

## SOBRE A PESQUISA

### Como é feita a pesquisa do Marcas de Quem Decide

A pesquisa Marcas de Quem Decide 2025 foi aplicada pelo IPO - Instituto Pesquisas de Opinião utilizando a técnica quantitativa probabilística estratificada, com cotas por região, conforme a delimitação das oito regiões intermediárias do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). As entrevistas foram distribuídas em 47 cidades com participação igual ou superior a 0,5% do PIB gaúcho.

Os controles amostrais de cargo, porte de empresa e segmento de atuação foram autoponderados. Foram ouvidas as principais lideranças do Rio Grande do Sul, como CEOs, presidentes, diretores, empresários, gestores, executivos e profissionais liberais. No total, ocorreram 400 entrevistas. A margem de erro, determinada pelo tamanho total da amostra, é de 5 pontos percentuais para mais ou para menos em relação aos resultados do conjunto da avaliação.

O intervalo de confiabilidade é de 95%, ou seja, se o mesmo levantamento for repetido 100 vezes, em 95 delas o resultado estará dentro dos parâmetros apresentados.

Foi utilizado um questionário estrutu-

rado e padronizado com questões abertas. O questionário continha 172 questões, considerando as 79 categorias pesquisadas, organizadas em ordem alfabética conforme grupos do Jornal do Comércio, mais as questões de caracterização dos entrevistados. Em cada categoria foi avaliada a marca mais lembrada e a marca de preferência. O IPO observou com rigor todos os parâmetros metodológicos recomendados nesse tipo de abordagem e as respostas dadas em todos os setores avaliados foram livres e espontâneas, tendo como estímulo apenas a citação dos respectivos setores. Tendo em vista a dificuldade de compreensão observada em algumas categorias, foram feitas observações complementares em algumas questões, explicando o conceito da categoria ou dando exemplos de produtos.

As entrevistas foram feitas por telefone, conforme a disponibilidade do entrevistado, mediante agendamento prévio. O processo de coleta dos dados respeitou os preceitos da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei 13.709/2018, que regula as atividades de tratamento de dados pessoais.

## ARROZ

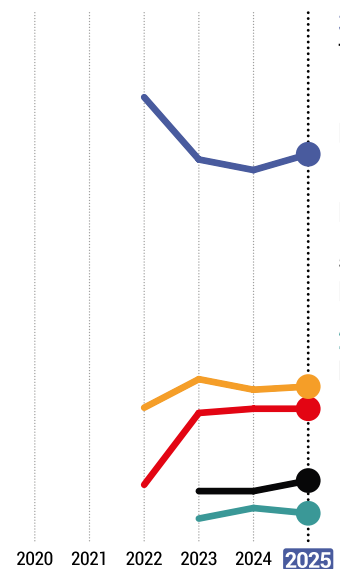
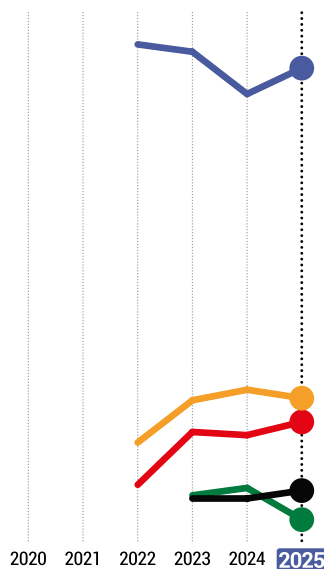
### Tio João continua a ser a marca de arroz líder

#### LEMBRADA

Tio João mantém a liderança como a mais lembrada, com mais do que o dobro do percentual da segunda marca, alcançando 44,8% dos líderes gaúchos. A marca é líder na maioria das regiões do RS, excetuando-se apenas as regiões de Ijuí e Uruguaiana, lideradas pela Prato Fino.

#### PREFERIDA

Assim como em 2024, Tio João foi a marca de preferência em sete das nove regiões do Estado, destacando-se no quesito liderança de marca. A Prato Fino é a segunda marca de arroz com maior preferência entre os líderes. Com 14,6%, é a preferida das regiões de Ijuí (48,3%) e de Uruguaiana (31,3%).



\* Marcas que entraram entre as cinco principais na Edição 2025.  
Nota: O quinto lugar da lembrança foi decidido pelo critério de desempate, considerando a marca com o maior percentual na região de PÓA/Metropolitana, regiões de maior representatividade da amostra.

competence+ | SINCE 1974

Instagram: @fecomerccio\_rs
LinkedIn: /fecomerccio-rs

Quem decide, reconhece.

E torna nossas marcas ainda mais fortes.

Obrigado pela lembrança!

**Categorias Premiadas:**

- ★ **Fecomércio-RS**  
Entidade Empresarial  
Apoio ao Empreendedor
- ★ **Sesc/RS**  
Apoio ao Empreendedor
- ★ **Senac-RS**  
Apoio ao Empreendedor  
Ensino Técnico  
Escola de Negócios

Quando trabalho sério se une à paixão pelo desenvolvimento, o resultado é uma força que move o Estado. **Fecomércio-RS/Sesc/Senac** se destacam por fortalecer o empreendedorismo, qualificar profissionais e impulsionar negócios. Esse sistema premiado é a base que sustenta o crescimento econômico e social do Rio Grande do Sul. **E ser lembrado por vocês, marca a nossa trajetória e reforça que estamos no rumo certo.**