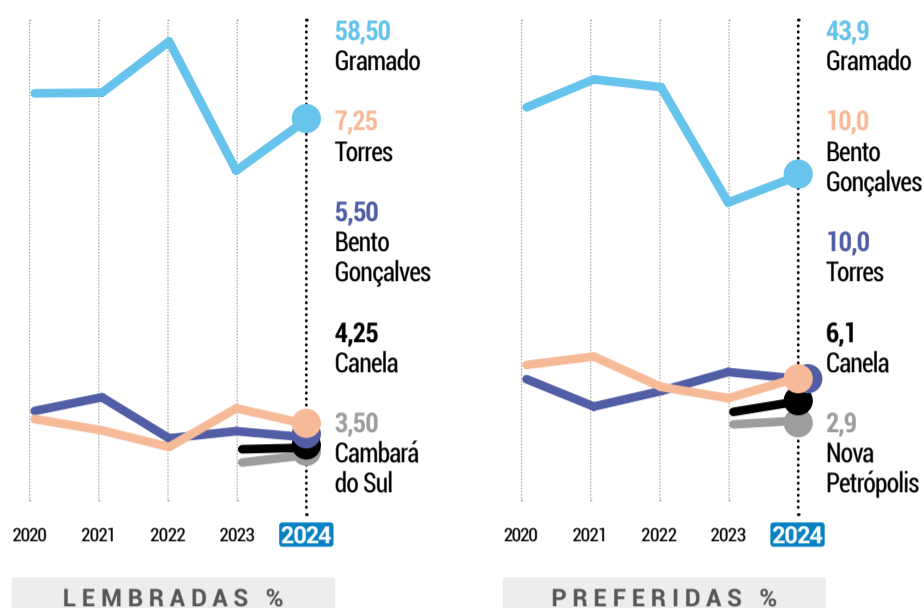


DESTINO TURÍSTICO GAÚCHO



Gramado cresce e mantém liderança absoluta na lembrança e preferência de destino turístico

LEMBRADA

Gramado continua a ser o destino mais lembrado em todas as regiões do RS, mantendo-se consistentemente no top 10 da lembrança. Esse destino turístico sustentou sua dominância de marca na categoria, consolidando ainda mais sua posição como referência na memória dos líderes gaúchos.

PREFERIDA

Notavelmente, Gramado emergiu como a preferência em todas as regiões do Rio Grande do Sul, consolidando sua posição como líder estadual entre os destinos turísticos gaúchos. A cidade se destaca como a marca principal, sendo tanto a mais lembrada quanto a de maior preferência.

COOPERATIVA DE CRÉDITO

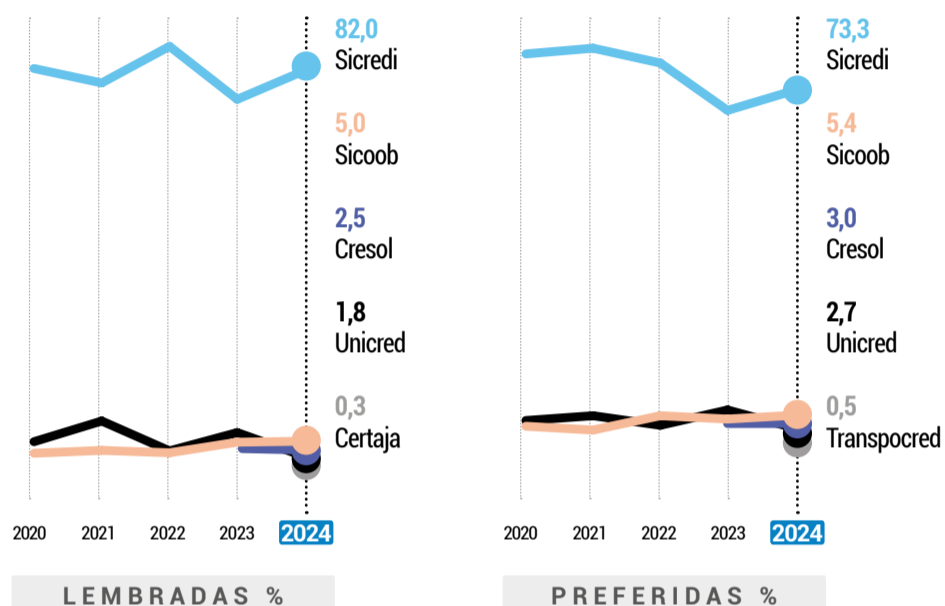
Sicredi permanece entre as maiores dominâncias

LEMBRADA

O Sicredi não apenas liderou de forma expressiva como também apresentou um percentual de lembrança superior ao somatório das demais marcas, com um percentual crescente em relação à dominância que já tinha no ano anterior. A categoria foi indiscutivelmente liderada pelo Sicredi.

PREFERIDA

Na preferência foram mencionadas 11 marcas na categoria, mantendo o mesmo número da edição anterior. O Sicredi reafirmou sua posição como líder estadual, sendo a marca favorita em todas as regiões do Rio Grande do Sul. Destaca-se, em particular, a região de Santa Cruz do Sul.



Nota: *O quinto lugar da lembrança foi decidido pelo critério de desempate, considerando a marca com o maior percentual na região de POA/Metropolitana, regiões de maior representatividade da amostra.

Conteúdo produzido pelo Núcleo-i para Tramontina
Conteúdo multimídia patrocinado

Tramontina cria laços junto à comunidade

Entusiasmo, otimismo, competência e paixão pelo negócio são a essência do que faz a Tramontina. A longa trajetória da marca, hoje com mais de 112 anos, aliada à força e à abrangência do seu mix de produtos permitem que os consumidores lembrem dela como aquela que acompanhou os avós, os pais e hoje também faz parte do dia a dia de jovens com cada vez mais intensidade, estando presente em todas as etapas da vida. O trabalho rendeu à empresa o reconhecimento na pesquisa Marcas de Quem Decide 2024.

O segredo para manter essa essência está ligado diretamente ao propósito da marca: "Crescer para transformar vidas. Criar laços para evoluirmos juntos". É a relação com as pessoas – funcionários, comunidade, consumidores, clientes e parceiros – que mantém viva a vocação centenária da Tramontina de encantar e inspirar com gestos simples. Esse senso de comunidade se reflete em di-



Empresa desenvolve capacitações e espaços de bem-estar onde atua

versas ações da marca, como as parcerias com o Centro Educativo Crescer (CEC), em Carlos Barbosa, e o Centro de Formação Divina Providência, em Encruzilhada do Sul, que apoiam a educação de crianças em situação de vulnerabilidade social no contraturno escolar. Também se reflete em iniciativas globais, como através da parceria com a Fundação Dr. Sonrisas, no México, e de ações com o projeto Voz

dos Oceanos, nos Estados Unidos. Além disso, a marca conta com o Centro Educacional Ivo Tramontina (CEIT), em Carlos Barbosa, que oferece capacitações e espaços de lazer e bem-estar para funcionários e seus familiares. Outro passo importante foi através da parceria com a ONG Gerando Falcões, que viabilizou cursos de Gastronomia para moradores do município de Ferraz de Vas-

concelos, além do apadrinhamento de duas entidades em Pernambuco e no Pará – Movimento Inspire, em Olinde (PE), e Instituto Edson Royer, em Novo Progresso (PA). Com isso, a marca passou a colaborar não só economicamente, mas também através de um programa de voluntariado gerido internamente, nos dois estados onde já está presente e impacta positivamente através de suas unidades produtivas.

Essas ações têm reflexo direto no trabalho dos mais de 10 mil funcionários que atuam em nove unidades fabris no Brasil e em 24 unidades no exterior para entregar cerca de 22 mil itens entre utensílios e equipamentos para cozinha, eletros, ferramentas para agricultura, jardinagem, manutenção industrial e automotiva, construção civil, materiais elétricos, móveis de madeira ou de plástico, equipamentos dirigíveis, além dos jogos de mesa em porcelana para todo o mercado nacional e mais de

120 países.

Para uma experiência cada vez mais próxima do consumidor, além das fábricas distribuídas pelo Rio Grande do Sul e pelos municípios de Belém, Recife e Moreno, a marca conta com mais de 30 lojas conceito T store em todo o mundo, além das T factory stores, em Carlos Barbosa e Farroupilha. Também opera através dos Centros de Distribuição, que operacionalizam a logística e fazem os produtos Tramontina chegarem com agilidade globalmente, além de aproximar fábricas e varejo, por meio de showrooms.

Ao longo de seu crescimento, a Tramontina tem buscado evoluir ainda mais o negócio agregando a sustentabilidade como um dos fatores do processo de inovação. Para isso, vem investindo em tecnologia e conhecimento humano para desenvolver uma operação mais ecoeficiente e circular no uso de recursos naturais, matérias-primas, insumos e materiais.