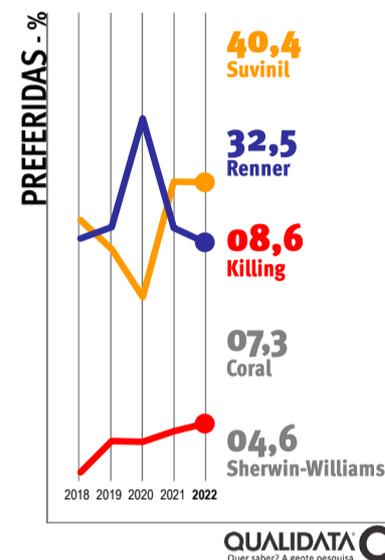
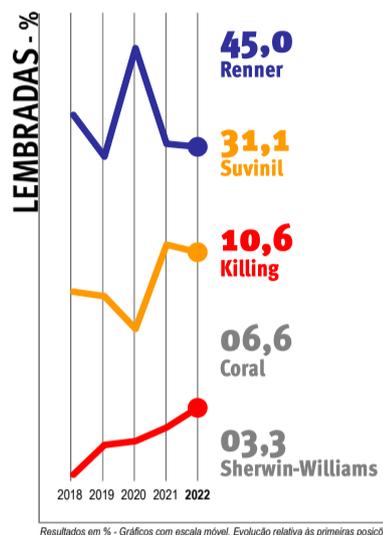
## Theatro São Pedro segue como marca dominante

Como em todas as edições do projeto **Marcas de Quem Decide**, o Theatro São Pedro lidera o setor em absoluto. O acréscimo de expressivos 11 pontos percentuais na lembrança elevaram o índice do Theatro para um patamar muito próximo a 70%. Agora, são 67,5% de indicações recebidas dos gestores gaúchos entrevistados, praticamente 63 pontos percentuais à frente das demais marcas lembradas nessa edição.

Na preferência, o índice do Theatro São Pedro apresenta número bem parecido aos das últimas duas pesquisas: 56,3%. Além do desempenho, a Qualidata também verifica o nível de dominância das marcas. Sempre que a pontuação atingida pelas líderes dos setores for superior à soma dos demais nomes referidos, serão também consideradas dominantes. É exatamente o que acontece mais uma vez com o Theatro São Pedro.



## TINTA PREDIAL



## Renner e Suvinil lideram com números bem parecidos

Com resultados muito próximos aos do estudo anterior, Renner e Suvinil seguem dividindo a liderança do setor de Tinta Predial. Renner mantém o primeiro lugar enquanto marca mais lembrada, com um pequeno acréscimo de 0,5 ponto percentual, totalizando 45,0%. A Suvinil praticamente repete o índice e continua liderando entre as marcas preferidas, com 40,5%.

Os segundo e terceiro lugares também não

sofreram grandes alterações de índices nessa 24ª edição do projeto Marcas de Quem Decide. A segunda posição está dividida igualmente pela Suvinil, que marca 32,1% na lembrança, e pela Renner, que subiu pouco mais de 2 pontos percentuais e agora marca 32,5% na preferência. Killing ocupa a terceira posição com pontuação maior: passou de 8,0% para 10,6% na lembrança e de 7,6% para 8,6% na preferência.

FARMÁCIAS SÃO JOÃO/DIVULGAÇÃO/JC



**Pedro Henrique Kappaun Brair**  
Presidente da Rede de Farmácias São João

## OPINIÃO

## Farmácias assumem novo papel na atenção primária da saúde da população

A pandemia da Covid-19 trouxe mudanças irreversíveis na área de saúde, especialmente ao varejo farmacêutico. Com cobertura vacinal da Covid entre as maiores do mundo e a publicação da portaria que estabelece o fim da Emergência em Saúde Pública de importância Nacional (Espin) da Covid-19, a saúde dos brasileiros está entrando em um novo momento.

Nesse contexto, mais do que comercializar medicamentos e cosméticos, as farmácias estão inovando e buscando prestar serviços para se consolidarem como um Hub

de Saúde, materializando-se como um ator de relevante contribuição na atenção primária em saúde dos brasileiros.

Depois dos testes de Covid e da oferta das mais diversas vacinas, as farmácias passaram a investir em tecnologia e trouxeram equipamentos de ponta e dispositivos portáteis de saúde para realizar exames conhecidos como testes laboratoriais remotos.

Esse avanço ressignificou o processo de triagem do diagnóstico de doenças devido à segurança e praticidade. Esse tipo de exame, rea-

lizado com a coleta em uma pequena amostra de sangue e resultados na hora, permite o rastreamento de diversas doenças relacionadas à tireoide, controle glicêmico de pacientes diabéticos pela hemoglobina glicada, triglicerídeos, colesterol total e frações LDL e HDL, dengue, zika, influenza, exame de sangue quantitativo de gravidez, entre outras.

Tudo isso realizados por farmacêuticos especialistas em seus consultórios dentro das farmácias.

Outro exame que tem despertado interesse dos clientes é análise corporal por bioimpedância, com

uma balança especial, onde é possível ter informações sobre quantidade de líquido no corpo, massa magra e muscular, metabolismo basal, percentual de gordura total e o nível de gordura visceral (aquela gordura entre os órgãos e fator de risco para diversas doenças).

Esses novos tempos acenam com impactos relevantes na saúde e qualidade de vida das pessoas que podem buscar nas farmácias um estabelecimento de saúde para realizar ações de prevenção e também monitorar doenças crônicas com segurança e comodidade.

# OBRIGADO POR LEMBRAR DE TINTAS RENNER.

Você também não sai da nossa memória.

Na edição 2022  
do Marcas de Quem Decide,  
**Tintas Renner** foi a marca  
de tintas mais lembrada  
pela vigésima quarta vez  
consecutiva.  
Pelo seu reconhecimento,  
**Tintas Renner** reforça  
o compromisso de desenvolver  
soluções cada vez  
mais avançadas para continuar  
honrando a sua preferência.



@tintasrennerbr

## DROPS DE MARKETING

## Gestão de crises: tenha um plano de contingência em mãos

Qualquer organização, pública ou privada, está sujeita a crises, de acordo com Marlucci Stein, sócia-diretora da Comunica Mais Assessoria. Crises dos mais variados tipos e com consequências distintas. A boa notícia é que a maioria das crises é administrável e, até certo ponto, podem ser evitadas. Isso pressupõe adotar políticas de planejamento preventivo, que fornecem as ferramentas necessárias e capazes de lidar com os momentos de risco.

Prevenção, antecipação e treinamento são palavras-chave na hora de pensar em uma gestão de crises. Para isso, é necessário ter o controle da situação a partir de uma série de fatores, como o levantamento da extensão do problema e seus impactos fora do cenário de pressão; a segmentação dos públicos e conhecimento prévio de suas futuras reações; a organização de contramedidas efetivas para reduzir o impacto e a resistência das fontes de oposição; a preparação adequada de porta-vozes e de equipes de ação; a avaliação e dimensionamento dos investimentos em comunicação e alocação prévia de verbas; e, por fim, a possibilidade de aprender com eventos passados.

Mas como se preparar para esse momento? Uma das indicações de Marlucci é a criação de um Plano de Gestão de Crises ou Plano de Contingência.

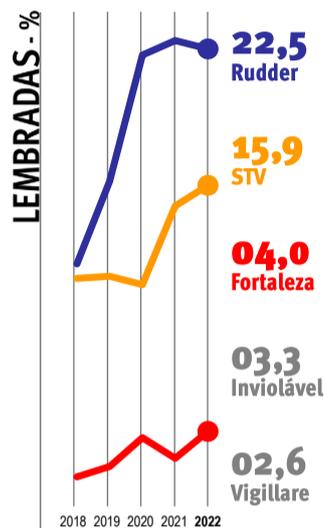
É nesse documento que estará o planeja-



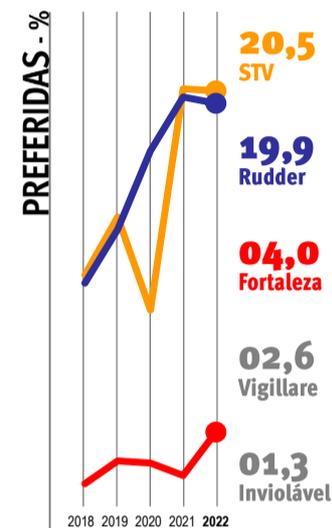
Marlucci Stein, sócia-diretora da Comunica Mais Assessoria

mento preventivo dos processos que a organização vai utilizar para reagir a uma situação crítica ou emergencial que afete a reputação ou posição no mercado. Nele, deverá constar temas como: imagem, crise, comando, rumo, face, arma e alvo.

## VIGILÂNCIA



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA  
Quer saber? A gente pesquisa.

## Rudder e STV na frente outra vez

STV e Rudder vêm travando uma disputa acirrada pela liderança há muito tempo. Após a breve retomada da dianteira pela Rudder em 2020, a STV voltou a crescer como marca preferida em 2021 e repetiu o desempenho nesta 24ª edição do projeto **Marcas de Quem Decide**. 22,5% dos gestores gaúchos entrevistados lembraram de pronto da Rudder e 20,5% indicaram a STV como marca preferida.

Ambas apresentam índices muito próximos aos da pesquisa anterior também na ocupação do

segundo lugar: STV na lembrança, com 15,9%, e Rudder na preferência, com 19,9%.

O destaque fica por conta da Fortaleza, que não tinha suas linhas de evolução estampadas nos gráficos até então por não figurar dentre as mais lembradas e preferidas. Agora, com um acréscimo de 1,3 ponto percentual na lembrança e 2,1 pontos percentuais na preferência, passou à terceira colocação, com 4,0% das indicações em ambos os quesitos.

## Suvalan lidera na preferência em novo setor pesquisado

A Suvalan foi a marca de suco preferida na pesquisa Marcas de Quem Decide em 2022. O resultado do novo setor pesquisado, segundo Everton Milani, gerente administrativo corporativo do negócio, é um reconhecimento ao engajamento, dedicação e compromisso dos colaboradores da empresa de Bento Gonçalves.

O lema da marca, pioneira na elaboração de sucos em embalagens cartonadas, é "Suvalan - O verdadeiro sabor da Fruta". E isso é um propósito que dita as decisões diárias da organização, fundada há mais de três déca-

das, conforme Milani.

"Nos orgulhamos de sempre, em toda nossa trajetória, mantermos a excelência, a qualidade e a segurança alimentar na entrega de produtos diferenciados, prova de compromisso e respeito por nossos consumidores", afirma.

Milani revela que a marca segue investindo nas áreas de qualidade, segurança alimentar, desenvolvimento de novos produtos e automatizando a planta industrial, deixando-a adequada para a indústria 4.0.

"Mesmo diante de todo este ce-

Conteúdo produzido pelo **Núcleo-i** para Suvalan  
Conteúdo multimídia patrocinado



A Suvalan, de Bento Gonçalves, há mais três décadas foi pioneira nas embalagens cartonadas

nário de incerteza econômica e política, o primeiro trimestre de 2022 superou nossas expectativas, o que nos faz acreditar que vamos seguir aten-

dendo as exigências de nossos seletos consumidores, mantendo um crescimento constante, porém responsável", ressalta ele.

# SEGURANÇA, TECNOLOGIA E VIGILÂNCIA

NA PREFERÊNCIA **DOS GAÚCHOS**



Todos os dias trabalhamos com excelência e profissionalismo, investindo em pessoas, ideias e soluções inovadoras para oferecer a segurança que cada cliente precisa.

Nos orgulhamos por termos nosso esforço e dedicação sendo reconhecidos como empresa preferida dos gaúchos na categoria vigilância.

**STV. Sua Maior Segurança.**

MARKETING STV

-  [stv.com.br](http://stv.com.br)
-  [stvseguranca](https://www.facebook.com/stvseguranca)
-  [stv\\_seguranca](https://www.instagram.com/stv_seguranca)
-  [stvsegurança](https://www.linkedin.com/company/stvseguranca)



## DROPS DE MARKETING

## Autoridade se conquista

Você já ouviu falar sobre Marketing de Autoridade? Se a resposta for negativa, não há problema algum. Conforme Júlia Alves, da Winning by MKT, trata-se de um termo relativamente novo no mercado e ganhou força em 2018, quando uma dupla de empreendedores se uniu para publicar um livro, cujo título original em inglês é Authority Marketing. Desde então, o termo tornou-se alvo de curiosidade para CEOs, líderes e produtores de conteúdo, que vislumbraram um novo método para alcançar objetivos corporativos.

Mais efetivo, seguro e ágil, o processo promete reduzir o ciclo de vendas e tomar conta do mercado nos anos que se seguem, previsão realizada pela revista Forbes. A palavra autoridade é derivada do latim auctoritas, termo ramificado para auctor. Sendo assim, é fácil perceber que, para existir autoridade, necessariamente deve haver um sujeito: o autor. Auctor, por sua vez, é derivado de augere, que significa fazer crescer. É aí que entra a inevitável associação ao conceito de liderança.

"Autoridade não se impõe, se conquista. Muito por conta do momento histórico, as redes sociais têm uma presença diária na vida de todos. O estudo da We Are Social, em parceria com a ferramenta Hootsuite, comprova que, atualmente, as pessoas ficam conectadas seis horas e 43 minutos por dia", cita Júlia. É neste contexto que sua agência encontrou uma forma de se destacar. A empresa desenvolveu métodos autorais para potencializar a presen-



Júlia Alves, da Winning by MKT

ça dos seus clientes no ambiente digital. Conforme Júlia, a dinamicidade das redes sociais é um desafio.

Para ela, constantes atualizações de algoritmo, mudanças no comportamento de usuários e novidades no contexto macro do mercado são determinantes. "É preciso estar sempre atento para entregar resultados eficazes e condizentes com o que é demandado", aponta.

WINNING BY MKT/DIVULGAÇÃO/JC

APRECIE COM MODERAÇÃO.

MIOLO

Orgulho da nossa terra.  
Miolo é a marca preferida e a segunda mais lembrada de vinhos pelos gaúchos.

/GRUPO MIOLO @GRUPO MIOLO MIOLO.COM.BR

JONAS ADRIANO/DIVULGAÇÃO/JC



Pedro Valério

Diretor executivo Instituto Caldeira

## OPINIÃO

## O futuro que sonhamos é possível? Por que não?

Para todos que têm participado da estruturação do Instituto Caldeira, uma boa visão do presente é a sólida materialização do passado, que hoje está localizada no 4º Distrito e recebe diariamente centenas de empreendedores e inovadores do século XXI.

Para todos aqueles que idealizaram o Instituto Caldeira, o presente é a Comunidade Caldeira.

Mas, mais que isso, também são os novos negócios, a pesquisa e o debate permanente sobre os desafios da Nova Economia – inúmeras e poderosas trocas que acontecem dentro dos mais de 20 mil metros quadrados, onde, no começo do século XX, A. J. Renner iniciou seu complexo industrial.

O presente também são milhares de conexões com pessoas e iniciativas inovadoras do mundo inteiro. É o foco e a energia dedicados ao aperfeiçoamento do ambiente de empreendedorismo e inovação do nosso Estado.

O presente é o Pacto Alegre; é um universo formado por mais de 650 startups, quatro aceleradoras; são os mais de 15 mil empregos gerados e milhões de reais em investimentos todos os anos. Nesse cenário, a visão que se tem do presente é extremamente inspiradora e instigante.

E sobre o futuro que sonhamos? Sobre ele só podemos especular e teorizar.

E hoje, principalmente olhando

para trás, vemos o quão arriscado e incerto é fazer previsões sobre ele. Contudo, aqui vão algumas ideias: o futuro que sonhamos não depende apenas da adoção de novas formas de gestão ou de novos modelos de negócio.

Tão pouco, de tecnologias disruptivas, novas formas colaborativas para geração de negócios ou códigos abertos de inovação. Tudo isso, é claro, é sim muito importante, mas posso afirmar que não é o fator decisivo e imprescindível para concretizá-lo.

A construção do futuro que sonhamos depende de algo muito mais complexo cuja implementação é muitíssimo mais demorada: a educação.

Uma vez, ouvi alguém dizer que são necessários pelo menos seis meses para fabricar uma aeronave de grande porte e de alguns bons anos para formar um excelente comandante.

Ou seja, somente e unicamente a educação é capaz de moldar o nosso pensamento e desconstruir modelos mentais que levam a interpretações equivocadas da realidade. Apenas a educação tem o poder necessário para transformar o que nos rodeia.

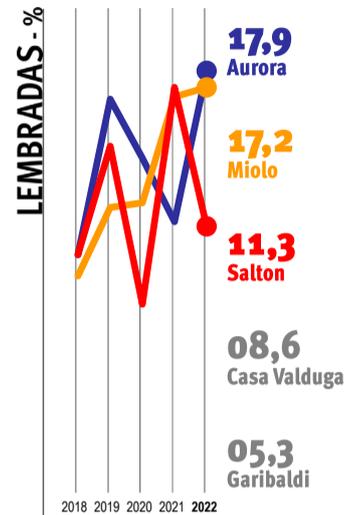
O futuro que sonhamos é possível? George Bernard Shaw dizia: "Há quem veja as coisas do jeito que são e pergunte por quê? Eu sonho com coisas que ainda não existem e pergunto por que não?".



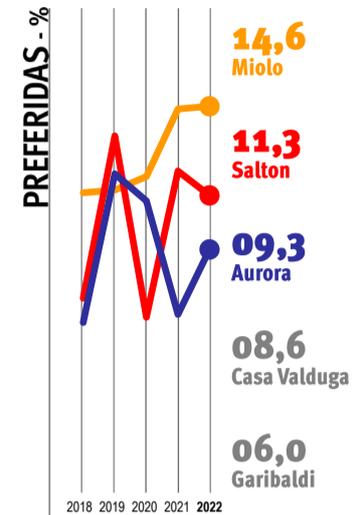
ACESSE O SITE COMPLETO DO  
MARCAS DE QUEM DECIDE 2022



VINHO



Resultados em % - Gráficos com escala móvel. Evolução relativa às primeiras posições.



QUALIDATA<sup>®</sup>  
Quer saber? A gente pesquisa.

Aurora volta a crescer na lembrança e divide liderança com Miolo

Após perder duas posições e ficar atrás da Salton e da Miolo na pesquisa anterior da Qualidata, Aurora volta a apresentar crescimento expressivo na lembrança e retoma a dianteira, agora com 17,9%. O novo resultado deixa para trás a Miolo, com 17,2%, e a Salton, com 11,3%, que ocupam respectivamente segundo e terceiro lugares.

Na preferência, Miolo segue em primeiro

lugar, com 14,6%, e Salton em segundo, com 11,3%. Aurora também ganha pontos importantes nesse quesito e sobe para a terceira posição: são 4,4 pontos percentuais acrescidos aos seus então 6,9%, o que totaliza 9,3% das indicações.

Com esse desempenho, Aurora passa à frente da Casa Valduga (8,6%) e volta a ter sua linha de evolução nas pesquisas mostrada no gráfico.

**Uma decisão bem tomada.**

A Vinícola Aurora, foi a mais lembrada na categoria "Vinho" pelos gaúchos. Tudo isso, fruto de um trabalho realizado por uma marca com vinhos para todos os gostos e uma qualidade inesquecível!

SE BEBER, NÃO DIRIJA.

www.vinicolaaurora.com.br

VINÍCOLA AURORA



LUIZA PRADO/JC



LUIZA PRADO/JC

Governador Ranolfo Vieira discursou na abertura da cerimônia e elogiou iniciativa



LUIZA PRADO/JC

Ricardo Gomes, prefeito em exercício, salientou importância do projeto em sua fala

## O EVENTO

# Edição 2022 volta a ser presencial e mais tecnológica

**Mauro Belo Schneider**

mauro.belo@jornaldocomercio.com.br

O Multiverso Experience, no Cais Embarcadero, recebeu na manhã do dia 19 de abril a cerimônia da 24ª edição da pesquisa **Marcas de Quem Decide**, promovida pelo **Jornal do Comércio** e pela Qualidata. No evento, prestigiado por CEOs de companhias, pelo governador do Estado, Ranolfo Vieira Júnior, e pelo prefeito em exercício de Porto Alegre, Ricardo Gomes, foram revelados os dados sobre as marcas mais lembradas e preferidas dos gaúchos.

Na categoria especial Grande Marca Gaúcha do Ano, desta vez, a Tramontina (16,2%) superou a Gerdau (15,6%) na lembrança e seguiu à frente na preferência, com 18,5% das menções, enquanto a Gerdau recebeu 14,6%.

Este é um ano de retomada da entrega presencial dos certificados aos CEOs e representantes das empresas e instituições mais lembradas e preferidas pelos gaúchos. A gravação do

evento está disponível nas redes sociais e plataformas do JC.

Somente as pessoas que receberam os certificados puderam acessar o local, que foi todo adaptado para o Marcas. Nas paredes e no piso, projeções mostraram os gráficos do levantamento. Do lado de fora, um café da manhã com panquecas preparadas pela equipe da Tramontina recepcionava o público.

O editor-chefe do JC, Guilherme Kolling, fez a apresentação dos números e análises e o colunista Ivan Mattos foi o responsável por apresentar o evento, chamando os convidados nos três diferentes palcos.

Os premiados foram anunciados um a um para receber os certificados. Houve discurso do diretor de Operações do JC, Giovanni Jarros Tumelero, e foi realizada, ainda, uma homenagem a Paulo Di Vicenzi, diretor da Qualidata que faleceu em novembro, aos 62 anos de idade.

"O Marcas de Quem Decide traça um verdadeiro panorama da movimentação das principais marcas do

Rio Grande do Sul. Os resultados da pesquisa refletem diretamente o trabalho feito durante o ano pelas empresas, servindo de termômetro para que companhias possam traçar suas estratégias de marca", afirmou Tumelero na abertura das atividades, cujo tema foi Reconhecendo o presente, inspirando o futuro.

O governador Ranolfo Vieira Júnior e o prefeito em exercício da Capital, Ricardo Gomes, também discursaram e destacaram que a iniciativa do Jornal do Comércio mostra as empresas que fazem o desenvolvimento do Estado. "O prêmio do JC é um reconhecimento a todas as marcas", celebrou o governador, elogiando a escolha do slogan do Marcas em 2022.

O prefeito em exercício também se manifestou sobre o evento. "Saudar as marcas mais lembradas pela sociedade já é um feito, e quando é por quem conhece gestão e conhecimento é mais relevante ainda", destacou Gomes, referindo-se ao trabalho de pesquisa para formar o elenco de nomes que são apontados pelo mercado.

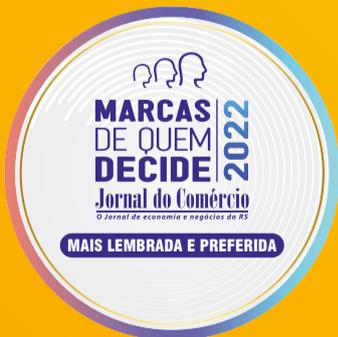
# Dedicamos esse prêmio a você!

escala



Somos uma das **grandes marcas gaúchas do ano** e a **loja de móveis e eletros preferida e mais lembrada.**

**Muito obrigada pela confiança.**



# FEED

Confira alguns posts compartilhados por marcas, instituições e convidados



Equipe de marketing e comercial do Jornal do Comércio no Marcas de Quem Decide 2022: Stefania Tumelero, Rosi Zómer, Camila Ribeiro, Cristina Malcorra e Vanessa Reiser



Diretora da Storia Eventos, Beatriz Moraes, e Jackline Hurmann, da Qualidata

# SOCIAL

Veja quem prestigiou o Marcas no Multiverso Experience, no Embarcadero



Governador Ranolfo Vieira Jr., presidente do JC, Mércio Tumelero, e prefeito em exercício de Porto Alegre, Ricardo Gomes



Mauricio Harger (diretor-geral da CMPC) e Daniel Randon (presidente da Randon)



Rosane Fantinelli e Clovis Gusso (Tramontina)



Julio Mottin Neto (Panvel)



Renê Tonello e Ivan Marini (Vinícola Aurora)



Leandro Gindri De Lima (Sicredi)



Alexandre Guerra (Santa Clara)



José Carlos Estefenon (Suvalan)



Marcelo Diniz Carneiro (Tintas Renner)



Wanderson Ferreira (Tumelero)



Inácio Reinehr (Anchieta)



Carlos Rafael Obiedo Garcia (Josapar)



Ary Bortolotto (Angelus)



Benísio Rodrigues (Cotrijal) e Giovanni Tumelero (diretor de Operações do JC)



Guilherme Medaglia e Jean Pinheiro (Tintas Killing)



Claíse Muller (Banrisul)



Sérgio Antônio Picolo e Célio Giacometti (Barão)



Maurício Barreto (Volkswagen) e Aroldo Pietta (Panambra)



Sheila Tomazoni (Racon)



Francisco Lineu Schardong (Farsul)



André Luiz Roncato (Fecomércio-RS)



Anderson Trautman Cardoso (Federasul)



Juliano Bragatto Abadie (CRC-RS)



Elizeu Simon Pereira (Mercedes-Benz) e Octaviano Busnelo (Savarauto)



Marcos Rovinski (Simers)



Pedro Vale (Suvinil)



Irno Augusto Pretto (Uniodonto)



LUCAS SAPORITI/JC



CARLOS CHAVES/JC



Com a volta do público ao evento, após um ano de transmissão online, Ivan Mattos apresentou o Marcas ao lado de Guilherme Kolling, editor-chefe do JC



ANDRESSA PUFAL/JC



LUCAS SAPORITI/JC

Mohamed Parrini e Melina Schuch, do Hospital Moinhos de Vento, no painel de fotos

O evento foi realizado, pela primeira vez, no Multiverso Experience, no Cais Embarcadero, um ponto turístico de Porto Alegre



LUCAS SAPORITI/JC



LUCAS SAPORITI/JC

Para a 24ª edição, a produção apostou em recursos multimídia, que eram projetados nas paredes e no piso do espaço

Júlio Frigini, gerente regional do Bradesco, também marcou presença na cerimônia



LUCAS SAPORITI/JC



LUCAS SAPORITI/JC

A Tramontina aproveitou a reunião das lideranças para uma ação de marketing

As pessoas convidadas se encantaram com a estrutura do local escolhido para a entrega de certificados do Marcas deste ano



MUITO MAIS QUE  
EMPREENDIMENTOS,  
CONSTRUÍMOS

# TRANS FOR MAÇÃO.

Para nós, ser a marca mais lembrada e amada do Rio Grande do Sul na categoria Construtora do **Marcas de Quem Decide** vai muito além de um prêmio. É o reconhecimento do nosso projeto mais importante: o compromisso de construir espaços que transformem a maneira de morar, conviver e trabalhar dos gaúchos.

**I POA melnick**  
Muito mais que morar

