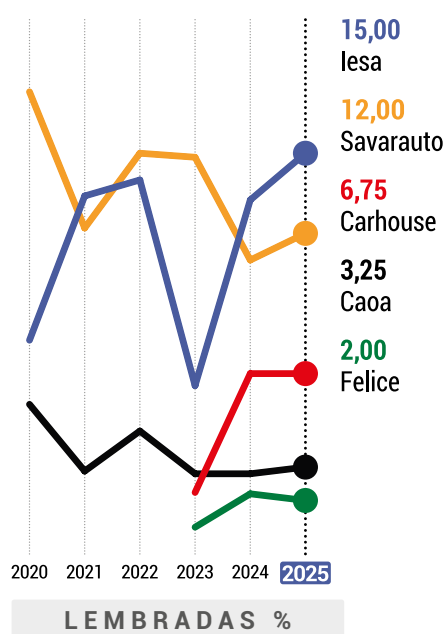


CONCESSIONÁRIA DE CARROS IMPORTADOS

lesa é concessionária de importados mais lembrada e supera a Savarauto na preferência

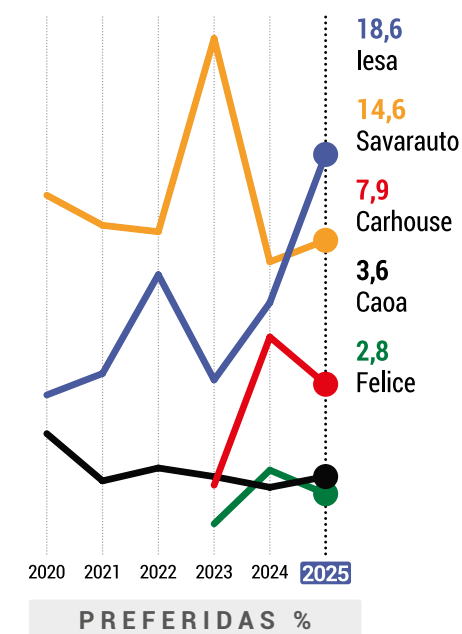
LEMBRADA

A lesa novamente se sobressai como a concessionária de maior lembrança entre os líderes gaúchos, ao ser citada em todas as regiões do RS. A Savarauto, vice-colocada no geral do Estado, mostrou importante liderança regional, especialmente na região de Caxias do Sul, onde ultrapassa a lesa.



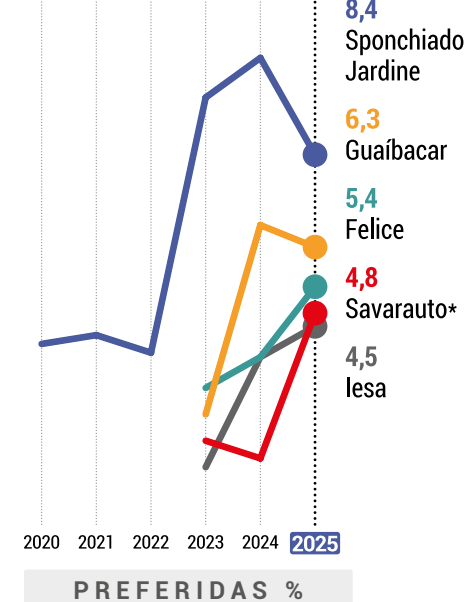
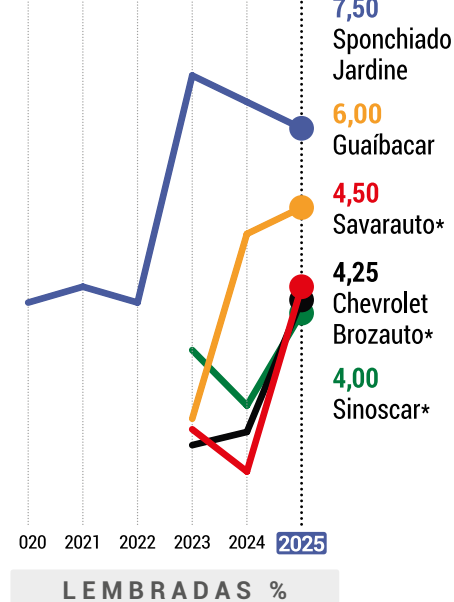
PREFERIDA

A lesa cresceu 6,9 pontos percentuais em relação à edição passada e chegou a 18,6% de preferência. Foi mencionada em todas as regiões e superou a Savarauto, ao conquistar o primeiro lugar. A marca teve destaque em Porto Alegre (23,5%) e nas regiões de Ijuí (23,5%) e de Caxias do Sul (21,4%).



CONCESSIONÁRIA DE CARROS NACIONAIS

Sponchiado Jardine mantém o domínio da categoria pelo terceiro ano consecutivo



* Marcas que entraram entre as cinco principais na Edição 2025.
Nota: O quinto lugar na 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.

LEMBRADA

A Sponchiado Jardine foi novamente a mais lembrada, ao ser citada em 6 regiões e liderar em Caxias do Sul. A lembrança é regionalizada, ou seja, em cada área desponta como líder uma marca. Em Porto Alegre a liderança é da Guaibacar e na RMPA é da Sinoscar.

PREFERIDA

A Sponchiado Jardine permaneceu em primeiro lugar, destacando-se na região de Caxias do Sul, onde lidera. É a marca líder por ser a mais lembrada e a de maior preferência pelas lideranças do Rio Grande do Sul.



Daniel Randon
Presidente da Randoncorp

OPINIÃO

A força dos dados na construção de marcas

Estar entre as marcas mais lembradas e preferidas no Rio Grande do Sul é um testemunho do compromisso que mantemos com inovação, tecnologia e sustentabilidade, que movem a transformação da mobilidade e impulsionam o desenvolvimento. O reconhecimento ganha ainda mais relevância com os desafios deixados pela enchente de 2024. E, ao mesmo tempo, por estarmos em meio a uma transformação digital que nos oferece a oportunidade de usar dados e análises avançadas como ferramentas estratégicas para conectar a essência da marca às necessidades das pessoas.

As respostas, nesse caso, não estão apenas na emoção ou na tradição, mas na capacidade de aliar informações precisas a decisões conscientes. O futuro das marcas pertence às que sabem interpretar o presente e transformar conhecimento em inovação.

A Inteligência Artificial (IA), por exemplo, é hoje uma aliada estratégica, com soluções concretas para melhorar a competitividade das empresas.

Com a IA, podemos analisar comportamentos e identificar tendências, reforçando a marca e criando valor sustentável. Esse valor está conectado à inovação, que nos permite reimaginar produtos, serviços e processos. A inovação contínua, conectada com o propósito e a cultura organizacional, nos ajuda a conciliar eficiência com ESG, favorecendo as pessoas, o meio ambiente e a governança, além de solidificar reputação.

Nesse cenário, a diferenciação e a sobrevivência das marcas dependem, acima de tudo, da capacidade de inovar de forma responsável. No nosso caso, estamos comprometidos com a redução de nossa pegada de carbono, com

projetos em Pesquisa & Desenvolvimento que incluem materiais compósitos e eixos regenerativos elétricos, traduzindo nossa responsabilidade com o planeta em ações concretas. A governança é um pilar essencial nesse processo, pois só com transparência e responsabilidade é possível transformar dados em estratégias que impulsionam as marcas.

Reerguer o Estado demanda o fortalecimento de nossas marcas, com foco em inovação e sustentabilidade. É essencial integrar a força dos dados à capacidade humana na tomada de decisões. Uma marca forte não pode se apoiar apenas em seu legado; ela deve se adaptar às novas demandas, reconhecendo a importância da percepção dos stakeholders e demonstrando claramente o valor que agrega à sociedade.

Essa é uma jornada contínua, que começa com um mindset vol-

O futuro das marcas pertence às que sabem interpretar o presente e transformar conhecimento em inovação. A IA é hoje uma aliada estratégica, com soluções concretas para melhorar a competitividade

tado à transformação e alcança um impacto positivo para todos. O futuro pertence às marcas que sabem aliar os avanços tecnológicos à ética, à criatividade e ao propósito – e nós estamos determinados a continuar entre elas.