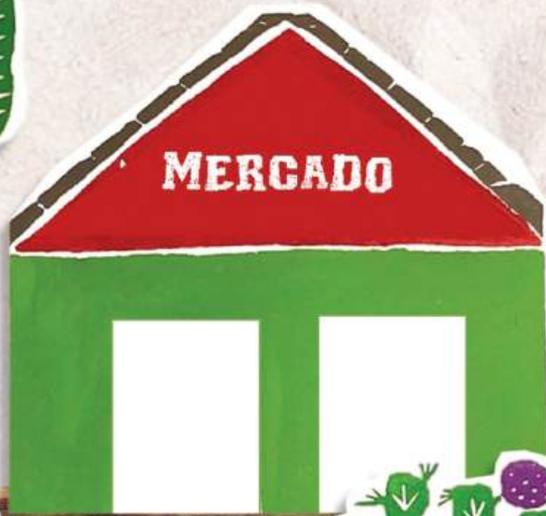




MARCAS **2024** PREFERIDAS

DIARIOde**PERNAMBUCO**



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



Novas Embalagens e Mais Facilidade!

A nova linha da Mauricéa é perfeita para quem aprecia a facilidade de uma receita cheia de sabor. E chega às seções de congelados dos supermercados com novos sabores e embalagens renovadas. A grande novidade fica por conta dos cubos de frango sabor cebola caramelizada com bacon e da sobrecoxa temperada.

Disponíveis em porções de 400g e 500g, pensadas para o armazenamento e a experiência dos nossos consumidores. São ideais para atender ao tamanho da sua fome, facilitando o seu dia a dia.

A linha Facilidades é a escolha certa para quem busca fazer receitas fáceis sem abrir mão do sabor. Tenha sempre esses produtos na sua geladeira para garantir o sabor que só a Mauricéa tem.

Se é Mauricéa, eu confio.



*Imagem meramente ilustrativa

EDITORIAL

Iniciativa pioneira do jornal mais antigo da América Latina, o **Diário de Pernambuco**, o prêmio Marcas Preferidas nos proporciona tradicionalmente uma visão fascinante e única da dinâmica do mercado, das novas tendências dos consumidores e da capacidade das empresas de se adaptarem e prosperarem em meio a situações diversas e inesperadas do dia a dia.

Vivemos em um mundo no qual a única constante é a mudança. Por isso, é essencial que as empresas consigam se antecipar às transformações, entender as necessidades dos clientes e entregar produtos e serviços de qualidade. As que conseguem tal feito são aquelas que permanecem na mente e no coração dos pernambucanos.

Com uma parceria de anos já estabelecida com o renomado Instituto Exatta, realizamos uma pesquisa, no método Top of Mind, com moradores dos municípios do Recife, de Jaboatão dos Guararapes e de Olinda. O resultado demonstrou que responsabilidade, qualidade e foco no cliente são os pilares que unem as marcas mais lembradas, em 64 categorias, pelos consumidores do estado.

Durante a elaboração desta revista, tivemos o privilégio de interagir diretamente com essas empresas, que são líderes em diferentes setores do mercado, e entender as suas estratégias e experiências, que também explicam a pre-

RAFAEL VIEIRA / DP



Carlos Frederico Vital ressalta força, dinamismo do mercado pernambucano e a importância do posicionamento das marcas

ferência do cliente em cada uma delas. Uma lição importante que emergiu dessas conversas foi a importância do posicionamento das marcas, da comunicação, das campanhas de marketing e a conexão criada com os consumidores. As que conseguem contar suas histórias de forma autêntica e envolvente alcançam os clientes nos momentos certos, nos canais adequados, e se destacam e conquistam a fidelidade do público.

Prestes a chegar onde poucas empresas privadas chegaram no país, o marco histórico de 200 anos, o **Diário de Pernambuco** tem orgulho de desempenhar um papel fundamental nesse processo de reconhecimento. Ou seja, proporcionar um espaço para que as marcas compartilhem suas mensagens e alcancem um público amplo por meio de nossas

plataformas impressas e digitais.

O nosso compromisso com a verdade, a qualidade e a inovação nos permite acompanhar, identificar e até mesmo impactar diretamente nas mudanças em hábitos de consumo, tanto de produtos e serviços, quanto de informação. Além disso, oferecemos, aos nossos leitores, uma experiência cada vez mais enriquecedora.

Neste momento de celebração, gostaríamos de parabenizar todas as marcas que foram reconhecidas pelo forte e exigente povo pernambucano. O seu sucesso é o resultado de um trabalho constante, de dedicação e da capacidade de adaptação que caracterizam o espírito empreendedor de nossa região. Juntos, podemos construir um futuro de prosperidade e sucesso para Pernambuco. ■

EXPEDIENTE

Presidente: Carlos Frederico A. Vital | **Diretora de Jornalismo:** Paula Losada | **Diretor de Redação:** Augusto Maia Leite | **Diretor Comercial:** Diogo Noronha | **Gerente Comercial:** Fernando Cruz | **Gerente de Marketing:** Gustavo Penteado | **Editores Executivos:** Tatiana Notaro | **Edição:** Lorena Ferrário | **Textos:** Guilherme Anjos, Marina Costa, Robson Gomes, Anna Dulce Neves, Antônio Gois e Thatiany Lucena | **Coordenação e projeto gráfico:** Ira Oliveira | **Diagramação:** Camila Veras e Thaís Albert | **Capa:** André Luiz Moreira | **Tratamento de imagem:** Cláudio Coutinho | **Arte:** Cacá Tavares e André Luiz Moreira | **Impressão:** Gráfica Ativa



■ PUBLICIDADE COM CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO É ESSENCIAL NA CONEXÃO COM CONSUMIDORES, CRIANDO COMUNIDADES PERSONALIZADAS COM CADA UM DELES

AGÊNCIAS REINVENTAM BRANDING DE MARCAS PREMIADAS

MERCADO

Em 2024, o Diário de Pernambuco destaca não apenas a excelência das agências de publicidade de Pernambuco através do Marcas Preferidas, mas também o papel fundamental que desempenham na construção do branding das marcas premiadas. Estas agências não apenas planejam e executam campanhas, mas também moldam a identidade das marcas, conectando-as de forma significativa com os consumidores e criando comunidades personalizadas com cada um deles.

Neste ano, as agências Ampla Comunicação, Nômade.nu, Aporte Comunicação e Match Comunicação foram as responsáveis pela gestão de 12 das 63 marcas premiadas no recall de marcas mais importante de Pernambuco. A Ampla Comunicação liderou na pesquisa deste ano com cinco marcas (Baterias Moura, Bem-te-vi, Nagem, Pitu e Shopping Recife) premiadas, abrangendo diversos segmentos.

A agência Ampla vem deixando sua marca no cenário do marketing brasileiro há mais de quatro décadas. Especializada em trabalhar com marcas re-

gionais e nacionais, a agência adota o lema: fazer “menos do mesmo”. Essa filosofia, segundo seus fundadores e equipe, é o segredo por trás dos sucessos alcançados ao longo dos anos. Para a agência, cada resultado positivo obtido é fruto direto dessa abordagem diferenciada, que não só impacta as vendas e o recall das marcas dos clientes, mas também lhes garante reconhecimento no setor.

Maiores empresas da área foram responsáveis pelas campanhas

“Os dois espaços mais nobres que uma marca pode ocupar são, justamente, a mente e o coração de seus consumidores. Então, ser reconhecida como a agência com mais clientes nesse patamar de relação e preferência é motivo de muita comemoração e orgulho. Mas, sobretudo, significa o resultado de uma metodologia de trabalho, estimulada em conjunto entre

os nossos clientes e a equipe de profissionais, que busca integrar um modelo consistente de informações e metrificação de cada esforço, sem abrir mão da premissa criativa”, destaca o diretor de Estratégia da Ampla, Eduardo Breckenfeld.

Outro destaque foi a Nômade.Nu com três clientes premiados nesta edição: Bremen, Moura Dubeux e Palmeiron. Este é o segundo ano da agência de comunicação no Marcas Preferidas, que estreou no prêmio em 2023 com dois clientes. Em 2024, conquistou o segundo lugar entre as agências com maior número de clientes na premiação. A colocação reforça o compromisso com a excelência e a inovação no setor publicitário.

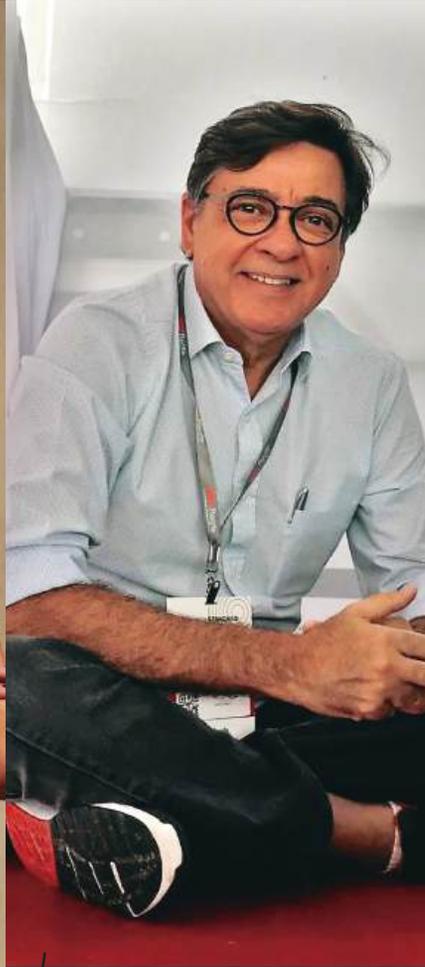
Em seguida, a Aporte Comunicação, conhecida por sua abordagem criativa “uma ideia muda tudo”, trouxe reconhecimento para marcas como São Braz e Grau Técnico. Com 33 anos de atuação no mercado, a Aporte não apenas expandiu horizontes, mas também se consolidou como uma força dinâmica e constante no cenário da comunicação.

Com um compromisso inabalável





Para Maria Paula, união de talentos é chave para o sucesso



Angelo: Aporte expandiu horizontes e se consolidou no cenário da comunicação



Eduardo: Ampla vem deixando sua marca no mercado há quatro décadas

como a qualidade e a criatividade, o Aporte continua a construir marcas fortes e a contar histórias que ressoam com o público. Em um mercado em constante evolução, a empresa se destaca não apenas pela sua longevidade, mas pela capacidade de se adaptar e inovar continuamente.

Para Maria Paula Londres e Carlos Renato Rocha, sócios da Match Comunicação, em um mercado que está em constante evolução, a união de talentos pode ser a chave para o sucesso. É exatamente o que a parceria dos dois apresenta através das suas expertises, que somam mais de duas décadas

de experiência no cenário do marketing brasileiro, no trabalho desenvolvido pela empresa. Em 2024, a agência premiou duas marcas: o Real Hospital Português, consolidado há anos na saúde pernambucana, e Vaccine.

Para o diretor de marketing do Diário, Gustavo Penteado, o prêmio reconhece e enaltece as principais marcas de Pernambuco. “Todos empregaram os seus melhores esforços e práticas com suas equipes e agências para entregar ao mercado e ao consumidor, dentro de um cenário de volatilidade, agilidade, mudanças e incertezas, o que está presente na mente e nos corações dos

consumidores. Parabéns às marcas e às agências, que possuem papel tão importante na nossa sociedade”, parabeniza Gustavo Penteado.

Em resumo, o Marcas Preferidas evidencia o papel vital das agências de marketing na construção do branding, não apenas como executores de campanhas, mas como arquitetos de narrativas que definem como as marcas são percebidas e acolhidas pelo público. Essas agências não apenas respondem aos desafios do mercado, mas também definem novos padrões de excelência e inovação na comunicação de marcas. ■



Alimentos

	1º	2º	3º
AÇÚCAR	União	Petribú	Olho d'água
ARROZ	Tio João	Emoções	Camil
BISCOITO RECHEADO	Vitarella	Nestlé	Oreo
BOLACHA CREAM CRAKER	Vitarella	Pilar	Capricche
EXTRATO DE TOMATE	Palmeiron	Elefante	Quero Tambaú
FARINHA DE MILHO	Vitamilho	São Braz (Novomilho)	Coringa
FEIJÃO	Turquesa	Kicaldo	Tio João
FRANGO	Natto	Sadia	Mauricéa
KETCHUP	Heinz	Tambaú	Palmeiron
LEITE	Ninho	Betânia	Camponesa
MACARRÃO	Vitarella	Pilar	Barilla
SALGADINHOS	Elma Chips	São Braz	Kinitos
VINAGRE	Minhoto	Muriongo	Molhito

Bebidas

ÁGUA MINERAL	Indaiá	Santa Joana	Crystal
AGUARDENTE/CACHAÇA	Pitú	51	Matuta
CAFÉ	São Braz	Santa Clara	Melitta
CERVEJA	Heineken	Brahma	Skol
CERVEJA ARTESANAL	Capunga	DeBron	Ekäut
REFRIGERANTE	Coca-cola	Guaraná Antarctica	Pepsi
VINHO NACIONAL	Quinta do Morgado	Pérgola	Miolo

Bet

SITES DE APOSTAS ESPORTIVAS	Bet Nacional	Esporte da Sorte	BetVip
-----------------------------	--------------	------------------	--------

Casa e construção

ARMAZÉM DE CONSTRUÇÃO	Armazém Coral Achaqui	Ferreira Costa	Tupan Armazém Coral Achaqui
HOME CENTER	Ferreira Costa	Tupan	Atacadão dos Presentes
TINTA	Coral	Iquine	Suvinil

Construtoras e imobiliárias

CONSTRUTORAS	Moura Dubeux	Pernambuco Construtora	Carrilho Âncora
IMOBILIÁRIA	Paulo Miranda	CTI	Jairo Rocha

Educação

COLÉGIO PARTICULAR	GGE	Damas	Santa Maria
CURSO PREPARATÓRIO/TÉCNICO	Grau Técnico	Nuce	Senac
FACULDADE PRIVADA	Unicap	Maurício de Nassau (Uninassau)	FPS

Pet

CLÍNICA/HOSPITAL VETERINÁRIO	Petz	Hospital Veterinário Harmonia	Pet Dream
------------------------------	------	-------------------------------	-----------





Produtos de limpeza doméstica

	1º	2º	3º
ÁGUA SANITÁRIA	Dragão	Brilux	Olimpo
ÁLCOOL	Petribu	Brilux	Dragão
DETERGENTE LÍQUIDO	Ypê	Limpol	Brilux
SABÃO EM BARRA	Bem-te-vi	Ypê	Minuano
SABÃO EM PÓ	Omo	Bem-te-vi	Ala

Saúde

CLÍNICA DE VACINAÇÃO	Vaccine	SUS	Beep Saúde
CLÍNICA DIAGNÓSTICO IMAGEM	Boris Berenstein	Lucilo Ávila	Diagmax
HOSPITAL E CLÍNICA DE OLHOS	Hope	Hospital Santa Luzia	IDR
HOSPITAL PARTICULAR	Real Hospital Português	Esperança	Santa Joana
LABORATÓRIO DE ANÁLISES	Marcelo Magalhães	Cerpe	A+
PLANO DE SAÚDE	Unimed	SulAmérica	Bradesco Saúde

Serviços

EMPRESA DE SEGURANÇA	Preserve Liserve	Nordeste	Grupo Seg
TERCEIRIZAÇÃO DE SERVIÇOS	Adlim	Soservi	Preserve Liserve

Serviços financeiros

FINANCEIRA/COOPERATIVA DE CRÉDITO	Sicredi Recife	Sicredi Pernambucred	Crefisa
-----------------------------------	----------------	----------------------	---------

Telecomunicações

INTERNET BANDA LARGA	Claro	Vivo	Tim
OPERADORAS DE CELULAR	Claro	Tim	Vivo

Varejo

FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO	Roval	Pharmapele	Globo
FARMÁCIA TRADICIONAL	Drogasil	Pague Menos	Drogaria São Paulo
LOJAS DE ELETRODOMÉSTICOS	Magazine Luiza	Casas Bahia	Império Móveis
LOJAS DE INFORMÁTICA	Nagem	KaLunga	Lognet
ÓTICAS	Diniz	Carol	Ocolum
PERFUMARIA	O Boticário	Natura	Sephora
REDE ATACADISTA/ATACAREJO	Atacadão	Assaí	Novo Atacarejo
SHOPPINGS	Recife	Rio Mar	Guararapes
SUPERMERCADOS	Carrefour	Atacadão	Assaí

Veículos e motos

BATERIA DE AUTOS	Baterias Moura	Heliar	Casa da Baterias Zetta
FÁBRICA/REVEDORA DE MOTOS	Honda Motos	Yamaha	Maravilha Motos
REVENDEDORA DA FIAT	Fiat Italiana	Fiori	Via Sul
REVENDEDORA DA GM/CHEVROLET	Pedragom	Auto Nunes	Tambaí
REVENDEDORA DA JEEP	Jeep Italiana	Fiori	Via Sul
REVENDEDORA DA VOLKSWAGEN	Bremen	Meira Lins	Disnove



Tradicionalmente, o **Diário de Pernambuco** realiza, todos os anos, o recall de marcas mais importante do estado: o prêmio Marcas Preferidas. Em uma parceria consolidada com o Instituto Exatta, o jornal mais antigo da América Latina revela quais são os produtos e as empresas que estão na rotina e no coração dos pernambucanos. Ao todo, 61 marcas foram escolhidas como as preferidas em 14 segmentos variados.

A pesquisa realizada no Recife, em Olinda e em Jaboatão entre 9 e 15 de abril deste ano, foi feita a partir do método Top of Mind: os consumidores apontam o primeiro nome que lembram em cada categoria analisada. Os dados foram levantados através de entrevistas presenciais com mais de 600 moradores dos três municípios.

Segundo o diretor do Instituto Exatta, Tônico Araújo, o estudo apresentou um alerta sobre a necessidade de um posicionamento de marca avançado no mercado pernambucano, para garantir a consolidação de produtos regionais com os consumidores no estado. “As

marcas mais citadas estão maciçamente expostas nos meios publicitários, na sua grande maioria oriundas de outros centros, como do Sul e Sudeste”, explica.

Enquanto as grandes marcas ocupam o espaço comercial, os produtos locais apresentam uma tímida presença no cenário pernambucano. “As marcas locais precisam aliar ainda mais a qualidade dos seus serviços e produtos com campanhas publicitárias boas e frequentes, conectando-se mais com os seus consumidores. Assim vão garantir o seu espaço no mercado, com um retorno financeiro positivo e o for-

talecimento do seu posicionamento”, detalha o diretor.

“Nós ficamos muito felizes em trabalhar desde 2020 com o **Diário de Pernambuco**, um grupo que se moderniza cada vez mais e possui uma credibilidade enorme no cenário nacional de comunicação. O prêmio projeta as marcas preferidas do pernambucano de uma forma acessível para todos os públicos. É um orgulho para o Instituto Exatta realizar o levantamento para o jornal mais tradicional da América Latina”, comenta Tônico Araújo.

Além do Marcas Preferidas 2024, o



EXATTA / DIVULGAÇÃO

Tônico: resultado mostra necessidade de se posicionar mais forte no mercado

ESTUDO REVELA PREFERÊNCIAS DE PERNAMBUCANOS

■ NO TOTAL, 61 MARCAS, PRODUTOS E EMPRESAS FORAM ESCOLHIDOS EM 14 CATEGORIAS POR MORADORES DO RECIFE, DE OLINDA E DE JABOATÃO DOS GUARARAPES

Diário de Pernambuco e a Exatta firmaram outra parceria para este ano: as eleições para prefeitos e vereadores. Para o diretor do Instituto, a colaboração tem o objetivo de mostrar a visão da população em relação a diversos tópicos de interesse para o público geral, além de oferecer um diagnóstico completo da situação e as expectativas em relação aos futuros gestores municipais.

A Exatta é uma empresa especialista na consultoria e gestão da informação, que está no ramo de pesquisas, censos, trabalhos de assessoria política e gestão empresarial há 25 anos. ■



■ EMPRESA SE SOLIDIFICA COMO UMA DAS MAIORES E MAIS CONFIÁVEIS CASAS DE APOSTAS DO PAÍS

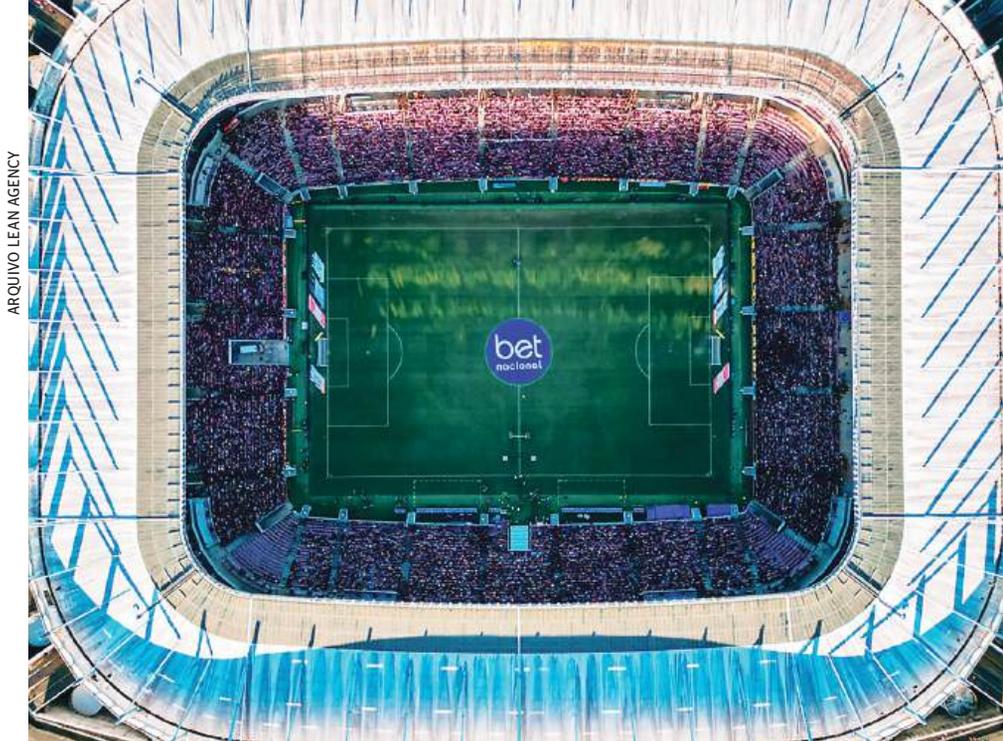
A "bet dos brasileiros" não estaria honrando seu próprio slogan se não fosse referência em apostas esportivas em todo o território nacional - e em Pernambuco não seria diferente. O nome da jovem e icônica Betnacional não sai da boca e mente dos apostadores da 'terra dos altos coqueiros'; e, mais uma vez, foi vencedora no prêmio Marcas Preferidas.

"É uma grande honra sermos eleitos como a marca favorita de apostas esportivas no estado. Este prêmio celebra o empenho e a dedicação de nossa equipe, e expressamos nossa profunda gratidão a todos pela confiança", declarou o fundador da Betnacional, João Studart.

Fundada em 2018, a Betnacional é 100% verde-amarela e já é considerada uma das maiores casas de apostas do país, tendo revolucionado o mercado brasileiro através de um ecossistema de soluções tecnológicas, marketing de ponta e serviços de qualidade. Hoje, é tida como a bet mais rápida do Brasil, com funções voltadas à praticidade do cliente, como o saque e depósito via Pix.

Em sua plataforma, disponível através de site e de aplicativo para dispositivos móveis, o público pode apostar em diversos aspectos de uma gama de modalidades esportivas do mundo inteiro. E como seria típico do país do futebol, as competições brasileiras e internacionais - mesmo de países sem tradição no esporte - é o esporte que mais domina os holofotes. Ainda, há outros esportes com picos de popularidade, como basquete, boxe e vôlei.

E não é apenas de apostas esporti-



Plataforma marca presença em grandes eventos esportivos

BETNACIONAL TAMBÉM É DOS PERNAMBUCANOS

APLICATIVOS

vas que vive a Betnacional. A plataforma também entrou na onda da competitividade em torno de grandes eventos do mundo do entretenimento, dando ao cliente a chance de apostar nos vencedores do Emmy Awards - maior

Público pode apostar nas mais variadas modalidades esportivas no mundo

premiação da televisão internacional - e até mesmo nos emparedados do reality show Big Brother Brasil.

A aproximação da Betnacional com os clientes acontece também fora das operações virtuais, através do marke-

ting. A marca já estampou os uniformes dos três maiores times de futebol de Pernambuco - Náutico, Sport e Santa Cruz - e atualmente é a patrocinadora oficial do clássico paraense "Re-Pa", entre os clubes Remo e Paysandu, e do time de e-sports Fúria.

Além disso, manteve seu forte vínculo com os pernambucanos através dos naming rights de competições como o Campeonato Pernambucano 2024 e a Copa do Nordeste 2024, além da Série B do Brasileiro, disputada pelo Leão da Ilha, e da Federação Pernambucana de Futsal. Como se não bastasse, chegou às residências de todo o Brasil em comerciais de TV estrelados pelo seu embaixador - o astro da seleção brasileira e do Real Madrid, Vinícius Júnior. ■



OLHA O QUE ELA FEZ!

Betnacional. Vencedora do prêmio Marcas Preferidas do Diário de Pernambuco, na categoria Site de Apostas Esportivas.



MARCAS ²⁰²⁴
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



nacional
a bet do brasil



JOGUE COM RESPONSABILIDADE 18

bet
nacional

ASA INDÚSTRIA ENTRA NOS LARES PERNAMBUCANOS

DIVULGAÇÃO

■ **MARCAS PALMEIRON, VITAMILHO E BEM-TE-VI REPRESENTAM EMPRESA NA PREMIAÇÃO DE 2024**

Nada atesta mais a qualidade dos produtos de um grupo empresarial como vários de seus produtos estarem na boca do povo. Neste ano, a ASA Indústria teve três produtos entre os mais lembrados pelos pernambucanos no prêmio Marcas Preferidas, liderando as categorias “farinha de milho” e “extrato de tomate” na seção “Alimentos” - com as marcas Vitamilho e Palmeiron - e em primeiro lugar em “sabão em barra”, no setor de “Produtos de Limpeza”, com Bem-te-vi.

A diretora de Marketing da ASA Indústria, Sylvia Sarubbi, celebrou a conquista, e atribuiu à qualidade dos produtos e atenção à satisfação do cliente. “Receber esse reconhecimento, mais uma vez, valida nosso compromisso incansável com a excelência, a inovação e, acima de tudo, a satisfação do cliente. Desenvolvemos produtos pensando não apenas na eficiência e no rendimento, mas também em proporcionar boas experiências, fazendo parte de momentos únicos em milhares de lares brasileiros”, diz.

“Saber que somos a escolha ideal de nossos consumidores é o resultado tangível de anos de dedicação em entender e atender às suas necessidades. Essa relação de confiança reforça nossa determinação em continuar superando expectativas e criando con-



Em 2024, campanhas das três marcas foram repaginadas

xões emocionais com os consumidores”, completa.

Com quase 30 anos de história, a ASA Indústria soma em torno de 240 produtos voltados ao consumo doméstico, entre alimentos e condimentos, itens de limpeza e higiene pessoal, levando ao pé da letra seu lema “Toda Casa Tem”. Ainda assim, de acordo com

Empresa soma em torno de 240 produtos para consumo doméstico no Brasil

Sylvia Sarubbi, há espaço para expansão e evolução, seja no fortalecimento do portfólio, da distribuição ou do marketing.

“Estamos constantemente estudando o mercado e entendendo as necessidades e as expectativas dos nossos clientes e consumidores, desde o port-

fólio de produtos até transações comerciais e prospecção de novos parceiros. Um movimento contínuo crucial para minimizarmos desvios nas estratégias e construirmos relações sólidas e confiáveis. Investimos em campanhas com narrativas alinhadas com os posicionamentos das marcas, e estamos inovando cada vez mais nos canais e nos estilos de comunicação escolhidos”, declara a diretora.

Em 2024, todas as três marcas premiadas ganharam campanhas publicitárias repaginadas. O flocão da Vitamilho ganhou um marketing que reforça suas raízes nordestinas, enquanto a Palmeiron foca na versatilidade do extrato de tomate, tão necessário no dia-a-dia da cozinha brasileira. E o sabão da Bem-te-vi chega aos lares ao lado do Louro Mané, personagem do programa Mais Você, que protagoniza as propagandas junto ao mascote da marca. ■





Toda casa tem

conquistas



E motivos para comemorar. Porque pelo 9º ano consecutivo a ASA se destaca no Prêmio Marcas Preferidas, conquistando o 1º lugar em 3 categorias.

Se hoje estamos presentes em milhares de lares brasileiros é por causa da qualidade e da eficiência dos nossos produtos que conquistam a confiança dos consumidores.

Dos sabores que reúnem todo mundo na mesa ao cuidado que torna a sua vida mais fácil, toda casa tem ASA.



Bem-te-vi
Sabão em barra

@bemtevi.limpeza



Vitamilho
Farinha de Milho

@vitamilho



Palmeiron
Extrato de Tomate

@palmeironoficial

ASA
Toda casa tem

ARROZ TIO JOÃO NAS MESAS DE TODO BRASIL

■ EMPRESA NÃO POUPA ESFORÇOS PARA SE ADEQUAR AOS DESEJOS DO CONSUMIDOR POR SAÚDE E PRATICIDADE

Dona do mascote bigodudo já icônico nas prateleiras dos mercados, o arroz Tio João volta ao topo da preferência dos pernambucanos em mais um ano. A marca oferece sabor, praticidade e valor nutricional às mesas brasileiras e internacionais há mais de 50 anos - época em que o Tio João era o “tio” Joaquim Oliveira, empreendedor natural de Pelotas (RS), que fundou a marca no início dos anos 1970, junto à empresa gaúcha centenária Josapar.

Hoje, o arroz gaúcho é produzido do Sul ao Norte do país, com indústrias em Jaboatão dos Guararapes (PE), Itaquí (RS), Campo Largo (PR) e Cristalina (GO), além da cidade natal de seu criador, desenvolvendo uma gama de pro-

duto, como a Linha Tio João, Linha 7 Grãos, Tio João Cozinha Fácil, Tio João Cozinha & Sabor e Tio João Variedades Mundiais. Uma potência no ramo alimentício, o Tio João também é exportado para mais de 40 países na América Latina, na América do Norte, África e Oriente Médio.

E quanto mais o tal mascote e a reconhecível embalagem voltam a estampar prêmios como o Marcas Pre-

Amor por cozinhar traz cenário de crescimento da demanda no país

feridas, também cresce a sensação de responsabilidade em entregar o produto perfeito aos consumidores - é o que diz o gerente comercial Norte e Nordeste da Josapar, Roberto Coelho. “Ser lembrada no mercado, como uma das marcas preferidas pelos pernambucanos, nos desperta um sentimento de extrema responsabilidade, com o voto de confiança dos consumidores. Manter o padrão de qualidade dos produtos e entender a necessidade de quem compra sempre foram premissas básicas do Tio João”, afirma.

É justamente através da compreensão da relação entre a sociedade e a alimentação que o Tio João definiu, para 2024, o foco na interação do bem-estar e atenção à saúde com a praticidade. Para isso, vem investindo na ampliação do portfólio, na otimização de processos fabris e logísticos, na atualização técnica das equipes e no aprimoramento das estruturas produtivas e tecnológicas.

“Notamos uma mudança no consumo e nos hábitos alimentares dos brasileiros. Cozinhar em casa para familiares e amigos, reuni-los em torno da mesa, tornou-se um momento de lazer e cumplicidade. Muitos descobriram o amor por cozinhar e preparar novos pratos, surgindo novos chefs”, conta o gerente, que vê o contexto como vantajoso para o arroz.

“Existe um cenário positivo para o crescimento da demanda por arroz no mercado interno. É acessível, causa saciedade e contribui para a expectativa promissora da procura por saúde, que leva parte dos consumidores a incluir em suas refeições o arroz orgânico, o integral e os grãos de origem estrangeira”, completa. ■

Produção gaúcha hoje é produzida do Norte ao Sul, com o desenvolvimento de linha com muitas variedades

DIVULGAÇÃO





A MARCA PREFERIDA DOS
PERNAMBUCANOS!

Com orgulho, anunciamos que conquistamos,
por mais um ano, o **1º lugar na categoria "arroz"**
com o Arroz Tio João na pesquisa "Marcas Preferidas 2024"
do Diário de Pernambuco.

Agradecemos a preferência e a confiança dos pernambucanos,
por nos manterem **sempre em suas mentes e corações.**

Tio João®

Josapar **100** ANOS
ALIMENTANDO HISTÓRIAS



MARCAS 2024
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

FEIJÃO TURQUESA HÁ 30 ANOS NA CASA DOS PERNAMBUCANOS

■ FOCO DA MARCA LOCAL É ENTREGAR QUALIDADE E PRATICIDADE NA MESA DOS NORDESTINOS

Produto quase obrigatório no almoço dos brasileiros, quando se trata de feijão, os pernambucanos têm a sua preferência. Junto a isso, o Feijão Turquesa tem dois grandes motivos para comemorar em 2024: além de ser escolhido, por mais um ano, como o melhor feijão no Prêmio Marcas Preferidas do **Diário de Pernambuco**, a empresa celebra 30 anos de atuação no mercado.

Localizada em Paulista, na Região Metropolitana do Recife, a fábrica que produz o Feijão Turquesa é a Oásis Alimentos, junto com mais 27 produtos presentes na alimentação dos pernambucanos. Os itens do empreendimento ainda alcançam outros estados do Nordeste, como Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Sergipe, Ceará e Maranhão.

“Em 2024, estamos comemorando 30 anos de Turquesa, uma marca pernambucana que surgiu para entregar produtos de qualidade e praticidade na mesa do nordestino. Aqui fazemos o nosso melhor para que as pessoas possam passar mais tempo em família”, declara a gerente de Marketing, Lays Benjamin.

Ao longo de três décadas, a empresa segue com o objetivo de maior crescimento no mercado e de tornar-se referência em qualidade na produção desses alimentos. Para se ter uma ideia, es-



DIVULGAÇÃO

— Produto não precisa ficar de molho, nem ser catado, rendendo mais

pecificamente sobre o feijão, a matéria-prima dos grãos é trazida das melhores regiões produtoras do Brasil. A ideia é oferecer aos consumidores grãos novinhos e selecionados, que cozinham rápido, economizam gás e não precisam ficar de molho, evitando

Grãos são selecionados para cozinhar rápido e economizar gás

o trabalho de serem catados, proporcionando um maior rendimento das receitas. Os clientes ainda têm a opção de escolher por vários tipos de feijão da marca: branco, carioca, macassar e preto, além das favas rajada e branca.

Junto ao compromisso de entregar

o melhor produto, o empreendimento alimentício prioriza tudo que está relacionado com um ciclo sustentável, fomentando um crescimento socioeconômico. “Nós realizamos uma ação fixa de doação mensal de alimentos para mais de 20 instituições e temos um processo produtivo que incorpora reaproveitamento de todo o material”, destaca a executiva.

Por toda essa trajetória, a Turquesa reconhece o carinho do estado de Pernambuco por ser a primeira escolha a entrar no prato de um típico almoço do dia-a-dia. E Lays Benjamin resume o sentimento de toda a empresa: “é uma honra o reconhecimento do público pernambucano há tantos anos na categoria de feijão. É combustível para uma entrega de qualidade pelos próximos 30 anos!”, finaliza. ■



Turquesa 30 anos

É DO NORDESTE!
PODE CONFIAR. É DA GENTE.

**NOS 30 ANOS DA TURQUESA, A GENTE
CELEBRA DO MELHOR JEITO: COMO MARCA
PREFERIDA DA FAMÍLIA PERNAMBUCANA.**



É DO NORDESTE.
É O MELHOR DA GENTE.
PARA VOCÊ VIVER
O MELHOR EM FAMÍLIA.



O nosso feijão, por mais uma vez, conquistou o primeiro lugar na premiação Marcas Preferidas. São 30 anos fazendo o melhor por vocês, a mais alta qualidade à mesa.



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

■ PRODUTO DO GRUPO RAYMUNDO DA FONTE SEGUE NO TOPO DO PÓDIO HÁ 13 ANOS

Vinagre de maçã, de álcool, de vinho tinto, de vinho branco - uma linha completa para todos os gostos e utilidades. Não é para menos que a Minhoto, dona desta gama de produtos, não sai da boca dos pernambucanos quando o assunto é vinagre. O versátil produto foi responsável por trazer a marca do Grupo Raymundo da Fonte novamente ao topo do pódio do Marcas Preferidas em 2024, firmando o 13º ano consecutivo.

“Essa conquista é um incentivo para seguir inovando e mantendo o nosso compromisso de que todo mundo pode cozinhar, oferecendo os nossos produtos de alta qualidade, preços justos e soluções inovadoras”, celebra a gerente de Marketing, Trade e Inteligência de Mercado do Grupo Raymundo da Fonte, Renata Carvalho.

E apesar da liderança absoluta da linha de vinagre nos mercados do Norte e Nordeste do país, a Minhoto desenvolve ainda por volta de 350 produtos entre condimentos, itens de limpeza, higiene pessoal e inseticidas, alcançando 12 estados brasileiros. Para 2024, no entanto, as atenções da empresa estão voltadas para o potencial do mercado gastronômico, cada vez mais retomando tradições da culinária familiar e caseira, mas com um toque gourmet.

É seguindo esse preceito que a marca segue dando continuidade à campanha “Com Minhoto Todo Mundo Pode Cozinhar”, que visa democratizar a arte de preparar alimentos. A empresa tem dado novos passos na direção da praticidade, desenvolvendo ferramentas,



Para 2024, empresa foca na culinária caseira, com toque gourmet

MINHOTO PARA RESSALTAR SABOR DOS ALIMENTOS

DIVULGAÇÃO



Renata diz: conquista de premiação é incentivo para marca seguir com inovações

como a assistente virtual “Mimi”, sempre à disposição para oferecer dicas gastronômicas e utilitárias.

“A intenção é facilitar a vida dos consumidores, mostrando que todo mundo pode cozinhar. A ferramenta é constantemente aprimorada, conta com receitas de acordo com datas sazonais, pratos direcionados para pessoas que

possuem restrições alimentares e ainda opções de receitas na airfryer”, explica Renata.

Segundo a gerente da marca, a ideia é massificar a presença da Minhoto na mídia como, além de produtora, ser uma auxiliar do cotidiano. “A ideia é sempre reforçar as nossas dicas de culinária, receitas e truques que facilitam o dia a dia. Também destacamos a versatilidade do vinagre de álcool e de maçã, que têm diversos usos, e se tornam um item essencial na cesta básica”, completa.

O ideal de sempre manter-se na liderança não se limita apenas às noções de mercado, mas no retorno da marca à sociedade. Hoje, a Minhoto encabeça projetos sociais, como “Todo Mundo Pode Aprender”, que oferece aulas de culinária, educação financeira e português para alunos do programa Educação para Jovens e Adultos (EJA), iniciativa que já passou por Pernambuco e hoje chega ao Rio Grande do Norte. ■



RECEITA É COM A MIMI. VINAGRE É COM A MINHOTO.

Minhoto. O vinagre mais querido pelos pernambucanos, pela 13ª vez, no prêmio Marcas Preferidas.



minhoto



MARCAS 2024
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

f @MINHOTOOFICIAL

MINHOTOOFICIAL.COM.BR ✨

CHAMA A MIMI NO ZAP!

(81) 99179.8046

Linha tem várias opções para alcançar clientes com necessidades variadas



DIVULGAÇÃO

NATTO: PROTAGONISTA DE UMA REFEIÇÃO COMPLETA

ALIMENTOS

■ REFERÊNCIA NO MERCADO DE FRANGOS, MARCA EXPLORA NOVOS ESPAÇOS NAS PRATELEIRAS

Desde que a categoria “frango” começou a ser pesquisada pelo Prêmio Marcas Preferidas, a Natto tem sido a vencedora absoluta nos paladares pernambucanos, e não seria diferente na edição 2024. Original de Garanhuns (PE), a marca expandiu seu negócio para todo o mercado nordestino em seus 27 anos de atuação, se destacando nos estados de Pernambuco, Paraíba, Alagoas, Rio Grande do Norte e Ceará.

Para a gerente de Trade e Marketing da empresa, Marina Lemos, o reconhecimento é fruto dos esforços de todas as etapas do processo produtivo por trás da entrega de um produto top de linha às mesas nordestinas. “A Natto tem se destacado com uma estratégia precisa para expandir sua presen-

ça, investindo em tecnologia de ponta e mantendo um compromisso inabalável com os mais altos padrões de qualidade e segurança alimentar. Esse comprometimento é evidente em todas as etapas do processo de produção, desde a seleção cuidadosa de matérias-primas até a distribuição eficiente de seus produtos”, diz Marina.

De acordo com a gerente, a marca hoje conta com mais de três mil colaboradores distribuídos em sete unidades estratégicas, localizadas no Recife, no interior de Pernambuco (Itapissuma, Belo Jardim, Garanhuns, Pesqueira e Agrestina), além do Maranhão (em Balsas). Juntas, são responsáveis por aproximadamente 200 tipos de itens alimentícios diversos em seu portfólio, dos resfriados - cortes frescos - aos congelados, mais práticos para o dia a dia.

A gerente avalia que o vasto leque de opções oferecido é ideal para alcançar clientes com variadas necessidades. “Ampliamos ainda mais as linhas com produtos temperados para churrasco, que fazem parte da nossa

linha Grill; cortes de frango em cubinhos nos sabores mostarda e mel, ervas finas, barbecue e acebolado, que fazem parte da linha Vida Prática; e o IQF, que são cortes congelados um a um para facilitar a vida do consumidor”, explica.

Mesmo sendo o seu carro-chefe e produto de maior reconhecimento, a Natto deixou de ser apenas uma indústria de frango. “Passamos a ser uma indústria de alimentos, tendo no portfólio categorias complementares, como brócolis, ervilha, couve-flor, mix de legumes, batata frita, mortadela, salsicha, uma linha completa de pescados que conta com tilápia, merluza e polaca, além dos empanados, tirinha, camarão e filé de tilápia; e o mais recente lançamento, queijo muçarela”, conta Marina Lemos.

“Apesar de ser considerada uma empresa jovem, a Natto tem presenciado uma revolução na indústria alimentícia, não só no Brasil, como no mundo. E vem se adaptando e evoluindo com as mudanças”, completa. ■





Natto

SOMOS DESTAQUE NA COZINHA E NO CORAÇÃO DOS PERNAMBUCANOS.

Conquistamos o primeiro lugar, na categoria frango, no Prêmio Marcas Preferidas 2024. Mais uma vitória que comprova o que todo mundo já sabe: a Natto é o sabor preferido na mesa e no coração do pernambucano.



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



FAZ
DIFERENÇA
SER NATTO.

■ MARCA TAMBÉM É PREFERIDA DOS PERNAMBUCANOS NAS ESCOLHAS DE BISCOITO, BOLACHA E MACARRÃO

VITARELLA CONQUISTA TRÊS REGIÕES DO BRASIL

De Jaboatão dos Guararapes (PE) às prateleiras do Brasil. Este é o feito da Vitarella, que em 31 anos se tornou protagonista das indústrias de biscoitos recheados, bolachas e massas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-oeste. O prêmio Marcas Preferidas atesta que a preferência é compartilhada também pelos pernambucanos, concedendo à Vitarella a vitória nas três categorias: biscoito recheado, bolacha cream cracker e macarrão.

Parte do grupo empresarial cearense M. Dias Branco, a Vitarella hoje conta com um portfólio com mais de 150 produtos, atendendo três regiões do país. Somente no Nordeste, suas linhas alcançam seis estados: Pernambuco, Paraíba, Alagoas, Rio Grande do Norte, Bahia e Sergipe, se estabelecendo como líder de vendas.

“A Vitarella é uma marca genuína-

mente pernambucana. Mantemos uma conexão forte com o consumidor pernambucano. Continua a expandir nacionalmente, mas mantém o vínculo com o público que a viu nascer, a partir de ações locais, patrocínios e participação em momentos de conexão regional.”, declara o gerente de Marketing da marca, Charles Wenderson.

Com planos para continuar sua expansão em nível nacional, a maior novidade da Vitarella no mercado neste ano está no lançamento de novas linhas, como o wafer “Dupla de Sabores”, com as combinações inéditas de milho verde e goiabada, além de cocada e amendoim, trazendo características típicas regionais ao mercado. “As embalagens também contam com um estilo que valoriza a edição especial e o design com referências de cordel”, explica Wenderson.

A estética alinhada com referências culturais pernambucanas é mais uma iniciativa da marca para reforçar suas raízes, complementada também por campanhas publicitárias audiovisuais. “Apresentamos uma nova campanha que fala sobre onde tudo começou. A intenção é contar um pouco sobre tudo o que é ‘número um’ em Pernambuco, do orgulho de ser daqui, do estado de artistas ‘número um’ no frevo, no brega e em outros ritmos, assim como a Vitarella, que é a marca ‘número um’ em vendas de biscoitos no Brasil e é pernambucana”, conta o gerente.

“Além da campanha, lançamos a Cartola Cristal, uma releitura pernambucana da tradicional sobremesa, com um toque de Vitarella em restaurantes regionais no Paço do Frevo e no Marco Zero. Também investimos em patrocínios e participação em momentos de valorização da cultura pernambucana, como a Paixão de Cristo e o São João de Caruaru, sendo o biscoito oficial da festa; e patrocinamos o Paço do Frevo em projetos, como o ‘Escolas que Frevam’, que impactará mais de oito escolas no ano, trazendo música, cultura e dança para jovens e adultos”, complementa. ■

DIVULGAÇÃO



Wenderson ressalta que indústria expande nacionalmente, mas mantém vínculo com Pernambuco





Tem diferença. Tem sabor.

O lugar N° 1 do pódio tem sabor de Vitarella.

Somos o primeiro lugar no
prêmio Marcas Preferidas.

Vitarella agradece aos pernambucanos pela conquista arretada de ser a marca mais lembrada nas categorias de Biscoito Recheado, Macarrão e Cream Cracker, no prêmio Marcas Preferidas. É sempre uma honra ser a N° 1 no estado N° 1.



@VITARELLA

/VITARELLAOFICIAL

WWW.VITARELLA.COM.BR

INDAIÁ: HÁ 57 ANOS HIDRATANDO PERNAMBUCANOS

■ CONSOLIDADA COMO A MAIOR INDÚSTRIA DE ÁGUA MINERAL DO PAÍS, ESTÁ PRESENTE EM 22 ESTADOS

Há mais de cinco décadas, a Indaiá tem sido uma peça fundamental na história da água mineral natural envasada no Brasil. Fundada em 1967 em Brasília, surgiu como uma indústria revolucionária, equiparada em capacidade de produção às maiores unidades de fábricas do mundo. Hoje, a empresa conta com seis grandes fábricas e uma impressionante rede de 27 fontes distribuídas em 22 estados brasileiros.

Em Pernambuco, a empresa reforçou a sua consolidação, a qualidade e o compromisso com a hidratação da população. Isso porque foi a marca mais lembrada - entre as 162 empresas de fabricação de águas envasadas presentes no estado - no prêmio Mar-

cas Preferidas 2024, promovido pelo jornal mais antigo da América Latina, o **Diário de Pernambuco**.

A Indaiá faz parte da Minalba Brasil, a divisão de alimentos e bebidas do Grupo Edson Queiroz, que atual-

Capacidade de envase atual é de 50 milhões de litros por mês

mente está presente no mercado nacional e internacional. Hoje é capaz de envasar 50 milhões de litros por mês e é considerada uma das fábricas de envase de águas minerais mais moder-

nas da América Latina, sempre garantindo padrões de excelência na qualidade do produto que chega nas casas dos consumidores.

Em 2024, a marca criou uma campanha e inovou no segmento ao oferecer água mineral em latas, assim como fazem as empresas de refrigerante. Com o lema "Na Lata é ainda melhor", a Indaiá oferece uma embalagem sustentável, inclusiva e mais refrescante, com 269 ml. Todas as latas de água do conglomerado (Indaiá e Minalba) possuem informações em braile (linguagem utilizada por pessoas com deficiência visual) na tampa, reforçando o compromisso da marca com a sustentabilidade e a inclusão.

O portfólio completo da Indaiá conta com água mineral sem gás e com gás em latas de 269 ml até garrações de 20 L, que geralmente são utilizados em casas e empresas. Sua história não é apenas de sucesso comercial, mas também de um compromisso duradouro com a qualidade e a confiança dos consumidores brasileiros. A marca Indaiá permanece como um símbolo de excelência na indústria da água mineral, continuando a nutrir gerações com sua pureza e frescor incomparáveis. ■

PRISCILLA MELO/ DP FOTO



Marca está entre as envasadoras de água mais modernas de toda América Latina



A água que todo pernambucano lembra e confia.



@IndaiaOficial

9x

Indaia é pela 9ª vez a água mineral natural preferida dos pernambucanos.



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

indaia

Qualidade e confiança reconhecida pela liderança no Nordeste

■ **MESMO SENDO MARCA DE REFRIGERANTES MAIS CONSUMIDA NO MUNDO, EMPRESA NÃO DESCANSA PARA SE MANTER BEM RELEVANTE NO ESTADO E NO NORDESTE**

A marca de refrigerantes mais consumida no mundo é, mais uma vez, escolhida pelos pernambucanos como a detentora do melhor refrigerante em 2024. Assim é a Coca-Cola, que ocupa o primeiro lugar em sua categoria na premiação Marcas Preferidas. A empresa segue trabalhando para manter-se com relevância não só no estado, mas também na Região Nordeste e em todo o Brasil.

Flávio Scalco, diretor regional da Solar Coca-Cola, explicou como têm sido as atividades da empresa neste ano. “Entre nossos investimentos, podemos destacar a solidificação da nossa jornada de transformação digital, que tem envolvido várias frentes dentro da companhia. Investimos em iniciativas que vão desde o aumento da eficiência dos processos, agilizando a oferta de serviços aos clientes e os apoiando na digitalização dos seus negócios”, explica.

Com um olhar voltado para a expansão e a consolidação da marca, a empresa não deixa de lado a preocupação com o meio ambiente, através de iniciativas como o Recicla Solar. “Este projeto apoia a coleta em larga escala, com o propósito de fomentar a reciclagem de PET, além de potencializar a inclusão social e a geração de emprego e renda”, afirma o diretor.

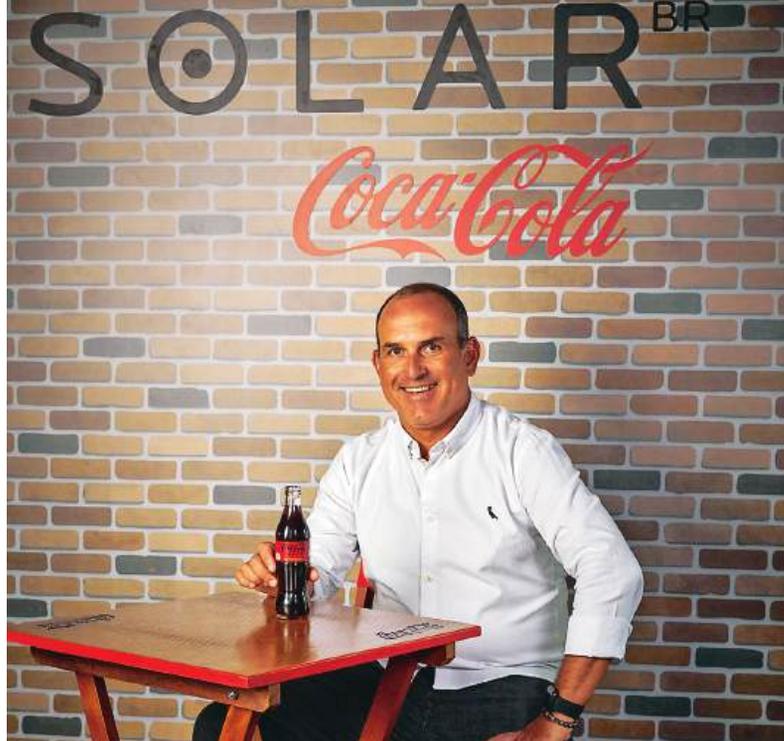
De acordo com Flávio Scalco, a iniciativa do Recicla Solar já destinou aproximadamente 23 mil toneladas de PET pós-consumo para a reciclagem em Per-

nambuco, Bahia, Ceará, Maranhão, Alagoas, Mato Grosso, Rio Grande do Norte e Pará. “Aqui no estado, somente no Carnaval de Olinda, foram coletadas mais de oito toneladas de PET para destinação adequada”, detalha Scalco. A Solar, inclusive, busca atingir a meta de coletar e reciclar o equivalente a 100% das embalagens comercializadas até 2030.

Para estreitar mais a relação com os pernambucanos, um projeto lançado em toda a América Latina este ano teve envolvimento direto com o estado. “Lançamos a plataforma Foodmarks, que celebra marcos icônicos da gastronomia em todo o mundo, inspirados em momen-

tos culturais e criados com a magia da marca Coca-Cola. Em Pernambuco, cerca de dez bares e restaurantes estão recebendo as ativações, que celebram estabelecimentos tradicionais para a cultura local”, destaca o diretor.

Por toda essa movimentação, a Solar Coca-Cola comemora por vencer o Marcas Preferidas por mais um ano. E Flávio Scalco justifica: “acreditamos que essa repercussão tão positiva é um reflexo das nossas entregas de serviços e produtos de qualidade, e do nosso propósito em colocar colaboradores, clientes e consumidores no centro do negócio”, finaliza. ■



O diretor **Flávio Scalco** destaca jornada de transformação digital

INCONFUNDÍVEL, COCA-COLA SEGUE FIRME NA PREFERÊNCIA



OS NÚMEROS COMPROVAM:
**SOMOS A EMPRESA
QUE TEM A CARA
E O SABOR
DO BRASIL.**



A Solar Coca-Cola é responsável por distribuir mais de **350 produtos** do portfólio Coca-Cola e de parceiros, que saem das **13 fábricas** e alcançam cerca de **400 mil pontos de vendas**.

Presente em **18 estados** brasileiros, o que representa **70% do território nacional**, a Solar Coca-Cola é uma das maiores engarrafadoras do mundo.

Distribuindo sorrisos, a Solar Coca-Cola cumpre sua missão de promover **sustentabilidade, inclusão** e **impacto social** por meio da gestão de resíduos e hídrica, como também do **foco nas pessoas**.

SOLAR^{BR}
Coca-Cola

CAFÉ SÃO BRAZ VISA EXPANSÃO E MODERNIDADE



■ TORREFADORA PARAIBANA CRESCE NA MÍDIA E NAS PRATELEIRAS DO MERCADO PERNAMBUCANO

Há 73 anos, a empresa São Braz produz café, mas sua história começa até antes disso. O empresário José Carlos da Silva e a sua esposa iniciaram no ramo com um restaurante em Campina Grande (PB), até comprarem um comércio concorrente em 1938 - já batizado de São Braz. Assim, começou a escalada que os transformou em uma das maiores torrefadoras de grãos do Brasil, e a marca de café preferida dos pernambucanos.

Após o falecimento de seu fundador, a marca passou a ser administrada pelos seus herdeiros, trazendo uma visão mo-

demizada nos negócios, mas sem perder o espírito de gestão familiar. Ao longo dos anos, a São Braz expandiu seus negócios para além do café, produzindo hoje mais de 200 itens alimentícios em 12 linhas industriais, centralizadas no município paraibano de Cabedelo.

O compromisso com inovação e qualidade é uma característica que o gerente nacional de Marketing da São Braz, Carlos Frederico Dominguez, avalia como cabal para manter o nome do grupo na boca do degustador de Pernambuco. “Ser lembrada pelos consumidores como a marca preferida em nosso segmento, e ter essa conquista celebrada pelo Marcas Preferidas, nos enche de gratidão e dá a certeza de que nossos esforços estão no caminho certo. Este reconhecimento é fruto do nosso compromisso constante com qualidade, inovação e satisfação do cliente”, celebra.

Para se manter no topo da preferên-

cia dos consumidores, a palavra de ordem para 2024 foi “expansão”, seja da imagem e presença da marca na mídia, do alcance dos produtos na Região Nordeste ou da produtividade no trabalho. E em termos de marketing, a empresa também procura ousar além das redes sociais, aproveitando datas comemorativas associadas aos seus produtos, para criar experiências diferenciadas para o público.

“Produzimos grandes campanhas, como o Dia do Cuscuz e o Dia Mundial do Café, e estamos preparando diversas outras ações para o ano. Entre elas, a do São João, que incluirá ativações no maior São João do Mundo, em Campina Grande, além de coberturas nas principais festas juninas em nossas redes sociais”, adianta.

E o ano não estaria completo sem novidades também para o mercado e a cadeia produtiva da marca. “Teremos ações promocionais para nossa linha de snacks. E estamos no processo final de abertura de uma nova fábrica na Bahia, no segundo semestre, um marco significativo em nossa trajetória de crescimento e inovação. A nova fábrica não apenas aumentará nossa capacidade produtiva, mas também fortalecerá nossa presença estratégica no Nordeste, permitindo-nos atender ainda melhor nossos clientes e parceiros”, conta. ■

DIVULGAÇÃO



**Marca preferida em Pernambuco
aposta na qualidade, inovação e
satisfação dos seus clientes**





SÃO BRAZ: O SABOR EM PRIMEIRO LUGAR!

Quando o assunto é café, ninguém tem dúvida. A preferência será sempre pela marca que entrega tudo em sabor e qualidade.



Uma unanimidade quando o quesito é vinho nacional, o Quinta do Morgado é, mais uma vez, a favorito do público pernambucano no Prêmio Marcas Preferidas 2024. O produto faz parte do portfólio da empresa gaúcha Fante, uma das principais indústrias de bebidas no Brasil, em atuação no país há quase 55 anos, desenvolvendo sucos, espumantes e destilados.

“Um dos motivos que nos mantém como líderes de mercado neste segmento por tanto tempo é nossa visão de futuro”, explica Fabrício Navarro, diretor Comercial da Fante. “Recentemente, investimos em novas linhas de envase, mais modernas e mais eficientes e concluímos a reformulação da embalagem de toda a linha de vinhos, para torná-la mais atraente aos olhos dos consumidores. Essa atualização estará disponível nas prateleiras de todo o Brasil ao longo de 2024”, completa.

Desde 2023, a Quinta do Morgado se aproximou mais dos pernambucanos, com a inauguração da unidade de produção de destilados da marca em Vitória de Santo Antão. A fábrica na Mata Sul do estado conta com 250 colaboradores diretos.

Junto com a responsabilidade de produzir um dos vinhos mais vendidos do Brasil, a empresa concentra seus esforços em práticas sustentáveis. Para isso, adotou diversas ações em toda a cadeia produtiva, como a gestão de resíduos e a logística reversa, a eficiência energética, além do monitoramento e controle de processos para minimizar desperdícios.

O resultado dessa dedicação, desde a vinha até o produto final, vem em

DIVULGAÇÃO



Navarro: visão de futuro contribui para liderança no mercado

QUINTA DO MORGADO ACERTA NO PALADAR PERNAMBUCANO

■ VINHO PREMIADO FAZ PARTE DO PORTFÓLIO DA INDÚSTRIA BRASILEIRA EM ATUAÇÃO HÁ 55 ANOS

formato de prêmio. “Recentemente, renovamos o Quinta do Morgado Bordô Suave, que passou por uma reformulação completa, resultando em um vinho mais encorpado, intenso e marcante em sabor. Esse vinho recebeu uma medalha de ouro no 1º Concurso Brasileiro de Vinhos de Mesa, validando sua qualidade conforme padrões internacionais”, comemora o diretor Comercial, que adianta: “Atualmente, estamos em fase de análise de mercado, para avaliar a viabilidade de lançar novas variedades sob a marca”.

Ao seguir nesse ritmo crescente de renovação de uma tradição, o vinho

Quinta do Morgado sempre conquistará a prioridade e preferência na taça dos pernambucanos. É o que garante Fabrício Navarro: “É muito gratificante para nós termos a menção e o reconhecimento há vários anos do Prêmio Marcas Preferidas. Isso reafirma nosso carinho e dedicação com o mercado pernambucano, que é um mercado maravilhoso, composto pelos consumidores mais exigentes do Brasil”. ■





FANTE.COM.BR

NÃO COMPARTILHE COM MENORES DE 18 ANOS.
APRECIIE COM MODERAÇÃO.



ONDE TEM COMEMORAÇÃO, TEM BRINDE!

O VINHO PREFERIDO DE PERNAMBUCO



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



 **INGÁ**[®]
VINHOS FINOS

QUINTA DO MORGADO É FANTE,
E FANTE TEM MUITO MAIS!

Fante

■ AGUARDENTE DE VITÓRIA DE SANTO ANTÃO É LÍDER NO MERCADO ALEMÃO, DOS EUA E CANADÁ

PITÚ: CACHAÇA LOCAL CONQUISTA MUNDO AFORA

A cachaça mais consumida nas regiões Norte e Nordeste do Brasil é pernambucana. Logo, nada mais natural do que também ser a preferida de seus conterrâneos, e por mais um ano estar no topo da categoria "Aguardente" do prêmio Marcas Preferidas. A Pitú nasceu há 86 anos no município de Vitória de Santo Antão (PE), e hoje está entre as 20 marcas de bebidas destiladas mais produzidas no mundo, líder nos mercados alemão, estadunidense e canadense.

De acordo com o gerente Comercial da Pitú, Alexandre Ferrer, a conquista do prêmio atesta a importância de manter um bom canal de comunicação entre empresa e consumidor. "Receber esse prêmio mostra que estamos no caminho certo, ao promover um diálogo direto entre o público consumidor de cachaça e a nossa marca. A missão da Pitú é estar próxima do cliente, entregando produtos que seguem um padrão de qualidade inconfundível, inovando no portfólio com lançamentos que atendem a todos os paladares, incentivando a cultura popular e os eventos que contribuem para o desenvolvimento social e humano", celebra.

Produzida a partir da cana-de-açúcar pura e com teor alcoólico de 40%, o sabor único da Pitú está preservado

Ferrer ressalta a importância de bom canal de comunicação entre a empresa e os consumidores

em sua garrafa tradicional e nos rótulos envelhecidos Premium Gold e Extra Premium. Buscando expandir para novos públicos e paladares, a marca não tem receio de inovar e ousar, contando também com os coquetéis Limão e Mel, e a cachaça composta Pitú Amarelinha.

Já no último ano, a marca lançou a linha de bebidas ice Pitú Remix, com teor alcoólico de 7% e três sabores refrescantes - limão, abacaxi com coco e Pitú Cola. Segundo Ferrer, o foco dos investimentos para 2024 é justamente emplacar os novos rótulos, especialmente nos estados fora do Nordeste. "Estamos voltando nossos esforços na consolidação dos produtos lançados no último ano, além da expansão para estados fora do Nordeste, onde já temos uma liderança bem consolidada", contou o gerente.

O diálogo próximo ao cliente não diz respeito apenas às questões de mercado. Percebendo os olhos dos consumidores voltados para questões socioambientais e a importância do papel de uma empresa desse porte nessa luta, a Pitú firmou um compromisso com a sustentabilidade.

Hoje, a marca encabeça diversos programas de reflorestamento e educação ambiental em Pernambuco. O trabalho rendeu o Selo Verde da Eco-meia, e a participação de iniciativas para diminuir o uso de plástico e incentivar a reutilização do vidro junto à Associação Brasileira de Bebidas (Abra-be). Além disso, a marca atua na defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes ao lado do Instituto Vitória Humana, em Vitória de Santo Antão. ■

DIVULGAÇÃO



De tão preferida, já virou mania.

Pela 9ª vez, a Pitú foi escolhida
a cachaça predileta dos pernambucanos
no prêmio Marcas Preferidas 2024.
Um brinde a todos que fazem
parte dessa conquista.



EVITE O CONSUMO EXCESSIVO DE ALCÓOL.

■ REFERÊNCIA NO BRASIL TAMBÉM É PREFERIDA PELOS PERNAMBUCANOS PELA OITAVA VEZ CONSECUTIVA

Sinônimo de limpeza há 76 anos, a Dragão foi escolhida pela oitava vez consecutiva pelos pernambucanos como a número um na categoria “água sanitária” do prêmio Marcas Preferidas 2024, promovido pelo **Diário de Pernambuco**. Além do estado, a marca é a mais vendida no segmento no Nordeste e a quinta do país, apesar de não atuar nos estados do Sudeste.

Para o gerente Comercial e de Marketing da Dragão, Lucas Sève, estar na mente e no coração das donas e dos donos de casa é motivo de orgulho. “É com muita satisfação que vencemos, mais uma vez, o prêmio Marcas preferidas. Representa a força da nossa marca e do slogan ‘Sujou, usa Dragão’”, comemora.

A história da icônica água sanitária Dragão começou em 1948 com apenas oito funcionários. Hoje, conta com três modernos parques industriais espalhados por Pernambuco, Alagoas e Ceará, e uma equipe de mais de 400 colaboradores. O objetivo é levar o legado de tradição no mercado de limpeza com o desenvolvimento, a fabricação e a comercialização de produtos de qualidade para distribuir a fidelidade, a confiança e o carinho dos consumidores.

“Acreditamos que a qualidade e o preço justo precisam estar sempre presentes em toda nossa linha de produtos. Desta forma, o consumidor pode confiar na empresa sem medo de errar”, diz Lucas Sève. Além disso, a em-

RAFAEL VIEIRA/DP



Sève: qualidade e preço justo precisam estar sempre presentes

DRAGÃO É ÁGUA SANITÁRIA COM MAIOR PROCURA

presa tem sido pioneira em sustentabilidade desde 2005, destacando-se pela inovação em suas embalagens.

A Dragão é a primeira no mundo em seu setor a desenvolver embalagens recicláveis, uma tecnologia revolucionária que minimiza o impacto ambiental. Isso foi pensado ao perceber que a garrafa PET é a que mais prejudica o ambiente, seja direta ou indiretamente, levando cerca de 400 anos no processo de degradação, podendo causar até a perda da biodiversidade.

A Interlândia, fabricante da água sanitária, tem sido uma parceira fundamental nesse processo de inovação sustentável. Todas as embalagens da Dragão são produzidas com material exclusivo, reforçando o compromisso da mar-

ca com o meio ambiente.

Além da água sanitária, o portfólio da empresa inclui alvejantes, amaciantes, multiusos e outros produtos de limpeza, todos refletindo o compromisso da Dragão com a excelência e a sustentabilidade. Com o famoso slogan “Sujou? Usa Dragão”, a marca se fortalece ao se aproximar e construir comunidades com seus clientes, através de mídias diversas e campanhas publicitárias.

Ainda neste ano, a Interlândia pretende inaugurar uma nova planta industrial no estado da Bahia. A marca também está investindo na área da logística, visando melhorar ainda mais a entrega com eficiência dos seus produtos. ■



LEVE
A MELHOR
SUJOU, USA
DRAGÃO



www.sujousadragao.com/
 @sujousadragao

1º lugar no Segmento Água Sanitária.

MARCAS 2024
PREFERIDAS
 DIÁRIO de PERNAMBUCO

Sujou, usa
DRAGÃO
 Desde 1948



Fábrica foi inaugurada em 2023, com área de mais de 400 mil metros quadrados

DIVULGAÇÃO/ YPÊ

Desde sua fundação há mais de sete décadas, a Ypê, empresa genuinamente brasileira, tem mantido um compromisso inabalável com seus consumidores. Essa dedicação foi reconhecida, mais uma vez, no prêmio Marcas Preferidas, do **Diário de Pernambuco**, ao ser eleita, em primeiro lugar, na categoria “Detergente Líquido”, pelos pernambucanos pelo sexto ano consecutivo.

Para o vice-presidente do Comercial e Marketing da Ypê, Gilson Mazetto, a conquista é o exemplo da qualidade no serviço ofertado pela empresa aos brasileiros e aos pernambucanos. “Somos uma marca presente na mente e no coração dos moradores de Pernambuco em todas as edições do Marcas Preferidas. Isso nos deixa bastante honrados e certos de que a nossa responsabilidade só aumenta”.

A inauguração da fábrica em Itapissuma, na Região Metropolitana do Recife, em abril de 2023, foi um ponto crucial na relação com o povo pernambucano. Com uma área de mais de 400 mil metros quadrados, equivalente a 48 campos de futebol, a unidade tem se revelado um catalisador significativo para o desenvolvimento econômico local, reforçando o compromis-

so da empresa com a região.

“Estamos presentes em mais de 95% dos lares, e chegamos até aqui trazendo, constantemente, inovações que atendem aos anseios e às necessidades dos consumidores com um portfólio completo, dividido nas categorias de limpeza da casa, cuidado com as roupas, com as louças e higiene corporal”, conta o vice-presidente. Desde o lançamento do primeiro lava-louças transparente até o amaciante translúcido livre de corantes no mercado nacional, a empresa tem se destacado por sua capacidade de introduzir produtos pioneiros no mercado.

Recentemente, a marca lançou uma nova fórmula do lava-roupas, a Tixan Ypê XMAX, que promete uma eficaz remoção de manchas e sujeiras difíceis, com maior percentual de ingredientes

naturais, reforçando seu compromisso com a sustentabilidade. Além disso, a Ypê está expandindo sua atuação na categoria de cuidados pessoais, com marcas como Flor de Ypê, Siene e Action de Ypê. O foco no consumidor é uma prioridade e está evidente em todas as iniciativas da empresa, desde o desenvolvimento de novos produtos até campanhas promocionais em todo o país.

“O consumidor está cada vez mais exigente e participando ativamente de ações por meio das campanhas de forma digital. É fundamental trabalharmos em conceitos que nos aproxime e crie conexão com os consumidores. Continuaremos atentos às tendências de mercado e ao desejo dos consumidores para trazer soluções diversificadas e inovadoras”, finaliza. ■

YPÊ FAVORITA NA LIMPEZA DA CASA

■ **INDÚSTRIA SE CONSAGROU COMO REFERÊNCIA NO ESTADO COM INAUGURAÇÃO DA NOVA UNIDADE FABRIL LOCALIZADA EM ITAPISSUMA**



O LAVA-LOUÇAS PREFERIDO DOS PERNAMBUCANOS É YPÊ!

Ypê
QUALIDADE
QUE SE VÊ,
CERTEZA
QUE É YPÊ.



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

**OBRIGADO POR NOS ESCOLHER
POR 9 ANOS CONSECUTIVOS!**

Para nós, uma empresa 100% brasileira, é
uma honra receber esse reconhecimento.

ÁLCOOL DA PETRIBU É REFERÊNCIA NO PAÍS

■ CRIADA EM 1729, GESTÃO DA USINA ESTÁ NA OITAVA GERAÇÃO DA FAMÍLIA

PRODUTOS DE LIMPEZA

Criada em 1729 em Lagoa de Itaenga, a Usina Petribu vem construindo uma história sólida, marcada por tradição, família, qualidade e inovação. No estado, a Petribu é mais do que uma empresa; é uma verdadeira instituição, com raízes profundas que se estendem por oito gerações de uma mesma família. E a consolidação da empresa foi reconhecida pelo público pernambucano ao escolher a marca pelo quarto ano consecutivo como favorita na categoria “Álcool” do prêmio Marcas Preferidas, promovido pelo jornal mais antigo da América Latina, o **Diário de Pernambuco**.

Para a diretora da usina, Flávia Petribú, e para a coordenadora comercial, Kelly Sherline, receber o reconhecimento dos pernambucanos como a marca de álcool mais confiável do mercado é motivo de orgulho e satisfação. “É uma prova da credibilidade que os consumi-

dores depositam em nossos produtos, e isso nos enche de alegria”, afirmam.

Um dos segredos por trás desse sucesso é o compromisso com a qualidade. Na Usina mais antiga em operação contínua do mundo, há um setor específico dedicado à garantia da qualidade, onde gestores e técnicos realizam análises diárias para assegurar a excelência de cada lote de álcool produzido. Essa dedicação se reflete não apenas em certificações renovadas anualmente, mas também na preferência dos consumidores.

Além da tradição, a Petribu investe em tecnologia e inovação, mantendo-se sempre à frente do mercado. Valorizando também a educação, a empresa mantém a Escola Josepha de Petribu, uma referência na região, que contribui para o desenvolvimento não apenas dos colaboradores, mas também da comunidade local do município de Lagoa

do Itaenga, na Zona da Mata do estado.

Em sintonia com as demandas do mercado e as regulamentações vigentes, a empresa está atenta às necessidades dos consumidores. Com a recente determinação da RDC 691/2022, que regulamenta a comercialização do álcool 70° INPM, a empresa reforçará a venda do álcool 46, destinado à limpeza de superfícies, e também oferecerá a opção do álcool 70 em gel, adequado para fins de sanitização e disponível em diversos estabelecimentos comerciais.

Além disso, a Petribu está em fase de registro junto à Anvisa para o lançamento do álcool gel cosmético Petribu, uma solução rápida e eficaz para desinfecção e hidratação das mãos. Com o princípio ativo do legítimo álcool etílico hidratado a 70° INPM Petribu, Flávia Petribú afirma que o produto garante uma aplicação segura e sem desperdícios.

“Com mudanças constantes e novas necessidades dos consumidores, a Petribu está sempre em busca de atender melhor seus clientes. Estamos realizando estudos de mercado para identificar oportunidades para lançar novos produtos e expandir mais a nossa linha de álcool, demonstrando ainda mais o nosso compromisso em oferecer soluções inovadoras e de mais qualidade para nossos consumidores”, finaliza a diretora. ■

MARINA TORRES/ DP



Indústria está sempre em busca de maneiras de atender melhor seus clientes



É TETRAAAA!

Pelo 4º ano consecutivo,
a **PETRIBU** é a marca
mais lembrada pelos
pernambucanos.



Nosso álcool é o que tem maior
credibilidade no mercado e no coração
dos pernambucanos.

**PETRIBU**
Desde 1729



MARCAS 2024
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

SHOPPING RECIFE É MAIS QUE REFERÊNCIA DA ZONA SUL

■ **FUNDADO EM 1980, MALL SE DESTACA POR DIVERSIFICAÇÃO DE OPERAÇÕES E MAIS DE 450 LOJAS**

O primeiro mall de Pernambuco, fundado em 7 de outubro de 1980, não poderia ter recebido outro nome que não o da capital pernambucana. Talvez este seja um dos fatores que colaboram para o reconhecimento do Shopping Recife como o melhor de sua categoria na edição 2024 do Marcas Preferidas, mas certamente não é a única razão.

Desde sua criação, o Shopping Recife encabeçou a expansão do comércio na capital e foi peça central para fazer do bairro de Boa Viagem um eixo socioeconômico na Zona Sul da cidade. Hoje, o estabelecimento conta com mais de 450 lojas, um polo gastronômico composto por 90 operações do setor de alimentação, além de 14 salas

de cinema (incluindo sessões com tecnologia Imax), se tornando uma das principais opções para compras, lazer e culinária na capital.

Em sua estrutura, o Shopping Recife também possui um centro médico, um parque pet ao ar livre com 1.400m² e o Jardim Gastrô, que é um espaço aberto - no Parque de Esculturas do mall - com 1.900 m², que oferece gastronomia e música ao vivo aos consumidores. A gama de serviços atrai mais de 60 mil clientes diários para o shopping.

De acordo com a gerente de Marketing do Shopping Recife, Mariuche Ismerim, a finalidade por trás dos investimentos, em oferecer um espaço tão diversificado, é para fazer do mall a principal escaleta da região para todo tipo de atividade ou necessidade. “Queremos consolidar o Shopping Recife como um life-center na cidade, proporcionando, aos nossos clientes, diferentes experiências de lazer, alimentação, entretenimento e, ainda, saúde e bem-estar, todas no mes-

mo local. O Recife MedCenter vem para complementar ainda mais o empreendimento, com um complexo de saúde e bem-estar multidisciplinar e multipropriedade de alto padrão”, afirma.

Principal investimento do shopping, o novo MedCenter tem previsão de inauguração apenas para 2026, mas o mall segue contando com novidades ano a ano. Para 2024, o Shopping deve seguir promovendo eventos culturais aos moldes do festival Abril Cultural, com programação de eventos valorizando gastronomia, música, teatro e artesanato, além da abertura de novas lojas.

“Até o fim do ano, teremos um calendário completo com eventos, novas experiências e novas operações. Entre essas, podemos destacar a Dream Store, loja licenciada da Disney e Marvel, com produtos oficiais das marcas e ambientes interativos; a Ray-Ban, a Bayard e a Havana, que estão com contrato assinado e devem abrir até o fim de 2024”, revela Ismerim. ■

THIAGO MEDEIROS

VAREJO

Centro comercial é uma das principais áreas para compras, lazer e gastronomia na cidade



A NOSSA CONEXÃO COM PERNAMBUCO VEM SEMPRE EM PRIMEIRO LUGAR.

É com muito orgulho que somos o shopping favorito dos pernambucanos no prêmio Marcas Preferidas 2024, do Diário de Pernambuco. Agradecemos a todos que fazem parte dessa conquista.



**SHOPPING
RECIFE**

CONEXÕES
REAIS
COM VOCÊ.

■ SÃO 38 LOJAS NO BRASIL ATUANDO COM E-COMMERCE, VAREJO FÍSICO, DISTRIBUIÇÃO E CORPORATIVO

Com 33 anos de mercado e 38 lojas espalhadas pelo Brasil, a Nagem é eleita, mais uma vez, a marca preferida dos pernambucanos no segmento de Lojas de Informática. Definida como uma empresa multicanal, o empreendimento atua nos departamentos de e-commerce, varejo físico, distribuição e corporativo.

Fundada em 1988 e liderada pelo presidente Halim Nagem, a rede de lojas tem como missão o ato de comercializar produtos e serviços de qualidade, que atendam as necessidades, os desejos e as expectativas de seus clientes. Hoje, a Nagem trabalha com mais de 150 marcas. Além disso, dispõe de 22.000 m² para armazenagem nos centros de distribuição no Recife, Salvador, Fortaleza, Espírito Santo e São Paulo.

A Nagem conta com mais de dois mil colaboradores e uma estrutura de tecnologia da informação (TI) para proporcionar maior agilidade e segurança nas compras. Tudo isso para disponibilizar cerca de seis mil itens, entre produtos de informática, telefonia, eletrônicos, papelaria, games, eletroportáteis e eletrodomésticos, nos seus mais diversos canais de vendas e lojas físicas. Ao defender o slogan "A gente entende, a gente vende", a empresa busca oferecer soluções sob medida para empresas, vantagens para quem revende e confiança para quem compra.

Para dar conta de tantos produtos, a loja busca estar presente nos mais diversos mercados. No corporativo, são

mais de 100 pessoas para atendimento nacional, entre vendedores, gerentes de negócios e gerentes de vendas, proporcionando vendas diretas para empresas de todos os segmentos,

Centros de distribuição ficam no Recife e em mais quatro capitais

sendo ela pequena, média ou grande empresa.

No ramo da distribuição, são mais de 70 colaboradores em cidades estratégicas para atender com maior agilidade a necessidade e a entrega dos produtos aos clientes. Para o varejo, são 38

lojas físicas espalhadas pelo Nordeste, oferecendo produtos para casa, entretenimento e escritório. E no e-commerce, oferecem uma plataforma confiável e de excelência para que o público faça compras com segurança.

Adaptada ao novo momento de consumo, a empresa tem adotado estratégias, como personalização de ofertas e conteúdos, além do foco na experiência do cliente. Também há investimentos constantes do empreendimento em logística, automação e treinamento da equipe. E não visando apenas rendimentos, a Nagem concentra seus esforços em medidas socioambientais ao apoiar diversos projetos como Porto Social, Transforma Brasil, Atitude, Lide, entre outros. ■



Halim fundou rede que hoje trabalha com mais de 150 marcas





Melhor que ser lembrada é ser a preferida 9 vezes consecutivas.

Permanecemos no 1º lugar na categoria Lojas de Informática do Prêmio Marcas Preferidas 2024. Aos pernambucanos, nosso agradecimento especial. É uma honra fazer parte da história de vocês.

f @ t v in
nagem.com.br



MARCAS ²⁰²⁴
PREFERIDAS
DIÁRIO DE PERNAMBUCO

NAGEM[®]

■ REDE DE FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO TEM COMO OBJETIVO ACOLHER BEM SEUS CONSUMIDORES

ROVAL FAZ 35 ANOS COM 80 LOJAS NA REGIÃO NORDESTE

Transformar a saúde e a vida das pessoas. Este é o propósito da Roval, farmácia de manipulação que completa 35 anos de existência em 2024. Fundada no Recife, em 1988, a empresa atingiu, neste ano, 80 lojas no Nordeste, proporcionando um impacto positivo na terapia de pacientes de toda a região. Seus serviços promovem, ainda, uma melhor adesão ao tratamento pelo aumento do conforto posológico, além de propor alternativas terapêuticas complementares com evidências científicas.

Investindo em ciência, tecnologia e inovação para que os processos de manipulação atendam todas as exigências sanitárias, ético-profissionais e técnicas, a Roval tem como principal objetivo acolher o consumidor, confiante de que a terapia começa no bal-

cão. Ou seja, a partir do pedido do medicamento, e não com o início do tratamento em si.

“Nós defendemos a promoção da saúde”, explica Charles Tokarski, CEO da marca. “Como farmácia de manipulação, recebemos uma receita de um prescritor, de um profissional de saúde, para poder, depois disso, manipular os medicamentos. O nosso negócio é a manipulação de medicamentos, o nosso foco, o nosso trabalho. Então, eu acredito que essas coisas associadas, essa repetição dessa mensagem durante todo esse tempo e com a aprovação dos consumidores, a soma disso que trouxe para a gente a alegria de receber essa premiação, de receber esse destaque”.

No último ano, a companhia investiu em comunicação digital, desco-

brindo um novo jeito de conversar com o consumidor. Muita energia foi colocada nestes impulsionamentos, garantindo que a marca alcançasse seu público, com uma conexão cada vez melhor.

Levando o atendimento personalizado da companhia ainda mais além, a Roval Pet nasceu com o objetivo de ser uma farmácia de manipulação exclusivamente veterinária, que visa oferecer alternativas farmacêuticas diferenciadas, que viabilizem a adesão e o sucesso no tratamento de animais.

Assim, sendo a demanda relacionada a seres humanos ou aos bichos de estimação, o olhar da Roval está voltado para o cliente, prestando atenção nas suas expectativas e buscando entender de que forma é possível contribuir para que ele alcance o tratamento do qual precisa. “Eu considero essa como a atividade principal da marca. Nós tratamos isso com muita força, temos muitas camadas comerciais para garantir essa entrega em alta qualidade. Esse, com certeza, é um diferencial”, enfatiza Tokarski. ■

DIVULGAÇÃO



Tokarski sintetiza: “Nós defendemos a promoção da saúde”



UM CUIDADO QUE MARCA

É por isso que a **Farmácia Roval de Manipulação** é a marca preferida do povo quando o assunto é cuidar da saúde.



FALE CONOSCO



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

ROVAL
FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

35 ANOS
GRUPO
ROVAL

www.farmaciaroval.com.br

ÓTICAS DINIZ TÊM EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO

■ REDE É FAVORITA DOS PERNAMBUCANOS POR OFERECER PRODUTOS DE ALTA QUALIDADE NO MERCADO

Construída durante três décadas e reconhecida dia após dia, a rede Óticas Diniz é a favorita dos pernambucanos por oferecer produtos e soluções eficazes e diversas. A autoridade da empresa reflete no respeito e na confiança do consumidor, bem como na cautela com a saúde visual dos clientes, utilizando produtos de alta qualidade e tecnologia. Presente em todas as regiões do Brasil com uma rede de 1.206 unidades, a empresa está no coração e na mente dos pernambucanos, que se veem acolhidos com um atendimento exemplar e peças da melhor qualidade disponíveis no mercado nacional e internacional.

A diretora franqueada Jacqueline Braga compartilha que, neste ano, a marca busca manter os projetos iniciados em 2023, sustentando seu crescimento e se relacionando com o público de forma consistente, com ofertas atrativas e um portfólio diversificado. Além disso, a empresa pretende expandir a presença da marca a partir da abertura de unidades em diferentes regiões e fortalecer a experiência do cliente, desde o atendimento até a entrega de produtos e serviços de alta qualidade, garantindo sua satisfação.

Neste ano, a Diniz lançou a Sustentabilidadeii Collection, da marca exclusiva Dii Collection, na Expo Óptica 2024. "Obtida a partir de garrafas PET pós-consumo, a Sustentabilidadeii Collection é 100% reciclada. Esse processo reduz significativamente o consumo de água em 90%

e as emissões de CO2 em 70%, em comparação com a produção de plástico convencional. Além disso, ambos os materiais utilizados atendem aos mais exigentes padrões de qualidade, garantindo durabilidade e resistência", afirma a diretora. No Recife, inaugurou a loja exclusiva Prime no bairro do Espinheiro. Além disso, outras unidades clássicas estão previstas ao longo do ano.

Hoje, com um público diverso, a empresa está sempre conectada com as várias gerações. Segundo a diretora, os clientes da Geração Z valorizam a inovação e buscam constantemente por novidades. "Por isso, é essencial oferecer produtos e serviços alinhados com as tendências atuais, como óculos com

designs modernos e tecnologia avançada", explica. Segundo ela, a marca adota estratégias diferenciadas para cada grupo, visando atender às suas expectativas e necessidades específicas, seja através de inovação e tecnologia para a Geração Z, ou de atendimento personalizado e produtos funcionais para a faixa etária de 60+. "Acreditamos que este seja o caminho certo para atender de forma eficiente o mercado óptico", conta.

Admirada por seus clientes, querida por seus parceiros e inspiradora para seus colaboradores, a Diniz é, mais uma vez, valorizada pelos pernambucanos, que enxergam na empresa o alinhamento entre qualidade, acessibilidade, beleza, inovação e excelência. ■

No Recife, marca inaugurou loja Prime no bairro do Espinheiro



DIVULGAÇÃO





Há 32 anos cuidando do nosso olhar preferido: o seu.

Em 2024 fomos eleitos, mais uma vez,
como a ótica que o recifense prefere.

Muito obrigada, Recife! ♥



DINIZ
PRIME

ÓTICAS
DINIZ

MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

HOSPITAL PORTUGUÊS É MAIOR COMPLEXO HOSPITALAR DO NE

■ MARCO MAIS RECENTE É INTEGRAÇÃO À REDE EINSTEIN DE ONCOLOGIA E HEMATOLOGIA

Há 168 anos, o Real Hospital Português (RHP) tem sido uma peça fundamental na vida dos pernambucanos, marcando presença desde o nascimento até os momentos mais complexos da jornada de saúde de seus pacientes. Reconhecido como a maior e melhor instituição de saúde do Nordeste, o Hospital Português se destaca especialmente na área de Oncologia e em casos de alta complexidade, oferecendo cuidados de excelência e tecnologia avançada.

A recente integração à Rede Einstein de Oncologia e Hematologia representa um marco significativo em sua trajetória. Esta parceria estratégica visa disseminar conhecimentos e práticas de gestão, elevando ainda mais o padrão de atendimento e possibilitando que pacientes de Pernambuco e de estados vizinhos recebam tratamento especializado sem necessidade de deslocamento para outras localidades.

ORHP é o maior complexo hospitalar do Nordeste, contando com 802 leitos e mais de seis mil colaboradores dedicados. Oferece uma gama completa de serviços de saúde, desde análises clínicas até cirurgias complexas e atendimentos de emergência, consolidando-se como um centro de referência nacional. Em 2024, a unidade de saúde foi escolhida novamente pelos pernambucanos na categoria "Hospital Particu-



DIVULGAÇÃO/ RHP

Ana Patrícia: colaboradores e corpo clínico são maior patrimônio

lar" do prêmio Marcas Preferidas, promovido pelo **Diário de Pernambuco**.

"Acreditamos que nosso maior patrimônio são nossos colaboradores e corpo clínico, que se dedicam diariamente a proporcionar o melhor acolhimento e tratamento aos nossos pacientes", destaca Ana Patrícia Couto, gerente de Marketing. Esse compromisso se reflete em certificações internacionais renovadas anualmente, como JCI, PADI e World's Best Hospitals, garantindo padrões de qualidade reconhecidos globalmente.

Sob uma nova gestão, a unidade tem passado por uma significativa modernização e expansão nos últimos anos.

Com a parceria com o Einstein, o hospital tem um plano de investimentos de mais de R\$100 milhões destinados ao segmento oncológico, incluindo a construção de um novo pavimento de consultórios e obras de infraestrutura, que visam oferecer ainda mais conforto e qualidade aos pacientes.

"Estamos comprometidos em seguir crescendo e aprimorando nossos serviços, sempre com foco na melhor experiência para nossos pacientes e na excelência clínica", ressalta Ana Patrícia. De olho no futuro, o RHP se reafirma como um centro de referência na área, com tradição, inovação e compromisso. ■



NO REAL HOSPITAL PORTUGUÊS EXISTEM VÁRIAS ESPECIALIDADES. A PRINCIPAL DELAS É CUIDAR DE VOCÊ.

Real Hospital Português. Vencedor do prêmio **Marcas Preferidas** do Diário de Pernambuco, na categoria Hospital Particular.



Siga nossas redes sociais:



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



*Confiança
é tudo.*

HOPE INVESTE NA SAÚDE DOS OLHOS HÁ 70 ANOS

■ HOSPITAL CONQUISTOU MARCO INÉDITO: FICOU EM 1º LUGAR NO MARCAS PREFERIDAS PELA NONA VEZ CONSECUTIVA

Consolidado como referência no polo de saúde nacional, o Hospital de Olhos de Pernambuco (HOPE) investe no cuidado da saúde de olhos, ouvidos, nariz, garganta e outras áreas há 70 anos. Em 2024, a instituição conquistou um marco inédito: foi eleita pelos pernambucanos como favorita na categoria Hospital e Clínica de Olhos pela nona vez consecutiva.

Para um dos sócios-fundadores do hospital, Marcelo Ventura, é uma satisfação comprovar, através dos resultados, que os cuidados e os tratamentos oferecidos pela instituição apresentam um impacto positivo na vida de seus pacientes. “Sempre foi nosso objetivo que o HOPE viesse em primeiro lugar na mente da população quando o assunto fosse saúde ocular”, comemora. “Essa conquista faz tirar do papel esse nosso propósito, tornando realidade. Queremos continuar melhorando em cada setor e aperfeiçoando nossas operações para que possamos seguir sendo referência e transformando vi-

das através do que fazemos”.

Para manter a qualidade do atendimento, o HOPE investe constantemente em treinamentos internos para os colaboradores, com o objetivo de prepará-los e motivá-los nas mais diversas áreas sociais e profissionais. Com isso, de acordo com Marcelo Ventura, no final do dia, todos entenderão que de-

Centro médico tem programa para escutar pacientes e manter alta qualidade

verão lidar com todo e qualquer tipo de necessidade de diversos pacientes.

O diretor acredita que a escolha do público está relacionada a mais uma das ações realizadas pelo hospital, principalmente com o Conselho de Clientes organizado pela Ouvidoria. O intuito do programa é receber feedbacks dos pacientes para aperfeiçoar cada

vez mais seus atendimentos e práticas. “São 70 anos inovando e se reinventando, buscando estar um passo à frente em cada década vivida”, explica.

Na busca incessante para oferecer o melhor atendimento, a instituição recebeu o certificado de Padrão Internacional Qmentum em 2021, passando a ser o único hospital de olhos do Norte e Nordeste a contar com tal certificação. A acreditação representa o atendimento e os procedimentos com padrão de excelência de primeiro mundo.

Neste ano, o HOPE investiu em uma grande reforma na ala de Pediatria. O planejamento visou apresentar um espaço ainda mais acolhedor, organizado e qualificado, nos mínimos detalhes, para melhor atender às necessidades dos pacientes nas duas especialidades ofertadas pela instituição (oftalmologia e otorrinolaringologia).

Além das inovações na Pediatria, o setor de Plástica ganhou um novo Laser CO2. “Tudo isso foi cuidadosamente planejado e estamos muito empolgados com esse novo ciclo em nossa trajetória. Quem já é referência em saúde ocular sabe como realçar a beleza dos olhos”, finaliza Marcelo Ventura. ■

DIVULGAÇÃO



Marcelo Ventura quer aperfeiçoar ainda mais as operações para seguir transformando vidas



HOPE:

A Marca Preferida quando o assunto é saúde.



A nossa maior missão é também motivo do nosso maior orgulho: cuidar da saúde dos pernambucanos. E todo esse cuidado, hoje, é motivo para celebrar mais uma vez a conquista do 1º lugar na categoria Saúde - Hospital e Clínica de Olhos, no prêmio 'Marcas Preferidas' do Diário de Pernambuco. Este reconhecimento é um reflexo do nosso compromisso em oferecer excelência no cuidado da visão, afinal, buscamos sempre proporcionar aos nossos pacientes o melhor atendimento e tecnologia de ponta. Agradecemos a todos que confiam em nossos serviços e que fazem do HOPE a sua primeira escolha em saúde ocular.



PROTEÇÃO DE TODOS É COM A VACCINE

■ CLÍNICA APOSTA EM SE CONSOLIDAR COMO POLO DE ATUALIZAÇÃO E PESQUISA EM VACINAS

Em atividade há quase 30 anos e atuando em toda a Região Metropolitana do Recife, a Vaccine foi eleita, mais uma vez, como a melhor Clínica de Vacinação no Prêmio Marcas Preferidas 2024. O objetivo desta empresa é se consolidar como um polo de atualização e pesquisa em vacinas para todas as idades e públicos.

“Quando a gente vacina alguém, a gente não protege só aquela pessoa ou aquela família, mas diversas pessoas que entram em contato com ela. Esse é o nosso DNA, que mostramos na clínica e fora dela também, nas ações de extensão”, declara o pediatra Eduardo Jorge, diretor técnico da Vaccine.

Para manter a excelência na área de saúde, a empresa tem planejado bem seus próximos passos. “Estamos investindo em tecnologia: para o cartão de vacinas digital e a análise virtual do calendário de vacinas. Também aumentaremos nossa frota de veículos para atendimento domiciliar”, detalha o médico.

Focados em construir um futuro de qualidade, a Vaccine agradece o reconhecimento, como a preferida do público pernambucano, por mais um ano nesse segmento da saúde. “Vamos continuar dando nosso melhor, fazendo valer a confiança que recebemos, como verdadeiros especialistas em vacinação”, arremata Eduardo Jorge. ■

Focados em construir um futuro de qualidade, a Vaccine agradece o reco-



Pediatra **Eduardo Jorge** ressalta investimentos em tecnologia, como o cartão digital



Tem gente chamando outras clínicas de Vaccine. A gente não liga, afinal esse é o preço de ser referência.

A Vaccine é novamente vencedora do Prêmio Marcas Preferidas, do Diário de Pernambuco. É o reconhecimento ao cuidado por você e à excelência dos nossos serviços há quase 30 anos. E como dá pra ver, quando o assunto é o melhor em vacina, todo mundo só pensa na gente. Muito obrigado!



Só na rádio líder de audiência
você tem música, humor
e prêmios de verdade.



Sintonize a 99.1 FM
Aponte sua câmera para o QR code
e baixe nosso app.



■ PRESENTE NO RECIFE, ALDEIA, CARUARU, PETROLINA E JOÃO PESSOA, JÁ SÃO MAIS DE CINCO MIL ALUNOS

GGE SE DESTACA ENTRE ESCOLAS PARTICULARES

Com 28 anos de atuação no mercado, o Colégio GGE foi eleito como o preferido dos pernambucanos, em 2024, na categoria Escola Particular do Prêmio Marcas Preferidas. A instituição, que começou com apenas uma sala de aula e cerca de dez alunos, quando se chamava apenas Grupo Gênese de Ensino no bairro de Boa Viagem, na Zona Sul do Recife, é consolidada como uma das referências em educação no estado. Atualmente, o GGE mantém unidades na capital pernambucana, além de Aldeia (em Camaragibe, na Região Metropolitana), Caruaru, Petrolina e João Pessoa, somando mais de cinco mil alunos, que cursam da Educação Infantil ao Ensino Médio.

O colégio conta que realiza melhorias constantes em sua estrutura e no currículo acadêmico para oferecer aos seus alunos (a quem carinhosamente

chama de família) a excelência em educação e uma sólida preparação para a vida. Uma das novidades recentes do colégio foi a inauguração da unidade em Petrolina, em fevereiro deste ano. O novo espaço possui mais de seis mil metros quadrados.

A instituição tem como missão preparar os alunos para a nova era da educação, assumindo um papel fundamental na construção do futuro e na formação de cidadãos conscientes de seus deveres. Periodicamente, novos projetos são prototipados e validados para fomentar o engajamento social e ambiental em toda a comunidade escolar. O Clube do Impacto, por exemplo, é uma proposta que une jovens, com o propósito de impactarem positivamente a sociedade, com ideias inovadoras e de sustentabilidade.

“Além de doações, o Clube do Impacto promove também rodas de conver-

sa em escolas públicas da Região Metropolitana do Recife, com a nutricionista do GGE e com atividades lúdico-recreativas sobre alimentação saudável”, completa Sybele Barros, diretora do GGE Parnamirim.

A excelência em oferecer um ensino de qualidade se reflete nos números. Colecionando resultados expressivos, somente em 2024, o GGE acumulou 308 aprovações de alunos em universidades públicas em Pernambuco, sendo o maior índice de aprovação do estado. E ainda: 117 aprovados do Vestibular Seriado 2024 da UPE, além de 26 aprovações internacionais.

“O Prêmio Marcas Preferidas é, sem dúvidas, um excelente indicador de que estamos no caminho certo. E não somente isso. Traz também uma imensa alegria ao revelar uma forte lealdade do público a nossa marca”, finaliza Lourenço Rezende, CEO do Colégio GGE. ■

Grupo planeja seguir crescendo para mais cidades do Nordeste do país

RAFAEL VIEIRA/ DP FOTO



SUA PREFERÊNCIA, NOSSO ORGULHO

1º LUGAR
COLÉGIO PARTICULAR



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



IOMARA TARGINO
Mãe

MARYA TARGINO
Aluna

THAÍS DINIZ
Coordenadora

PERNAMBUCO

- Recife
- Aldeia
- Caruaru
- Petrolina

PARAÍBA

- João Pessoa

CENTRAL
0800-3227100



Preparação para a vida

UNICAP É RECONHECIDA POR EXCELÊNCIA E INOVAÇÃO

DIVULGAÇÃO

■ **INSTITUIÇÃO TEM COMO MISSÃO FORMAR PROFISSIONAIS QUALIFICADOS, ÉTICOS E CIDADÃOS**

Fundada em abril de 1943, inicialmente como Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Manoel da Nóbrega, a Universidade Católica de Pernambuco chegou aos seus 80 anos de existência não somente situada no Nordeste, mas voltada para ele. Ao longo do tempo, a instituição de ensino superior, cuja missão é formar profissionais qualificados, éticos e cidadãos, graduou mais de 100 mil alunos e, atualmente, oferece 46 cursos de graduação, sete deles na modalidade Educação a Distância (EaD). A Católica conta também com 10 programas de pós-graduação *Stricto Sensu* e inúmeros cursos *Lato Sensu*.

Seus alunos são incentivados a assumir papéis de protagonistas ativos em suas próprias jornadas de aprendizado, inseridos em um ambiente que valoriza a prática, a solução de problemas reais e a aplicação do conhecimento adquirido. Com isso, a Católica gera alta taxa de empregabilidade para seus egressos.

Além disso, os projetos pedagógicos dos cursos oferecidos pela Unicap são cuidadosamente concebidos para ir além do mero acúmulo de conhecimento técnico, se propondo a cultivar as habilidades essenciais para o sucesso não apenas no ambiente profissio-



Reitor enfatiza estímulo ao receber reconhecimento da sociedade

nal, mas também na vida cotidiana.

Inspirada no humanismo e na pedagogia jesuíta, a universidade conta com um programa de bolsas de inclusão social e racial na graduação e pós-graduação. Ela oferece, ainda, o Unicap Prata - conjunto de ações destinado a pessoas a partir dos 50 anos que incentiva o acesso ou retorno às salas de aula de ensino superior.

A vocação comunitária da Unicap se concretiza em diversos projetos de extensão na Região Metropolitana do Recife, que contam com a participação de professores, funcionários e alunos, que atuam como bolsistas ou voluntários.

A instituição reconhece também a urgência da questão socioambiental,

realizando ações e eventos voltados para o tema através do Instituto Humanitas Unicap (IHU) e investindo no Laboratório de Inovação para Mudanças Climáticas e Sustentabilidade (Limcs).

“Receber esse reconhecimento da sociedade pernambucana como a marca preferida entre as instituições de ensino superior muito nos orgulha e é um importante estímulo. Mas é também uma grande responsabilidade continuarmos marcando a sociedade com aquilo que a gente sabe fazer de melhor, que é a educação, e da melhor forma possível, que é a excelência que a Unicap tem demonstrado comprovadamente nesses seus 80 anos”, destaca o reitor, padre Pedro Rubens. ■





A Universidade preferida dos pernambucanos
está no coração do Recife há mais de 80 anos.



GRAU TÉCNICO TRANSFORMA VIDA DAS PESSOAS

■ ATRAVÉS DA
EDUCAÇÃO E
PROFISSIONALIZAÇÃO,
EMPRESA CONQUISTOU
PRÊMIO PELO 3º ANO
CONSECUTIVO

EDUCAÇÃO

Com 15 anos de história, o Grau Técnico é uma instituição de ensino genuinamente pernambucana, feita por pernambucanos. Em 2024, a marca se consolida como referência no cenário educacional pernambucano e brasileiro ao conquistar, pelo terceiro ano consecutivo, o 1º lugar da categoria Curso Preparatório/Técnico do Prêmio Marcas Preferidas, realizado pelo jornal mais antigo da América Latina, o **Diário de Pernambuco**.

“Temos uma gratidão enorme pelo povo pernambucano, que sempre valorizou nosso propósito: o de transformar a vida das pessoas por meio da educação”, revela o diretor da rede, Ruy Maurício.

Ao total, são mais de 100 unidades em funcionamento espalhadas por 23 estados brasileiros e no Distrito Federal,

além de uma impressionante quantidade de mais de 170 mil alunos ativos. Em Pernambuco, possui 12 unidades, e o reconhecimento da educação de qualidade, da inovação e da transformação são ainda mais evidentes.

A missão do centro de ensino é unir educação e profissionalização, abrir caminhos para oportunidades que beneficiem o indivíduo e o coletivo, com orientação profissional e uma inserção social, por meio de conhecimentos estimuladores e operadores de inovações na sociedade. Por isso, cada unidade da instituição abriga uma agência de emprego, facilitando a transição dos alunos para o mercado de trabalho.

Assim, os alunos têm a oportunidade de aplicar conhecimentos teóricos em laboratórios e nas visitas às empresas,

acompanhadas por profissionais. Tudo para se preparar, cada vez mais, para os desafios e as demandas que surgem diariamente no mercado de trabalho.

Atualmente, o Grau Técnico oferece 30 cursos, abrangendo áreas como Gestão de Negócios, Saúde, Meio Ambiente, Segurança, Infraestrutura, Controle e Processos Industriais, Informação e Comunicação. Ao longo dos 13 anos de atuação, o curso já encaminhou mais de 100 mil alunos para o mercado de trabalho por meio de suas agências.

Mesmo diante das dificuldades com a pandemia, crises financeiras e horários restritos dos alunos, a instituição manteve o seu compromisso com a educação e a profissionalização. Para o futuro, a instituição planeja expandir sua oferta de cursos e polos de ensino superior. ■

PRISCILLA MELO/ DP

Unidades têm agência de emprego para facilitar entrada no mercado de trabalho



Grau Técnico valoriza:

1. Relações humanas através do diálogo e da junção de interesses;
2. Preservação da vida com o respeito ao indivíduo e ao meio ambiente;
3. Atualização contínua e qualidade nas relações interpessoais;
4. Parcerias com a comunidade em ações, projetos e eventos;
5. Inovações tecnológicas para educação;
6. Estímulo ao desenvolvimento das potencialidades do aluno;
7. Respeito à diversidade ideológica e sociocultural.



VOCÊ ESCOLHE O GRAU, E O MERCADO ESCOLHE VOCÊ.



O Grau transforma sonhos em realidade. E essa é uma das razões que fazem o Grau ser uma das marcas premiadas em 1º lugar no *Marcas Preferidas*, do *Diário de Pernambuco*.

- Mais de 80% dos alunos que fazem nossos cursos conseguem emprego no mercado de trabalho.
- Cada unidade do Grau tem uma Agência de Emprego, que aproxima os alunos de centenas de empresas à procura de profissionais especializados.
- O Grau é a maior rede de ensinos técnico e profissionalizante do Brasil, além de oferecer também a Faculdade EAD.

Por tudo isso e muito mais, todos os que fazem o Grau se enchem de alegria e satisfação por conquistar esse prêmio tão importante, ano após ano.

MAIS DE
150
ESCOLAS EM
TODO O BRASIL



ENFERMAGEM • RADIOLOGIA • ADMINISTRAÇÃO • LOGÍSTICA • SEGURANÇA DO TRABALHO
ELETROTÉCNICA • EDIFICAÇÕES • RECURSOS HUMANOS • MECÂNICA • ANÁLISES CLÍNICAS
FARMÁCIA • INFORMÁTICA E MUITO MAIS



@grau_tecnico / @grauprofissionalizante / @graufaculdade

GRAUTECNICO.COM.BR

ARMAZÉM CORAL VAI MUITO ALÉM DAS TINTAS

■ **COM 60 ANOS DE MERCADO, SÃO 24 LOJAS PARA ATENDER DIARIAMENTE 20 MIL PESSOAS**

Poder construir ou reformar um cantinho para chamar de seu é o sonho de muitas pessoas. Mas para isso, claro, é necessário contar com uma loja de materiais de construção. É neste momento que, em 2024, os pernambucanos lembram imediatamente dele: o Armazém Coral, que chega ao primeiro lugar da categoria Loja de Material de Construção do prêmio Marcas Preferidas por mais um ano.

Hoje são mais de 60 anos de atuação no mercado e 24 lojas espalhadas pela Região Metropolitana do Recife. A empresa conta com mais de 1.500 colaboradores para atender cerca de 20 mil pessoas que circulam diariamente por essas unidades, comercializando

cerca de 30 mil itens por mês.

A tradição que o Armazém Coral possui hoje remete à sua história: no início, em 1961, o empreendimento - que possui sua matriz desde a fundação na rua das Calçadas, no coração do Recife - vendia apenas tintas. Atualmente, é possível encontrar produtos de elétrica, hidráulica, pisos, telhas, ferramentas e muito mais.

O Armazém Coral tem como missão oferecer as melhores soluções em produtos no segmento de materiais de construção às entidades públicas ou privadas de qualquer ramo de atividade lícita, diferenciando-se pela qualidade, atendimento e preço justo.

Seguindo esta premissa, a empresa não mede esforços para conquistar consumidores interessados em construção, reformas e decoração. E isso se reflete nos investimentos. "Seguimos reformando várias lojas para levar mais modernidade, comodidade e novos produtos que são anseios dos nos-

sos clientes", afirma o presidente do Armazém Coral, Domingos Moreira Filho.

E para oferecer mais opções, desde 2023, a rede tem apostado em produtos para decoração, jardinagem, áreas de lazer, e ainda artigos para pets: um segmento que apresenta um potencial crescimento, não apenas nas unidades da marca, mas uma tendência forte em todo o país. E junto às lojas físicas, os consumidores ainda têm a praticidade de fazer suas compras através de e-commerce ou via aplicativo.

Com unidades do Armazém Coral em Abreu e Lima, Camaragibe, Jaboatão, Olinda, Paulista, São Lourenço da Mata e, claro, no Recife, ter essa grande abrangência é motivo de orgulho para a empresa, que celebra o prêmio Marcas Preferidas. "É um reconhecimento dos nossos clientes ao nosso esforço em atender bem, de oferecer preços justos, variedade de produtos e comodidade", conclui Domingos Moreira Filho. ■

CONSTRUÇÃO

Rede comercializa itens de elétrica, hidráulica, pisos, telhas, ferramentas e muito mais

RUAN PABLO/DP





MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



conquistar
a sua preferência
está na base de tudo
o que fazemos.

Estamos imensamente gratos por sermos escolhidos em primeiro lugar pelos pernambucanos, na **Categoria Armazém de Construção**, do **Prêmio Marcas Preferidas**.

Conquistas como essa confirmam que estamos na direção certa do nosso objetivo, que não é apenas atender com excelência, mas superar as expectativas dos nossos clientes. Afinal, ser a marca preferida de quem está construindo sonhos merece toda a nossa dedicação.

ARMAZÉM CORAL
ACHAQUI
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

armazemcoral.com.br



Com 140 anos de mercado, lojas da rede buscam inovações tecnológicas e sustentáveis para aprimorar serviços

Em clima de celebração do seu 140º aniversário, a Ferreira Costa foi, mais uma vez, eleita o home center queridinho dos pernambucanos no prêmio Marcas Preferidas. Essa história teve início em 1884, no município de Garanhuns (PE), quando o empreendedor imigrante lusitano João Ferreira da Costa fundou, em um pequeno armazém, um negócio que seria referência no setor de materiais de construção.

Pouco depois de seu centenário, em 1989, a Ferreira Costa deixou aquele pequeno espaço e passou a funcionar em uma sede de 13 mil metros quadrados, se estabelecendo como a maior loja do ramo nas regiões Norte e Nordeste. No entanto, o home center só chegou à capital em 1995, abrindo uma loja com mais de 60 mil metros quadrados em uma das avenidas mais movimentadas do Recife, a avenida Mascarenhas de Moraes, na Imbiribeira.

“É um reconhecimento extremamente valioso para nós. Mostra que nossos clientes confiam em nós para atender todas as suas necessidades de construção, reforma e decoração, sabendo que podem encontrar tudo em um só lugar. Esse reconhecimento reforça nosso propósito de transformar o mundo de cada um no melhor lugar para se viver”, cele-

bra a gerente de Marketing e E-commerce, Flávia Chiba.

Nos últimos anos, a empresa direcionou investimentos para o fortalecimento de sua presença no mercado do Norte-Nordeste, protagonizados pela inauguração da segunda loja no Vale dos Barris, em Salvador (BA), cuja posição estratégica expandiu a capacidade de atendimento da Ferreira Costa na região. Em Pernambuco, os planos para uma ampliação dos serviços estão focados no Cabo de Santo Agostinho, que recebeu um novo centro de distribuição visando otimizar a logística e a eficiência operacional.

A busca pela expansão das operações, em nível nacional, leva a Ferreira Costa a atravessar as fronteiras estaduais mais uma vez. “Temos planos de expansão pa-

ra Fortaleza (CE) e Brasília (DF). Embora ainda sem data definida para inauguração, essas lojas serão importantes para aumentar nossa cobertura geográfica e atender melhor nossos clientes nessas regiões”, conta Flávia Chiba.

A gerente garante que o crescimento é consciente, buscando inovações tecnológicas e sustentáveis para aprimorar os serviços e reduzir o impacto ambiental. “No nosso laboratório de inovação, o FCx Labs, desenvolvemos soluções tecnológicas que otimizam a compra e processos internos. Nosso plano inclui investimentos em tecnologias verdes e práticas sustentáveis que visam reduzir nosso impacto ambiental. Nossas unidades contam com sistema de energia solar, gerando autossuficiência energética das operações”, explicou. ■

FERREIRA COSTA CONCENTRA TUDO EM UM SÓ LUGAR

■ HOME CENTER É LÍDER NA CATEGORIA, COM ITENS DE DECORAÇÃO, CONSTRUÇÃO E REFORMA

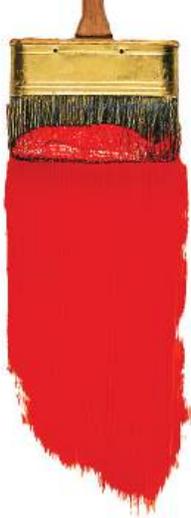




**Ferreira
Costa**

**SEMPRE AO SEU LADO, PRA FAZER
DA SUA CASA O MELHOR LUGAR.**

**1º LUGAR NA CATEGORIA HOME CENTER
MARCAS PREFERIDAS 2024.**



TINTAS CORAL VÊM INOVANDO HÁ 70 ANOS

■ MARCA É SINÔNIMO DE QUALIDADE E INVESTE TAMBÉM NO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A Coral se tornou sinônimo de cor e vida. Número um no coração dos pernambucanos, é a mais lembrada quando se fala em tinta, resultado de uma história de sete décadas colorindo casas, escritórios, prédios históricos e todo tipo de construção. A primeira fábrica de tintas do Nordeste foi a Coral, inaugurada em 24 de janeiro de 1968 no Recife.

Hoje, a Coral pertence à multinacional holandesa AkzoNobel – que, desde 2008, trabalha para oferecer ao mercado brasileiro uma marca que seja sinônimo de qualidade, inovação e sustentabilidade. No Brasil, a empresa conta com cerca de 1.750 colaboradores e cinco unidades fabris, duas delas para fabricação de produtos da Coral, localizadas em Mauá (SP) e Recife (PE).

Hoje, um de seus principais destaques é a Coral Super Lavável, tinta disponível em mais de duas mil cores e perfeita para quem tem a casa cheia de vida: crianças, animais de estimação, visitantes e as sujeiras normais do cotidiano. O produto agrega, aos seus comprovados benefícios de antimanchas e repelência a líquidos, os fatores antibacterianos e antimofos. Com isso, não será mais preciso esco-

lher entre benefícios: a nova formulação reúne todos.

Além da Super Lavável, o verniz Bem Estar Proteção Antimosquito é um produto exclusivo da AkzoNobel, introduzido em 2022 e sem similar no mercado brasileiro. É um grande aliado no combate ao mosquito *Aedes Aegypti*, transmissor da dengue, zika e chikungunya. O produto age por meio de uma película protetora, que pode ser aplicada sobre qualquer tipo de tinta de parede seca, nova ou antiga.

Em 2023, a Coral inaugurou a primeira estação solar no Brasil, na unidade localizada no Recife. Já em 2024, a AkzoNobel anunciou que todas as suas fábricas na América Latina estão operando com eletricidade 100% renovável. A abordagem para negócios sustentáveis da multinacional já visa contribuir, em suas várias temáticas, com a agenda global representada pelos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS), que inspira suas ações e decisões.

De acordo com Guilherme Ruschel, diretor geral da AkzoNobel para Tintas Decorativas Brasil, a marca tem uma profunda ligação com a cidade do Recife. “Além da fábrica, temos uma rela-

ção que consideramos bem próxima com a população local, seja apoiando ações sociais por meio do nosso Movimento Tudo De Cor em comunidades e espaços públicos, seja em iniciativas, como patrocinar e levar cor à escultura do Galo da Madrugada”, afirma, ainda lembrando-se do patrocínio da Coral à Casacor local, maior mostra de arquitetura, design e paisagismo das Américas.

Ruschel ressalta a importância da premiação. “Estar novamente em uma edição do Marcas Preferidas é o reconhecimento de nosso trabalho árduo, de todo um time que atua para desenvolver e ofertar os melhores produtos e soluções”, finaliza Ruschel. ■

DIVULGAÇÃO



Ruschel destaca relação bem próxima com população local em diversas ações



Resultado garantido
ou trocamos* a tinta.
Porque certeza, certeza
mesmo, **só Coral.**



MARCAS ²⁰²⁴
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

Conheça a Garantia Coral
para cor, acabamento e cobertura:

www.garantiacoral.com.br



*Consulte termos e condições.

MOURA DUBEUX CELEBRA SOLIDEZ NOS NEGÓCIOS

■ **EMPRESA É CONSIDERADA A MAIOR CONSTRUTORA DO NORDESTE E A 12ª NO RANKING DO BRASIL**

Com mais de 40 anos de atuação no mercado, a Moura Dubeux chega em 2024 celebrando mais uma conquista: os pernambucanos colocaram a empresa recifense em primeiro lugar na categoria Construtora, por mais um ano, no Prêmio Marcas Preferidas. Considerada a maior construtora do Nordeste e a 12ª do Brasil, segundo levantamento da Informações Técnicas da Construção (INTEC) deste ano, o empreendimento também comemora a boa fase financeira.

“Em 2023, a Moura Dubeux teve o melhor ano de sua história. No ano que completou 40 anos, conquistou o seu maior lucro. No consolidado de 2023, a empresa encerrou o ano base com R\$ 1,6 bilhão em lançamentos, distribuídos em 15 projetos no total. Foram comercializados aproximadamente R\$1,5 bilhão em VGV (valor geral de venda) Líquido”, destaca a diretora Comercial, de Marketing e CX, Eduarda Dubeux.

Direcionada para os segmentos empresariais de primeira e segunda residência para média e alta rendas, a executiva revela que a empresa está animada com os projetos que estão em andamento em 2024: “Neste ano, teremos a expansão da nossa nova empresa, a Mood, empresa focada na classe média. Depois de ser lançada em Na-

RICARDO NIGRO/ DIVULGAÇÃO



Eduarda ressalta expansão da Mood, braço focado na classe média

tal (RN) no ano passado, a Mood chegou este ano ao Recife e em Fortaleza e logo chegará em Salvador. Além disso, teremos um ano com mais de dez entregas de empreendimentos”, revela.

A construtora também busca deixar um legado nas cidades em que atua, ao desenvolver ações de ASG (Ambiental, Social e Governança), executando projetos como a MD Social. “Nosso foco tem sido a formação de mão de obra para a construção civil, com o objetivo de aumentar a empregabilidade da população do entorno das nossas obras e a diversidade dos nossos canteiros, já que incentivamos a participação de mulheres nas formações”, explica Eduarda.

A diretora ressalta também o com-

promisso ambiental da empresa. “Desde a concepção do produto até a entrega, passando pela construção, temos ações específicas para diminuir o impacto do nosso negócio e contribuir com o meio ambiente”, ressalta.

Consolidada no mercado de incorporação e construção civil do país, a Moura Dubeux agradece a lembrança e a preferência do público em 2024. “É um orgulho muito grande estar entre as marcas preferidas dos pernambucanos. Isto é um trabalho de consistência com foco no cliente, não só em Pernambuco, mas também nos outros seis estados que atuamos. Por isso, buscamos que esse reconhecimento dure por mais e mais 40 anos”, arremata Eduarda Dubeux. ■



Orgulhosamente em 1º lugar no coração pernambucano.

Sabemos que cada lar é mais do que paredes de concreto. É onde a vida acontece. Entendemos a importância de cada detalhe nessa realização. E nos dedicamos, todos os dias, para oferecer a melhor experiência e o melhor produto, criando espaços que vão abrigar novas memórias.

Por mais um ano, agradecemos o **reconhecimento** e a **confiança** em nos deixar **fazer parte da sua história**.

**MOURA
DUBEUX**

A construtora favorita dos pernambucanos
no Prêmio Marcas Preferidas 2024.



MDNE
B3 LISTED NM



MARCAS PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

MD
moura dubeux

SABER
VEM DE
VIVER



— Empresa familiar é referência no setor imobiliário para os pernambucanos, com vários nichos de atuação

Avançando no mercado imobiliário há 52 anos, a Paulo Miranda investe no atendimento especializado por segmento como um diferencial para os seus clientes. Com mais de meio século de história, a empresa conta com unidades pernambucanas, no Recife, no litoral e no sertão do estado, além de estar presente nos estados de Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte e, em breve, na Bahia.

Fundada em 1972, a imobiliária tem cerca de 300 colaboradores, entre corretores, funcionários e prestadores de serviços. Há mais de 20 anos, a Paulo Miranda implantou a especialização por nicho de atuação do corretor, garantindo um atendimento personalizado aos seus clientes, com uma equipe altamente qualificada.

A empresa possui um portfólio full service, que engloba todos os segmentos do mercado imobiliário, que inclui lançamentos de médio e alto padrão, imóveis do programa Minha Casa Minha Vida, loteamentos, imóveis prontos (novos e usados), locação e administração de bens. A Paulo Miranda atende tanto a primeira quanto a segunda moradia, em áreas urbanas, litorâneas e rurais.

Sobre os últimos investimentos da marca, Renata Miranda, uma das dire-

toras da imobiliária, destaca as parcerias com grandes empresas no país. “Recentemente, fortalecemos nossa parceria com grandes empresas de São Paulo, como Vitacon, Mitre, Trisul e Tegra, para oferecer oportunidades de investimento diversificado aos nossos clientes. Além disso, expandimos nossa atuação em loteamentos urbanos em diversas cidades do Nordeste, contribuindo significativamente para o desenvolvimento urbano regional”, conta.

Com a queda das taxas de juros e o aumento da demanda por imóveis para locação, a imobiliária projeta um crescimento para o futuro. “Em 2024, prevemos um crescimento superior a 20% no mercado imobiliário. Planejamos lançar novos empreendimentos de alto padrão e unidades compactas,

além de expandir nossa atuação em loteamentos no litoral e no interior. Estamos também modernizando nossa infraestrutura física e digital para melhorar ainda mais a experiência de nossos clientes”, assegura a diretora.

Empresa familiar de referência no setor, a Paulo Miranda celebra mais um ano entre as marcas mais lembradas pelos pernambucanos. “Estar entre as marcas mais queridas no Prêmio Marcas Preferidas é uma honra e um reconhecimento do nosso compromisso contínuo com a qualidade e a excelência. É uma prova de que nosso trabalho árduo e dedicação são valorizados pelos pernambucanos, e nos motiva a continuar evoluindo e oferecendo o melhor para nossos clientes”, comemora Renata Miranda. ■

PAULO MIRANDA SEGUE AVANÇANDO NO MERCADO

■ COM 52 ANOS E CERCA DE 300 COLABORADORES,
EM BREVE ESTARÁ SEDIADA TAMBÉM NA BAHIA



QUEM GANHA 1 VEZ É CAMPEÃO
E QUEM GANHA
09 VEZES,
COMO SE CHAMA?



**PAULO
MIRANDA®**

CRECI 2654 - J

50+50

HÁ 09 ANOS
CONSECUTIVOS
SENDO A MARCA
**MAIS
QUERIDA**



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

paulomiranda.com.br



[/paulomirandadigital](https://www.instagram.com/paulomirandadigital)



■ **EMPRESA PERNAMBUCANA AMPLIOU ATUAÇÃO E TEM COMO META TAMBÉM CONSOLIDAR POSIÇÃO DE TOPO DE VENDAS EM OUTROS SEGMENTOS**

BATERIAS MOURA NA LIDERANÇA HÁ QUASE UMA DÉCADA

Considerada a bateria de automóvel mais lembrada dos pernambucanos, a Baterias Moura segue mais um ano na liderança do segmento no Prêmio Marcas Preferidas, título esse que ostenta desde 2016. A empresa ainda carrega o DNA pernambucano por ter nascido aqui, há 67 anos, em Belo Jardim, no Agreste do estado.

Voltada inicialmente para o ramo automotivo, a empresa ampliou a sua atuação para outros segmentos, produzindo, hoje, baterias e sistemas de acumulação de energia para as mais diversas aplicações, como motos, barcos, empilhadeiras, metrô, trens, estações de telefonia, sistemas de armazenagem, entre outros. E essa potência orgulha todos os funcionários do empreendimento.

“Nosso planejamento é ampliar essa liderança e consolidar a posição de topo de vendas em outros segmentos, especialmente como nossas baterias industriais, que se dividem em tração e estacionárias, e em nosso sistema de armazenamento de energia”, comenta a gerente de Marketing da Moura, Juliana Lisboa.

Em 2024, a empresa tem procura para expandir seus horizontes. “Com a

implantação de nossa mais recente linha de produção de baterias estacionárias de lítio, no complexo produtivo de Belo Jardim, também estamos reforçando nossa posição de referência na tecnologia de lítio”, detalha a gerente de Marketing.

Nessa busca de consolidação, o empreendimento também investe seus esforços em sustentabilidade. “Avançamos com a implementação de uma nova unidade fabril dedicada à reciclagem e metais, que representa um marco no avanço das práticas sustentáveis dentro das operações da empresa, sendo o maior investimento da história da organização. O projeto está em linha com o planejamento de expansão produtiva do Grupo Moura e a consequente ampliação da demanda por reciclagem de componentes das baterias”, explica Juliana.

A Baterias Moura enxerga que vem de um balanço positivo em relação ao ano passado. “O ano de 2023 foi marcado por resultados financeiros positivos, com metas cumpridas e ações estratégicas ganhando tração em nossos dois principais negócios: manufatura e distribuição de baterias. Estamos diante de novos desa-

fios, mas cientes de que nos mantemos no caminho correto de inovação, gestão de resultados e desenvolvimento sustentável”, assegura a gerente de Marketing.

Para essa empresa conterrânea, que é líder de mercado na América do Sul, o reconhecimento no Prêmio Marcas Preferidas é um grande incentivo para continuar sendo referência. “Seguiremos trabalhando para manter a Moura, não apenas como a marca mais lembrada, mas também como a mais querida pelos consumidores. Este prêmio mostra que estamos no caminho certo”, finaliza Juliana Lisboa. ■

DIVULGAÇÃO



Juliana explica que marca está reforçando posição de referência na tecnologia de lítio



MOURA.
A BATERIA PREFERIDA
DAS MONTADORAS
E TAMBÉM DOS
PERNAMBUCANOS.

Este é o resultado de uma marca que está sempre inovando,
com produtos de qualidade e alta tecnologia.

Um reconhecimento que enche a Moura de gratidão e orgulho.



ITALIANA É SINÔNIMO DE MODERNIDADE FAMILIAR

■ COM 25 ANOS, MARCA JÁ PASSOU DE PAI PARA FILHO E BATE RECORDES DE VENDAS COM AS CONCESSIONÁRIAS FAVORITAS DA JEEP E DA FIAT NO ESTADO

AUTOMÓVEIS

A história da Italiana com Pernambuco não começou há tanto tempo atrás. A revendedora de automóveis já se estabeleceu como um nome tão tradicional que nem parece estar apenas em seu 25º ano de existência. Mas é justamente com qualidade e boa relação com o consumidor que um jovem empreendimento conquista seu espaço, e no prêmio Marcas Preferidas 2024, foram dois: a marca foi escolhida pelos pernambucanos como concessionária favorita da Jeep e da Fiat.

“Ter a Fiat Italiana e a Jeep Italiana recebendo o reconhecimento do povo pernambucano pelo Prêmio Marcas Preferidas é uma grande honra. São anos de dedicação e muito trabalho, não só na parte comercial, mas na implementação de um atendimento humanizado

e um pós-venda que encanta o cliente. São esses aspectos que nos destacam no mercado e fazem a Italiana ser lembrada com tanto carinho”, diz o presidente da marca, Marcony Mendonça.

Marcony fundou a Italiana junto de seu pai, José Américo Mendonça. A dupla foi nomeada concessionária da Fiat no Recife em 1998, evento que deu o pontapé inicial para a criação da empresa. Em seus primeiros anos, a Italiana precisou sobreviver à concorrência das grandes marcas, mas conquistou números expressivos apesar das dificuldades, tornando-se a maior revendedora de Fiat do estado. Em 2003, destacando-se na região metropolitana, abriu uma filial em Caruaru.

A Jeep entrou no portfólio da Italiana apenas em 2015, com uma concessionária inaugurada na avenida Caxangá, no

Recife, transferida para o bairro do Pina em 2020. “Foi a partir de todo esse esforço que também conquistamos, com a Jeep Italiana, o título de ponto de venda que mais vende Jeep no Recife, e em janeiro de 2024, o ponto de venda que mais vendeu Jeep em todo o Brasil”, aponta Marcony.

Ao longo de seus 25 anos de história, teve a qualidade de seu local de trabalho reconhecida pelo prêmio Great Place to Work. Hoje, a Italiana possui quatro lojas em Pernambuco, sendo três revendedoras da Fiat - uma na avenida Caxangá, outra na Imbiribeira, ambas no Recife, e a terceira em Caruaru - e uma da Jeep, também na capital. Em 2024, há planos para mais uma expansão no portfólio.

“Para manter o ritmo acelerado aqui na empresa, vamos trazer uma novidade já em novembro deste ano. A Italiana será a mais nova revendedora da marca RAM no Recife. Estamos animados em compartilhar essa notícia com o público, e esperançosos com os frutos que a aquisição dessa nova marca pela Italiana vai render”, anuncia Marcony. ■

DIVULGAÇÃO



Família Mendonça está à frente das revendedoras e projeta expansão





A Fiat e a Jeep Italiana são as preferidas em Pernambuco!

E o Prêmio Marcas Preferidas assina embaixo nas categorias Revendedora Fiat e Revendedora Jeep.

FIAT  **Italiana**[®]

Jeep  **Italiana**[®]





Além da venda de carros novos, rede de concessionárias também comercializa peças e acessórios originais

Quando o assunto é Volkswagen, os pernambucanos têm seu local predileto para buscar um veículo da famosa montadora com origem alemã e coração brasileiro. Por isso que, por mais um ano, a Bremen, que faz parte do Grupo Parvi, foi eleita a melhor Revendedora Volkswagen no Prêmio Marcas Preferidas 2024.

Mas de onde vem o segredo de tamanha preferência? "A Bremen vem investindo bastante em pessoas e no ambiente de atendimento, tornando-se uma empresa cada vez mais conectada e que conversa com o cliente", justifica o diretor comercial da empresa, Igor Catunda. Neste ano, a concessionária intensificou seus investimentos em ações para melhorar a experiência do cliente, seja no ambiente digital ou até mesmo em novas instalações.

Além de veículos novos da Volkswagen, a revendedora recifense inaugurada em 2013 também comercializa peças e acessórios originais da fabricante. E nestes 11 anos de atuação, existe a preocupação da empresa com as causas ambientais e sociais. "Trabalhamos muito forte ligados ao Instituto Parvi, onde temos ações socioambientais constantes para ajudar nossa sociedade, im-

BREMEN MAIS CONECTADA AOS SEUS CLIENTES

■ **REVENDEDORA VOLKSWAGEN DO GRUPO PARVI FOI ELEITA A MELHOR PELOS PERNAMBUCANOS**

pactando de forma contínua na vida de todos. E nosso compromisso com a responsabilidade social vai além das doações financeiras; pois buscamos realmente transformar a comunidade ao nosso redor", ressalta Catunda.

Ao apostar na boa relação com os clientes e nas reformas em suas unidades - para proporcionar maior conforto a todos eles - a Bremen tem buscado investir em tecnologia. "Estamos implementando sistemas avançados de CRM (Customer Relationship Management, que é Gestão de Relacionamento com o Cliente) e capacitando nossos colaboradores com treinamentos contínuos para garantir um atendimento diferenciado".

A concessionária já colhe bons frutos destas estratégias de mercado. "Ho-

je na região Nordeste, por exemplo, somos o maior grupo Volkswagen em faturamento, quantidade de veículos vendidos, número de pessoas trabalhando e número de pontos de vendas, estando presente em três estados: Pernambuco, Bahia e Maranhão", celebra o diretor comercial.

Por todas estas razões, a Bremen se consolida como a principal preferência dos pernambucanos por mais um ano. "Ser reconhecida no Prêmio Marcas Preferidas é uma honra e um reconhecimento do trabalho árduo e dedicação de toda a equipe Bremen. Reforça a confiança dos clientes em nossa marca e nos motiva a continuar buscando a excelência em todos os aspectos de nosso negócio", conclui Igor Catunda. ■



Bremen

A concessionária Volkswagen preferida dos Pernambucanos.



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO



Obrigada, Pernambuco.

Por mais um ano, somos líderes em vendas em todo o estado, pelo prêmio Marcas Preferidas, do Diário de Pernambuco, com destaque para Afogados, Boa Viagem e Caruaru, que reconhecem e prezam pelo nosso atendimento diferenciado.

Venha conhecer a Bremen e descubra por que somos a maior do Nordeste.



Bremen

A MAIOR DO NORDESTE



Grupo
Parvi

■ EMPRESA CONQUISTOU PÓDIO COMO OPERADORA DE CELULAR E BANDA LARGA PREFERIDAS

A Claro conquistou, neste ano, a categoria de Operadora de Celular preferida pelos pernambucanos e também a categoria Banda Larga preferida, título que alcança pela sétima vez, na pesquisa Marcas Preferidas 2024, do **Diário de Pernambuco**.

“O reconhecimento dos pernambucanos, por meio do estudo Marcas Preferidas, reflete o trabalho e investimentos contínuos da Claro, para oferecer sempre aos clientes a melhor experiência para uma vida mais divertida e produtiva”, comemora André Peixoto, diretor regional da Claro no Nordeste.

Em Pernambuco, a Claro é líder de mercado, com mais de 42% de market share (indicador que representa a participação de uma empresa no seu nicho) no serviço móvel. “Nossa liderança tem como base o entendimento de que nossos clientes merecem muito mais serviços, inovação, respeito e transparência. Além da implantação

CLARO LIDERA EM DOSE DUPLA

do Claro 5G+, nossa banda larga passa por modernização constante e expansão, para melhorar ainda mais a percepção do cliente e da qualidade de nossos produtos”, explica Peixoto.

No serviço móvel, a marca está presente em todas as cidades pernambucanas. E na capital, possui o 5G mais rápido da região, segundo o Speedtest®, um

Estudo da Ookla mostra que marca oferece o 5G mais rápido da região

estudo realizado pela empresa Ookla, para medir o desempenho da internet, que também confirma essa liderança da Claro no Brasil. Ainda no estado, a Claro lidera o market share da tecnologia 5G com 37,4% de participação de mercado e cobertura em sete cidades pernambucanas: Recife, Petrolina, Olin-

da, Caruaru, Cabo de Santo Agostinho, Jaboatão dos Guararapes e Paulista.

A estratégia desta empresa de telecomunicações é centrada na experiência do cliente e na oferta de serviços inovadores e convergentes, que integram conectividade, entretenimento, produtividade e serviços digitais. E os investimentos garantem a disponibilidade e qualidade dos serviços ofertados para seguir na vanguarda do desenvolvimento de novas tecnologias e no lançamento de produtos que façam a diferença na vida dos clientes.

A Claro oferece a mais moderna tecnologia de banda larga de ultravelocidade, com o Wi-Fi mais estável do Brasil e TV por assinatura. A Claro fibra é instalada com Wi-Fi Plus, por meio de uma rede de fibra óptica, nos planos de banda larga. A tecnologia garante uma melhor experiência de conexão, além de um maior alcance dentro da casa do cliente.

Com tantas facilidades, os produtos da Claro proporcionam soluções completas, não apenas em serviços de telefonia e banda larga. Os clientes também têm acesso à música, conteúdo, filmes, entre outras aplicações de conexão, interatividade e entretenimento, dentro e fora de casa. ■

CLARO/ DIVULGAÇÃO



No serviço móvel, a marca está presente em todas as cidades pernambucanas





MARCAS 2024
PREFERIDAS
DIÁRIO DE PERNAMBUCO

Com a Claro, você se conecta + com a marca preferida dos pernambucanos.

Todo pernambucano tem um cantinho preferido na sua casa.
Além de uma comida preferida. Uma praia preferida. E uma marca preferida.

Por isso, mais uma vez, a Claro ocupa o 1º lugar no Prêmio Marcas Preferidas do Diário de Pernambuco na categoria Banda Larga. E, este ano, é também vencedora na categoria Operadora de Celular.

Porque continuar conectando você dentro e fora de casa é o que nos move.
Afinal, com a Claro, você se conecta + com o que ama.

Eu  Pernambuco

[CLARO.COM.BR/PORQUECLARO](https://claro.com.br/porqueclaro)

A Claro é vencedora das categorias Internet Banda Larga e Operadora de Celular no Prêmio Marcas Preferidas 2024, do Diário de Pernambuco.

Claro 

■ MARCA REFORÇA
TÍTULO DE REFERÊNCIA
NO SETOR DE
TRANSPORTE DE
VALORES NO NORDESTE

GRUPO PRESERVE LISERVE: SINÔNIMO DE SEGURANÇA

Com quase cinco décadas de atuação em Pernambuco, o Grupo Preserve Liserve reforça a sua soberania ao ser a marca mais lembrada na categoria “Segurança” do Marcas Preferidas, promovido pelo **Diário de Pernambuco**. De 2016 a 2024, a empresa se mantém na liderança, se destacando como referência no segmento de transporte de valores no Nordeste e o quarto mais importante do país.

“Em 2025, o Grupo Preserve Liserve completa 50 anos e Pernambuco é o berço da nossa história. Ser uma marca lembrada por tantos anos, através do reconhecimento dos pernambucanos, é a prova de como conseguimos consolidar o nosso trabalho com ética, profissionalismo e inovação”, comemora o diretor Comercial, Filipe Gomes.

Fundado em 1975 nas cidades de João Pessoa e do Recife, o Grupo tem uma trajetória que acompanha a evolução das demandas de segurança no Nordeste. Hoje, a empresa conta com 20 bases operacionais, distribuídas estrategicamente pelas principais capitais e cidades nordestinas, sendo responsável pela geração de mais de 10 mil empregos diretos na região Nordeste, atendendo a mais de dois mil clientes, com uma frota de 500 veículos.

“A segurança privada tem condições e pode ajudar de forma significativa o Estado no combate à criminalidade”,

explica o presidente do Grupo Preserve Liserve, Agostinho Gomes. E é isso o que a empresa vem fazendo desde o início da sua trajetória, através da oferta de soluções inteligentes, tecnologia, qualidade, pontualidade e contínua melhoria de processo.

De acordo com Filipe Gomes, a satisfação do Grupo está em proporcionar soluções e atender aos clientes com qualidade, eficiência e pontualidade. “Estamos atentos às tendências mundiais de tecnologia e segurança para ampliar a excelência dos serviços prestados em todos os estados em que atuamos”, completa o diretor Comercial.

O portfólio abrange uma ampla gama de serviços, incluindo Logística de Valores, Gestão de Transporte e Tratamento de Valores, Segurança Patrimonial, Segurança Eletrônica, Escolta Armada, Conservação e Limpeza Ambiental, Terceirização de Mão de Obra e Consultoria em Gestão e Educação Corporativa. Essa diversificação reflete o compromisso do Grupo em oferecer soluções abrangentes e um atendimento de excelência.

Com demandas crescentes, o Grupo Preserve Liserve se empenha para acompanhar as exigências do mercado. Para o diretor comercial, há uma necessidade permanente de se adaptar às demandas da globalização e preparar ainda mais os seus colaboradores. “Inova-

ção e tecnologia andam de mãos dadas com a área de Recursos Humanos. Por isso, estamos focados em aprimorar a nossa política estratégica de desenvolvimento de pessoas, através da utilização de novos recursos tecnológicos educacionais, e também na transformação digital no RH aliada ao uso de IA”.

Desde 2007, a Preserve Liserve vem implementando um programa de gestão reconhecido internacionalmente pela certificação ISO 9001, e está em processo de adoção de padrões voltados para Responsabilidade Ambiental, Social e de Saúde e Segurança Ocupacional. Para o futuro, Filipe Gomes projeta a expansão do segmento através da união de inteligência e tecnologia para resultados de excelência, que irão elevar o reconhecimento do Grupo Preserve Liserve. ■

CARIUS PONTES / DIVULGAÇÃO

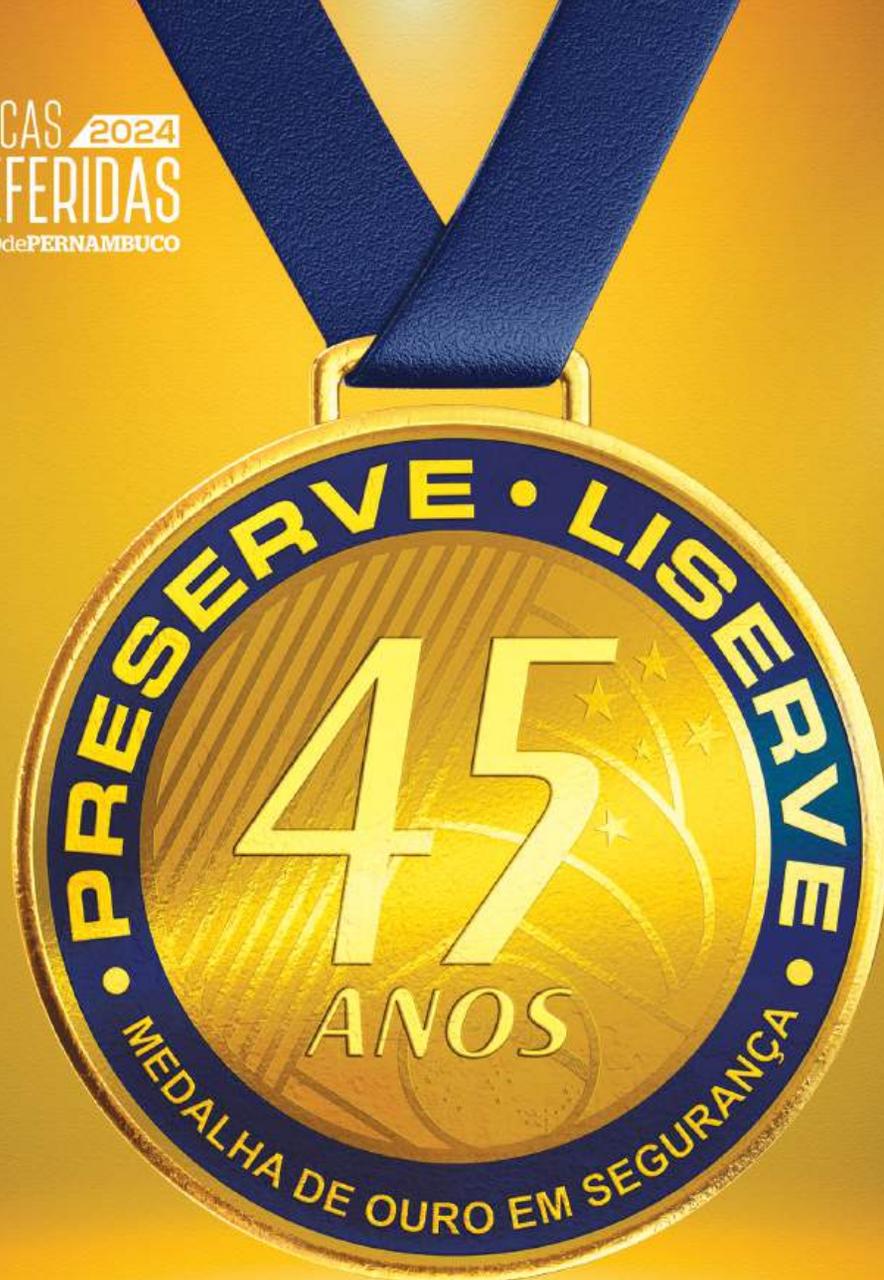


Gomes: condições de ajudar, de forma significativa, no combate à criminalidade



MARCAS **2024**
PREFERIDAS
DIÁRIO de PERNAMBUCO

CIRCO



A PREFERIDA QUE VALE OURO.

O Grupo Preserve Liserve conquista o prêmio “Marcas Preferidas” do jornal Diário de Pernambuco, pelo 8º ano. Nós só temos a agradecer a todas as pessoas que preferem a nossa marca.

8º prêmio
“Marcas Preferidas”
na categoria Segurança.

GRUPO ADLIM: HÁ 46 ANOS FORTE NA TERCEIRIZAÇÃO

■ EMPRESA PERNAMBUCANA EXPANDIU ATUAÇÃO PARA 12 ESTADOS BRASILEIROS

DIVULGAÇÃO

Composto pelas renomadas empresas Adlim Terceirização e Águia Vigilância, o Grupo Adlin comemora quatro décadas e meia de liderança e excelência nos setores de terceirização personalizada, serviços de tecnologia e governança empresarial. Fundada em Pernambuco, o grupo expandiu sua presença para 12 estados brasileiros. O trabalho abrange diversos segmentos econômicos, incluindo comércio, indústria, educação, saúde e serviços, sempre pautado pela segurança, eficiência operacional e qualidade.

Em mais uma demonstração de sua consolidação nacional, o Grupo Adlim foi eleito a marca mais lembrada pelos pernambucanos no Prêmio Marcas Preferidas, promovida pelo **Diário de Pernambuco**, na categoria de terceirização de serviços. Para a empresa, o reconhecimento é motivo de gratidão e orgulho e demonstra a força da marca em sua terra natal após 46 anos de atuação.

“É com gratidão e respeito que recebemos o reconhecimento pela valorização da marca Adlim, que está no coração dos pernambucanos há quase cinco décadas, pelo terceiro ano consecutivo conquistando o primeiro lugar na pesquisa”, comemora Cynthia Newman, diretora da empresa. Ao longo de quase cinco décadas, a Adlim proporcionou trabalho e crescimento para mais de 70 mil profissionais em todo o Brasil e atendeu a mais de 2 mil clientes.

Hoje, a empresa está em mais de 300



Grupo investe continuamente em pessoas, inovação e tecnologia

municípios de 12 estados: Alagoas, Espírito Santo, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Pernambuco, Paraíba, Paraná, Piauí, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, São Paulo e Santa Catarina.

O sucesso é impulsionado pela inovação contínua e pela excelência. A empresa desenvolveu o Adlimnow, uma ferramenta de gestão para governança dos serviços em tempo real, possibilitando o acompanhamento das atividades e a identificação de novas demandas.

“O Grupo Adlim se dedica a cumprir os requisitos legais rigorosamente e aumentar os investimentos em pessoas, recursos materiais, equipamentos, tecnologia e inovação. Com AdlimNow, atendemos com o máximo de quali-

dade as demandas do segmento que emprega cerca de 4,3 milhões de profissionais no Brasil”, conta a diretora.

O grupo oferece o serviço Adlim Express, permitindo a contratação rápida de serviços pontuais, como limpeza, jardinagem e serviços administrativos. O investimento contínuo em pessoas, inovação e tecnologia é responsável pelo recebimento de certificações de qualidade, como a ISO 9001:2015 e Distinção nos Serviços de Higiene Hospitalar pelo Instituto Qualisa de Gestão.

A empresa presta serviços para marcas reconhecidas no país inteiro, como: Smart Fit, Sesc, Unilever, Unimed Recife, IOR, Pernod Ric, ThoughtWorks, Porto Digital, PROCAPE, entre outros. ■



MAIS DE QUATRO
DÉCADAS DE EXCELÊNCIA
EM TERCEIRIZAÇÃO.

45
anos



Tricampeã Marcas Preferidas!

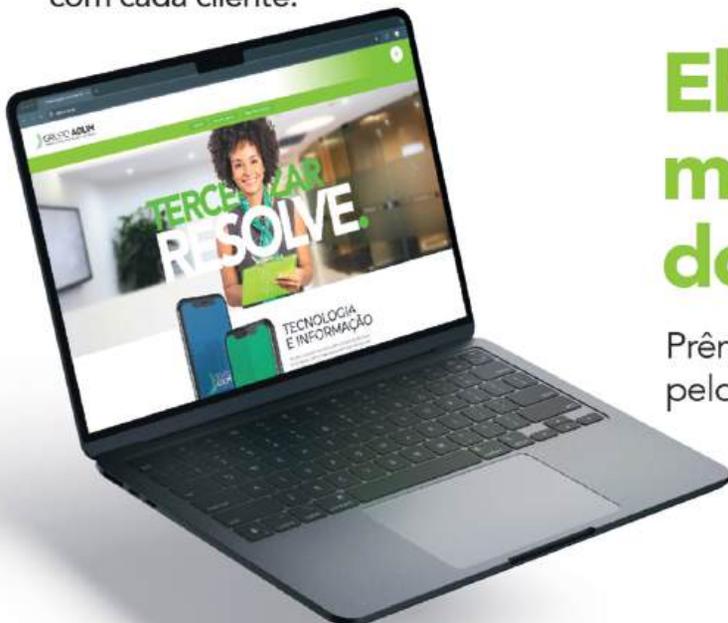
Celebrando a Excelência com Você!

Este prêmio consagra a Adlim como a marca que transcende a excelência em cada passo.

Oferecemos produtos e serviços com qualidade impecável, superando as expectativas dos nossos clientes e construindo uma relação de confiança em todos esses anos de existência.

A busca por soluções inovadoras é a nossa bandeira, impulsionando-nos a desenvolver ferramentas e serviços que atendem às necessidades dos nossos clientes de forma personalizada e eficaz, ano após ano.

Nossa equipe dedicada é a essência da Adlim, pronta para oferecer uma experiência única, memorável e personalizada, construindo laços fortes e duradouros com cada cliente.



Eleita três vezes a marca de preferência dos pernambucanos!

Prêmio Marcas Preferidas 2024 promovido pelo Diário de Pernambuco.

www.adlim.com.br

1825

CONECTANDO GERAÇÕES DESDE 1825.



2025 DIARIO de PERNAMBUCO

pernambuco.com

DIARIO de **TV**
PERNAMBUCO



Siga e curta o DP

