



www.diariodepernambuco.com.br
Siga e curta o DP nas redes sociais!
Anuncie no DP:
comercial@diariodepernambuco.com.br



Conquistar o consumidor e mantê-lo fiel é o sonho de toda empresa. A edição 2022 do Marcas Preferidas revela histórias inspiradoras de 64 marcas de relevantes segmentos que cativaram seus clientes se mantendo presentes em seu dia a dia, com qualidade e compromisso.

O SEU RECONHECIMENTO É A NOSSA MAIOR MOTIVAÇÃO!

O GRUPO PRESERVE LISERVE
orgulha-se de ser, mais uma vez, a
Marca Preferida pelos pernambucanos
na categoria **SEGURANÇA**.



-  20 filiais distribuídas nas capitais e principais cidades do interior
-  Mais de 10.000 colaboradores
-  Mais de 500 blindados
-  Certificação de nível internacional (ISO 9001)



MEDALHA DE OURO EM SEGURANÇA



(81) 2137-5151 | www.grupopreserveliserve.com.br



Vou revelar, de forma prática, o que você irá ler nas próximas páginas. Ao conversarmos com as empresas vencedoras do *Marcas Preferidas 2022* para as matérias que produzimos para esta revista, percebemos que elas e o **Diário de Pernambuco** possuem três pilares em comum, historicamente: responsabilidade, qualidade e foco no cliente. Entendemos que essa é a receita para nos mantermos há tantos anos na vida das pessoas, fazendo a diferença no dia a dia delas, entregando produtos e serviços.

Estando à frente do **Grupo Diário de Pernambuco**, me sinto na responsabilidade de fazer com que o projeto *Marcas Preferidas* se repita a cada ano. Formos pioneiros no estado neste escopo e, a cada edição, sobretudo nos últimos anos, nos surpreendemos com a resiliência e adaptabilidade de quem faz o mercado pernambucano acontecer. O que irá ler daqui pra frente é um apanhado de histórias inspiradoras de empresas que se mantiveram firmes produzindo, inovando e fazendo girar as 64 categorias em diferentes segmentos avaliadas na pesquisa *Top of Mind*, que resulta nesse prêmio. Entre elas, estão marcas 100% regionais e outras nacionais e internacionais que ganharam o público local. Garanto que a leitura valerá cada segundo e que você irá concluir energizado(a) com os exemplos de resiliência e com tamanho espírito de renovação.

Ainda sobre o pilar da responsabilidade, o **Diário**, como jornal líder no estado, com alcance de 400 mil leitores do impresso e digital, mais de 5 milhões de usuários únicos no portal e blogs, mais de 3,5 milhões de seguidores nas redes sociais, tem o papel fundamental de também noticiar o reconhecimento da so-

riedade pernambucana sobre as empresas que aqui atuam e se destacam, com forte impacto nos âmbitos econômico, social, ambiental, dentre outros.

Para chegarmos ao resultado desta pesquisa *Top of Mind*, tivemos ao nosso lado o Instituto Exatta. Ouvimos 600 pessoas nas principais regiões do estado, que nos disseram quais marcas vêm à mente, quando questionadas sobre cada um dos 64 segmentos avaliados. Portanto, o *Marcas Preferidas* é a revelação fiel das empresas que estão na cabeça e no coração da sociedade. Percebemos, também, que esta edição do prêmio coroa o início de uma retomada positiva após períodos turbulentos de pandemia. Reconhecemos imensamente a importância e o valor de cada uma das marcas mencionadas neste projeto, que têm realizado importante trabalho de divulgação em brilhantes campanhas publicitárias criadas por suas agências.

Agora sobre o pilar da qualidade, chamamos atenção para a trajetória do **Diário**, que tanto nos orgulha e tem como principal diferencial a sua credibilidade, visto que está entre os 10 jornais mais premiados do país. Ao longo dos seus 197 anos, o **Diário** vem se modernizando, se mantendo forte no impresso, bem como trazendo inovações no digital para acompanhar os novos hábitos de leitura da sociedade. Diante disso, lançamos nosso novo portal no último mês de agosto, para proporcionar uma experiência de leitura ainda mais completa e dinâmica no ambiente online.

Com foco no cliente, atento aos interesses dos leitores, o **Diário** também lançou um amplo time de colunistas com abordagens exclusivas trazidas por profissionais renomados, em diferentes segmentos que estão em alta,



Carlos Frederico Vital,
presidente

como Economia local, Carreiras, Mulher, Direito Digital; Web3 e Arquitetura. Este novo time se une às já conceituadas colunas de Sociedade, Política e Economia que o jornal já possuía. Vale ressaltar que também temos materiais focados nos universos de Educação, Agro, Saúde, Automóveis, Social e Ciências. Acreditamos na força e tendência da segmentação de conteúdos, pois sabemos que o leitor hoje está cada vez mais direcionado em seus hábitos, de acordo com as temáticas que fazem parte da sua vida.

Outra grande novidade no digital é a produção própria de podcasts e videocasts, que podem ser assistidos pelo YouTube do **Diário** e pelo Spotify. Com isso, concluo que o **Diário** está cada vez mais multiplataformas, dando vez e voz aos principais acontecimentos e às empresas que movimentam o mercado local e nacional. É neste cenário moderno e plural que compartilhamos o resultado do *Marcas Preferidas 2022*. Em nome de todos que fazem o **Diário de Pernambuco**, parabéns às marcas que fizeram trabalho brilhante e que foram lembradas/reconhecidas pelos pernambucanos.

expediente

Presidente: Carlos Frederico A. Vital **Diretora de Redação:** Paula Losada **Diretora de Marketing:** Raquel Carioca

Edição: Paula Losada e Raquel Carioca **Textos:** Aimé Kyrillos, Álvaro Lopes, Danielle Santana, Débora Eloy, Juliane Marinho, Marina Costa e Ygor Lino

Edição de Arte: Zianne Torres **Diagramação:** Camila Veras **Ilustração de Capa:** J. Borges **Impressão:** Gráfica Ativa

Por mais um ano, o levantamento do *Marcas Preferidas* foi realizado através da parceria entre o Instituto Exatta e o **Diário de Pernambuco**. A pesquisa foi feita a partir do método *Top of Mind*, onde os consumidores apontaram a primeira marca que eles mais recordam em cada categoria analisada. Ao total, foram identificadas 64 marcas preferidas divididas em 14 categorias. A pesquisa de opinião foi realizada no Recife, Olinda e Jaboatão, em agosto de 2022. Por meio digital, mais de 600 pessoas das classes A, B e C responderam a um questionário sobre produtos e serviços, revelando as mudanças ocorridas no comportamento do consumidor ao longo dos últimos tempos.

“A pesquisa foi capaz de identificar o quão relevantes estão as marcas no dia a dia dos entrevistados. O levantamento, com o método *Top of Mind*, não reflete apenas as marcas preferidas, mas, também, o poder das campanhas de publicidade”, conta o diretor do Instituto Exatta, Tônico Araújo. “O estudo mostrou a importância e a necessidade das agências de publicidade para as marcas. As instituições que investem em publicidade, com certeza, apresentam mais sucesso em seus negócios”, ressaltou.

Ainda segundo Tônico, o acompanhamento com uma agência publicitária precisa estar aliado a um conjunto de boas estratégias nas áreas de comunicação e marketing. “Quando fazemos as avaliações, percebemos que dois fatores são importantes: a capacidade da agência para fazer campanhas publicitárias e os meios de comunicação onde os conteúdos são veiculados, a exemplo do **Diário de Per-**

nambuco, que é o mais consolidado do estado”, aponta.

A Exatta é uma empresa especializada em consultoria e gestão da informação que está no ramo de pesquisas, censos, trabalhos de assessoria política e gestão empresarial, desde 1999. O instituto faz parte da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, presta serviços no setor público e privado realizando estudos em âmbito nacional.

As perguntas foram aplicadas no formato digital, por e-mail e telefone, via moderna tecnologia da Exatta. Para o diretor Tônico, “este período de pandemia nos ensinou muito e nos fez aprimorar nossos negócios. A pesqui-

sa deste primeiro ano pós pandemia nos mostrou que quem correu atrás de se atualizar em tecnologia e comunicação, principalmente, se destacou e cresceu, obtendo mais sucesso. Na crise, quem sabe o que quer cria oportunidades e nós vimos isso no resultado da pesquisa. Tivemos marcas que estão reconhecidas de forma consecutiva pelos consumidores e também empresas que nunca haviam pontuado entre os primeiros lugares. O **Diário de Pernambuco** é o líder entre os jornais no estado e tem o dobro dos principais concorrentes nas redes sociais, em seguidores e alcance. É uma força gigantesca de um grupo de comunicação que se moderniza a cada



Tônico Araújo, presidente do Instituto Exatta

EXATTA / DIVULGAÇÃO

Retomada destaca marcas consolidadas e revela novas

MAIS DE 600 PESSOAS RESPONDERAM À PESQUISA REALIZADA PELO INSTITUTO EXATTA PARA O DIÁRIO

AGÊNCIAS PERNAMBUCANAS FAZEM BRILHAR OS IDEAIS DE EMPRESAS LOCAIS E NACIONAIS QUE PONTUARAM NO MARCAS 2022

Tudo começa por desejar tocar o coração das pessoas, se conectar com elas ao oferecer um produto ou serviço. Marcas que têm esse propósito de agir com olhar para as pessoas estão sempre em movimento, buscando reinventar, aperfeiçoar, inovar, evoluir ou até mesmo, simplesmente, fazer o básico bem feito. E para que elas consigam transmitir suas mensagens ao público desejado, contam com mentes criativas que absorvem os ideais e os transformam em imagens, áudios, vídeos e impressos que comunicam, ecoam e que ajudam a fazer perceber o valor que cada trabalho ou produto pode refletir na vida das pessoas.

Esse é o desafio das agências de publicidade, propaganda e marketing. Com esse trabalho criativo e estratégico, elas conquistam como resultado a fixação das marcas na mente e no coração da sociedade. As *Marcas Preferidas* eleitas em 2022 na pesquisa que realizamos junto ao Instituto Exatta têm junto a si agências que vêm desenvolvendo, há anos, trabalhos reconhecidos e premiados em Pernambuco, o que orgulha o mercado local pela conexão emocional que criam junto aos clientes.

Conquistar o público não é tarefa fácil, mas o otimismo vem ganhando força nesse período de retomada, onde o novo comportamento do consumidor já está mais claro. Percebe-

Elas transformam o palpável em desejo



xxx

ARQUIVO PESSOAL



Queiroz Filho, da Ampla, celebra a conquista do prêmio por cinco clientes

AMPLA/DIVULGAÇÃO

mos que muitas marcas e agências que vêm se mantendo vencedoras ao longo dos anos têm em comum a firme estratégia executada a partir de planejamentos consistentes.

A Ampla Comunicação lidera com cinco clientes premiados no *Marcas 2022*, em diferentes segmentos, como Ferreira Costa (Home Center), Pitú (Aguardente), Baterias Moura (Baterias de veículos), Shopping Recife (Shoppings) e Nagem (Informática e eletroeletrônicos).

Em segundo lugar nesta edição tivemos um empate técnico. A agência ItaloBianchi se destacou com a Vitalmilio (Farinha de Milho), Fiat Italiana (Concessionária Fiat) e Jeep Italiana

(Concessionária Jeep), clientes que são contas da casa há longos anos. A Aporte pontuou com a Bem-te-Vi (Sabão em pó), Palmeirón (Extrato de tomate) e o Grau Técnico (Curso preparatório e técnico).

Em terceiro, a agência Match chega ao *Marcas Preferidas* este ano com o Hospital Português (Hospital Particular) e a Vaccine (Clínica de Vacinação).

Esta é a celebração do empreendedorismo e da criatividade pernambucana, que chegam para todo o Brasil e pelo mundo por meio de campanhas e mídias feitas com responsabilidade. O resultado de uma união de propósito e ideias que chegam aos consumidores que os reconhecem.

Alimentos

	1º	2º	3º
Açúcar	União	Petribú	Cristal
Arroz	Tio João	Emoções	Camil
Salgadinhos	Elma Chips	São Bráz	Torcida
Macarrão	Vitarella	Barilla	Pilar
Feijão	Turquesa	Kicaldo	Tio João
Extrato De Tomate	Palmeiron	Elefante	Quero
Biscoito	Vitarella	Nestlé	Pilar
Bolacha Cream Craker	Vitarella	Pilar	Capricche
Farinha de Milho (Fubá)	Vitamilho	São Brás (Novomilho)	Coringa
Vinagre	Minhoto	Muriongo	Molhito
Frango	Natto	Mauricéa	Seara

Bebidas

	1º	2º	3º
Aguardente	Pitú	51	Sanhaçu Ypióca
Ypióca	Tio João	Emoções	Camil
Cerveja	Heineiken	Brahma	Skol
Água Mineral	Indaiá	Santa Joana	Crystal
Refrigerante	Coca-Cola	Guaraná Antarctica	Pepsi
Vinho Nacional	Quinta Do Morgado	Miolo	Rio Sol
Café	Santa Clara	São Braz	Melita
Leite	Ninho	Camponesa	Betânia
Cerveja Artesanal	Capunga	Debron	Ekaut

Produtos de limpeza doméstica

	1º	2º	3º
Água Sanitária	Dragão	Brilux	Olimpo
Álcool	Petribu	Brilux	Coperalcool
Detergente Líquido	Ypê	Limpol	Tubarão Brilux
Brilux	Vitarella	Barilla	Pilar
Sabão Em Pó	Omo	Bem-te-vi	Ala
Sabão Em Barra	Bem-Te-Vi	Ypê	Minuano

Varejo

	1º	2º	3º
Lojas De Eletrodomésticos	Magazine Luiza	Casas Bahia	Império Móveis
Farmácia Tradicional	Drogasil	Pague Menos	Do Trabalhador
Farmácia de Manipulação	Roval	Phamapele	Globo
Produtos de Beleza e Cosméticos	O Boticário	Natura	Lojão do Cabeleireiro
Supermercados	Bompreço	Big Bompreço	Carrefour
Shoppings	Shopping Recife	Shopping RioMar	Shopping Guararapes
Óticas/Lentes	Diniz	Carol	Casa Lux Ótica
Lojas De Infomáticas/ Eletroeletrônicos	Nagem	lByte	Kalunga
Rede Atacadista (Atacado E Varejo)	Atacadão	Assaí	Novo Atacarejo

Casa e construção

	1º	2º	3º
Tinta	Coral	Iquini	Suvinil
Home Center	Ferreira Costa	Tupan	Coral

Pet

	1º	2º	3º
Clínica/Hospital Veterinário	Harmonia	Pet Dream	Petz
Loja Pet	Petz	Cobasi	Pet Dream

Veículos e motos

	1º	2º	3º
Fábrica de Automóveis (Montadoras)	Fiat	Chevrolet	Jeep
Revendedora da GM/ Chevrolet	Pedragom	Auto Nunes	Tambai
Revendedora da Fiat	Fiat Italiana	Fiori	Via Sul
Revendedora da Volkswagen	Bremem	Meira Lins	Disnove
Revendedora da Ford	Gran Via America Veículos	Caoa	Pedragom
Revendedora da Jeep	Fiat italiana	Via Sul	Fiori
Marcas de Importados	BMW	Audi	JBS Mercedes Honda
Motos	Honda	Yamaha	Harley Davidson
Bateria de Automóveis	Baterias Moura	Heliar	Zetta

Construtoras e imobiliárias

	1º	2º	3º
Construtoras	Mora Dubeux	Queiroz Galvão	Pernambuco Construtora Carrilho
Imobiliária	Paulo Miranda	Jairo Rocha	Eduardo Feitosa

Saúde

	1º	2º	3º
Hospital Particular	Hospital Português	Esperança	Hospital Santa Joana
Laboratório de Análises Clínicas	Marcelo Magalhães	Cerpe	a +
Plano de Saúde	Unimed	Hapvida	SulAmérica
Hospital e Clínica de Olhos	Hope	Hospital Santa Luzia	IOR
Clínica de Vacinação	Vaccine	Cerpe	Imunecenter
Clínica de Raio X / Diagnóstico por Imagem	Boris Berenstein	Diagmax	Lucilo Ávila

Serviços financeiros

	1º	2º	3º
Cooperativa de Crédito	Sicred	Sicoob	Crefisa

Telecomunicações

	1º	2º	3º
Operadoras de Celular	Tim	Claro	Vivo
Internet Banda Larga	Vivo	Claro	Tim

Educação

	1º	2º	3º
Colégio Particular	GGE	Colégio Santa Maria	Colégio Damas
Faculdade Privada (Instituição de Ensino Superior)	Unicap	Maurício de Nassau	FBV
Curso Preparatórios/Técnico	Grau Técnico	Nuce	IFPE

Serviços

	1º	2º	3º
Empresa de Segurança	Preserve Liserve	Nordeste	Prosegur Soservi Caixa Econômica Federal Vip Leilões
Leilões	Coliseum Leilões	Albino Queiroz	
Terceirização de Serviços	Adlim	Soservi	Liserv

Turismo

	1º	2º	3º
Agências de Viagens	CVC	Luck	Decolar

SE TEM A PREFERÊNCIA É PORQUE TEM A CONFIANÇA.



Mais uma vez, a ASA se consagra como a grande campeã no *Marcas Preferidas*. Esse resultado só comprova a força das nossas marcas e o alto padrão de qualidade dos nossos produtos. Agradecemos a confiança dos consumidores por nos colocar sempre em destaque num mercado tão competitivo.



	Extrato de Tomate	1º lugar	Palmeiron
	Sabão em Barra	1º lugar	Bem-te-vi
	Sabão em Pó	2º lugar	Bem-te-vi
	Farinha de Milho	1º lugar	Vitamilho



www.asanet.com.br

Com duas marcas entre as preferidas dos pernambucanos, a ASA Indústria se destaca na categoria alimentos com produtos que já fazem parte do cotidiano das pessoas. Neste ano, a Vitamilho e Palmeiron, que pertencem ao grupo, mantêm sua relevância e seguem entre as mais queridas pelos consumidores de Pernambuco, em seu segmento.

Juntas, as duas somam mais de 500 produtos que se fazem presentes nas cozinhas de quase todas as regiões do país. No caso da Vitamihlo, fundada no município de Campina Grande-PB em 1974 e adquirida pela ASA Indústria em 2002, o portfólio de itens oferece uma grande variedade para os clientes, reunindo produtos como farinha de milho, flocão, misturas para bolo, munguzá, pipocas, entre outros.

Com unidade fabril na cidade paraibana que emprega cerca de 250 funcionários, a empresa valoriza seu processo de fidelização com o consumidor e destaca a importância dos produtos de qualidade e do trabalho de marketing para a consolidação dessa relação. De olho no futuro, a Vitamilho pretende estar inserida na vanguarda do mercado e tem o objetivo de se aproximar cada vez mais de toda sua rede de relacionamentos, que inclui os consumidores, distribuidores e toda cadeia que ajuda a fomentar a marca.

“A estratégia é sempre respeitar o consumidor em primeiro lugar, fornecendo ao mercado produtos de qualidade com os melhores preços, mantendo esses cliente conectados com nosso portfólio. Estamos juntos com nossos distribuidores, lan-



Produtos da ASA já fazem parte do cotidiano dos consumidores

DIVULGAÇÃO

Palmeiron e Vitamilho fazem parte da nossa vida

AS DUAS MARCAS DA ASA INDÚSTRIA SOMAM MAIS DE 500 PRODUTOS PRESENTES EM QUASE TODO O PAÍS

quando produtos de ponta, fazendo com que os mesmos sejam pertencentes à nossa estratégia comercial. A comunicação assertiva é nossa receita", explicou Wagner Mendes, diretor de Marketing do grupo ASA.

O mesmo olhar assertivo guia a Palmeiron, marca que já conta com 25 anos de história e aparece por mais um ano consecutivo entre as preferidas do pernambucano. Com produtos distribuídos para as regiões Norte, Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste do Brasil, a empresa conta com portfólio robusto, com itens de fácil acesso que têm preços justos e qualidade. No total, 52 categorias de produtos são fabricadas em

três unidades fabris, localizadas no Recife, Belo Jardim e em Petrolina, além da fábrica de Campina Grande, na Paraíba, responsáveis por empregar 1,5 mil trabalhadores.

Para o futuro, a Palmeiron deverá continuar investindo em pesquisa, aumento de portfólio e atenção com os distribuidores, tendo como principal desafio a chegada ao mercado da região Sul do país. Além disso, a empresa também se orgulha do seu trabalho relacionado à comunicação e pesquisa, que tem como premissa o respeito ao consumidor e um total entendimento com o mercado, se posicionando como marca que “toda casa tem”.

Minhoto, tradição e qualidade

GRUPO RAYMUNDO DA FONTE VENDE 70 MILHÕES DE LITROS DE VINAGRE POR ANO

A Minhoto é uma marca que sempre esteve muito presente na vida e nas receitas dos pernambucanos, oferecendo uma linha completa de vinagres, incluindo o de maçã, vinho tinto, vinho branco e o de álcool. Em seu portfólio, apresenta ainda os molhos inglês, de pimenta, shoyu, mostarda e ketchup. É uma das principais marcas das Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte, grupo pernambucano que atua nos segmentos de limpeza, higiene pessoal, condimentos e inseticidas desde 1946 e vende, em

média, 70 milhões de litros de vinagre por ano.

“Para nós, é um orgulho receber, pela 11ª vez, o prêmio *Marcas Preferidas*. Acreditamos que esse reconhecimento se deve ao fato da Minhoto ser sinônimo de tradição e qualidade, com preços justos e de fácil acesso aos consumidores. O que nos incentiva a seguir inovando para levar nosso mote de “que todo mundo pode cozinhar”, enfatiza Renata Carvalho, gerente de Marketing das Indústrias Reunidas Raymundo da Fonte.



DIVULGAÇÃO

Minhoto é uma das principais marcas da Raymundo da Fonte

GANHAR 3 VEZES PEDE MÚSICA.

**GANHAR 11 VEZES O MARCAS PREFERIDAS,
PEDE UMA PLAYLIST COMPLETA PARA
CELEBRAR COM VOCÊ.**



Direcione e cimbria
 do seu celular
 e ouça agora 7 músicas
 que vão mudar o seu dia



Temper
com Carinho



Chama no Zap
mimi
(011) 9-5179-8048




[SEGREDINHOSMINHOTO](#)

[SEGREDINHOSMINHOTO.COM.BR](#)

Açúcar União, fazendo momentos especiais há mais de um século

A CAMIL ALIMENTOS ESTÁ PRESENTE EM TODO O BRASIL, ALÉM DO URUGUAI, PERU E CHILE

doce é sinônimo de felicidade e ternura. Para os pernambucanos, o açúcar União é referência na hora da compra, estando presente nas mesas, adoçando e tornando mais importante algum momento do dia a dia do consumidor, como aquele simples cafezinho da manhã ou um bolo em alguma comemoração especial. A história do açúcar União teve início em 1910, em São Paulo. Hoje, o produto permanece sendo exemplo de qualidade e tradição, tendo conquistado novamente o prêmio *Marcas Preferidas*.

A Companhia União dos Refinadores

foi criada em 4 de outubro 1910 por dois imigrantes italianos, os irmãos Giuseppe e Nicola Puglisi Carbone. A partir de então, se formou um pequeno grupo de refinadores de açúcar para comercializar a mercadoria sempre produzida com alto nível de qualidade. A Camil Alimentos comprou o negócio no ano de 2012. A fábrica que realiza o processo de empacotamento do açúcar fica localizada em Barra Bonita, interior de São Paulo, e é a maior empacotadora de açúcar da América Latina.

Com grande variedade e pioneirismo, a União tem açúcares clássicos, culinários, naturais, fit, adoçantes na versão líquida e em sachê, além da linha de misturas para bolos e brownie e os cafés. Este último foi lançado recentemente e terá sua divulgação mais trabalhada em 2023. "Quando a gente olha para o futuro, sem dúvida, está observando as movimentações e necessidades dos consumidores. O ponto principal é essa visão: proximidade com o consumidor, que faz com que a gente se mantenha rejuvenescida, mesmo sendo uma marca com mais de 110 anos. E isso está no nosso DNA", ressalta a gerente executiva de Serviços de Marketing, Ivy Oliveira.

A Camil Alimentos, empresa brasileira, com presença na América Latina, contribui com o crescimento do cenário econômico e na criação de oportunidades no mercado de traba-

lho, com mais de 7 mil postos de empregos diretos, no Brasil e na América Latina. A Camil tem sua sede situada em São Paulo e distribuidoras em Goiás, São Paulo, Rio Grande do Sul, Maranhão, Minas Gerais, Santa Catarina, São Paulo, Tocantins, Pernambuco e Rio de Janeiro, levando os produtos da União para todos os estados brasileiros. Na América Latina, a Camil está presente no Uruguai, Peru e Chile. Outro investimento é a Escola de Confeitaria e Negócios Doce Futuro União, que agora chega ao formato presencial. O curso foi criado em 2021, com o propósito de fornecer qualificação na área de confeitaria para pessoas que estavam em busca de oportunidades de gerar ou complementar a renda na pandemia.

Para Ivy, o reconhecimento e a preferência da marca em Pernambuco estão relacionados ao portfólio diversificado de seus produtos, alguns sendo específicos para alguns doces, como, por exemplo, o bolo de rolo, grande ícone da cultura pernambucana, ciente de como o açúcar União pode fazer a diferença nessa receita, nessa tradição do estado. "Estamos muito felizes por sermos reconhecidos em um estado onde a cultura do doce é muito forte e não tem como separar os doces tradicionais da nossa marca. Então, é com grande alegria que a gente recebe o prêmio e agradece a quem nos mencionou".



Açúcar União é a marca preferida do consumidor pernambucano!

Quando o sabor transforma tudo para melhor, o resultado é sempre sucesso.

União. Sabor que transforma.



www.uniao.com.br

Tio João, aprovado no Brasil e no mundo

A MARCA TEM COMO PROPÓSITO PRODUZIR ALIMENTOS SAUDÁVEIS E DE ALTA QUALIDADE

Tio João é a marca de arroz que está entre as mais lembradas pelos pernambucanos, de acordo com o prêmio *Marcas Preferidas 2022*. Tem como diferenciais de atuação a tradição, o respeito ao consumidor, a qualidade e inovação, que levam à praticidade sem perder valores importantes da nutrição.

Há mais de 50 anos, a marca Tio João tem como propósito levar alimentos saudáveis e de altíssima qualidade, sempre aliados à praticidade, para chegar às mesas das famílias de mais de 40 países ao redor do mundo.

O Tio João oferece aos consumidores diversas linhas de produtos que levam sabor, facilidade e inspiração na hora de preparar refeições do dia

a dia ou até mesmo opções exclusivas para receitas sofisticadas e momentos especiais.

Entre as linhas de produtos estão: arroz 100% grãos nobres; as linhas de produtos semiprontos Cozinha & Sabor e Cozinha Fácil; os arrozes Variedades Mundiais; a linha 7 Grãos; a linha Padaria, com misturas para pães e massas, além da farinha de arroz e, por fim, a linha Confeitaria, com misturas para bolos e sobremesas.

“Nos sentimos muito honrados com este prêmio. Significa para nós que toda energia e os esforços que empregamos para desenvolver, não só a marca de arroz mais lembrada pelos pernambucanos, mas também um produto de extrema qualidade, foram reconhecidos. Por is-

so, seguimos trabalhando, incansavelmente, para colocar no mercado produtos premium, com reconhecido valor agregado”, declara Roberto Coelho, gerente Comercial da Josapar, detentora da marca Tio João.

O Grupo Josapar foi fundado em 1922 pelos irmãos Joaquim, João, Urbano e Lauro, jovens imigrantes portugueses que iniciaram o empreendimento em Pelotas, Rio Grande do Sul. O objetivo sempre foi oferecer produtos de qualidade que proporcionem uma alimentação saudável e prática. Atualmente, a Josapar é uma das maiores empresas de produtos alimentícios do Brasil e está presente em diversos pontos de venda do país, além de ter seus produtos exportados para mais de 40 países.

A Josapar possui unidades industriais em Pelotas (RS), Jaboatão dos Guararapes (PE), Itaqui (RS), Campo Largo (PR) e Cristalina (GO), além de filiais de secagem e armazenagem nas cidades de Santa Vitória do Palmar (RS) e Dom Pedrito (RS) e unidades de distribuição em Cajamar (SP), Brasília (DF), Contagem (MG), Belém (PA), Embu das Artes (SP), Simões Filho (BA), Itaguaí (RJ) e Caucaia (CE).

A Josapar também está presente no mercado com o arroz e o feijão Meu Biju; com a marca SupraSoy, de alimentos em pó à base de proteína vegetal; com o azeite Nova Oliva, além das marcas Soy+, Beleza, Exato, Tio Mingote e No Ponto.

A Josapar, fundada em Pelotas (RS), em 1922, conta com os mais modernos processos de produção



O ARROZ MAIS LEMBRADO DE PERNAMBUCO, VISSE?!

Em 1º lugar, Tio João é o mais lembrado na categoria alimentos do Prêmio Marcas Preferidas do Diário de Pernambuco.

É muito bom saber que o Arroz Tio João está sempre na memória, no coração e na mesa do povo pernambucano.



A Turquesa vem apostando no lançamento de novos produtos



DIVULGAÇÃO

Desde 1994 fazendo parte da família nordestina, a Turquesa nasceu para entregar qualidade e praticidade para o consumidor. Esse é o grande diferencial dos produtos Turquesa e o motivo pelo qual a fez ser a marca preferida dos pernambucanos. Todo esse padrão é alcançado devido a rigorosos processos de qualidade. A tecnologia aliada ao cuidado dos colaboradores garante o primor naquilo que é oferecido aos consumidores. Esse rigoroso controle de qualidade levou a Turquesa à categoria de pioneiros em Pernambuco no investimento em equipamentos de última geração para a seleção e empacotamento dos grãos.

Hoje, a Turquesa tem em seu portfólio 28 produtos. A matéria-prima dos grãos é trazida das melhores regiões produtoras do Brasil. Os grãos novinhos cozinham rápido, economizam gás, não precisam ficar de molho e evitam o trabalho de serem “catados”, além de dar maior rendimento nas receitas do consumidor.

A Turquesa é genuinamente e orgulhosamente pernambucana. Sua sede fica em Paulista e atende aos estados de Pernambuco, Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte. A marca é

Feijão Turquesa, sempre na mesa dos nordestinos

EQUIPAMENTOS DE ÚLTIMA GERAÇÃO GARANTEM RIGOROSO CONTROLE DE QUALIDADE DOS PRODUTOS

sempre muito bem cuidada para que demonstre suas raízes e seu pertencimento ao Nordeste. Por isso, apoia sempre eventos culturais e times de futebol do estado.

“Permanecemos sempre com coerência no que defendemos como diferencial da marca (todos os atributos de qualidade) e o que ela entrega de fato ao consumidor. Somos muito fiéis à nossa qualidade e ao que nos comprometemos a oferecer. Isso gera confiança. Acreditamos que a credibilidade, segurança e o comprometimento que a marca possui fazem o nosso público associar ao feijão à Turquesa e não esquecer disso há tantos anos”, ressaltou Lays Benjamin, gerente de Marketing.

Em 2020, foi inaugurada nova planta industrial, que é hoje uma das mais

modernas do país no segmento de grãos de feijão e a empresa vem investindo em novos testes de qualidade dos produtos e da matéria-prima que recebe. O setor de lançamentos de novidades vem crescendo e chegaram ao mercado mais de 10 novos produtos nos dois anos de pandemia, incluindo feijão de corda, arroz integral, leite de coco, queijo ralado, macarrões instantâneos e temperos. Recentemente, foi lançada a farofa com açafraão, um produto gourmet. A empresa também iniciou atendimento direto de “food service”, o Turquesa Express, que tem como público-alvo restaurantes, bares, cozinhas industriais e delicatessens, mercados que agora a empresa tem estrutura adequada para atender com a qualidade e a rapidez necessárias.

MAIS UMA CONQUISTA DA GENTE PARA DIVIDIR COM A SUA FAMÍLIA

A marca mais lembrada pelos pernambucanos no Prêmio Marcas Preferidas 2022.

(Categoria: Feijão)

Agradecemos a todas as famílias pelo reconhecimento. Temos muito orgulho em produzir feijões sempre novinhos e selecionados, com a mais alta qualidade, para todo o Nordeste. Queremos continuar dividindo todas as nossas conquistas com vocês! Obrigado a todos.



MARCAS 2022
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO


Turquesa

**É DA GENTE.
PODE CONFIAR.**



EMPRESA GERA 3 MIL
EMPREGOS EM SUAS 13
UNIDADES EM PERNAMBUCO,
PARAÍBA E MARANHÃO

Natto faz toda a diferença

Fazer a diferença está no DNA da Natto. Com alto investimento em tecnologia, qualidade e inovação, os alimentos de qualidade são levados para a mesa de milhares de famílias desde o final da década de 1980, quando foram criadas as primeiras granjas da marca, em Garanhuns.

A Natto tem hoje, ao todo, 13 unidades, distribuídas em Pernambuco, Paraíba e no Maranhão, que vão desde incubatórios, fábricas de ração e de embutidos, a granjas de matrizes e frigoríficos. Essa infraestrutura permite entregar variedade, tempero especial e cortes fresquinhos, produzidos pertinho das pessoas. E para levar esses produtos sempre frescos para o consumidor e, muitos deles com reposição a cada dois dias, a empresa conta com uma frota completa.

A marca também investe em novidades para o público de Pernambuco, Paraíba, Alagoas, Ceará, Maranhão e Rio Grande do Norte, como as linhas de resfriados e congelados, a linha de churrasco Grill, embutidos, vegetais, pescados e a tradicional ave de Natal, o Natto Fest.

O time só cresce e, em plena pandemia, nos últimos dois anos, a empresa contratou mais de 1,5 mil colaboradores, chegando a 3 mil integrantes de uma organização consciente e orientada à responsabilidade social, contribuindo para que diversas instituições sejam assistidas com a doação de produtos Natto.

O compromisso com o meio ambiente também está presente, de modo que 100% dos efluentes líquidos são tratados, reutilizando parte desse resultado na limpeza de locais que são permitidos pela legislação, bem como na irrigação dos jardins. A segregação de todos os resíduos sólidos segue para centros de reciclagem. Tudo cumprindo as legislações exigidas no país.

A marca está sempre presente em meios de comunicação como TV, mídia OOH, rádio, no digital e no PDV. Campanhas das linhas das bandejas de frango resfriado, protagonizada pela atriz Marieta Severo e da linha Grill e seus novos produtos, fo-

cados no churrasco e com o aval de Xand Avião, conquistam novos consumidores.

"A Natto valoriza o investimento na imagem da marca, estabelecendo conexões afetivas com seus clientes. O conceito/slogan *Presente na sua mesa* vem sendo amplamente aceito, trazendo o protagonismo dos produtos, seja na mesa ou na churrasqueira do consumidor. Isso se traduz no reconhecimento através do *Marcas Preferidas*, prêmio de extrema importância para o mercado pernambucano e que nos enche de orgulho em recebê-lo" destaca Marina Lemos, gerente de Trade e Marketing.



Marina Lemos diz que a Natto estabelece conexões afetivas com seus clientes

DIVULGAÇÃO



A COMEMORAÇÃO A GENTE JÁ SABE ONDE SERÁ: EM VOLTA DA MESA

Estamos felizes em dividir com vocês esta grande conquista. Nosso muito obrigado a todos os clientes que nos escolheram para levar mais qualidade à mesa de suas famílias.

**Natto. Primeiro lugar no prêmio
Marcas Preferidas do Diário de Pernambuco,
na Categoria Frango.**





A M.Dias Branco gera
mais de 16 mil empregos

DIVULGAÇÃO

Fundada em 1993, a Vitarella foi vencedora do *Marcas Preferidas 2022* nas categorias Biscoito, Massas e Macarrão. Marca genuinamente pernambucana, pertence hoje à companhia cearense M. Dias Branco, líder em massas e biscoitos no país, que gera mais de 16 mil empregos diretos e distribui seus produtos a partir de 30 centros próprios espalhados em todo o Brasil.

A Vitarella é consagrada como marca nº 1 de biscoitos no Brasil, com posição de destaque em massas que podem ser encontradas nos estados do Nordeste, Norte, Centro-Oeste e no Sudeste.

Inicialmente focada na produção de massas alimentícias, seu portfólio hoje possui mais de 150 produtos. Referência no segmento de Cracker, o destaque é o Cream Cracker Tradicional, com o diferencial do sabor amanteigado em sete camadas. Os biscoitos recheados Treloso, marca infantil da Vitarella, atravessam gerações. O Delicita Cristal, com seus cristais de açúcar, traz o perfeito equilíbrio entre o doce e o salgado.

Outro destaque é a linha exclusiva de lâmens criada em parceria com a Mattel, com os personagens Barbie e Hot Wheels, que se uniram para proporcionar uma experiência uni-

Vitarella tem os melhores biscoitos, massas e macarrão

MARCA PREFERIDA DOS PERNAMBUCANOS ESTÁ PRESENTE EM TODAS AS REGIÕES DO PAÍS

ca a quem consome. Para estimular a diversão, as embalagens são interativas. Por meio de um QR code, os clientes têm acesso a jogos que foram criados exclusivamente para cada sabor e personagem.

Em 2021, a marca apresentou o posicionamento que convida o público a acolher as diferenças. A campanha "Tem diferença. Tem sabor" inspira o público a estar aberto ao novo e ao diferente. A M. Dias Branco pratica a Política de Direitos Humanos, Diversidade e Inclusão, destinada a todos os seus colaboradores e stakeholders. Alguns dos pontos que compõem essas diretrizes são a Inclusão e desenvolvimento de pessoas com deficiência; promoção da diversidade etária, da equidade de gêneros, bem como da equidade racial e o Respeito aos direitos LGBTQIA+.

Faz parte da história da Vitarella

o apoio a eventos tradicionais importantes para Pernambuco e todo o Nordeste, como a Paixão de Cristo, Carnaval e o São João, permitindo a conexão cada vez maior com o povo pernambucano.

A empresa segue diretrizes de sustentabilidade em todo o seu processo produtivo. Além disso, a M. Dias Branco é integrante do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3. A carteira é composta por um grupo de empresas com práticas sustentáveis consolidadas.

"Estamos muito felizes por Vitarella continuar sendo reconhecida pelo prêmio *Marcas Preferidas*. Pernambuco é nosso berço e os consumidores do estado têm papel especial em nossa trajetória. Agradecemos o imenso carinho que recebemos anualmente", enfatiza Charles Silva, gerente de Marketing de Vitarella.



SER A MARCA PREFERIDA
DOS PERNAMBUCANOS
FAZ TODA A DIFERENÇA.

Vitarella: 1º lugar nas categorias de Biscoitos,
Bolacha Cream Cracker e Macarrão.



TEM DIFERENÇA.
TEM SABOR.

WWW.VITARELLA.COM.BR

@VITARELLA

/VITARELLAOFICIAL



MARCAS
PREFERIDAS
DIÁRIO DE PERNAMBUCO



Concessionária investe
em tecnologia e possui
setor para clientes digitais

DIVULGAÇÃO

ITALIANA: a preferida dos pernambucanos por mais 1 ano!



1º lugar na
categoria
Revendedora
FIAT



1º lugar na
categoria
Revendedora
Jeep



FIAT **Italiana**

Jeep **Italiana**



A Italiana Automóveis iniciou suas atividades em novembro de 1998 e chegou na cidade do Recife trazendo na bagagem mais de 80 anos do Grupo Mendonça Empreendimentos Ltda. A Fiat Italiana, concessionária de automóveis, recebeu a missão de revenda da marca, quando o Sr. José Américo e seu filho, Marcony Mendonça, foram nomeados concessionários Fiat no Recife, e fundaram a Italiana Automóveis Recife Ltda, na Imbiribeira. Atualmente, a revenda possui outras duas lojas, uma na Caxangá e outra em Caruaru.

Com números expressivos de vendas desde o início das atividades, a Fiat Italiana colheu frutos com diversas conquistas. Foi a primeira concessionária Fiat do Brasil a receber certificados de padrões de atendimento de vendas. Além disso, também foi escolhida como a melhor oficina e por ter o melhor departamento de peças Fiat do Nordeste, em 2003.

Em 2013, foi fundada a filial da Avenida Caxangá, um dos maiores e mais tradicionais corredores de vendas de automóveis do Recife, transformando a Italiana na empresa que mais vende Fiat no estado de Pernambuco.

Em 2015, foi a vez da inauguração

Italiana é líder em vendas da Fiat e da Jeep

CONCESSIONÁRIA ESTÁ HÁ 20 ANOS NO MERCADO E CONTA COM QUATRO LOJAS E 250 COLABORADORES

de uma concessionária Jeep, também na Avenida Caxangá, diversificando as marcas e garantindo ainda mais prestígio para a rede.

Em 2018, a Italiana completou 20 anos de atividades, contando com quatro lojas e cerca de 250 colaboradores, que são os maiores responsáveis por todas estas conquistas, sendo o reconhecimento dos clientes a maior delas.

Em 2020, o grupo transferiu a sua concessionária Jeep para o Pina, na Avenida Antônio de Góes. Com essa mudança, a loja se tornou o ponto que mais vende Jeep em Pernambuco. Atualmente, a concessionária é também líder de vendas Fiat em Pernambuco e líder no mercado de concessionárias em Caruaru, entre todas as marcas.

Outro destaque da Fiat Italiana é em relação ao seu pós-venda e relacionamento. Ela possui um setor especializado em clientes digitais, além de ter aproveitado os desafios que a pandemia trouxe para automatizar processos e atualizar sistemas internos para softwares mais inteligentes.

Quem prefere o atendimento in loco conta com todo o conforto de uma loja que foi totalmente modernizada com otimização de espaços e facilitação de acesso para receber os clientes.

A Italiana recebeu 13 vezes o prêmio *Great Place to Work* e também é a única concessionária Jeep homologada em Pernambuco a oferecer o serviço de Express Lane, em que a revisão completa de qualquer Jeep é feita em até 60 minutos.

Baterias Moura, sete plantas industriais em quatro países

EMPRESA É UMA DAS MAIORES FORNECEDORAS PARA FROTA DE VEÍCULOS DA AMÉRICA DO SUL

A Bateria Moura foi fundada há 65 anos em Belo Jardim, no Agreste pernambucano. Hoje, está presente em todo o Brasil, além de mais três países da América Latina (Argentina, Uruguai e Paraguai). Com o lema: “Boas ideias e muita energia para mudar o mundo”, a marca ainda destaca que isto a levou a ser uma das maiores fornecedoras para frota de veículos em circulação da América do Sul.

Responsável por sete plantas industriais espalhadas pelos quatro países em que atua, a Moura Brasil tem uma capacidade de produção de mais de 7,5 milhões de baterias por ano, além de contar com um centro técnico e lo-

gístico avançado. Segundo a diretoria da empresa, isso se dá a um trabalho que resulta de parcerias tecnológicas com fabricantes europeus e norte-americanos, incorporando diferenciais de desempenho a cada produto que é fabricado.

As Baterias Moura estão presentes não apenas em veículos, mas nos mais diversos tipos de equipamentos, como painéis solares, antenas, câmeras de segurança e aparelhos médicos. Com aposta nas inovações, a empresa possui uma cultura voltada para as necessidades dos clientes, associando isso à sua visão de mercado. Esse mix é o que proporciona à Moura o suporte para esse ritmo acelerado de crescimen-

to e inovação. São milhares de clientes internos e externos que participam dos processos de desenvolvimento, produção, comercialização, aplicação e assistência técnica e, de forma integrada, possibilitam à Moura o reconhecimento de marca líder pelos consumidores.

Ela também foi a primeira fabricante do mercado sulamericano a desenvolver bateria para carros movidos a álcool. Além disso, a criação de bateria indicada para veículos pesados em situação de trabalho contínuo, a partir de elementos blindados, se revelou a maior em rendimento quilométrico.

A história da Moura é uma prova de que relacionamentos de confiança são essenciais para crescer e superar situações de dificuldade. A marca aposta no fortalecimento de vínculos em todas as esferas, característica que foi herdada do seu fundador e que está sendo cultivada e fortalecida com otimismo, acreditando na melhoria contínua como indivíduos, empresa e sociedade.

Para a Moura, o futuro é construído a partir das constantes melhorias que são realizadas no dia a dia e pela capacidade de identificar oportunidades e transformá-las em projetos concretos. Produzir e entregar as melhores soluções em baterias com um time coeso, gerando riquezas, fazendo o novo, bem feito e com paixão é o que move a marca.

DIVULGAÇÃO

Empresa tem capacidade de produção de mais de 7,5 milhões de baterias por ano



A gente comemora esse prêmio com muita energia e muito orgulho. A Moura acredita que inovação, tecnologia e sustentabilidade fazem a diferença na hora de oferecer produtos de alta qualidade que conquistam todos os clientes. Moura. Energia para mover o futuro.



Bremen lidera as vendas da Volkswagen no Nordeste

MONTADORA ALEMÃ E SUA CONCESSIONÁRIA EM PERNAMBUCO APOSTAM NO CARRO ELÉTRICO

Uma das principais revendas da montadora alemã Volkswagen no Brasil pertence ao Grupo Parvi, maior no ramo automotivo do Norte e Nordeste. A Bremen foi inaugurada em 2003 na capital pernambucana e hoje detém a liderança em vendas no Nordeste.

A marca é responsável por comercializar não apenas veículos novos da Volkswagen, mas também peças e acessórios originais da fabricante.

A empresa ainda se destaca pelo excelente atendimento ao cliente e pela excelência nos serviços de oficina e outros produtos, como seguro e rastreamento, conforme desta-

ca a própria revenda através do seu site oficial. Ainda segundo a empresa, conquistar e consolidar a fidelidade à marca Volkswagen é a estratégia que sempre norteou o crescimento da Bremen.

Presente não só na capital pernambucana, mas também em Olinda e Caruaru, expandiu seus serviços para fora do estado e hoje possui revendas em Salvador e Feira de Santana, na Bahia, além de São Luís, no Maranhão. Ao todo, atualmente, são nove concessionárias Bremen nesses três estados do Nordeste.

Durante a pandemia, em 2020 e 2021, a empresa precisou se adaptar para as novas demandas à dis-

tância. Com apostas e incentivos nas vendas on-line durante a crise, essa nova forma de atender foi aprimorada e incorporada para prestar melhor serviço aos clientes.

O ano de 2022 está sendo marcante para a Volkswagen e, por consequência, para a Bremen. A marca alemã apostou em veículos elétricos para o mercado nacional, o que demandou ajustes de logística e adaptação das suas concessionárias.

Além dos carros com motorização limpa, até o momento, diversos modelos tiveram sua atualização divulgada e vários outros ainda foram prometidos para o Brasil, com espaço garantido na concessionária Bremen.

PAULO PAIVA/ ARQUIVO DP

**Bremen está presente
em Pernambuco, na
Bahia e no Maranhão**



Capunga: a cerveja artesanal favorita dos pernambucanos

A EMPRESA É RESPONSÁVEL PELA PRODUÇÃO DE MAIS DE 100 MIL LITROS POR MÊS

Em 2015, um grupo apaixonado por cerveja artesanal resolveu embarcar em uma aventura histórica com a criação da cervejaria Capunga. Com pouco mais de sete anos de atividade, se tornou a marca favorita dos pernambucanos. O sonho teve início com a produção em barril de mil litros por mês em uma pequena instalação. Hoje, a cervejaria produz mensalmente cerca de 100 mil litros de chopp e cerveja, além de 10 mil litros de cachaça da marca, gin e vodka da Abyssal. Pelo terceiro ano consecutivo, a Capunga mostra seu destaque na categoria Cerveja Artesanal da pesquisa *Marcas Preferidas*.

O nome da marca traz um resgate histórico e faz uma homenagem à primeira cervejaria das Américas, que nasceu na região da Capunga e foi criada pelo holandês Dirck Dix em 1640, com o objetivo de mostrar o pioneirismo, a importância do Recife no mercado de bebidas e restituir a paixão dos pernambucanos pela cerveja artesanal após 375 anos. “O público que consome cerveja cresceu, assim como a nossa indústria. Tenho certeza de que estamos contribuindo todos os dias para esse incremento de consumidores de cervejas artesanais pernambucanas”, afirma Victor Lamenha, fundador da empresa.

Atualmente, a Capunga está pre-

sente em mercados, bares, depósitos, lojas restaurantes do Recife, da Região Metropolitana, Mata Norte, Litoral Sul e Agreste, além das vendas através do e-commerce. Durante a pandemia, as vendas pela internet chegaram a ser responsáveis por 50% do faturamento da marca, mas hoje, com dois anos intensos de convivência com a Covid-19, o faturamento está equilibrado em todos os setores. Porém, em 2022, o consumidor sofreu com uma perda no poder de compra e a Capunga está se adaptando bravamente neste momento do mercado com um preço final de seus produtos de forma competitiva, dando a continuidade à luta da marca, que está cada vez mais estabelecida no estado.

Para Lamenha, a Capunga ter si-

do eleita como a melhor cerveja artesanal pelo terceiro ano consecutivo é uma prova da valorização do produto regional. “Esse prêmio não é da Capunga é de todos os pernambucanos. A única coisa que fizemos durante os últimos 7 anos foi ter certeza de que nosso estado tem potencial para consumir muito mais do que somos capazes de produzir. Por isso, nunca tiramos o foco da nossa terra, nem por um minuto”, declara o fundador. “Até o final do ano, ainda vou comemorar bastante esse prêmio, que é fruto de uma pesquisa feita por um instituto reconhecidamente sério e profissional, em parceria com o **Diário de Pernambuco**, o jornal mais antigo em circulação na América Latina, pelo qual temos muito carinho e apreço”, ressalta.

DIVULGAÇÃO

Marcas pretende chegar ao Sertão em 2023



☉ café está em praticamente todas as casas brasileiras. Ele chega a 97% dos lares e é a segunda bebida mais ingerida no país, depois da água, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic). Durante a pandemia do coronavírus, o consumo de café não apenas cresceu, como também teve quem quis se aprimorar nas técnicas de preparo.

E se o assunto é café, a Santa Clara se tornou referência. Pertencente ao grupo potiguar 3Corações, líder nacional nos segmentos de café torrado e moído e cappuccino, além de vice-líder nacional em café solúvel. Foi fundada em 1959, por João Alves de Lima, em São Miguel, cidade do interior do Rio Grande do Norte. A companhia tem mais de 60 anos de mercado e, atualmente, industrializa e comercializa mais de 30 marcas de produtos, dentre elas a Santa Clara.

Em pouco tempo, o Café Santa Clara caiu no gosto do povo. A marca cresceu e, com ela, as regiões por onde esse novo sabor passava. Em 1988, a marca implantou sua primeira filial em Mossoró - RN. E a expansão continuou em 1990, com a instalação de um moderno parque industrial em Eusébio - CE.

Com 27 Centros de Vendas e Distribuição (CDs), nove plantas fabris, duas Unidades de Compra e Beneficiamento de Café Verde (Armazéns), uma Unidade Corporativa - Integradora (CE, SP e MG) e a Escola de Serviços e Sabores, a empresa está presente em mais de 400 mil pontos de venda no país, com estrutura logística e comercial próprias. A 3Cora-

ções também exporta café de algumas de suas marcas para os principais mercados da América Latina e Estados Unidos. O grupo ainda produz filtro, porta-filtro, café solúvel, refresco em pó e a máquina multi-bebidas Três.

Segundo o grupo, a marca expressa o que são, revelando sua essência e o que os tornam únicos. Santa Clara é uma marca de café clássico que combina tradição e inovação. É fruto das experiências que são vividas pelos profissionais, da visão que compartilham e da confiança que o

consumidor deposita nela.

Para a diretoria da empresa, é uma honra para o café Santa Clara ganhar neste ano de 2022 como a marca mais lembrada da categoria de café do prêmio *Marcas Preferidas*, por meio de pesquisa promovida pelo **Diário**. Pernambuco é muito importante para a marca Santa Clara, que foca em oferecer uma experiência única para os consumidores, de fazer toda a diferença na hora de tomar café. Desejam, cada vez mais, fortalecer nossos laços com a comunidade e parceiros.

Café chega a 97% dos lares brasileiros e é a segunda bebida mais ingerida no país



DIVULGAÇÃO

Café Santa Clara: vai bem em todas as horas

A 3CORÇÕES EXPORTA CAFÉ PARA OS PRINCIPAIS MERCADOS DA AMÉRICA LATINA E ESTADOS UNIDOS



— CAFÉ PRA FAZER A DIFERENÇA —

OBRIGADO AO POVO PERNAMBUCANO POR MAIS ESTA CONQUISTA!
ORGULHO EM SER LEMBRADA COMO A MARCA
TOP OF MIND DA CATEGORIA CAFÉS.



MARCAS 2022
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

Imagine uma bebida bem gelada. Agora imagine sendo a Coca-Cola. A marca está no coração de muitos consumidores e o reconhecimento é uma consequência que não poderia ser diferente. Em mais uma edição do Marcas Preferidas, a Coca-Cola foi primeiro lugar na categoria Refrigerante. A Solar Coca-Cola é resultante da fusão realizada em 2013, das empresas Norsa, Renosa e Guararapes. Mais recentemente, a companhia assumiu a Região Norte com a combinação de negócios com a divisão de bebidas do grupo Simões. A empresa está entre os 15 maiores fabricantes do mundo e é a segunda maior do Sistema Coca-Cola no país.

Atualmente, a companhia distribui mais de 350 produtos, através de cerca de 15 mil colaboradores e possui 13 fábricas, atendendo a aproximadamente 380 mil pontos de venda e alcançando 25 milhões de lares brasileiros.

Nos últimos anos, a Solar tem investido em uma frente importante: a transformação digital. Por meio do Super App Solar, a companhia reforçou seu atendimento digital (físico + digital), qualificando as visitas do time comercial e otimizando a experiência do cliente, encerrando o ano de 2021 com uma participação de 17% da receita bruta advinda dos canais digitais.

“O relacionamento com nossos clientes é nosso maior foco, sempre buscando apoiá-los em levar as me-



Solar Coca-Cola está entre os
15 maiores fabricantes do mundo

DIVULGAÇÃO

Coca-Cola é paixão dos pernambucanos

MARCA ACREDITA NA REGIONALIZAÇÃO PARA ENTREGAR EXPERIÊNCIAS AO CONSUMIDOR

lhores soluções comerciais de ponta para o desenvolvimento dos nossos negócios. Além disso, com grandes ações de marketing que sempre trazem junto a regionalização, entregamos uma experiência diferenciada a todos os consumidores. Desta forma, seguimos fortalecendo o amor por nossas marcas”, conta Flavio Scalco, diretor Regional da Solar Coca-Cola.

Com o propósito de ser referência em Sustentabilidade, a energia limpa abastece 65% das unidades em 2022. A meta é chegar a 100% em 2025. A Solar também investe em reúso de água e reciclagem. Ao todo, mais de 5 mil toneladas de PET já foram coletadas, fomentando a

economia circular.

“É uma enorme satisfação estar entre as marcas preferidas dos brasileiros. Temos uma ligação muito forte com Pernambuco, onde está nossa maior fábrica e o maior número de colaboradores. É com muito orgulho que a Solar Coca-Cola produz, distribui e comercializa todos os produtos de Coca-Cola, além de grandes parcerias de distribuição como a marca Campari. Trabalhamos com paixão para entregar a melhor experiência para nossos clientes. Para fechar 2022, teremos o retorno das tradicionais Caravanas Iluminadas, que irão circular pelas principais cidades do estado, espalhando a magia do Natal”, ressalta Flavio Scalco.

OBRIGADO, PERNAMBUCO!

COCA-COLA, O REFRIGERANTE PREFERIDO DOS PERNAMBUCANOS!



consumo per capita de vinho passou de 2 litros em 2020 para 2,8 litros em 2021, com o nível de exigência do consumidor cada vez maior. Nessa busca por um produto de qualidade e boa relação custo/benefício, o Quinta do Morgado foi o mais lembrado e conquistou a categoria Vinho, no prêmio *Marcas Preferidas 2022*.

Fabricado há mais de 52 anos na Serra Gaúcha, pela Fante, uma das mais conceituadas indústrias de bebidas do Brasil, o Quinta do Morgado integra uma completa linha de bebidas, com qualidade comprovada e consagração no mercado nacional e no exterior.

No início de seu funcionamento, o foco era a produção de vinhos de mesa, em pequena escala. Hoje, com uma moderna planta industrial, com 28 mil m² e uma equipe de mais de 300 colaboradores, a Fante é destaque no cenário nacional pela produção dos tradicionais tintos seco e suave, brancos seco e suave, os Bordôs (uva mais nobre e mais especial para vinhos de mesa) e espumantes. O suco de uva puro foi eleito o melhor do Brasil pela *Revista Adega*. A linha Quinta do Morgado suave (cabernet, tannat, bag in box, garrafas especiais 245ml, lata e embalagens de 1 litro, 1,5 litro e 2 litros) é bastante apreciada. O mais recente lançamento foi a linha Quinta do Morgado Reservado (Cabernet Sauvignon, Moscato Seco, Moscato Pink e Merlot), que agrada aos consumidores mais exigentes.

O respeito ao meio ambiente está presente, com uma Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) própria e o uso consciente de toda a maté-

Quinta do Morgado, o vinho preferido

MARCA ESTÁ PRESENTE EM MAIS DE 12 PAÍSES DA AMÉRICA LATINA, AMÉRICA CENTRAL E DA ÁFRICA

Fabrizio Navarro,
diretor Comercial da Fante,
comemora conquista



DIVULGAÇÃO

ria-prima, para que seja gerado o mínimo possível de resíduos, que são destinados à reciclagem.

Uma parceria com mais de 400 famílias locais produtoras de uva fornece a matéria-prima para a produção de vinhos e sucos. Além de garantir a aquisição da safra, a companhia faz o acompanhamento com agrônomos orientando e dando suporte. A parceria empresa/produtor garante o desenvolvimento rural e o fortalecimento da economia local. A produção obedece aos mais rígidos processos de vinificação, tendo como enólogo responsável o Cedenir Fortunatti, consagrado em 2018 como melhor enólogo do Brasil.

A Fante é a maior exportadora de vi-

nhos do Brasil. O Quinta do Morgado está presente em mais de 12 países, da América Latina, América Central e do continente africano. Para 2023, será inaugurada em Vitória de Santo Antão a planta da Fante Nordeste Destilados, que irá aquecer o mercado e a economia local.

O diretor comercial da Fante no Nordeste, Fabrizio Navarro, comemorou a conquista: "É com grande satisfação que recebemos por mais um ano este importante prêmio e reconhecimento, em que celebramos mais um período de muito trabalho e desafios vencidos. Em especial, agradecemos a toda nossa equipe, pois somos um time e cada um tem importante papel em todo o processo", destaca.

QUINTA do MORGADO

PARA COMEMORAR AS

MARCAS 2022 PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

VESTIMOS NOSSOS RÓTULOS RESERVADOS DE ROUPA NOVA

QUINTA do MORGADO

RESERVADO

PINK MOSCATO

CABERNET SAUVIGNON

MERLOT

MOSCATO

INGÁ VINHOS FINOS

Fante

BEBA COM MODERAÇÃO

Pitú investe em medidas de preservação do meio ambiente

EMPRESA PERNAMBUCANA UTILIZA 97% DE VASILHAMES DE VIDRO RETORNÁVEIS

Uma das maiores exportadoras de cachaça do mundo, ocupando posição de liderança em países como Alemanha, Estados Unidos e Canadá, a Pitú tem um histórico de medidas de preservação do meio ambiente ao longo dos seus 84 anos de existência. Entre elas, está a utilização de vasilhames de vidro retornáveis.

A reutilização existe desde a década de 1960, mas, atualmente, com soluções nas áreas de produção e logística, a Pitú conseguiu consolidar uma operação que utiliza 97% dos vasilhames de vidro retornáveis.

Outra boa prática para o meio ambiente surgiu ainda na década de

1990, quando a empresa iniciou investimentos na área de tratamento de efluentes. Atualmente, com a modernização do sistema de tratamento, a Pitú consegue retornar mais de 80% de toda a água captada do Rio Tapacurá, localizado entre o Agreste e a Zona da Mata de Pernambuco.

O Engarrafamento Pitú já investiu mais de R\$ 3 milhões num plano estratégico de sustentabilidade, organizado em cinco pilares: gerenciamento da água, reciclagem, reflorestamento, educação ambiental e preservação cultural e histórica. A empresa conquistou, em 2019 e 2021, o Selo Verde, na categoria Ouro, certificado pela organização

ambiental Ecolmeia.

Localizada em Vitória de Santo Antão, na Zona da Mata de Pernambuco, a fábrica da Pitú produz a aguardente mais consumida nas regiões Norte e Nordeste. A aguardente de cana pura tem teor alcoólico de 40% e também é comercializada de forma envelhecida, nomeada de Pitú Gold Premium (envelhecida em barris de carvalho americano por dois anos) e Vitoriosa (envelhecida por no mínimo cinco anos em barris de carvalho francês). A marca conta, ainda, com a bebida mista de cachaça com limão (Pitú Limão), a bebida mista à base de noz de cola (Pitú Cola) e a vodka Bolvana.

DIVULGAÇÃO



A Pitú é uma das maiores exportadoras de cachaça do mundo

EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ÁLCOOL.

Sobre ganhar
sete vezes seguidas:
tem gente que chama de hepta,
tem gente que chama de Pitú
no Marcas Preferidas.

PITÚ



Siga @Pitu nas redes sociais.



Ferreira Costa, o melhor home center

COM 138 ANOS DE HISTÓRIA, EMPRESA APOSTA NO DIGITAL E LANÇA APLICATIVO

Com 138 anos de história, a Ferreira Costa é o maior Home Center do Nordeste. Por mais um ano, se consagra como a marca preferida dos pernambucanos. A família Ferreira Costa chegou de Portugal no Século 19, abrindo sua primeira loja em Garanhuns em 1884. Atualmente são mais de 80 mil itens distribuídos em 38 categorias para casa, construção e decoração, presentes nos estados de Pernambuco, Bahia, Sergipe, Paraíba e Rio Grande do Norte. Além de suas oito lojas, possui o e-commerce www.ferreiracosta.com e o App, com entrega para todo o Brasil. A Ferreira Costa conta com 5 mil colaboradores diretos e mais de 500 terceirizados.

Buscando cada vez mais inovação no mercado, a empresa lançou o App

FC, visando facilitar a vida do cliente, permitindo acesso a preços exclusivos para compras online; cupons de desconto; frete grátis em milhares de produtos; diversos itens com entrega rápida em até quatro horas úteis; compra no App podendo retirar nas lojas físicas; parcelamento em até 10 vezes sem juros; desconto na compra à vista, além de diversas formas de pagamento. Também é possível ver no App as ofertas que estão sendo divulgadas nas propagandas da TV, salvar itens favoritos para compra, acompanhar o andamento dos pedidos, ver novamente os produtos que já foram visualizados por meio do ícone "Vistos Recentemente" e navegar por inúmeras categorias.

"Trabalhamos com seriedade em todas as comunidades que atuamos.

Nosso foco é nas pessoas, sejam clientes, fornecedores ou parceiros. Estamos sempre em busca de construir relações de confiança. Encantamos nossos clientes pensando nos detalhes, desde o atendimento até o conforto de nossas lojas e na qualidade de nossos produtos. Além disso, buscamos facilitar, cada vez mais, a vida do cliente. Por meio dos nossos canais digitais e pelo App da Ferreira Costa, esperamos oferecer o melhor serviço de forma ágil e prática, pensando em levar o atendimento para dentro da casa do consumidor", disse Flávia Chiba, gerente corporativa de marketing e e-commerce.

Na Ferreira Costa, é possível realizar cursos profissionalizantes gratuitamente através do Clube do Profissional. O serviço é oferecido há mais de 15 anos nas filiais da empresa. As aulas são realizadas semanalmente em todas as lojas, e através do site clubedoprofissional.ferreiracosta.com.

"É com grande satisfação que recebemos, mais uma vez, esse reconhecimento. A Ferreira Costa trabalha pensando no cuidado com os clientes, prestando atenção em cada detalhe, desde o atendimento até a experiência nas lojas, sejam elas físicas ou digitais. Focamos no atendimento diferenciado e especializado, no conforto e na missão de facilitar a vida dos nossos clientes, oferecendo a melhor experiência em atendimento e serviços para o consumidor", enfatizou Flávia Chiba.

DIVULGAÇÃO



Flávia Chiba destaca que empresa tem atendimento diferenciado



A Ferreira Costa é o *home center* preferido dos pernambucanos.
A você, cliente, nosso muito obrigado.

HOME CENTER
**Ferreira
Costa**

ferreiracosta.com

Nilton Lima diz que prêmio
renova a certeza que empresa
está no caminho certo

Quando se fala em tinta, a marca que vem logo à cabeça é a Coral. Não é à toa que ela foi a número 1 na memória dos pernambucanos na categoria Tintas do prêmio *Marcas Preferidas*. Trabalhar diariamente com os clientes e parceiros para oferecer as melhores experiências de compra e de produtos, além de facilitar a jornada do consumidor, é sempre a sua meta.

A empresa está no mercado desde 1954. Suas fábricas estão localizadas em Mauá (SP) e Recife (PE), contando com 1,2 mil funcionários. Desde 2008, a Coral faz parte do grupo holandês AkzoNobel, o maior de tintas decorativas do mundo.

Uma das novidades deste ano é o Verniz Bem Estar Proteção Antimosquito, um verniz incolor fosco para paredes e tetos, com ação repelente contra o mosquito *Aedes aegypti*, transmissor da dengue, zika e da chikungunya. O produto foi aprovado pela Anvisa com durabilidade de 2 anos.

A área de pesquisa e desenvolvimento da AkzoNobel no Brasil liderou o desenvolvimento do verniz pós-pintura na multinacional, que é um conceito inovador, tendo sido concebido e lançado primeiramente no Brasil.

Com a plataforma de relacionamento Coral Matiz, profissionais do segmento de arquitetura e design têm um importante aliado para a programação técnica na orientação de interiores, aplicação dos produtos e consultoria de escolha de cores.

A Coral também participa ativamente de projetos socioambientais, com destaque para o *Tudo de cor para você*, iniciativa que renova as fachadas de prédios históricos e relevantes para a comunidade, promo-



DIVULGAÇÃO

Tintas Coral, há 68 anos colorindo nossas vidas

EMPRESA INVESTE EM PESQUISA E CRIA VERNIZ
COM AÇÃO REPELENTE CONTRA O AEDES AEGYPTI

vendo o voluntariado e o treinamento de aprendizes de pintores, além de estimular a cidadania.

O meio ambiente é uma preocupação da Coral que se empenha em fabricar tintas, esmaltes e vernizes de maneira sustentável e sem riscos à saúde de colaboradores e consumidores. A Coral investe em um projeto que cuida de um recurso essencial utilizado na fabricação de seus produtos: a água. Em uma área de 700 mil m² na sua fábrica de Mauá, o Projeto Reserva Tangará recupera a Mata Atlântica, que regula o ciclo hídrico, abrigando cerca de 300 espécies de fauna e flora, substituindo eucaliptos por mata nativa.

A necessidade de inclusão e empoderamento feminino no mercado de

trabalho e, principalmente, nas comunidades, fez surgir o projeto Coral Mulheres na Cor, cujo objetivo é transformar histórias por meio da profissionalização, levando conhecimento e capacitação a mulheres em situação de vulnerabilidade. Um curso de pintura, com duração de 10 semanas é ofertado para elas, possibilitando melhores condições ao buscar oportunidades de trabalho.

“Estamos muito felizes em figurarmos por mais um ano no topo do prêmio *Marcas Preferidas*. Isto renova nossa certeza que continuamos no caminho certo no atendimento ao nosso mercado, com desenvolvimento de soluções, produtos e cores para decoração”, enfatiza Nilton Lima, gerente Regional Norte e Nordeste da Coral.

Certeza, certeza
mesmo, só Coral.

Tintas Coral, vencedora
do prêmio *Marcas Preferidas*.

AkzoNobel



*Campanha condicionada aos
Termos e Condições disponíveis
no site garantiacoral.com.br.

Com a Garantia Coral*, você conta
com a certeza da pintura dos sonhos
ou trocamos o produto para você.
Mas hoje celebramos uma certeza especial:
certeza, certeza mesmo, só Coral como
marca preferida de Pernambuco.





Construtora está com 37
obras em andamento e
emprega 3,5 mil pessoas

DIVULGAÇÃO

Apostando na diversidade de produtos e na satisfação dos clientes, a Moura Dubeux aparece entre as marcas mais lembradas pelos pernambucanos quando o assunto é o segmento de construção. Fundada no Recife em 1983, a empresa se prepara para celebrar 40 anos em 2023.

Destaque no seu setor, a Moura Dubeux reúne uma série de resultados imponentes que fazem com que a marca seja considerada uma referência no estado. Durante sua história, a empresa já foi responsável pela entrega de 228 empreendimentos, um número que representa mais de 24 mil unidades e 300 torres.

O volume, que já é expressivo, deverá crescer nos próximos anos, já que a Moura Dubeux conta com 37 obras em andamento. Para atender a demanda atual da empresa, 3.500 profissionais compõem o time de funcionários da construtora.

Além da atuação em Pernambuco, também está presente em outros estados do Nordeste, são eles: Bahia, Ceará, Rio Grande do Norte e Alagoas. Neste ano, a Moura Dubeux deverá consolidar alguns planos de expansão. De acordo com a empresa, a expectativa é que as operações nos estados de Sergipe e da Paraíba já sejam iniciadas em 2023. Com os novos empreendimentos, a constru-

tora deverá aumentar sua relevância e se consolidar como uma das protagonistas do ramo na região.

Entre os segredos para o sucesso, um dos destaques está na importância dada pela empresa à satisfação do cliente. Buscando atender um público diverso, a Moura Dubeux conta com um portfólio variado, que vai desde o imóvel de entrada, médio padrão, alto luxo, até os produtos com foco em investimento e segunda residência da linha beach class.

"A nossa estratégia é ter justamente essa diversificação. Oferecer a melhor experiência é o nosso maior desafio. Os melhores produtos são fun-

damentais para serem atrativos e se diferenciarem, mas o nosso foco é nas pessoas, no cliente", afirmou Eduarda Dubeux, gerente de Marketing da construtora.

Para Eduarda, a presença da Moura Dubeux entre uma das empresas vencedoras do prêmio *Marcas Preferidas* por mais um ano é motivo de celebração e demonstra a consolidação da relação com os clientes. "Para nós, é um orgulho muito grande, pois mostra que nosso trabalho está sendo percebido pelas pessoas. Esse é o maior reconhecimento que podemos ter", completou.

Moura Dubeux consolida atuação no Nordeste

EMPRESA SE PREPARA PARA CELEBRAR 40 ANOS EM 2023 APOSTANDO NA DIVERSIDADE DE PRODUTOS

O NOSSO
PROPÓSITO
VAI ALÉM DAS
PAREDES DE
CONCRETO:
**É SABER QUE
CONSTRUÍMOS
MAIS DO QUE
APARTAMENTOS,
CONSTRUÍMOS
LARES.**



**UM LUGAR PARA VOCÊ SER E PERTENCER,
ONDE SEUS MAIORES DESEJOS TOMAM FORMA.**

E ESSE SABER VEM DE ENTENDER E VIVER O NORDESTE,
VEM DO RECONHECIMENTO DE CONQUISTAS COMO ESSA.



MOURA DUBEUX

PELA 9ª VEZ A MARCA PREFERIDA DOS
PERNAMBUCANOS NA CATEGORIA CONSTRUTORAS.

MD
moura dubeux

SABER
VEM DE
VIVER

MDNE
B3 LISTED NM





A marca preferida
dos pernambucanos
na categoria operadora
de celular.

Obrigada por essa conquista e
seguimos juntos rumo a novas
possibilidades com o 5G.



MARCAS 2022
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

Paulo Miranda, há 50 anos liderando o mercado imobiliário

COM SUA EXPERTISE, EMPRESA SE MANTÉM ADAPTADA ÀS MUDANÇAS DO MERCADO

Desde 1972 atuando em todos os segmentos do mercado imobiliário, a Paulo Miranda chega aos 50 anos como a única empresa com portfólio *full service* no estado. Conta atualmente com 243 corretores exclusivos e especializados por nicho, nos mais diversos segmentos de lançamentos, Casa Verde Amarela, loteamentos, imóveis prontos (novos e usados), locação e administração de bens, além da equipe de *back office* nas áreas de jurídico, administrativo e marketing, com seis diretorias distribuídas em três unidades, duas delas no Recife, uma com foco no alto padrão, e uma no município de Paulista. A empresa está presente também em cidades do interior e no litoral de Pernambuco, bem como em Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte, com projetos de desenvolvimento urbano (lotea-

mentos e condomínios de lotes), comercializando em média um total de 427 unidades por mês.

A Paulo Miranda é a única imobiliária com expertise de meio século que está em plena atividade, totalmente adaptada às mudanças que o mercado sofre e que os clientes e parceiros exigem. Há 20 anos implantou a especialidade por nicho de atuação, para que o cliente tenha um atendimento personalizado, monitorado por seu corpo de liderança, gerido por sua direção, que nasceu e cresceu dentro do mercado.

A Paulo Miranda acredita que a preferência dos pernambucanos se dá pela relação e referência do que pode proporcionar à vida dos clientes. E, por isso, a estratégia é buscar pela melhoria contínua de seus profissionais e serviços, além de associar a uma comunicação atual, abrangente,

mas principalmente nichada para cada público/segmento. A empresa acredita que o importante é fazer do seu propósito um meio para continuar se adaptando às mudanças do mercado e evoluindo pelos próximos 50 anos.

A Paulo Miranda vai contemplar novas estruturas de atendimento e serviços contribuindo para um melhor relacionamento, acompanhamento de jornada do consumidor. Essa é a receita que credita o passe dessa relação de geração para geração, com muita confiança envolvida a ponto de não se pensar em outra opção para adquirir um novo imóvel.

“O mercado imobiliário está altamente aquecido e já prevemos diversos lançamentos, sendo alguns deles no Litoral Sul e outros no Grande Recife, além dos loteamentos no Litoral Norte e Sul, bem como nas cidades do interior de Pernambuco e em AL, PB e RN”, destaca Renata Miranda.

Sobre se manter entre as marcas mais lembradas dos pernambucanos ano após ano, Renata revela: “É uma alegria imensa, honra e orgulho sermos agraciados de forma consecutiva pelo *Marcas Preferidas*. Um reconhecimento da nossa dedicação ao longo de cinco décadas. A população nos proporciona a sensação de dever cumprido, motivando ainda mais a fazermos sempre o melhor, construindo experiências únicas para os nossos clientes e seus sonhos”.



DIVULGAÇÃO

Paulo Miranda e os filhos
José Maria, Renata e Paulo Filho
comandam a empresa

7 anos 1º lugar
na categoria imobiliária
mais lembrada pelos
Pernambucanos



PAULO
MIRANDA®

CRECI 2654 - J

50 ANOS

A pandemia transformou o mercado de trabalho e influenciou na nova forma de atuação das empresas e dos trabalhadores das mais diversas áreas. Atento às mudanças, o Grau Técnico oferece cursos de qualificação que podem auxiliar quem busca uma recolocação profissional ou aprimoramento na atividade atual.

O propósito de transformar a vida das pessoas por meio da formação e do encaminhamento ao mercado de trabalho fez com que o Grau Técnico fosse a marca mais lembrada pelos pernambucanos na categoria Curso Técnico, em 2022.

São mais de 20 cursos, nas áreas de Enfermagem; Radiologia; Informática; Administração; Análises Clínicas; Nutrição e Dietética; Eletrotécnica; Edificações; Segurança do Trabalho; Desenvolvimento de Sistemas; Saúde Bucal; Ambiente e Saúde; Segurança; Infraestrutura; Controle de Processos Industriais; e Informação e Comunicação. Todos com foco na prática, em experiências em laboratórios equipados, visitas pedagógicas orientadas às empresas do mercado e atividades práticas fora da escola.

Ciente da enorme dificuldade em conciliar os estudos e o trabalho, o Grau Técnico adota uma metodologia inovadora, que possibilita aos mais de 120 mil alunos ativos a trabalhar e estudar, com aulas três vezes por semana.

Com 11 anos de história, a empresa emprega mais de 5 mil colaboradores nas 102 unidades, que já formaram mais de 150 mil alunos. Cerca de dez unidades estão em fase de implantação. Até 2025, pretende ter



Carolina da Fonte, diretora de Operações, diz que missão é transformar vidas

DIVULGAÇÃO

Grau Técnico em plena expansão

ATÉ 2025, GRUPO PRETENDE TER MAIS DE 200 ESCOLAS FUNCIONANDO, ALÉM DA FACULDADE

mais de 200 escolas abertas.

Em todas as unidades há a Agência de Empregos, que visa preparar e encaminhar os alunos para o mercado de trabalho, sem custo para o aluno e para os parceiros. Por meio da Agência, são promovidas palestras voltadas ao aprimoramento e que abordam as novidades do mercado. São realizadas também as Feiras de Empregabilidade, grande evento que atende não só aos alunos, como também ao público externo. Com essas iniciativas, cerca de 75% dos alunos são contratados após a conclusão do curso.

A Faculdade Grau será lançada em 2023 com dois cursos na modalidade EAD (administração e pedagogia), mais dois cursos presenciais (administração e engenharia de produção).

Também será iniciado trabalho voltado para o Ensino Médio, no qual o aluno concluirá os estudos e o curso técnico ao mesmo tempo.

"Sempre que figuramos entre as marcas preferidas, nos sentimos bastante honrados e temos a certeza de estarmos no caminho certo, que é o ponto-chave da nossa missão: transformar a vida das pessoas. E quando oportunizamos a mudança de milhares de pessoas, estamos transformando a nós mesmos e nos impondo o desafio de fazermos mais e mais. O sucesso dos nossos alunos é o nosso sucesso, é um ciclo virtuoso que só cresce e nos engrandece enquanto pessoas, profissionais e missionários da Educação", enfatizou Carolina da Fonte, diretora de Operações do Grau Técnico.

A PREFERÊNCIA É PARA QUEM TRANSFORMA SONHOS EM REALIDADE.



MAX GEHRINGER
CONSULTOR DE CARREIRAS

grau
TÉCNICO

1º LUGAR
CATEGORIA
CURSO TÉCNICO

MARCAS 2022
PREFERIDAS
DIÁRIO DE PERNAMBUCO

Transformar sonhos em realidade com uma pedagogia inovadora que permite a inclusão social através da capacitação: essa é a missão do Grau Técnico. Em apenas 12 anos de existência, mais de 100 mil alunos que passaram pelo Grau conquistaram a tão sonhada vaga no mercado de trabalho. Somos hoje a maior rede de ensino técnico do Brasil e, com muito orgulho, a marca preferida dos pernambucanos.

Mais de 150 unidades, presentes em todas as regiões do Brasil

+30 CURSOS

Enfermagem • Radiologia • Administração • Logística
Segurança do Trabalho • Eletrotécnica • Edificações • Recursos Humanos
Mecânica • Análises Clínicas • Farmácia • Informática e muito mais



ABF
ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
FRANCHISING
ASSOCIADO



0800 000 4321

grau_tecnico

grautecnico

GGE, excelência em ensino da Educação Infantil ao Ensino Médio

COM QUASE 5 MIL ALUNOS EM PERNAMBUCO, ESCOLA AGORA CHEGA À PARAÍBA

A história do Grupo Gênese de Ensino (GGE) começou em 1996, em uma sala de aula com cerca de dez estudantes. Hoje, é um dos maiores colégios de Pernambuco, com quase 5 mil alunos, chegando à Paraíba com sua mais nova unidade: o GGE João Pessoa. A sexta do grupo, que já possui sedes também em Aldeia, Benfica, Boa Viagem, Parnamirim e Caruaru.

“O Colégio GGE João Pessoa é símbolo do compromisso que firmamos, há 26 anos, com a educação no Brasil. Se crescemos ao ponto de chegarmos ao estado vizinho, significa dizer que estamos no caminho certo. Assim como a área educacional que não para de se reinventar, o GGE valoriza as transformações em busca constante por evolução. A Paraíba é mais um sim para o sonho em que acreditamos tempos atrás”, enfatiza José Folhadela, um dos quatro sócios-diretores do Colégio GGE.

A origem do que o GGE é hoje teve início quando Herbertes de Hollanda e Jorge William, na época estudantes de engenharia do Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA/SP), começaram a planejar sociedade baseada no desejo de romper com o paradigma de que o estudante precisaria sair de Pernambuco para se preparar para as melhores universidades do país.

A consolidação do plano veio durante uma visita ao Recife, quando Jorge conversou com José Folhadela, um amigo e também estudante de engenharia, na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e expôs a ideia de abrir na capital pernambucana um curso preparatório para vestibulares de alta performance. Folhadela topou a empreitada. Para dar força ao time, mais um jovem e futuro engenheiro, Marcelo Melo, decidiu investir no projeto. Juntos, os quatro sócios-diretores via-

bilizaram a realização do sonho. Em março daquele ano, nasceu o GGE.

A primeira unidade foi criada em Boa Viagem, com turmas que tinham como principal foco o ingresso nos melhores institutos de engenharia do Brasil: o ITA, de São Paulo; e o Instituto Militar de Engenharia, IME, do Rio de Janeiro. Em seguida, foi criado um curso preparatório voltado também aos vestibulares locais. Já no ano de 1998, o GGE conseguiu as maiores aprovações do estado nos vestibulares das mais concorridas instituições do país, incluindo também a UFPE e a UPE. A partir dos anos 2000, inaugurou outra unidade em Boa Viagem, com Ensino Médio, pré-vestibular e turmas especiais para vestibulares militares.

Ao longo da jornada escolar, os alunos GGE adquirem competências e habilidades essenciais para a expansão do conhecimento e crescimento pessoal, por meio de seis programas integrados, formando alunos aptos ao protagonismo e a uma melhor adaptação às evoluções tecnológicas no mundo.

Com capital próprio, muita responsabilidade e o mesmo formato eficiente de gestão, o Colégio GGE planeja chegar ainda mais longe. O compromisso com a comunidade escolar e com a qualidade do ensino são os principais combustíveis para as novas conquistas do Grupo, contribuindo para a realização dos sonhos de diversas famílias.

DIVULGAÇÃO



Os sócios-diretores do GGE:
Herbetes de Hollanda, Marcelo Melo,
José Folhadela e Jorge William

ONDE AS
CONQUISTAS
SÃO DIÁRIAS,
INCLUSIVE AS
DE CORAÇÕES.

1º LUGAR
COLÉGIO
PARTICULAR

Muito orgulho em
ser, mais uma vez,
o colégio preferido
do pernambucano.



Recife | 81 3227.1000
Boa Viagem, Benfica e Parnamirim
Aldeia | 81 3227.1000
Caruaru | 81 3138.9338
Maurício de Nassau
João Pessoa | 83 3142.0081
Miramar

www.gge.com.br
f i t y

COLÉGIO
GGE
Preparação para a vida

Universidade Católica tem
excelência reconhecida no
ensino, pesquisa e extensão

ALEX COSTA

Em abril de 2023, a Universidade Católica de Pernambuco celebrará oito décadas do projeto iniciado com a Faculdade Nóbrega. A Unicap cresceu com as demandas regionais, solidária com as lutas e conquistas do povo brasileiro. Genuinamente nordestina e marcada pelo pioneirismo pernambucano, consolidou-se como instituição comunitária, inspirada no humanismo e na pedagogia jesuíta. Chega aos 80 anos com forte tradição no ensino, muita ousadia na pesquisa, grande referência na extensão e promissora aposta na inovação. A Unicap transformou os desafios impostos pela pandemia em oportunidades, reinventando-se em vista de um futuro que já começou.

Seguindo a tendência das grandes universidades comunitárias, a Unicap fez uma reestruturação acadêmica e administrativa, transformando antigos centros em novas Escolas. A nova dinâmica permitirá uma maior integração entre graduação e pós-graduação, ampliando o portfólio de cursos, além de maior autonomia e identidade. Além das 38 graduações presenciais, a Unicap lançou os primeiros oito cursos na modalidade EAD, permitindo chegar mais longe no interior do estado e no Nordeste, inclu-

sive com Polos no Ceará e na Paraíba.

Em relação à pós-graduação, a Católica teve grandes avanços, incluindo a melhoria na avaliação dos programas, merecendo destaque o Programa de Pós-graduação em Direito, que conquistou a nota 5, juntando-se ao de Ciências da Linguagem, na avaliação da Capes. Outro bom desempenho foi o do Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas, que obteve nota 4 da Capes, conceito que já foi alcançado antes pelos programas de Pós-Graduação em Psicologia e Ciências da Religião. Atualmente, a Unicap tem 49 grupos de pesquisa certificados pelo CNPq. Destaque também para a Católica Business School, que tem crescido, tanto com inscritos de vários estados do Brasil, como também em seu portfólio: atualmente são mais de 30 opções entre MBAs, LLMS

e cursos de curta duração.

Duas propostas inovadoras estão ganhando corpo: a concepção de um campus que concentre todas as atividades de extensão e a inauguração do Programa Unicap Prata, voltado para quem tem mais de 50 anos. “Temos como meta em nosso plano estratégico Unicap 2025, sermos uma referência nacional na extensão, agora em processo de curricularização. Nessa perspectiva, estamos criando o campus da ecologia integral, articulando as dimensões social e ambiental na periferia da cidade, inspirados nos apelos do papa Francisco, que já conta com iniciativas em andamento como o Laboratório de Inovação para Mudanças Climáticas e Sustentabilidade, experiência apresentada na COP 26”, ressalta o reitor, Padre Pedro Rubens.

Unicap, há 80 anos crescendo com a Região Nordeste

A CATÓLICA TRANSFORMOU OS DESAFIOS IMPOSTOS PELA PANDEMIA EM OPORTUNIDADES NA ÁREA DE EDUCAÇÃO



RUMO AOS
80
ANOS

UNIVERSIDADE
CATÓLICA
DE PERNAMBUCO

Excelência que o
tempo comprovou e o povo
pernambucano aprova.

1º lugar no
Marcas Preferidas

www.unicap.br

CESAR SCHOOL. Educação que inova e cria. COM VOCÊ.

Somos uma escola de inovação que forma protagonistas que transformam os ambientes onde atuam.

CONEXÃO A ECOSISTEMAS DE INOVAÇÃO GLOBAIS E EM ESPECIAL, DO PORTO DIGITAL, UM DOS PRINCIPAIS PARQUES TECNOLÓGICOS DO BRASIL.

EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Summer Job
Incentivo à Startups
Co-branded
Formação Executiva
Residência
Educação de Professores



EDUCAÇÃO SUPERIOR

Graduação
Especialização
Mestrado Profissional
Doutorado Profissional
Pesquisa e Cooperação
Fundo Educacional



PROJETOS e CONSULTORIAS EDUCACIONAIS

Ensino Fundamental
Ensino Médio
Ensino Técnico Integrado
Cursos Livres
Laboratórios de Inovação e Empreendedorismo

CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

★★★★★
ENADE 4
1º LUGAR EM PE

2º LUGAR
ENTRE AS FACULDADES
PRIVADAS DO BRASIL

★★★★★
ENADE 5
1º LUGAR EM PE

5º LUGAR
ENTRE AS FACULDADES
PRIVADAS DO BRASIL

DESIGN

CESAR SCHOOL. EDUCAÇÃO QUE INOVA E CRIA. COM VOCÊ.

www.cesar.school • @cesarschool
55 (81) 3419-6700



C E S A R



C E S A R

school

Além da presença na mesa dos pernambucanos, o grupo ASA também faz parte da rotina de limpeza dos lares e estabelecimentos do estado. Por mais um ano, o sabão Bem-te-vi aparece como destaque entre os mais queridos. Fabricado no Recife, o produto é líder do segmento e possui ampla inserção no mercado, chegando a estar presente em cerca de 80% das residências locais.

Distribuídos para todos os estados brasileiros, exceto os da região Sul, os produtos da Bem-te-vi se destacam pela ampla variedade e alto rendimento. Para se manter entre as marcas preferidas de Pernambuco, a empresa investe na identificação e no alinhamento com os desejos do consumidor final.

Além disso, o desenvolvimento de algumas ações sustentáveis também tem guiado os planos para o futuro da marca. Um dos destaques da ASA Indústria, responsável pela fabricação do Bem-te-vi, é o programa de responsabilidade socioambiental que promove ações educativas e a redução do impacto ambiental provoca-

Responsabilidade e respeito guiam futuro da Bem-te-vi

PROGRAMAS FOCADOS NA RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL SÃO DESTAQUE NA ASA INDÚSTRIA

do pelo descarte inadequado de óleo de fritura. Para tal, a empresa realiza a coleta solidária, reciclagem e reutilização deste resíduo.

Por meio do programa Mundo Limpo, são realizadas outras ações que incluem os pilares de educação ambiental, acessibilidade, prestação de serviços, além de parcerias que contribuam para o desenvolvimento socioambiental. Atualmente, o programa já conta com mais de três mil parceiros em Pernambuco.

A preocupação com o meio ambiente serve como guia para o desenvolvimento de novos produtos, como é o caso da linha essenciais da Bem-te-vi, que conta com ativos biodegradáveis e é feita com óleos es-

senciais de erva doce com aloe vera.

Outro importante diferencial está no respeito ao consumidor, valor considerado imprescindível para que as marcas da ASA Indústria continuem no topo das mais queridas dos pernambucanos. “A conquista do prêmio *Marcas Preferidas* nos honra. Trata-se de uma soma de ações assertivas. Esse prêmio é a coroação de um trabalho de toda a empresa, ano a ano nos reinventamos para seguir surpreendendo positivamente os nossos consumidores e parceiros comerciais, mostrando que eles são a nossa prioridade e razão de nossa existência” afirma Wagner Mendes, diretor de Marketing do grupo ASA.

Produtos se destacam
pela ampla variedade
e alto rendimento

DIVULGAÇÃO



EM ATIVIDADE DESDE
1729, A USINA PETRIBÚ
GERA ATUALMENTE MAIS
DE 6 MIL EMPREGOS

Petribú, o álcool dos pernambucanos

Com mais de seis mil funcionários e em atividade desde 1729, a Usina Petribú é uma empresa genuinamente pernambucana, localizada no município de Lagoa de Itaenga, na Zona da Mata Norte. Atualmente, a é responsável pela produção de açúcar, etanol, energia, gases e produtos saneantes. A marca diz ter o prazer de estar presente nas casas dos brasileiros através da linha de açúcar e a partir dos produtos saneantes.

Na linha alimentícia, produz diversos tipos de açúcar, como o cristal, triturado, refinado, glacê, demerara e mascavo. Já os produtos para limpeza são o álcool 70º líquido, 70º em gel, álcool 54º líquido e perfumado.

A empresa tem o compromisso com a sociedade, pautado no cuidado com o meio ambiente, na qualidade da produção e na responsabilidade social de contribuir com o empreendedorismo local e no incentivo à prática de esportes.

Para manter um relacionamento mais de perto com os clientes, distribuidores e parceiros, a marca busca sempre desenvolver ações que estimulam essa convivência.

“Apoiamos uma ação chamada Conexão Doce, onde mais de 200 confeitarias tiveram os seus trabalhos divulgados numa vitrine virtual para contribuir com a visibilidade

de em tempos de pandemia, além de intensificarmos a nossa produção de álcool 70º para atendimento ao mercado e doações para escolas, hospitais e órgãos públicos, contribuindo para a sociedade em um momento tão difícil. No esporte, patrocinamos nossos funcionários e parceiros em corridas (Petribu Running), promovendo a qualidade de vida. Estamos sempre abertos ao novo e ao diálogo com os nossos consumidores, por meio das nossas redes sociais, sugerindo receitas, dicas e novas ideias, como também atendendo, diariamente, todos aqueles que possuem dúvidas. É a partir desses pilares que buscamos ser lembrados e reconhecidos pelos pernambucanos”, reforça Rodrigo Lima.

destaca Rodrigo Lima, diretor Comercial da Usina Petribú.

Os planos para o futuro incluem uma maior solidificação e expansão da marca e seus produtos. Lançamentos estão em fase de análise, tanto ligados a produtos alimentícios, quanto à base de álcool saneante. “Estamos atentos às demandas do mercado, não apenas nacional, mas também internacional. Temos produtos com características peculiares e que podemos atender e ter uma distribuição não apenas nacionalmente, mas também sendo mais ativo nas exportações, com a excelência da qualidade, segurança e a prestação de serviço aos nossos clientes e consumidores”, reforça Rodrigo Lima.

DIVULGAÇÃO



Usina Petribú atende ao mercado nacional e internacional



OBRIGADO PERNAMBUCO,
MAIS UMA VEZ SOMOS A MARCA
GENUINAMENTE PERNAMBUCANA
MAIS LEMBRADA PELOS
PERNAMBUCANOS!



Conheça um pouco mais da nossa história,
acessando nosso site e nossas redes sociais.

www.petribusa.com.br
@usinapetribu
@alcoolpetribu
@acucarpetribu



Lucas Sève enfatiza
a alta qualidade da
Dragão e o preço justo

RAFAEL VIEIRA/DP

Dragão, a água sanitária mais vendida no Nordeste

MARCA PERNAMBUCANA É TAMBÉM A QUINTA MAIS CONSUMIDA NO PAÍS

A Interlândia, fabricante dos produtos de limpeza Dragão, foi criada em 1948 para cuidar da limpeza geral das ruas do Centro do Recife.

Hoje, a água sanitária Dragão é uma marca consolidada como a mais vendida da região Nordeste e a quinta mais vendida no país (mesmo sem atuação no Sudeste). Os produtos Dragão oferecem qualidade, preço justo e tradição, além de contarem com uma tecnologia de barreira que permite o envasamento da água sanitária em garrafas pet.

Atualmente, a empresa atende todo o Nordeste e parte da região Norte com os seus três parques industriais: Jaboatão dos Guararapes, em Pernambuco; Marechal Deodoro, em

Alagoas, e Cascavel, no Ceará.

Empresa familiar, com 74 anos de história genuinamente nordestina, hoje atende milhões de brasileiros com o seu mix de produtos. Porque os especialistas em limpeza conhecem e não têm dúvidas: #Sujou-UsaDragão.

Visando atender outras regiões do país, a Dragão está sempre buscando a modernização e, para isso, está aumentando os parques industriais para começar a atender o mercado do Sudeste.

Para um futuro próximo, investe em logística para atender com mais eficiência os seus clientes. A marca também está melhorando na área de produção, investindo mais em tecnologia, para entregar um produto

com cada vez mais qualidade.

“É com muito orgulho que vencemos mais uma vez o prêmio *Marcas Preferidas* no nosso segmento. A água sanitária Dragão busca sempre entregar um produto com alta qualidade e preço justo. Isso é o que nos diferencia no mercado”, destaca Lucas Sève, gerente Comercial e de Marketing da Dragão.

“Este ano, devido à Copa do Mundo, a marca está com ações pontuais e com a campanha *Torcida Dragão pelo Brasil*. A nossa embalagem traz o Dragãozinho vestido com as cores do Brasil e com a bola no pé, mostrando que no campo quem manda é o Brasil. Na limpeza da casa, quem manda é a Dragão,” complementa Sève.

A Ypê foi fundada em 6 de novembro de 1950, em Amparo, no interior de São Paulo. Nessa primeira unidade fabril, a companhia iniciou a produção do tradicional sabão em barra Ypê - o nome faz referência à árvore ipê, árvore-símbolo do Brasil por estar presente em todas as regiões do país, à época da fabricação do sabão.

A empresa foi se expandindo, assim como o seu portfólio, com as linhas de produtos divididas nas categorias de limpeza da casa, cuidado com a roupa, com as louças e higiene corporal. Hoje tem mais de 300 produtos das marcas Ypê, Atol, Assolan, Tixan, Perfex, Flor de Ypê e Action Ypê, em 15 categorias. Algumas delas se destacam como líderes de mercado: detergente líquido, sabão em barra e amaciante tradicional.

Hoje, a Ypê tem unidades fabris localizadas em Amparo e Salto (São Paulo), Simões Filho (Bahia), Anápolis e Goiânia (Goiás), e está construindo mais uma fábrica em Itapissuma (Pernambuco). Essa expansão reforça o reconhecimento como marca empregadora, que constantemente abre oportunidades de trabalho em diversas regiões do país.

Com mais de 6,3 mil colaboradores, exporta para mais de 10 países da América Latina, Ásia, África e Oriente Médio. Está presente em 94% dos lares brasileiros, de acordo com o ranking Brand Footprint Brasil 2022, da Kantar.

A Ypê é líder na categoria lava-louças, que é conhecida no mercado por sua performance, rendimento, economia e fórmula biodegradável que, além de levar benefícios como o alto poder de limpeza ao consumidor,



Gilson Mazetto diz que prêmio mostra que a Ypê está no caminho certo

DIVULGAÇÃO

Ypê está presente em 94% dos lares brasileiros

A EMPRESA EXPORTA PARA MAIS DE 10 PAÍSES DA AMÉRICA LATINA, ÁSIA, ÁFRICA E ORIENTE MÉDIO

tem preços acessíveis.

Com isso, a empresa constantemente vem trazendo novidades para essa linha. Em 2020, implementou tecnologia de controle de odor nas versões limão e maçã, e de toque suave na versão coco. Em 2021, lançou o lava-louças Ypê Green, um produto com embalagem 100% reciclada, vegano, livre de corantes e hipoalergênico. Em 2022, trouxe para o mercado o lava-louças em pó para máquina, produto com alta eficiência e o único do mercado a oferecer tecnologia para controle de odores das louças e da máquina. Além disso, este ano também lançou o lava-louças Ypê Antibac, que

atende ao desejo dos consumidores por produtos de alta performance e a busca de um maior cuidado em relação à saúde e proteção da família no contexto de pandemia.

“Esta é a quarta vez que o lava-louças Ypê é eleito o preferido dos pernambucanos. Para nós, esse indicador é de extrema importância, pois reforça que estamos no caminho certo. É um reconhecimento do nosso trabalho, do nosso desejo de servir, da nossa preocupação em oferecer sempre o melhor e de continuar investindo em soluções inovadoras, explica Gilson Mazetto, vice-presidente do Comercial e Marketing da Ypê.

Aos pernambucanos,
NOSSO MUITO OBRIGADO!



Lava-Louças Ypê.

Escolhido entre as marcas mais lembradas pelos consumidores e formadores de opinião na Pesquisa Marcas Preferidas 2022.

Não importa o seu jeito, quem lava louça com rendimento e eficiência lava com Ypê, a solução completa para a sua pia.

GRUPO QUER AMPLIAR MERCADO EM PERNAMBUCO E NO NORDESTE

O Hospital Veterinário Harmonia iniciou suas atividades ainda como Clínica Veterinária Harmonia, em 1994, fundada pelo Dr. Marcelo Teixeira e pela Dra. Juliana Dias, originalmente na Rua da Harmonia, no bairro de Casa Forte, Zona Norte do Recife. Sempre inovando em tecnologia de ponta e serviços especializados, logo se tornou Hospital Veterinário e, em busca de um espaço maior para receber seus pacientes, em agosto de 1997 mudou-se para a Estrada do Encanamento. Hoje, o HVH funciona 24 horas por dia, nas suas três unidades, com uma equipe formada por profissionais das mais diversas especialidades veterinárias. Conta, ainda, com infraestrutura completa a fim de fornecer meios de prevenção, diagnóstico e tratamento das enfermidades dos animais, visando sempre o bem-estar e comprometido com a ética.

Além das suas três unidades (Casa Forte, Madalena e Boa Viagem), o Grupo Harmonia seguiu ampliando suas atividades, criando empresas que fortalecem seu complexo hospitalar. Para isso, foi lançado o NEOLABVET (Exames Laboratoriais), o Inova (Serviço de Imagem) e Pet Plus (Plano de saúde para Pet). Hoje a gestão investe em programas de qualificação continuada com todos seus funcionários e equipe técnica.

Em busca da excelência em serviços veterinários, o Grupo HVH tem investido em comunicação com os

tutores para acompanhamento em tempo real da evolução dos seus pets internados, além da criação de projetos de acolhimento como o “espera mimada”, “dengoterapia” e setor exclusivo para gatos. O Grupo também mantém parceria com ONGs e cuidadores por meio do seu projeto Harmonia Social.

“Para o Grupo Harmonia, o reconhecimento do prêmio, em um mercado tão competitivo, é o ápice da satisfação profissional. Ter esse reconhecimento dos clientes é o maior troféu que podemos receber. Conquistar o primeiro lugar é uma

satisfação que precisa ser dividida com todos os que fazem o Grupo”, comemora Edson Xavier, diretor Administrativo.

Sobre os planos para o futuro, a empresa tem como missão continuar ganhando espaço, elevando a qualidade de tudo que envolve o tratamento do pet, que vai da consulta ao diagnóstico. “A expansão é algo que segue no nosso radar para conquistar mais o mercado de Pernambuco e do Nordeste e consagrar o nosso hospital e o plano de saúde do grupo como referência em medicina veterinária”, enfatiza Xavier.



Juliana Dias e Marcelo Teixeira comemoram o reconhecimento

DIVULGAÇÃO

Hospital Veterinário Harmonia conquista os tutores e os pets

HOSPITAL HARMONIA

OBRIGADO!

MARCAS 2022
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

PARABÊNS!

Primeiro lugar como a marca preferida dos Pernambucanos.

Parabéns aos veterinários, funcionários e clientes pelo honroso primeiro lugar na pesquisa realizada pelo Diário de Pernambuco

Essa conquista precisa ser compartilhada com a Inova Imagem, NeolabVet, Laborvet, Petshop Harmonia e Plano de Saúde Pet Plus. Empresas que fazem parte do grupo Harmonia. Parabéns!

Aqui nós cuidamos do seu amor de estimação



Real Hospital Português, há 167 anos referência em saúde

MAIOR COMPLEXO HOSPITALAR DO NORTE E NORDESTE REALIZA TRABALHO DE EXCELÊNCIA

Há dez anos consecutivos, o Real Hospital Português conquista o prêmio *Marcas Preferidas*. O provedor Alberto Ferreira da Costa destaca o marco: “Isso denota a confiança do povo pernambucano numa instituição referência em saúde e o maior complexo hospitalar do Norte-Nordeste. Além disso, nos inspira a continuar trabalhando para atender da melhor maneira a todos que nos procuram, com um carinho especial pelo povo pernambucano e brasileiro”.

O Português foi fundado em 1855, pelo médico José D’Almeida Soares Lima Bastos, então presidente do Gabinete Português de Leitura. Os membros da comunidade portuguesa uniram-se com o intuito de tratar os pacientes acometidos pela epidemia de cólera. Esse compromisso, da assistência sem distinção continua até os dias atuais. Durante a pandemia da Covid-19, o RHP acolheu e cuidou igualmente de pacientes oriundos do SUS, dos convênios de saúde e particulares.

Ao longo de seus 167 anos, o hospital investiu em um parque tecnológico de ponta e nos melhores profissionais. É referência em procedimentos de alta complexidade. Também se orgulha do trabalho de excelência realizado no Ambulatório de Beneficência Maria Fernanda, que oferece assistência gratuita e de qualidade à popula-

ção menos assistida.

Instituição de vanguarda, o RHP oferece o que existe de melhor e mais moderno aos pacientes. A segurança dos protocolos de atendimento é validada pela Joint Commission International e pelo Programa de Acreditação em Diagnóstico por Imagem, certificação concedida pelo Colégio Brasileiro de Radiologia e Diagnóstico por Imagem.

Conta com equipe de excelente padrão. São mais de 6 mil colaboradores, 3,2 mil médicos e parceiros. Com foco cada vez maior na profissionalização, este ano iniciou projeto de fortalecimento da Governança, visando o desenvolvimento estratégico sustentável e de longo prazo. É a primeira vez que a instituição nomeia um CEO. “Junto-me ao time operacional com o desafio de elevar ainda mais o padrão de excelência, a qualidade assistencial

e a eficiência operacional, tendo como base a humanização da gestão e o cuidado prestado aos pacientes. Estamos com um time de executivos de altíssimo nível, com ampla atuação e conhecimento do mercado de saúde”, declara Vaninho Antonio, CEO.

Marcando o aniversário de 167 anos, a instituição apresentou seu novo posicionamento ao mercado. Com o slogan “Confiança é tudo”, ressalta ainda mais o atributo que as pessoas mais utilizam quando lembram do Português: a confiança. “Sem ela, não há relações duradouras. Por isso, reafirmamos o compromisso em continuar prestando a melhor assistência aos pacientes, contando com os profissionais que compõem a instituição e nos aprimorando em modelos de negócio que nos permitam um futuro longo e sustentável”, ressalta o CEO.

Português é referência em atendimentos de alta complexidade



DADO CAVALCANTI

Ser o hospital número um dos pernambucanos, há 10 anos, pelo Prêmio Marcas Preferidas. Isso é confiança.

Tradição. Pioneirismo. Segurança. Humanização. Somos um dos mais completos centros de excelência em saúde do Brasil, além de sermos o maior complexo hospitalar do Norte-Nordeste. A excelência da instituição é reconhecida pela Joint Commission International (JCI), mas é a confiança dos nossos pacientes que inspira o nosso trabalho.

Confiança é tudo.

REAL  HOSPITAL PORTUGUÊS

HOSPITAL DE OLHOS DE PERNAMBUCO PASSOU A ATUAR TAMBÉM NO SEGMENTO DE VACINAS

○ Hospital de Olhos de Pernambuco (Hope) existe há quase sete décadas, sendo o único hospital de olhos do Norte e Nordeste certificado pela Qmentum Internacional Accreditation, um modelo de avaliação de saúde que assegura às organizações o cumprimento dos requisitos internacionais de governança e boas práticas assistenciais.

Referência em oftalmo e otorrino, sempre lembrado pelos pernambucanos, o Hope conta com uma equipe altamente qualificada, formada por mais de 100 especialistas em diversas áreas.

Dispõe de infraestrutura completa que atende ampla rede de convênios em unidades avançadas, espalhadas por toda a Região Metropolitana do Recife, nos shoppings Guararapes, Recife, RioMar, Plaza e Patteo Olinda. Além da unidade da Ilha do Leite, que realiza principais tipos de exame e cirurgia, consultas eletivas e urgência 24 horas.

Pensando na comodidade dos pacientes, o Hope dispõe do serviço de teleconsulta Alô Hope. Por videochamada, o paciente é atendido pelo oftalmologista ou otorrino, sem precisar sair de casa, com facilidade e segurança. Se necessário, receberá receita de medicação, solicitação de exames complementares e atestado médico por e-mail.

Trabalhar com recursos tecnológicos de ponta significa aumentar a



Cynthia Santiago diz que é um orgulho estar no pódio como marca preferida

DIVULGAÇÃO

Hope é referência em oftalmologia e otorrinolaringologia

precisão de diagnósticos, tratamentos e intervenções cirúrgicas, além de reduzir a duração desses processos, permitindo uma recuperação mais rápida do paciente. É por isso que o Hope dedica atenção especial à renovação do seu parque tecnológico, investindo em modernos equipamentos e técnicas sofisticadas de tratamentos e cirurgias.

O mais recente investimento do Hope foi na Trabeculoplastia Seletiva a Laser – SLT, a mais nova opção a laser para controle do glaucoma que vai permitir um procedimento seguro e efetivo realizado no próprio consultório, rápido e indolor, muito eficaz na redução da pressão intraocular. A previsão é que o equipamento esteja disponível ainda es-

te ano. Além desse investimento, o Hope passou a atuar no segmento de vacinas.

O Espaço Bebê Hope, na Ilha do Leite, foi planejado para trazer mais conforto e comodidade para as famílias, reunindo em um só local exames e serviços pediátricos. O projeto Hope In Company leva até empresas e indústrias toda a expertise do Hope com a proposta de promover saúde e bem-estar aos colaboradores, estimulando o cuidado e a prevenção de doenças. Para Cynthia Santiago, diretora executiva do Hope, é um orgulho estar nesse pódio com tantas empresas. Ser lembrado como marca preferida é um grande direcionador de que estamos no caminho certo.



RECONHECIMENTO

QUE REFORÇA O NOSSO OLHAR DE CUIDADO COM O PERNAMBUCANO.

Agradecemos a confiança e preferência de cada pernambucano. Conquistar, pelo sétimo ano consecutivo, o **Prêmio Marcas Que eu Gosto, na categoria Hospital e Clínica de Olhos**, nos inspira ainda mais a continuar fazendo o melhor por cada paciente.



Responsáveis técnicos: Dr. Bernardo Cavalcanti (CRM 16348 | RQE 520) e Dr. Ronald Cavalcanti (CRM 5434 | RQE 872).

Vaccine, excelência em imunização

A MAIOR CLÍNICA DE VACINAÇÃO EM NÚMERO DE DOSES APLICADAS NO NORDESTE

A Vaccine, clínica de vacinação e imunização, iniciou suas atividades em Pernambuco em 1998 e nasceu com um enorme diferencial entre as clínicas de vacinação do estado. Três pediatras (Eduardo Jorge da Fonseca, Carlos Henrique Bacelar e José Henrique Moura) se uniram a um pneumologista (Antônio Aguiar Filho) e a um cardiologista (Luís Carlos Santos) para trazer o conceito de que vacinas são para todas as idades. Rapidamente essa união se transformou em uma clínica de excelência, servindo de modelo no Brasil.

É a maior em número de doses aplicadas no Nordeste e sempre esteve entre as dez maiores clínicas de vacinação do Brasil. Atualmente, dispõe de seis unidades distribuídas na Região Metropolitana do Recife, sendo uma em Jaboatão dos Guararapes, situada no Shopping Guararapes; uma em Olinda, no Shopping Patteo; uma no

RioMar e outra no Shopping Recife; e as outras duas localizadas em dois bairros tradicionais da cidade: Parnamirim (17 de Agosto, 56) e, no Espinho (Rua da Hora, 77).

Em média, são aplicadas cerca de 5 mil doses mensais e a empresa conta com colaboradores constantemente treinados. A Vaccine tem grande experiência com vacinação extramuros, um programa pioneiro que realiza campanhas em empresas, como o Grupo Cornélio Brennand, Amepe, Rocca, Nissin, dentre outras. A Vaccine presta serviço ainda para o laboratório Sanofi Pasteur, imunizando todos os funcionários das agências bancárias, como Itaú, Bradesco, Banco do Brasil. Além disso, tem parcerias com várias escolas privadas do Recife diante do calendário vacinal, com palestras para os pais e campanhas educativas para os colaboradores e seus gestores.

Com relação à produção científica,

a Vaccine publica com regularidade a sua pauta de rotinas em imunização, que está na sua 3ª edição e é distribuída com os médicos da região. “Desenvolvemos um trabalho pioneiro no Brasil de estágios para alunos de graduação em medicina e enfermagem. Nossa experiência com atendimento domiciliar coincide com a abertura da clínica e temos quatro equipes exclusivas para a prestação deste serviço de forma diferenciada, fazendo com que o cliente se sinta seguro e acolhido no aconchego do seu lar”, ressalta Dr. Eduardo Jorge da Fonseca, pediatra e sócio da Vaccine.

Atenta ao futuro, já no ano de 2020 a Vaccine desenvolveu um aplicativo próprio, onde o cliente pode agendar a sua vacinação em casa ou em qualquer unidade da clínica, de acordo com o horário que for mais conveniente. Acesso fácil a todas as vacinas que já foram aplicadas e informações pertinentes sobre vacina (esquema vacinal, faixa etária, possíveis reações) são mais alguns serviços oferecidos pelo aplicativo.

“É muito gratificante saber que continuamos a ser a marca mais lembrada quando se pensa em clínica de vacinação. A Vaccine visa sempre oferecer aos seus clientes maior conforto e bem-estar e, por isso, faz questão de manter esse pioneirismo em serviços aos clientes indo até eles e gerando, assim, um maior relacionamento de confiança com a nossa clínica e com os nossos colaboradores”, destaca Eduardo.

Eduardo Jorge da
Fonseca, sócio, destaca
pioneirismo da clínica

DIVULGAÇÃO



Anúncio Gráfica

MAIOR TRANSPORTADORA DE VALORES DO NORDESTE GERA MAIS DE 10 MIL EMPREGOS

O Grupo Preserve Lserve, controlador das empresas Preserve Segurança e Transporte de Valores; Lserve Vigilância e Transporte de Valores; Lserve Serviços e Terceirização; Sapiens e Partinvest, é o mais lembrado na categoria Segurança, no *Marcas Preferidas 2022*. Desde o início das suas atividades em 1975, acumula vasta experiência na prestação de ampla gama de serviços, tais como: logística de valores (transporte, tratamento, custódia, cofres inteligentes e gestão de ATM - caixas eletrônicos), segurança patrimonial, segurança eletrônica, escolta armada, conservação e limpeza ambiental, terceirização de mão de obra e consultoria em gestão e educação corporativa. São 47 anos de excelência e presença forte no mercado, tendo hoje 20 bases operacionais nas capitais e principais cidades do interior de Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe. Consolidado entre os maiores grupos empresariais do país, gera mais de 10 mil empregos diretos, o que garante tranquilidade e satisfação de mais de 2 mil clientes. Sua frota é composta por mais de 500 veículos modernos e equipados. Números que transformam a empresa na maior transportadora de valores do Nordeste e a quarta mais importante do Brasil. Possui todos os processos integrados e melhorados continuamente, gerando um sistema de gestão da qualidade que permite a manutenção da certificação

ISO 9001:2015, auditada pela Bureau Veritas, considerada a certificadora mais respeitada do mundo.

Com constante preocupação na questão ambiental, apresentou o primeiro ar-condicionado automotivo 100% elétrico, alimentado por energia solar fotovoltaica. A solução, criada em parceria com a Innovaklim, startup 100% brasileira, foi instalada em um carro-forte.

Durante a pandemia, o grupo acelerou o processo de digitalização e intensificou o uso de canais digitais para interação com os clientes. O Grupo Preserve Lserve investe cada vez mais em desenvolvimento de pessoas, que são o ativo mais importante de qualquer empresa, em especial no segmento de prestação de serviços. "Adotamos uma postura

de associar aos serviços prestados à qualidade pretendida pelo mercado. Com isso, abrimos um leque de atividades que objetivam atender as necessidades dos nossos clientes com excelência. A satisfação do grupo está em proporcionar soluções e atender aos clientes com qualidade, eficiência e pontualidade, o que faz do Grupo Preserve Lserve um dos maiores do país. Uma marca consolidada no mercado é um ativo de valor inestimável e Pernambuco é o berço da nossa história. Logo, receber esta premiação, através do reconhecimento dos pernambucanos, é a prova de como conseguimos consolidar o nosso trabalho com ética, profissionalismo e inovação", disse Felipe Gomes, diretor Comercial do Grupo Preserve Lserve.



Felipe Gomes diz que
satisfação do grupo está em
proporcionar soluções

DIVULGAÇÃO

Grupo Preserve Lserve: sinônimo de excelência

Coliseum, 25 anos de credibilidade

COM SEDE EM VITÓRIA DE SANTO ANTÃO, EMPRESA TEM UNIDADES EM SERRA TALHADA E NO RECIFE

O Coliseum Leilões, com sede em Vitória de Santo Antão, atua com vasta experiência e credibilidade há 25 anos no mercado de leilões, entregando aos clientes e parceiros bons negócios. "Nossa missão é prestar um serviço cada vez melhor. Investimos em qualificação, no crescimento da equipe unida e fortalecida, que se comprometeu em encarar desafios ao longo desses 25 anos em manter a qualidade dos nossos serviços", explica o leiloeiro Adriano Santos.

Além da matriz em Vitória, com

capacidade para armazenar mais de 20 mil veículos numa área de 150 mil m2, auditório e escritórios, o Coliseum possui pátio próprio em Serra Talhada, no Sertão pernambucano, e no Recife, no bairro da Guabiraba. A empresa idealizada pelo empresário José Alberto em 1998, vem passando por transições, e desde 2020 a empresa realiza todos os leilões online em tempo real, com tecnologia própria e banco de dados com mais de 100 mil compradores e investidores cadastrados e habilitados a darem lances. "O leilão é público e

totalmente transparente. Qualquer pessoa física ou jurídica pode participar com acesso às mesmas informações e condições", conta.

"Passamos por essa reestruturação de inovações tecnológicas, temos um site bom. A maior dificuldade é o público se adequar à nova realidade", acredita. "Nosso cartão de visita é a qualidade da prestação de serviços. A grande maioria dos clientes sai satisfeita. O principal critério que a gente trabalha é a transparência", finaliza o empresário José Alberto..



**QUANDO O ASSUNTO É LEILÃO
A MARCA COLISEUM É A MAIS LEMBRADA.**

Coliseum Leilões, uma empresa pernambucana feita por pernambucanos,
comprometida com o desenvolvimento do nosso estado.



Cooperativa destinou 2%
do resultado do exercício para
apoiar projetos sociais

Sicredi Pernambucred investe em projetos sociais no estado

QUATORZE INSTITUIÇÕES RECEBERAM INCENTIVO DE ATÉ 20 SALÁRIOS MÍNIMOS

A cooperativa financeira Sicredi Pernambucred apoiará seis projetos sociais até dezembro de 2022. Visando contribuir com o dia a dia da sociedade pernambucana, a cooperativa, por meio do seu Fundo Social, destinou 2% do resultado do exercício para apoiar iniciativas de desenvolvimento social. Em 2021 foram oito projetos beneficiados.

Este ano, seis instituições receberam o fomento de até 20 salários mínimos. Foram elas: Associação de Moradores da Vila Rafael (Alfabetização digital profissionalizante para mulheres da Vila Rafael na Zona Rural de Caruaru/PE); Associação Satélite Artístico e Cultural (Doador Amigo do Lar); Centro Social de Loteamento Recife- CELOSOR (A saúde do seu sorriso); Creche Comunitária Nosso Senhora de Boa Viagem Entra Apul-

so (Construindo habilidades relacionais, motoras e afetivos em crianças na educação infantil); Creche Escola Maria de Nazaré (Abelhinhas & Delícias Saudáveis); e ONG Sara Nordeste (Sarart). As ações destas instituições são voltadas para as áreas de educação, cultura, meio ambiente, segurança e inclusão social

O Fundo Social da Sicredi Pernambucred foi criado em 2021 por decisão coletiva dos associados, a partir de uma proposta do Conselho de Administração. “Esse programa demonstra a força do cooperativismo, o crescimento sustentável de nossa instituição coletiva e que, juntos, podemos gerar transformação na comunidade”, destacou Giovanni Prado, diretor executivo da Cooperativa.

“A destinação de recursos para fins sociais é uma alternativa para contribuir para o desenvolvimento e a

transformação da vida das pessoas dessas comunidades. Acompanhar e contribuir para a continuação e evolução de projetos sociais nos motiva e renova a nossa vontade de continuar a fazer a diferença”, observou Luís Aureliano de Barros, presidente do Conselho de Administração da Sicredi Pernambucred.

Fundada em 2000, a Sicredi Pernambucred tem hoje cerca de 20 mil associados. Ao longo dos anos, já distribuiu mais de R\$ 116 milhões, gerando renda e contribuindo com a economia local. A cooperativa administra mais de R\$ 500 milhões em ativos totais e se destaca como uma das maiores cooperativas financeiras do Nordeste, com forte atuação em Pernambuco, presente no Grande Recife, Caruaru, Salgueiro e Petrolina, com 12 agências de atendimento e mais de 300 produtos e serviços financeiros.

Sicredi Pernambucred Orgulho de ser sua 1ª escolha

Por mais um ano consecutivo conquistamos o 1º lugar em serviços financeiros do prêmio **Marcas Preferidas 2022**, na categoria cooperativa de crédito.

Esse reconhecimento nos motiva a estar cada vez mais perto de você.



Manuela Pereira
Colaboradora

☎ 3117 9110

Sicredi
Pernambucred 21 anos

Sicredi

Adlim, há 45 anos oferecendo terceirização personalizada

GRUPO PERNAMBUCANO ESTÁ PRESENTE EM 11 ESTADOS E GERA MAIS DE 7 MIL EMPREGOS

O Grupo Adlim atua há 45 anos com excelência e dedicação na terceirização personalizada de serviços e tecnologia. Com presença nos estados de Pernambuco, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Piauí, Tocantins, Espírito Santo, São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Paraná, quer expandir sua atuação.

Entre as metas para o próximo ano estão a continuidade do investimento em pessoas, em inovação e tecnologia, como também a expansão do seu território. "Em 2023 o Grupo Adlim levará ao mercado nacional soluções de serviços com máximo de eficiência operacional, segurança e qualidade. Presente em onze estados da federação, o Grupo Adlim ampliará, em breve, para Rio Grande do Sul e Santa Catarina, com plano es-

tratégico para estar presente em todo o Brasil nos próximos três anos", afirmou a diretora da empresa, Newman Cynthia Cunha.

Com foco em inovação, o Grupo Adlim, pioneiro no estado de Pernambuco a oferecer gestão digital dos serviços, integra tecnologias garantindo redução de custos e tem resultados mensuráveis. "Com equipe de desenvolvimento nativa, o Grupo Adlim aposta em soluções personalizadas para levar sistema de gestão customizado e com foco no core de cada cliente", disse a diretora.

Com serviços nos setores da indústria, comércio, tecnologia, segurança especializada, educação, médico-hospitalar e geração de energia, a empresa gera mais de 7 mil postos de trabalho. A corporação também conta com plano de carreira para

seus funcionários, através do Programa Prata da Casa.

A empresa foi criada em 1978, no Recife, agregando as empresas Adlim Terceirização e Águia Vigilância. "O grupo é fruto da determinação do economista Jonas Alvarenga, que utilizou força e trabalho para levar ao mercado soluções inovadoras a diversos segmentos. Com mão de obra qualificada, avançadas tecnologias e governança empresarial, com ênfase na sustentabilidade ambiental e responsabilidade social, assume o compromisso de oferecer o que há de mais moderno na prestação dos serviços", destacou Newman.

O grupo já recebeu certificações e reconhecimentos como a ISO 9001:2015, desde 2004, através da DQS do Brasil, a Certificação por Distinção dos Serviços de Higiene Hospitalar, reconhecida pelo Instituto Qualis de Gestão (IQG), maior instituição acreditadora na área da saúde da América Latina.

Com a conquista do prêmio *Marcas Preferidas 2022*, a diretora do Grupo Adlim se sente grata e orgulhosa pela empresa se destacar no setor da terceirização em Pernambuco. "Faz parte da nossa história o protagonismo em levar novidades em serviços e ampla dedicação, com equipes treinadas, gerando eficiência operacional, transparência e excelência nos trabalhos prestados", ressalta.

O Grupo Adlim planeja estar presente em todo o Brasil nos próximos três anos

ADLIM é a marca preferida em terceirização de serviços pelos pernambucanos, temos orgulho disso!

45 ANOS

Temos muito orgulho de sermos reconhecidos como a marca número 01 em terceirização.

Estamos em constante desenvolvimento de inovações para o mercado de terceirização em serviços. Desde 2017 lançamos o **ADLIM NOW**, um sistema robusto de solução totalmente personalizável para monitoramento da produtividade, qualidade e gestão de serviços em tempo real.

Faz parte da nossa história o protagonismo em levar ao mercado soluções e inovações tecnológicas, novidades em serviços e ampla dedicação através de equipes treinadas, gerando eficiência operacional, transparência e excelência nos serviços prestados.



GRUPO ADLIM
Nosso crescimento vem de Deus.



www.adlim.com.br



DIVULGAÇÃO

Bruno Talento diz que
missão da TIM é transformar
tecnologia em liberdade



DIVULGAÇÃO

TIM é 1º lugar em Pernambuco pelo terceiro ano

PLANO DE INVESTIMENTO DA OPERADORA NO PAÍS
INCLUINDO O 5G, É DE R\$ 14 BILHÕES ENTRE 2022 E 2024

Com o avanço da tecnologia, o celular é uma extensão do nosso corpo. Estamos juntos na maior parte do tempo. Para usufruir de todas essas ferramentas digitais, ter uma boa operadora de telefonia/internet faz a diferença. Por mais um ano, a TIM conquistou o primeiro lugar no *Marcas Preferidas*.

Pernambuco é estratégico para a TIM, que tem feito investimentos robustos na região para melhorar ainda mais a qualidade de rede e atender um número cada vez maior de pessoas. No fim de 2021, a empresa completou a cobertura 4G em todos os 185 municípios pernambucanos. Com isso, a companhia antecipou o plano nacional de abrangência total do país até 2023, dando importante passo na disseminação do 5G, que chegou por aqui no dia 5 de setembro. Até o fim deste ano, a meta é abranger todos os bairros da capital.

A TIM está em operação em Pernambuco e no Brasil desde 1998, possuindo mais de 2,7 milhões de clientes no estado e quase 69 milhões no Brasil. Tem cerca de 10 mil funcionários em todo o país, dos quais 257 são colaboradores em Pernambuco.

No Brasil, o plano de investimento da operadora, que inclui o 5G, é de R\$ 4,8 bilhões em 2022, ou aproximadamente R\$ 14 bilhões entre 2022 e 2024. A companhia seguirá ampliando a abrangência do 5G; continuará investindo no protagonismo que assumiu no setor agro; desenvolvendo soluções IoT; expandindo as fronteiras da TIM Live; ampliando serviços financeiros, de educação e segurança; e evoluindo em parcerias que gerem benefícios para os clientes.

A TIM também realizará avanços nos temas ESG e seguirá otimizando o atendimento, oferecendo a melhor experiência aos seus clientes em todos os canais de contato. Conquistou este ano o selo "RA1000", avaliação máxima do portal de resolução de conflitos Reclame Aqui.

"A assinatura da TIM convida a enxergar um mundo de possibilidades capazes de transformar a tecnologia em sinônimo de liberdade. É nisso que nos inspiramos todos os dias: em levar liberdade por meio do nosso negócio. Liberdade de estudar pe-

lo celular, de ter um banco digital na palma da mão, de poder buscar vagas de emprego sem fazer diversos deslocamentos, de aproximar pessoas distantes, entre tantas outras facilidades. Nos mantermos na preferência dos pernambucanos pelo terceiro ano nos dá a sensação de que avançamos no caminho certo. Esse prêmio nos enche de orgulho e nos impulsiona a fazer mais e melhor à população deste estado tão importante para a TIM", ressalta Bruno Talento, diretor de vendas da TIM no Nordeste.

Vivo: a internet banda larga mais rápida do Brasil

A MARCA É RESPONSÁVEL PELA MAIOR COBERTURA EM FIBRA ÓPTICA DO PAÍS

Durante os dois anos de pandemia, houve uma aceleração na transformação digital para atender as necessidades do público que precisava ficar em casa. A Vivo foi fundamental para garantir que pessoas e empresas pudessem realizar tudo digitalmente da melhor forma e com a melhor qualidade. Atualmente, a empresa é responsável pela maior cobertura em fibra óptica do país e, consequentemente, apresenta a internet banda larga mais rápida do Brasil. Em Pernambuco, os consumidores reconheceram a qualidade da Vivo e elegeram a marca como a melhor na categoria Internet Banda Larga do *Marcas Preferidas*.

Uma pesquisa divulgada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) mostra que 66% das conexões de banda larga fixa são baseadas em fibra óptica. A Vivo é responsável pela maior porcentagem das operadoras, com 18,2%, segundo a agência. "Temos o cliente no centro de nossa estratégia e, por isso, trabalhamos para oferecer o melhor serviço de internet móvel, a maior cobertura em fibra óptica do país e para nos consolidar, cada vez mais, como um hub de serviços digitais", explica Karina Tenório, diretora regional.

Em 2021, a Vivo investiu quase R\$ 160 milhões em Pernambuco, principalmente para a expansão da re-

de e qualidade dos serviços. Com a maior infraestrutura de fibra nacional, a tecnologia FTTH (Fiber To The Home/Fibra Para Casa) permite levar a rede para dentro da casa do cliente e garante a melhor qualidade de sinal.

A companhia acredita que os pernambucanos estão reconhecendo o esforço e qualidade da Banda Larga Vivo. "Receber novamente esse reconhecimento mostra que estamos conquistando um espaço cada vez maior com o público pernambucano", afirma a diretora regional.

A estratégia da empresa está centrada essencialmente para popularizar o acesso a uma internet de qualidade e fomentar a economia local, com geração de empregos e novas oportunidades de negócios a partir de uma conexão segura, veloz e es-

tável. Em Pernambuco, a banda larga já chegou a dez municípios, sendo seis com FTTH: Recife, Olinda, Jaboatão dos Guararapes, Caruaru, Garanhuns e Petrolina. No total, 314.786 mil residências e empresas estão cobertas com a Vivo Fibra no estado. Para 2023, o foco está na aceleração dos negócios. "Seguiremos levando as melhores opções de conectividade com fibra e 5G para os brasileiros, além da contínua expansão do 4G e 4,5G. Em Pernambuco, temos 185 municípios com nossa cobertura móvel, sendo 151 com a tecnologia 4G, 49 com a 4,5G e um com 5G. Nosso ecossistema digital seguirá evoluindo com as principais soluções e serviços em diversos setores, garantindo a maior mobilidade e praticidade para os nossos clientes", finalizou.

DIVULGAÇÃO



Karina Tenório diz que
o cliente está no centro das
estratégias da empresa

Shopping Recife, há 42 anos no coração dos pernambucanos

PRIMEIRO CENTRO DE COMPRAS DO ESTADO TEM HOJE MAIS DE 450 LOJAS

Fundado em 7 de outubro de 1980, o Shopping Recife é o primeiro centro de compras do estado e foi o responsável por expandir a dinâmica do comércio na capital pernambucana, ajudando a desenvolver o bairro de Boa Viagem como um novo eixo socioeconômico na Zona Sul da cidade. Alinhado às tendências globais do mercado, o equipamento acompanha as transformações sociais para oferecer lazer, serviços, medicina e estética, produtos, experiências exclusivas e entretenimento de qualidade, de forma inovadora e segura para os clientes. O Shopping Recife

conta com estrutura que reúne mais de 450 lojas (sendo 90 no segmento de alimentação), 14 salas de cinema, centro médico, e espaços para eventos de pequeno, médio e grande porte. Além disso, conta com o Parcão, um parque pet ao ar livre com 1.400m², e o Jardim Gastrô, um Food Hall de 1.900 m² que oferece música e gastronomia em ambiente aberto, no Parque das Esculturas do centro de compras.

Mesmo com o cenário desafiador provocado pela pandemia, o Shopping Recife nunca deixou de realizar investimentos para melhorar a experiência do seu público. Em 2021, por exem-

plo, investiu cerca de R\$ 16 milhões na revitalização da Praça de Alimentação, buscando trazer ainda mais conforto e funcionalidade. Também avançou em diversas negociações estratégicas para trazer grandes operações para o mall, como a Carter's, Lindt, Lego, Decathlon, Vans e o restaurante Vasto, do Grupo Coco Bambu. Também lançou sua plataforma on-line de vendas, a transformando em mais um canal de relacionamento, proporcionando mais comodidade para os clientes. O Shopping Recife Online foi uma das grandes novidades em 2022 e tem tido uma ótima aceitação de clientes e lojistas. Atinge 100 mil visualizações de página por mês, em um raio de entregas de 20km, contemplando todos os bairros da capital pernambucana, além de mais de 60 distritos de Jaboatão dos Guararapes e Camaragibe. São mais de 13 mil produtos cadastrados de diversos segmentos, incluindo gastronomia, moda, beleza, tecnologia, entre outros.

Atualmente, cerca de 60 mil pessoas circulam pelos corredores do mall diariamente. "Estamos sempre atentos a novas possibilidades para incrementar o mix com lojas diferenciadas. Neste sentido, já está desenhada a abertura de mais 10 novas operações ainda neste ano", revela a gerente de Marketing, Fabíola Azevedo.

TAYLINNE BARRET/ DP

Fabíola Azevedo revela a chegada de 10 novas operações ainda este ano



O LUGAR PREFERIDO DOS PERNAMBUCANOS, DE DOMINGO A DOMINGO.

VENCEDOR DA CATEGORIA SHOPPING CENTER.

Seja no almoço durante a semana, em uma visita rápida, um cinema, na compra de um presente pra alguém especial. Cada encontro com você é único. É um orgulho imenso ser o Shopping preferido dos pernambucanos, seja qual for o dia da semana.

Obrigado pela preferência.



SHOPPING RECIFE

shoppingrecife.com.br
@shoppingrecife

REDE DE ÓTICAS É A MAIOR DO BRASIL, COM FILIAIS EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

No ano em que completa três décadas de sucesso, as Óticas Diniz – a maior rede de óticas do Brasil – é vencedora da categoria Óticas do Marcas Preferidas 2022.

Fundada em São Luís, no Maranhão, hoje está presente em todo o território nacional, conta com mais de 5 mil colaboradores e atende cerca de 2 milhões de clientes, que buscam uma marca de referência para cuidar da saúde visual sem abrir mão de estar na moda e economizar.

Seu diversificado mix de produtos e soluções ópticas de qualidade e alta tecnologia oferece as melhores opções em lentes e óculos de grau e de sol, incluindo as principais grifes do mercado. Entre elas, suas marcas exclusivas DNZ EyeWear, Hit e DII Collection, sinônimos de autenticidade, liberdade e autoconfiança para quem não abre mão do conforto e da espontaneidade. As Óticas Diniz também proporcionam aos seus clientes ambientes acolhedores de loja, bem como atendimento exclusivo e personalizado, que preza pela qualidade e que é referência entre os brasileiros. Em 2020, a rede ganhou o prêmio Reclame Aqui como o melhor atendimento do segmento ótico.

Desde 2016, as Óticas Diniz contam com a plataforma de responsabilidade social Diniz Social. O objetivo é contribuir para a erradicação da evasão escolar, já que problemas de

visão estão entre as principais causas para crianças entre 6 e 12 anos desistirem dos estudos. Por isso, proporciona saúde visual para crianças nessa idade de entidades e escolas públicas parceiras, que passam por consulta gratuita com oftalmologistas que apoiam a causa. Mais de 100 mil já foram beneficiadas e mais de 32 mil receberam óculos de grau completos doados pela rede em todo o país. Na pandemia, entre 2020 e 2021, a rede Ótica Diniz criou a Ponte do Bem, para ajudar os brasileiros a passarem por esse momento com mais segurança e comida na mesa,

com a doação de itens de higiene, máscaras e cestas básicas.

“Há 30 anos cuidamos com muito carinho da saúde visual dos brasileiros. E por sermos uma marca com DNA 100% nordestino, estarmos, mais uma vez, entre as marcas preferidas dos pernambucanos é motivo de ainda mais orgulho e satisfação. Sem dúvidas, é o reconhecimento de que estamos no caminho certo e que, se alcançamos o sucesso, é porque Pernambuco nos acolheu desde o primeiro momento. Nossa eterna gratidão!”, disse Jaqueline Queiroz, diretora franqueada.



DIVULGAÇÃO

Ricardo e Jacqueline
Braga têm três franquias
da rede no Recife

Óticas Diniz, há 30 anos cuidando da saúde visual



**Para as
Óticas Diniz,
cada olhar
importa!**

**Por mais um
ano, somos a
preferida entre
os consumidores!**

E não é só mais um prêmio, mas a confirmação do propósito de levar saúde e vida através do seu olhar, para ver você feliz.

**Obrigada a todos
os clientes das
Óticas Diniz!**

ÓTICAS
DINIZ

O CEO Marco Oliveira diz
que Pernambuco é muito
importante para o Atacadão



DIVULGAÇÃO

Em 2022, o Atacadão comemorou o seu aniversário de 60 anos com mais de 270 lojas espalhadas por todos os estados do país. A empresa, a maior rede atacadista do Brasil, é responsável por empregar mais de 60 mil profissionais treinados e capacitados para oferecer a melhor experiência de compra aos clientes, além de abastecer 180 municípios brasileiros. Em Pernambuco, a tradição do Atacadão entre os consumidores foi responsável pela marca ter sido eleita novamente como favorita na categoria Rede Varejista na pesquisa *Marcas Preferidas*.

“Estamos muito felizes em ser uma das marcas mais lembradas na categoria, pois está no nosso DNA trazer um serviço de qualidade, melhor sortimento de produtos e preços competitivos, tanto para os pequenos comerciantes e microempreendedores, quanto para os consumidores finais, e isso reforça a nossa missão e presença no país. Portanto, este reconhecimento nos mostra que estamos no caminho certo e alinhados com o que os nossos clientes esperam”, conta Marco Oliveira, CEO do Atacadão.

Durante a pandemia em 2020, a digitalização do Grupo Carrefour, que gerencia a marca desde 2007, foi responsável pela entrada do Atacadão no marketplace, com a integração da CotaBest, uma plataforma de compras digitais que desenvolveu o modelo da marca. Uma parceria entre o Rappi e Cornershop também foi fechada para beneficiar os clientes nas compras virtuais e entregas. Porém, com a pandemia seguida por uma alta inflação, o cenário macroeconômico sofreu uma piora, resultando em uma perda de poder de

Atacadão comemora 60 anos de tradição

A REDE EMPREGA MAIS DE 60 MIL PROFISSIONAIS EM SUAS 270 LOJAS INSTALADAS EM TODOS OS ESTADOS

compras dos brasileiros, e neste período, a rede percebeu que o acesso à alimentação básica de qualidade a preços justos oferecidos pelo Atacadão continuou atraindo mais consumidores finais, além de pequenos comerciantes e microempreendedores.

Em 2022, a marca implantou algumas novidades em seu atendimento ao cliente. Para apoiar a digitalização e aprimorar a experiência dos consumidores que visitam as unidades, o Atacadão implementou o serviço de wi-fi que, em breve, estará em 100% das lojas. Também foi implementado um sistema de cartazamento e está passando por um processo de integração de balanças nos check-outs

das unidades, facilitando a compra de produtos a granel. Além disso, após a integração do Grupo Carrefour com o Grupo BIG, lojas funcionando em bandeiras BIG vão passar a funcionar como Atacadão. O plano de expansão pretende converter 70 lojas nos próximos 18 meses.

“Pernambuco é um estado muito importante para a operação do Atacadão, tanto que estamos presentes em 16 lojas no estado e acreditamos que, com tal capilaridade, ficaremos entre as marcas mais lembradas reforça a nossa missão de trazer um serviço de qualidade com preços justos para os nossos clientes”, finalizou o CEO da marca.

Roval expande e chega a todo o Brasil

COM 67 LOJAS NO NORDESTE, EMPRESA CHEGA ÀS REGIÕES NORTE, SUL, SUDESTE E CENTRO-OESTE

Com trajetória de 30 anos de referência e compromisso no setor de manipulação, a Farmácia Roval tem a missão de transformar a saúde e a vida das pessoas. São 67 lojas presentes no Nordeste, sendo seis próprias e 61 franqueadas. Agora, a rede expande sua atuação para todo o Brasil. Entre os pilares para um serviço de excelência, está a integração entre a tecnologia, segurança, inovação e a qualidade de seus produtos.

A rede de farmácias de manipulação tem uma média de 600 postos diretos de trabalho e uma expectativa de crescimento a partir da abertura de quatro unidades, ainda em 2022, em Pernambuco, Bahia e Rio Grande do Norte e da chegada nas demais regiões. A credibilidade da Roval é evidenciada com o recebimento do selo de Excelência em Franchising 2022, concedido pela Associação Brasileira de Franchising, já conquistado em

2018, 2019 e 2020. Outro reconhecimento foi a presença, pelo terceiro ano, no ranking nacional das Melhores Franquias do Brasil 2022 promovido pelas *Pequenas Empresas e Grandes Negócios*, avaliada com 5 estrelas, pontuação máxima.

DIVULGAÇÃO



Roval investe em tecnologia, inovação, segurança e qualidade

ROVAL

FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

Por mais um ano
A PREFERIDA DOS PERNAMBUCANOS
E DE TODO O NORDESTE!

TRANSFORME A SUA SAÚDE COM A ROVAL

☎ 3301.5500

☎ 99760.1700

REDE POSSUI 44 LOJAS NO NORTE E NORDESTE, QUE TRABALHAM COM MAIS DE 6 MIL ITENS DE 150 MARCAS

Nagem, uma gigante da tecnologia

Nos últimos dois anos, a Nagem fortaleceu um modelo de negócio que tem se consolidado nas diversas frentes em que atua: varejo físico, e-commerce, distribuição e corporativo. A proposta é melhorar constantemente a experiência do cliente – seja ele pessoa física ou jurídica – entregando o que ele deseja na plataforma que lhe for mais conveniente. “Foi um processo que começou lá em 2020 e que não tem mais volta. Fizemos investimentos importantes em tecnologia da informação, em logística e qualificação profissional”, relata Halim Nagem Neto, presidente do Grupo. “Este movimento ajudou a cristalizar a nossa relação com o nosso consumidor, estreitando a comunicação e aproximando ainda mais a marca”, complementa.

Ele explica que para isso, a rede continua investindo maciçamente na acessibilidade dos clientes (compras pelo site, app, loja, fone, WhatsApp, canais para pessoa jurídica, entre outros canais) e em melhorias nos processos para atender à crescente demanda nos canais e-commerce e delivery. “Além disso, incrementamos nosso portfólio com novos fabricantes e novas linhas de produtos para suprir as atuais necessidades dos nossos clientes, seja com soluções para estruturar uma casa ou um escritório conectados”, exemplifica.

Com mais de 32 anos, a Nagem construiu a sua marca como uma

varejista de informática, mas com o tempo se consolidou e se tornou uma gigante da tecnologia expandindo o portfólio com produtos dos segmentos de telefonia, eletrônicos, games, eletroportáteis, eletrodomésticos e até papelaria e escritório. No total, são cerca de 6 mil itens de mais de 150 marcas, entre as melhores do mercado. A rede conta com mais de 2 mil colaboradores e possui 44 lojas e um quiosque espalhados pelo Norte e Nordeste do país. São mais de 22 mil metros quadrados de armazenagem nos centros de distribuição de Fortaleza, Recife, Salvador, Espírito

Santo e São Paulo.

“Nos orgulhamos por estarmos, mais uma vez, entre as marcas preferidas e isso só foi possível porque temos um time que veste a camisa da empresa e que conquista nossos clientes diariamente”, diz o empresário. “Para o futuro, pretendemos continuar crescendo de forma sustentável e estruturada, aumentando ainda mais o nosso portfólio de produtos, avançando por novas regiões, consolidando nossa presença em todos os canais de vendas e sempre proporcionando maior acessibilidade aos nossos clientes”, finaliza Halim.



O presidente do Grupo Nagem, Halim Nagem Neto, investe na acessibilidade

DIVULGAÇÃO



A cada ano ficamos felizes em receber o mesmo presente: ser a marca preferida dos pernambucanos.

Levar mais praticidade e tecnologia pra vida dos pernambucanos é o nosso jeito de ser Nagem. Por isso, agradecemos a todos, mais uma vez, pela confiança e preferência. Ser a marca preferida por vocês é mais que uma conquista, é motivo de muito orgulho.

nagem.com.br
f @ t v in



NAGEM®