PREFEITURA MUNICIPAL DE CHÁCARA
ESTADO DE MINAS GERAIS
Rua: Heitor Cândido de Oliveira, 60 – Centro – 36.110-000 – Chácara – Minas Gerais
Tel: 0800 032 1014 – www.chacara.mg.gov.br – Email: gabinete@chacara.mg.gov.br

PREGÃO ELETRÔNICO

048/2025

CONTRATANTE
MUNICÍPIO DE CHÁCARA

OBJETO
Aquisição de cestas básicas para os servidores do município.

VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO
R$ 1.565.200,00 (um milhão, quinhentos e sessenta e cinco mil e duzentos reais).

RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:
A partir da publicação do aviso de edital. Encerramento do recebimento das propostas: **08/07/2025** às **13:30h (Horário de Brasília - DF).**

DATA DA SESSÃO PÚBLICA
Dia **08/07/2025** às **13:30h (horário de Brasília - DF), no endereço eletrônico https://ammlicita.org.br/.**

CRITÉRIO DE JULGAMENTO:
MENOR PREÇO GLOBAL

MODO DE DISPUTA:
ABERTO

PREFERÊNCIA ME/EPP/EQUIPARADAS
NÃO

Sumário

1. DO OBJETO 3
2. DO REGISTRO DE PREÇOS 3
3. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO 3
4. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO 5
5. DO PREENCHIMENTO DA PROPOSTA 7
6. DA ABERTURA DA SESSÃO, CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS E FORMULAÇÃO DE LANCES 8
7. DA FASE DE JULGAMENTO 12
8. DA FASE DE HABILITAÇÃO 15
9. DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS 17
10. DA FORMAÇÃO DO CADASTRO DE RESERVA 18
11. DOS RECURSOS 19
12. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES 20
13. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO 22
14. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS 23

MUNICÍPIO DE CHÁCARA

PREGÃO ELETRÔNICO Nº 048/2025

(Processo Administrativo n°079/2025)

Torna-se público que o Município de Chácara, por meio do Departamento de Licitações e Contratos, sediado junto à Rua Heitor Cândido, nº 60, Centro, Chácara – MG, CEP 36110-000, realizará licitação, para registro de preços, na modalidade PREGÃO, na forma ELETRÔNICA, nos termos da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, do Decreto Municipal nº 2.832, de 22 de Novembro de 2023, e demais legislação aplicável e, ainda, de acordo com as condições estabelecidas neste Edital.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto da presente licitação é para Aquisição de cestas básicas para os servidores do município, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

1.2. *A licitação será realizada em grupo único, formados por 18 itens, conforme tabela constante no Termo de Referência, devendo o licitante oferecer proposta para todos os itens que o compõem.*

2. DO REGISTRO DE PREÇOS

2.1. As regras referentes aos órgãos gerenciador e participantes, bem como a eventuais adesões são as que constam da minuta de Ata de Registro de Preços.

3. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

3.1. Poderão participar deste Pregão os interessados que demonstrarem aptidão à execução do objeto, conforme preenchimento das exigências de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista, bem como e econômico-financeira, além de efetuarem o lançamento das certidões e participarem da sessão de lances pelo sistema https://ammlicita.org.br/.

3.2. O licitante responsabiliza-se exclusiva e formalmente pelas transações efetuadas em seu nome, assume como firmes e verdadeiras suas propostas e seus lances, inclusive os atos praticados diretamente ou por seu representante, excluída a responsabilidade do provedor do sistema ou do órgão ou entidade promotora da licitação por eventuais danos decorrentes de uso indevido das credenciais de acesso, ainda que por terceiros.

3.3. É de responsabilidade do cadastrado conferir a exatidão dos seus dados cadastrais nos Sistemas relacionados no item anterior e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis

pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

3.4. A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar desclassificação no momento da habilitação.

3.5. Não poderão disputar esta licitação:

3.5.1. aquele que não atenda às condições deste Edital e seu(s) anexo(s);

3.5.2. autor do anteprojeto, do projeto básico ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ele relacionados;

3.5.3. empresa, isoladamente ou em consórcio, responsável pela elaboração do projeto básico ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado, quando a licitação versar sobre serviços ou fornecimento de bens a ela necessários;

3.5.4. pessoa física ou jurídica que se encontre, ao tempo da licitação, impossibilitada de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

3.5.5. aquele que mantenha vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

3.5.6. empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, concorrendo entre si;

3.5.7. pessoa física ou jurídica que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenha sido condenada judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

3.5.8. agente público do órgão ou entidade licitante;

3.5.9. Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP, atuando nessa condição;

3.5.10. Não poderá participar, direta ou indiretamente, da licitação ou da execução do contrato agente público do órgão ou entidade contratante, devendo ser observadas as situações que possam configurar conflito de interesses no exercício ou após o exercício do cargo ou emprego, nos termos da legislação que disciplina a matéria, conforme § 1º do art. 9º da Lei nº 14.133, de 2021.

3.6. O impedimento de que trata o item 3.5.4 será também aplicado ao licitante que atue em substituição a outra pessoa, física ou jurídica, com o intuito de burlar a efetividade da sanção a ela aplicada, inclusive a sua controladora, controlada ou coligada, desde que devidamente comprovado o ilícito ou a utilização fraudulenta da personalidade jurídica do licitante.

3.7. A critério da Administração e exclusivamente a seu serviço, o autor dos projetos e a empresa a que se referem os itens 3.5.2 e 3.5.3 poderão participar no apoio das atividades de planejamento da contratação, de execução da licitação ou de gestão do contrato, desde que sob supervisão exclusiva de agentes públicos do órgão ou entidade.

3.8. Equiparam-se aos autores do projeto as empresas integrantes do mesmo grupo econômico.

3.9. O disposto nos itens 3.5.2 e 3.5.3 não impede a licitação ou a contratação de serviço que inclua como encargo do contratado a elaboração do projeto básico e do projeto executivo, nas contratações integradas, e do projeto executivo, nos demais regimes de execução.

3.10. Em licitações e contratações realizadas no âmbito de projetos e programas parcialmente financiados por agência oficial de cooperação estrangeira ou por organismo financeiro internacional com recursos do financiamento ou da contrapartida nacional, não poderá participar pessoa física ou jurídica que integre o rol de pessoas sancionadas por essas entidades ou que seja declarada inidônea nos termos da Lei nº 14.133/2021.

3.11. A vedação de que trata o item 3.5.8 estende-se a terceiro que auxilie a condução da contratação na qualidade de integrante de equipe de apoio, profissional especializado ou funcionário ou representante de empresa que preste assessoria técnica.

4. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

4.1. Os licitantes encaminharão, exclusivamente por meio do sistema eletrônico, a proposta com o preço ou o percentual de desconto, conforme o critério de julgamento adotado neste Edital, até a data e o horário estabelecidos para abertura da sessão pública, a saber 13:30h do dia 08 de julho de 2025.

4.2. Caso a fase de habilitação anteceda as fases de apresentação de propostas e lances, os licitantes encaminharão, na forma e no prazo estabelecidos no item anterior, simultaneamente os documentos de habilitação e a proposta com o preço ou o percentual de desconto, observado o disposto no item 8.1.1 deste Edital.

4.3. No cadastramento da proposta inicial, o licitante declarará, em campo próprio do sistema, que:

4.3.1. está ciente e concorda com as condições contidas no edital e seus anexos, bem como de que a proposta apresentada compreende a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de sua entrega em definitivo e que cumpre plenamente os requisitos de habilitação definidos no instrumento convocatório;

4.3.2. não emprega menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 anos, salvo menor, a partir de 14 anos, na condição de aprendiz, nos termos do artigo 7°, XXXIII, da Constituição;

4.3.3. não possui empregados executando trabalho degradante ou forçado, observando o disposto nos incisos III e IV do art. 1º e no inciso III do art. 5º da Constituição Federal;

4.3.4. cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

4.4. O licitante organizado em cooperativa deverá declarar, ainda, em campo próprio do sistema eletrônico, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 16 da Lei nº 14.133, de 2021.

4.5. O fornecedor enquadrado como microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa deverá declarar, ainda, em campo próprio do sistema eletrônico, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3° da Lei Complementar nº 123, de 2006, estando apto a usufruir do tratamento favorecido estabelecido em seus arts. 42 a 49, observado o disposto nos §§ 1º ao 3º do art. 4º, da Lei n.º 14.133, de 2021.

4.5.1. no item exclusivo para participação de microempresas e empresas de pequeno porte, a assinalação do campo “não” impedirá o prosseguimento no certame, para aquele item;

4.5.2. nos itens em que a participação não for exclusiva para microempresas e empresas de pequeno porte, a assinalação do campo “não” apenas produzirá o efeito de o licitante não ter direito ao tratamento favorecido previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, mesmo que microempresa, empresa de pequeno porte ou sociedade cooperativa.

4.6. A falsidade da declaração de que trata os itens 4.3 ou 4.5 sujeitará o licitante às sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e neste Edital.

4.7. Os licitantes poderão retirar ou substituir a proposta ou, na hipótese de a fase de habilitação anteceder as fases de apresentação de propostas e lances e de julgamento, os documentos de habilitação anteriormente inseridos no sistema, até a abertura da sessão pública.

4.8. Não haverá ordem de classificação na etapa de apresentação da proposta e dos documentos de habilitação pelo licitante, o que ocorrerá somente após os procedimentos de abertura da sessão pública e da fase de envio de lances.

4.9. Serão disponibilizados para acesso público os documentos que compõem a proposta dos licitantes convocados para apresentação de propostas, após a fase de envio de lances.

4.10. Desde que disponibilizada a funcionalidade no sistema, o licitante poderá parametrizar o seu valor final mínimo ou o seu percentual de desconto máximo quando do cadastramento da proposta e obedecerá às seguintes regras:

4.10.1. a aplicação do intervalo mínimo de diferença de valores ou de percentuais entre os lances, que incidirá tanto em relação aos lances intermediários quanto em relação ao lance que cobrir a melhor oferta; e

4.10.2. os lances serão de envio automático pelo sistema, respeitado o valor final mínimo, caso estabelecido, e o intervalo de que trata o subitem acima.

4.11. O valor final mínimo ou o percentual de desconto final máximo parametrizado no sistema poderá ser alterado pelo fornecedor durante a fase de disputa, sendo vedado:

4.11.1. valor superior a lance já registrado pelo fornecedor no sistema, quando adotado o critério de julgamento por menor preço; e

4.11.2. percentual de desconto inferior a lance já registrado pelo fornecedor no sistema, quando adotado o critério de julgamento por maior desconto.

4.12. O valor final mínimo ou o percentual de desconto final máximo parametrizado na forma do item 4.10 possuirá caráter sigiloso para os demais fornecedores e para o órgão ou entidade promotora da licitação, podendo ser disponibilizado estrita e permanentemente aos órgãos de controle externo e interno.

4.13. Caberá ao licitante interessado em participar da licitação acompanhar as operações no sistema eletrônico durante o processo licitatório e se responsabilizar pelo ônus decorrente da perda de negócios diante da inobservância de mensagens emitidas pela Administração ou de sua desconexão.

4.14. O licitante deverá comunicar imediatamente ao provedor do sistema qualquer acontecimento que possa comprometer o sigilo ou a segurança, para imediato bloqueio de acesso.

5. DO PREENCHIMENTO DA PROPOSTA

5.1. O licitante deverá enviar sua proposta mediante o preenchimento, no sistema eletrônico, dos seguintes campos:

5.1.1. *VALOR GLOBAL*

5.1.2. Marca;

5.1.3. *Fabricante;*

5.2. Todas as especificações do objeto contidas na proposta vinculam o licitante.

5.2.1. O licitante não poderá oferecer proposta em quantitativo inferior ao máximo previsto para contratação.

5.3. Nos valores propostos estarão inclusos todos os custos operacionais, encargos previdenciários, trabalhistas, tributários, comerciais e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente na execução do objeto.

5.4. Os preços ofertados, tanto na proposta inicial, quanto na etapa de lances, serão de exclusiva responsabilidade do licitante, não lhe assistindo o direito de pleitear qualquer alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5.5. Se o regime tributário da empresa implicar o recolhimento de tributos em percentuais variáveis, a cotação adequada será a que corresponde à média dos efetivos recolhimentos da empresa nos últimos doze meses.

5.6. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, no pagamento serão retidos na fonte os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

5.7. A apresentação das propostas implica obrigatoriedade do cumprimento das disposições nelas contidas, em conformidade com o que dispõe o Termo de Referência, assumindo o proponente o compromisso de executar o objeto licitado nos seus termos, bem como de fornecer os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, em quantidades e qualidades adequadas à perfeita execução contratual, promovendo, quando requerido, sua substituição.

5.7.1. O prazo de validade da proposta não será inferior a **60 (sessenta)** dias**,** a contar da data de sua apresentação.

5.7.2. Os licitantes devem respeitar os preços máximos estabelecidos nas normas de regência de contratações públicas municipais, quando participarem de licitações públicas;

5.7.3. Caso o critério de julgamento seja o de maior desconto, o preço já decorrente da aplicação do desconto ofertado deverá respeitar os preços máximos previstos no item 4.9.

5.7.4. Caso o critério de julgamento seja o de menor valor, este deverá compreende até duas casas decimais. Exemplo para fins de compreensão: R$ 12,34 (doze reais e trinta e quatro centavos).

5.8. O descumprimento das regras supramencionadas pela Administração por parte dos contratados pode ensejar a responsabilização pelo Tribunal de Contas da União ou pelo Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, a depender da origem do recurso utilizado na contratação, e, após o devido processo legal, gerar as seguintes consequências: assinatura de prazo para a adoção das medidas necessárias ao exato cumprimento da lei, nos termos do art. 71, inciso IX, da Constituição; ou condenação dos agentes públicos responsáveis e da empresa contratada ao pagamento dos prejuízos ao erário, caso verificada a ocorrência de superfaturamento por sobrepreço na execução do contrato.

6. DA ABERTURA DA SESSÃO, CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS E FORMULAÇÃO DE LANCES

6.1. A abertura da presente licitação dar-se-á automaticamente em sessão pública, por meio de sistema eletrônico, na data, horário e local indicados neste Edital.

6.2. Os licitantes poderão retirar ou substituir a proposta ou os documentos de habilitação, quando for o caso, anteriormente inseridos no sistema, até a abertura da sessão pública.

6.3. O sistema disponibilizará campo próprio para troca de mensagens entre o Pregoeiro e os licitantes.

6.4. Iniciada a etapa competitiva, os licitantes deverão encaminhar lances exclusivamente por meio de sistema eletrônico, sendo imediatamente informados do seu recebimento e do valor consignado no registro.

6.5. O lance deverá ser ofertado pelo valor unitário do item

6.6. Os licitantes poderão oferecer lances sucessivos, observando o horário fixado para abertura da sessão e as regras estabelecidas no Edital.

6.7. O licitante somente poderá oferecer lance *de valor inferior* ao último por ele ofertado e registrado pelo sistema.

6.8. O intervalo mínimo de diferença de valores ou percentuais entre os lances, que incidirá tanto em relação aos lances intermediários quanto em relação à proposta que cobrir a melhor oferta deverá ser *de 1% (um por cento.)*.

6.9. O licitante poderá, uma única vez, excluir seu último lance ofertado, no intervalo de quinze segundos após o registro no sistema, na hipótese de lance inconsistente ou inexequível.

6.10. O procedimento seguirá de acordo com o modo de disputa adotado.

6.11. Caso seja adotado para o envio de lances no pregão eletrônico o modo de disputa “aberto”, os licitantes apresentarão lances públicos e sucessivos, com prorrogações.

6.11.1. A etapa de lances da sessão pública terá duração de dez minutos e, após isso, será prorrogada automaticamente pelo sistema quando houver lance ofertado nos últimos dois minutos do período de duração da sessão pública.

6.11.2. A prorrogação automática da etapa de lances, de que trata o subitem anterior, será de dois minutos e ocorrerá sucessivamente sempre que houver lances enviados nesse período de prorrogação, inclusive no caso de lances intermediários.

6.11.3. Não havendo novos lances na forma estabelecida nos itens anteriores, a sessão pública encerrar-se-á automaticamente, e o sistema ordenará e divulgará os lances conforme a ordem final de classificação.

6.11.4. Definida a melhor proposta, se a diferença em relação à proposta classificada em segundo lugar for de pelo menos 5% (cinco por cento), o pregoeiro, auxiliado pela equipe de apoio, poderá admitir o reinício da disputa aberta, para a definição das demais colocações.

6.11.5. Após o reinício previsto no item supra, os licitantes serão convocados para apresentar lances intermediários.

6.12. Caso seja adotado para o envio de lances no pregão eletrônico o modo de disputa “aberto e fechado”, os licitantes apresentarão lances públicos e sucessivos, com lance final e fechado.

6.12.1. A etapa de lances da sessão pública terá duração inicial de quinze minutos. Após esse prazo, o sistema encaminhará aviso de fechamento iminente dos lances, após o que transcorrerá o período de até dez minutos, aleatoriamente determinado, findo o qual será automaticamente encerrada a recepção de lances.

6.12.2. Encerrado o prazo previsto no subitem anterior, o sistema abrirá oportunidade para que o autor da oferta de valor mais baixo e os das ofertas com preços até 10% (dez por cento) superior àquela possam ofertar um lance final e fechado em até cinco minutos, o qual será sigiloso até o encerramento deste prazo.

6.12.3. No procedimento de que trata o subitem supra, o licitante poderá optar por manter o seu último lance da etapa aberta, ou por ofertar melhor lance.

6.12.4. Não havendo pelo menos três ofertas nas condições definidas neste item, poderão os autores dos melhores lances subsequentes, na ordem de classificação, até o

máximo de três, oferecer um lance final e fechado em até cinco minutos, o qual será sigiloso até o encerramento deste prazo.

6.12.5. Após o término dos prazos estabelecidos nos itens anteriores, o sistema ordenará e divulgará os lances segundo a ordem crescente de valores.

6.13. Caso seja adotado para o envio de lances no pregão eletrônico o modo de disputa "fechado e aberto", poderão participar da etapa aberta somente os licitantes que apresentarem a proposta de menor preço/ maior percentual de desconto e os das propostas até 10% (dez por cento) superiores/inferiores àquela, em que os licitantes apresentarão lances públicos e sucessivos, até o encerramento da sessão e eventuais prorrogações.

6.13.1. Não havendo pelo menos 3 (três) propostas nas condições definidas no item 6.13, poderão os licitantes que apresentaram as três melhores propostas, consideradas as empatadas, oferecer novos lances sucessivos.

6.13.2. A etapa de lances da sessão pública terá duração de dez minutos e, após isso, será prorrogada automaticamente pelo sistema quando houver lance ofertado nos últimos dois minutos do período de duração da sessão pública.

6.13.3. A prorrogação automática da etapa de lances, de que trata o subitem anterior, será de dois minutos e ocorrerá sucessivamente sempre que houver lances enviados nesse período de prorrogação, inclusive no caso de lances intermediários.

6.13.4. Não havendo novos lances na forma estabelecida nos itens anteriores, a sessão pública encerrar-se-á automaticamente, e o sistema ordenará e divulgará os lances conforme a ordem final de classificação.

6.13.5. Definida a melhor proposta, se a diferença em relação à proposta classificada em segundo lugar for de pelo menos 5% (cinco por cento), o pregoeiro, auxiliado pela equipe de apoio, poderá admitir o reinício da disputa aberta, para a definição das demais colocações.

6.13.6. Após o reinício previsto no subitem supra, os licitantes serão convocados para apresentar lances intermediários.

6.14. Após o término dos prazos estabelecidos nos subitens anteriores, o sistema ordenará e divulgará os lances segundo a ordem crescente de valores.

6.15. Não serão aceitos dois ou mais lances de mesmo valor, prevalecendo aquele que for recebido e registrado em primeiro lugar.

6.16. Durante o transcurso da sessão pública, os licitantes serão informados, em tempo real, do valor do menor lance registrado, vedada a identificação do licitante.

6.17. No caso de desconexão com o Pregoeiro, no decorrer da etapa competitiva do Pregão, o sistema eletrônico poderá permanecer acessível aos licitantes para a recepção dos lances.

6.18. Quando a desconexão do sistema eletrônico para o pregoeiro persistir por tempo superior a dez minutos, a sessão pública será suspensa e reiniciada somente após decorridas vinte e quatro horas da comunicação do fato pelo Pregoeiro aos participantes, no sítio eletrônico utilizado para divulgação.

6.19. Caso o licitante não apresente lances, concorrerá com o valor de sua proposta.

6.20. Em relação a itens não exclusivos para participação de microempresas e empresas de pequeno porte, uma vez encerrada a etapa de lances, será efetivada a verificação automática, junto à Receita Federal, do porte da entidade empresarial. O sistema identificará em coluna própria as microempresas e empresas de pequeno porte participantes, procedendo à comparação com os valores da primeira colocada, se esta for empresa de maior porte, assim como das demais classificadas, para o fim de aplicar-se o disposto nos arts. 44 e 45 da Lei Complementar nº 123, de 2006, regulamentada pelo Decreto nº 8.538, de 2015.

6.20.1. Nessas condições, as propostas de microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrarem na faixa de até 5% (cinco por cento) acima da melhor proposta ou melhor lance serão consideradas empatadas com a primeira colocada.

6.20.2. A melhor classificada nos termos do subitem anterior terá o direito de encaminhar uma última oferta para desempate, obrigatoriamente em valor inferior ao da primeira colocada, no prazo de 5 (cinco) minutos controlados pelo sistema, contados após a comunicação automática para tanto.

6.20.3. Caso a microempresa ou a empresa de pequeno porte melhor classificada desista ou não se manifeste no prazo estabelecido, serão convocadas as demais licitantes microempresa e empresa de pequeno porte que se encontrem naquele intervalo de 5% (cinco por cento), na ordem de classificação, para o exercício do mesmo direito, no prazo estabelecido no subitem anterior.

6.20.4. No caso de equivalência dos valores apresentados pelas microempresas e empresas de pequeno porte que se encontrem nos intervalos estabelecidos nos subitens anteriores, será realizado sorteio entre elas para que se identifique aquela que primeiro poderá apresentar melhor oferta.

6.21. Só poderá haver empate entre propostas iguais (não seguidas de lances), ou entre lances finais da fase fechada do modo de disputa aberto e fechado.

6.21.1. Havendo eventual empate entre propostas ou lances, o critério de desempate será aquele previsto no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021, nesta ordem:

6.21.1.1. disputa final, hipótese em que os licitantes empatados poderão apresentar nova proposta em ato contínuo à classificação;

6.21.1.2. avaliação do desempenho contratual prévio dos licitantes, para a qual deverão preferencialmente ser utilizados registros cadastrais para efeito de atesto de cumprimento de obrigações previstos nesta Lei;

6.21.1.3. desenvolvimento pelo licitante de ações de equidade entre homens e mulheres no ambiente de trabalho, conforme regulamento;

6.21.1.4. desenvolvimento pelo licitante de programa de integridade, conforme orientações dos órgãos de controle.

6.21.2. Persistindo o empate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos bens e serviços produzidos ou prestados por:

6.21.2.1. empresas estabelecidas no território do Estado ou do Distrito Federal do órgão ou entidade da Administração Pública estadual ou distrital licitante ou, no caso de licitação realizada por órgão ou entidade de Município, no território do Estado em que este se localize;

6.21.2.2. empresas brasileiras;

6.21.2.3. empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;

6.21.2.4. empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 29 de dezembro de 2009.

6.22. Encerrada a etapa de envio de lances da sessão pública, na hipótese da proposta do primeiro colocado permanecer acima do preço máximo ou inferior ao desconto definido para a contratação, o pregoeiro poderá negociar condições mais vantajosas, após definido o resultado do julgamento.

6.22.1. A negociação poderá ser feita com os demais licitantes, segundo a ordem de classificação inicialmente estabelecida, quando o primeiro colocado, mesmo após a negociação, for desclassificado em razão de sua proposta permanecer acima do preço máximo definido pela Administração.

6.22.2. A negociação será realizada por meio do sistema, podendo ser acompanhada pelos demais licitantes.

6.22.3. O resultado da negociação será divulgado a todos os licitantes e anexado aos autos do processo licitatório.

6.22.4. O pregoeiro solicitará ao licitante mais bem classificado que, no prazo de 2 (duas) horas, envie a proposta adequada ao último lance ofertado após a negociação realizada, acompanhada, se for o caso, dos documentos complementares, quando necessários à confirmação daqueles exigidos neste Edital e já apresentados.

6.22.5. É facultado ao pregoeiro prorrogar o prazo estabelecido, a partir de solicitação fundamentada feita no chat pelo licitante, antes de findo o prazo.

6.23. Após a negociação do preço, o Pregoeiro iniciará a fase de aceitação e julgamento da proposta.

7. DA FASE DE JULGAMENTO

7.1. Encerrada a etapa de negociação, o pregoeiro verificará se o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar atende às condições de participação no certame, conforme previsto no art. 14 da Lei nº 14.133/2021, legislação correlata e no item 3.5 do edital, especialmente quanto à existência de sanção que impeça a participação no certame ou a futura contratação, mediante a consulta aos seguintes cadastros:

7.1.1. Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas - CEIS, mantido pela Controladoria-Geral da União (https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/ceis); e

7.1.2. Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, mantido pela Controladoria-Geral da União (https://www.portaltransparencia.gov.br/sancoes/cnep).

7.2. A consulta aos cadastros será realizada em nome da empresa licitante e também de seu sócio majoritário, por força da vedação de que trata o artigo 12 da Lei n° 8.429, de 1992.

7.3. Caso conste na Consulta de Situação do licitante a existência de Ocorrências Impeditivas Indiretas, o Pregoeiro diligenciará para verificar se houve fraude por parte das empresas apontadas no Relatório de Ocorrências Impeditivas Indiretas. (IN nº 3/2018, art. 29, *caput*)

7.3.1. A tentativa de burla será verificada por meio dos vínculos societários, linhas de fornecimento similares, dentre outros. (IN nº 3/2018, art. 29, §1º).

7.3.2. O licitante será convocado para manifestação previamente a uma eventual desclassificação. (IN nº 3/2018, art. 29, §2º).

7.3.3. Constatada a existência de sanção, o licitante será reputado inabilitado, por falta de condição de participação.

7.4. Caso o licitante provisoriamente classificado em primeiro lugar tenha se utilizado de algum tratamento favorecido às ME/EPPs, o pregoeiro verificará se faz jus ao benefício, em conformidade com os itens **Erro! Fonte de referência não encontrada.** e 4.5 deste edital.

7.5. Verificadas as condições de participação e de utilização do tratamento favorecido, o pregoeiro examinará a proposta classificada em primeiro lugar quanto à adequação ao objeto e à compatibilidade do preço em relação ao máximo estipulado para contratação neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no artigo 29 a 35 da IN SEGES nº 73, de 30 de setembro de 2022.

7.6. Será desclassificada a proposta vencedora que:

7.6.1. contiver vícios insanáveis;

7.6.2. não obedecer às especificações técnicas contidas no Termo de Referência;

7.6.3. apresentar preços inexequíveis ou permanecerem acima do preço máximo definido para a contratação;

7.6.4. não tiverem sua exequibilidade demonstrada, quando exigido pela Administração;

7.6.5. apresentar desconformidade com quaisquer outras exigências deste Edital ou seus anexos, desde que insanável.

7.7. No caso de bens e serviços em geral, é indício de inexequibilidade das propostas valores inferiores a 50% (cinquenta por cento) do valor orçado pela Administração.

7.7.1. A inexequibilidade, na hipótese de que trata o **caput**, só será considerada após diligência do pregoeiro, que comprove:

7.7.1.1. que o custo do licitante ultrapassa o valor da proposta; e

7.7.1.2. inexistirem custos de oportunidade capazes de justificar o vulto da oferta.

7.8. Em contratação de serviços de engenharia, além das disposições acima, a análise de exequibilidade e sobrepreço considerará o seguinte:

7.8.1. Nos regimes de execução por tarefa, empreitada por preço global ou empreitada integral, semi-integrada ou integrada, a caracterização do sobrepreço se dará pela superação do valor global estimado;

7.8.2. No regime de empreitada por preço unitário, a caracterização do sobrepreço se dará pela superação do valor global estimado e *pela superação de custo unitário tido como relevante, conforme planilha anexa ao edital;*

7.8.3. No caso de serviços de engenharia, serão consideradas inexequíveis as propostas cujos valores forem inferiores a 75% (setenta e cinco por cento) do valor orçado pela Administração, independentemente do regime de execução.

7.8.4. Será exigida garantia adicional do licitante vencedor cuja proposta for inferior a 85% (oitenta e cinco por cento) do valor orçado pela Administração, equivalente à diferença entre este último e o valor da proposta, sem prejuízo das demais garantias exigíveis de acordo com a Lei.

7.9. Se houver indícios de inexequibilidade da proposta de preço, ou em caso da necessidade de esclarecimentos complementares, poderão ser efetuadas diligências, para que a empresa comprove a exequibilidade da proposta.

7.10. Caso o custo global estimado do objeto licitado tenha sido decomposto em seus respectivos custos unitários por meio de Planilha de Custos e Formação de Preços elaborada pela Administração, o licitante classificado em primeiro lugar será convocado para apresentar Planilha por ele elaborada, com os respectivos valores adequados ao valor final da sua proposta, sob pena de não aceitação da proposta.

7.10.1. Em se tratando de serviços de engenharia, o licitante vencedor será convocado a apresentar à Administração, por meio eletrônico, as planilhas com indicação dos quantitativos e dos custos unitários, seguindo o modelo elaborado pela Administração, bem como com detalhamento das Bonificações e Despesas Indiretas (BDI) e dos Encargos Sociais (ES), com os respectivos valores adequados ao valor final da proposta vencedora, admitida a utilização dos preços unitários, no caso de empreitada por preço global, empreitada integral, contratação semi-integrada e contratação integrada, exclusivamente para eventuais adequações indispensáveis no cronograma físico-financeiro e para balizar excepcional aditamento posterior do contrato.

7.11. Erros no preenchimento da planilha não constituem motivo para a desclassificação da proposta. A planilha poderá ser ajustada pelo fornecedor, no prazo indicado pelo sistema, desde que não haja majoração do preço e que se comprove que este é o bastante para arcar com todos os custos da contratação;

7.11.1. O ajuste de que trata este dispositivo se limita a sanar erros ou falhas que não alterem a substância das propostas;

7.11.2. Considera-se erro no preenchimento da planilha passível de correção a indicação de recolhimento de impostos e contribuições na forma do Simples Nacional, quando não cabível esse regime.

7.12. Caso o Termo de Referência exija a apresentação de amostra, o licitante classificado em primeiro lugar deverá apresentá-la, conforme disciplinado no Termo de Referência, sob pena de não aceitação da proposta.

7.13. Por meio de mensagem no sistema, será divulgado o local e horário de realização do procedimento para a avaliação das amostras, cuja presença será facultada a todos os interessados, incluindo os demais licitantes.

7.14. Os resultados das avaliações serão divulgados por meio de mensagem no sistema.

7.15. No caso de não haver entrega da amostra ou ocorrer atraso na entrega, sem justificativa aceita pelo Pregoeiro, ou havendo entrega de amostra fora das especificações previstas neste Edital, a proposta do licitante será recusada.

7.16. Se a(s) amostra(s) apresentada(s) pelo primeiro classificado não for(em) aceita(s), o Pregoeiro analisará a aceitabilidade da proposta ou lance ofertado pelo segundo classificado. Seguir-se-á com a verificação da(s) amostra(s) e, assim, sucessivamente, até a verificação de uma que atenda às especificações constantes no Termo de Referência.

8. DA FASE DE HABILITAÇÃO

8.1. Os documentos previstos no Termo de Referência, necessários e suficientes para demonstrar a capacidade do licitante de realizar o objeto da licitação, serão exigidos para fins de habilitação, nos termos dos arts. 62 a 70 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.1.1. A documentação exigida para fins de habilitação jurídica, fiscal, social e trabalhista e econômico-financeira deverá ser lançada no sistema “AMM Licita” em formato “pdf”.

8.2. Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

8.3. Na hipótese de o licitante vencedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para fins de assinatura do contrato ou da ata de registro de preços, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

8.4. Quando permitida a participação de consórcio de empresas, a habilitação técnica, quando exigida, será feita por meio do somatório dos quantitativos de cada consorciado e, para efeito de habilitação econômico-financeira, quando exigida, será observado o somatório dos valores de cada consorciado.

8.4.1. Se o consórcio não for formado integralmente por microempresas ou empresas de pequeno porte e o termo de referência exigir requisitos de habilitação econômico-

financeira, haverá um acréscimo de 15% para o consórcio em relação ao valor exigido para os licitantes individuais.

8.5. Os documentos exigidos para fins de habilitação poderão ser apresentados em original, por cópia ou por cópia autenticada.

8.6. Os documentos exigidos para fins de habilitação **NÃO** poderão ser substituídos por registro cadastral emitido por órgão ou entidade pública, ressalvado o Registro Cadastral expedido especificamente pelo Município de Chácara, e desde que o registro tenha sido feito em obediência ao disposto na Lei nº 14.133/2021.

8.7. Será verificado se o licitante apresentou declaração de que atende aos requisitos de habilitação, e o declarante responderá pela veracidade das informações prestadas, na forma da lei (art. 63, I, da Lei nº 14.133/2021).

8.8. Será verificado se o licitante apresentou no sistema, sob pena de inabilitação, a declaração de que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, previstas em lei e em outras normas específicas.

8.9. O licitante deverá apresentar, sob pena de desclassificação, declaração de que suas propostas econômicas compreendem a integralidade dos custos para atendimento dos direitos trabalhistas assegurados na Constituição Federal, nas leis trabalhistas, nas normas infralegais, nas convenções coletivas de trabalho e nos termos de ajustamento de conduta vigentes na data de entrega das propostas.

8.10. A habilitação será verificada por meio do lançamento de certidões informações no sistema https://ammlicita.org.br/, nos documentos por ele abrangidos, devendo tais estarem em formato “PDF”.

8.10.1. Somente haverá a necessidade de comprovação do preenchimento de requisitos mediante apresentação dos documentos originais não-digitais quando houver dúvida em relação à integridade do documento digital ou quando a lei expressamente o exigir. (IN nº 3/2018, art. 4º, §1º, e art. 6º, §4º).

8.11. É de responsabilidade do licitante conferir a exatidão dos seus dados cadastrais, relativos aos documentos lançados no sistema “AMM Licita”, e mantê-los atualizados junto aos órgãos responsáveis pela informação, devendo proceder, imediatamente, à correção ou à alteração dos registros tão logo identifique incorreção ou aqueles se tornem desatualizados.

8.11.1. A não observância do disposto no item anterior poderá ensejar desclassificação no momento da habilitação.

8.12. A verificação pelo pregoeiro, em sítios eletrônicos oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões constitui meio legal de prova, para fins de habilitação.

8.12.1. Na hipótese de a fase de habilitação anteceder a fase de apresentação de propostas e lances, os licitantes encaminharão, por meio do sistema, simultaneamente os documentos de habilitação e a proposta com o preço ou o percentual de desconto, observado o disposto no § 1º do art. 36 e no § 1º do art. 39 da *Instrução Normativa SEGES nº 73, de 30 de setembro de 2022.*

8.13. A verificação no sistema “AMM Licita” (https://ammlicita.org.br/) para apuração da exigência dos documentos exigidos somente será feita em relação ao licitante vencedor.

8.13.1. Os documentos relativos à regularidade fiscal que constem do Termo de Referência somente serão exigidos, em qualquer caso, em momento posterior ao julgamento das propostas, e apenas do licitante mais bem classificado.

8.13.2. Respeitada a exceção do subitem anterior, relativa à regularidade fiscal, quando a fase de habilitação anteceder as fases de apresentação de propostas e lances e de julgamento, a verificação ou exigência do presente subitem ocorrerá em relação a todos os licitantes.

8.14. Após a entrega dos documentos para habilitação, não será permitida a substituição ou a apresentação de novos documentos, salvo em sede de diligência, para (Lei 14.133/21, art. 64):

8.14.1. complementação de informações acerca dos documentos já apresentados pelos licitantes e desde que necessária para apurar fatos existentes à época da abertura do certame; e

8.14.2. atualização de documentos cuja validade tenha expirado após a data de recebimento das propostas;

8.15. Na análise dos documentos de habilitação, a comissão de contratação poderá sanar erros ou falhas, que não alterem a substância dos documentos e sua validade jurídica, mediante decisão fundamentada, registrada em ata e acessível a todos, atribuindo-lhes eficácia para fins de habilitação e classificação.

8.16. Na hipótese de o licitante não atender às exigências para habilitação, o pregoeiro examinará a proposta subsequente e assim sucessivamente, na ordem de classificação, até a apuração de uma proposta que atenda ao presente edital, observado o prazo disposto no subitem

8.17. Somente serão disponibilizados para acesso público os documentos de habilitação do licitante cuja proposta atenda ao edital de licitação, após concluídos os procedimentos de que trata o subitem anterior.

8.18. A comprovação de regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e das empresas de pequeno porte somente será exigida para efeito de contratação, e não como condição para participação na licitação (art. 4º do Decreto nº 8.538/2015).

8.19. Quando a fase de habilitação anteceder a de julgamento e já tiver sido encerrada, não caberá exclusão de licitante por motivo relacionado à habilitação, salvo em razão de fatos supervenientes ou só conhecidos após o julgamento.

9. DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

9.1. Homologado o resultado da licitação, o licitante mais bem classificado terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data de sua convocação, para assinar a Ata de

Registro de Preços, cujo prazo de validade encontra-se nela fixado, sob pena de decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021.

9.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, mediante solicitação do licitante mais bem classificado ou do fornecedor convocado, desde que:

(a) a solicitação seja devidamente justificada e apresentada dentro do prazo; e

(b) a justificativa apresentada seja aceita pela Administração.

9.3. A ata de registro de preços será assinada por meio de assinatura digital e disponibilizada no sistema de registro de preços.

9.4. Serão formalizadas tantas Atas de Registro de Preços quantas forem necessárias para o registro de todos os itens constantes no Termo de Referência, com a indicação do licitante vencedor, a descrição do(s) item(ns), as respectivas quantidades, preços registrados e demais condições.

9.5. O preço registrado, com a indicação dos fornecedores, será divulgado no PNCP e disponibilizado durante a vigência da ata de registro de preços.

9.6. A existência de preços registrados implicará compromisso de fornecimento nas condições estabelecidas, mas não obrigará a Administração a contratar, facultada a realização de licitação específica para a aquisição pretendida, desde que devidamente justificada.

9.7. Na hipótese de o convocado não assinar a ata de registro de preços no prazo e nas condições estabelecidas, fica facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes do cadastro de reserva, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas condições propostas pelo primeiro classificado.

10. DA FORMAÇÃO DO CADASTRO DE RESERVA

10.1. Após a homologação da licitação, será incluído na ata, na forma de anexo, o registro:.

10.1.1. dos licitantes que aceitarem cotar o objeto com preço igual ao do adjudicatário, observada a classificação na licitação; e

10.1.2. dos licitantes que mantiverem sua proposta original

10.2. Será respeitada, nas contratações, a ordem de classificação dos licitantes ou fornecedores registrados na ata.

10.2.1. A apresentação de novas propostas na forma deste item não prejudicará o resultado do certame em relação ao licitante mais bem classificado.

10.2.2. Para fins da ordem de classificação, os licitantes ou fornecedores que aceitarem cotar o objeto com preço igual ao do adjudicatário antecederão aqueles que mantiverem sua proposta original.

10.3. A habilitação dos licitantes que comporão o cadastro de reserva será efetuada quando houver necessidade de contratação dos licitantes remanescentes, nas seguintes hipóteses:

10.3.1. quando o licitante vencedor não assinar a ata de registro de preços no prazo e nas condições estabelecidos no edital; ou

10.3.2. quando houver o cancelamento do registro do fornecedor ou do registro de preços, nas hipóteses previstas nos art. 28 e art. 29 do Decreto nº 11.462/23.

10.4. Na hipótese de nenhum dos licitantes que aceitaram cotar o objeto com preço igual ao do adjudicatário concordar com a contratação nos termos em igual prazo e nas condições propostas pelo primeiro classificado, a Administração, observados o valor estimado e a sua eventual atualização na forma prevista no edital, poderá:

10.4.1. convocar os licitantes que mantiveram sua proposta original para negociação, na ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário; ou

10.4.2. adjudicar e firmar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes remanescentes, observada a ordem de classificação, quando frustrada a negociação de melhor condição.

11. DOS RECURSOS

11.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.

11.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

11.3. Quando o recurso apresentado impugnar o julgamento das propostas ou o ato de habilitação ou inabilitação do licitante:

11.3.1. a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão;

11.3.2. o prazo para a manifestação da intenção de recorrer não será inferior a 10 (dez) minutos.

11.3.3. o prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação ou de lavratura da ata de habilitação ou inabilitação;

11.3.4. na hipótese de adoção da inversão de fases prevista no § 1º do art. 17 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo para apresentação das razões recursais será iniciado na data de intimação da ata de julgamento.

11.4. Os recursos deverão ser encaminhados em campo próprio do sistema.

11.5. O recurso será dirigido à autoridade que tiver editado o ato ou proferido a decisão recorrida, a qual poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, encaminhar recurso para a autoridade superior, a qual deverá proferir sua decisão no prazo de 10 (dez) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

11.6. Os recursos interpostos fora do prazo não serão conhecidos.

11.7. O prazo para apresentação de contrarrazões ao recurso pelos demais licitantes será de 3 (três) dias úteis, contados da data da intimação pessoal ou da divulgação da interposição do recurso, assegurada a vista imediata dos elementos indispensáveis à defesa de seus interesses.

11.8. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

11.9. O acolhimento do recurso invalida tão somente os atos insuscetíveis de aproveitamento.

11.10. Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados no sítio eletrônico https://ammlicita.org.br/.

12. DAS INFRAÇÕES ADMINISTRATIVAS E SANÇÕES

12.1. Comete infração administrativa, nos termos da lei, o licitante que, com dolo ou culpa:

12.1.1. deixar de entregar a documentação exigida para o certame ou não entregar qualquer documento que tenha sido solicitado pelo/a pregoeiro/a durante o certame;

12.1.2. Salvo em decorrência de fato superveniente devidamente justificado, não mantiver a proposta em especial quando:

12.1.2.1. não enviar a proposta adequada ao último lance ofertado ou após a negociação;

12.1.2.2. recusar-se a enviar o detalhamento da proposta quando exigível;

12.1.2.3. pedir para ser desclassificado quando encerrada a etapa competitiva; ou

12.1.2.4. deixar de apresentar amostra;

12.1.2.5. apresentar proposta ou amostra em desacordo com as especificações do edital;

12.1.3. não celebrar o contrato ou não entregar a documentação exigida para a contratação, quando convocado dentro do prazo de validade de sua proposta;

12.1.3.1. recusar-se, sem justificativa, a assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou a aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração;

12.1.4. apresentar declaração ou documentação falsa exigida para o certame ou prestar declaração falsa durante a licitação

12.1.5. fraudar a licitação

12.1.6. comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza, em especial quando:

12.1.6.1. agir em conluio ou em desconformidade com a lei;

12.1.6.2. induzir deliberadamente a erro no julgamento;

12.1.6.3. apresentar amostra falsificada ou deteriorada;

12.1.7. praticar atos ilícitos com vistas a frustrar os objetivos da licitação

12.1.8. praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei n.º 12.846, de 2013.

12.2. Com fulcro na Lei nº 14.133, de 2021, a Administração poderá, garantida a prévia defesa, aplicar aos licitantes e/ou adjudicatários as seguintes sanções, sem prejuízo das responsabilidades civil e criminal:

12.2.1. advertência;

12.2.2. multa;

12.2.3. impedimento de licitar e contratar e

12.2.4. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

12.3. Na aplicação das sanções serão considerados:

12.3.1. a natureza e a gravidade da infração cometida.

12.3.2. as peculiaridades do caso concreto

12.3.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes

12.3.4. os danos que dela provierem para a Administração Pública

12.3.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

12.4. A multa será recolhida em percentual de 0,5% a 30% incidente sobre o valor do contrato licitado, recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, a contar da comunicação oficial.

12.4.1. Para as infrações previstas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3, a multa será de 0,5% a 15% do valor do contrato licitado.

12.4.2. Para as infrações previstas nos itens 12.1.4, 12.1.5, 12.1.6, 12.1.7 e 12.1.8, a multa será de 15% a 30% do valor do contrato licitado.

12.5. As sanções de advertência, impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar poderão ser aplicadas, cumulativamente ou não, à penalidade de multa.

12.6. Na aplicação da sanção de multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

12.7. A sanção de impedimento de licitar e contratar será aplicada ao responsável em decorrência das infrações administrativas relacionadas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave, e impedirá o responsável de licitar e contratar no âmbito da Administração Pública direta e indireta do ente federativo a qual pertencer o órgão ou entidade, pelo prazo máximo de 3 (três) anos.

12.8. Poderá ser aplicada ao responsável a sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar, em decorrência da prática das infrações dispostas nos itens 12.1.4, 12.1.5, 12.1.6, 12.1.7 e 12.1.8, bem como pelas infrações administrativas previstas nos itens 12.1.1, 12.1.2 e 12.1.3 que justifiquem a imposição de penalidade mais grave que a sanção de impedimento de licitar e contratar, cuja duração observará o prazo previsto no art. 156, §5º, da Lei n.º 14.133/2021.

12.9. A recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato ou a ata de registro de preço, ou em aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo estabelecido pela Administração, descrita no item 12.1.3, caracterizará o descumprimento total da obrigação assumida e o sujeitará às penalidades e à imediata perda da garantia de proposta em favor do órgão ou entidade promotora da licitação, nos termos do art. 45, §4º da IN SEGES/ME n.º 73, de 2022.

12.10. A apuração de responsabilidade relacionadas às sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar demandará a instauração de processo de responsabilização a ser conduzido por comissão composta por 2 (dois) ou mais servidores estáveis, que avaliará fatos e circunstâncias conhecidos e intimará o licitante ou o adjudicatário para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação, apresentar defesa escrita e especificar as provas que pretenda produzir.

12.11. Caberá recurso no prazo de 15 (quinze) dias úteis da aplicação das sanções de advertência, multa e impedimento de licitar e contratar, contado da data da intimação, o qual será dirigido à autoridade que tiver proferido a decisão recorrida, que, se não a reconsiderar no prazo de 5 (cinco) dias úteis, encaminhará o recurso com sua motivação à autoridade superior, que deverá proferir sua decisão no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do recebimento dos autos.

12.12. Caberá a apresentação de pedido de reconsideração da aplicação da sanção de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data da intimação, e decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contado do seu recebimento.

12.13. O recurso e o pedido de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final da autoridade competente.

12.14. A aplicação das sanções previstas neste edital não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral dos danos causados.

13. DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL E DO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO

13.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar este Edital por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133, de 2021, devendo protocolar o pedido até 3 (três) dias úteis antes da data da abertura do certame.

13.2. A resposta à impugnação ou ao pedido de esclarecimento será divulgado em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data da abertura do certame.

13.3. A impugnação e o pedido de esclarecimento poderão ser realizados por forma eletrônica, *através do sistema "AMM Licita" (https://ammlicita.org.br/) no campo próprio para tanto.*

13.4. As impugnações e pedidos de esclarecimentos não suspendem os prazos previstos no certame.

13.4.1. A concessão de efeito suspensivo à impugnação é medida excepcional e deverá ser motivada pelo agente de contratação, nos autos do processo de licitação.

13.5. Acolhida a impugnação, será definida e publicada nova data para a realização do certame.

14. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. Será divulgada ata da sessão pública no sistema eletrônico.

14.2. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação em contrário, pelo Pregoeiro.

14.3. Todas as referências de tempo no Edital, no aviso e durante a sessão pública observarão o horário de Brasília - DF.

14.4. A homologação do resultado desta licitação não implicará direito à contratação.

14.5. As normas disciplinadoras da licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, desde que não comprometam o interesse da Administração, o princípio da isonomia, a finalidade e a segurança da contratação.

14.6. Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

14.7. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e seus Anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Administração.

14.8. O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará o afastamento do licitante, desde que seja possível o aproveitamento do ato, observados os princípios da isonomia e do interesse público.

14.9. Em caso de divergência entre disposições deste Edital e de seus anexos ou demais peças que compõem o processo, prevalecerá as deste Edital.

14.10. O Edital e seus anexos estão disponíveis, na íntegra, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e endereço no sistema "AMM Licita" (https://ammlicita.org.br/).

14.11. Integram este Edital, para todos os fins e efeitos, os seguintes anexos:

14.11.1. ANEXO I - Termo de Referência

14.11.1.1. Apêndice do Anexo I – Estudo Técnico Preliminar

14.11.2. ANEXO II – Minuta de Termo de Contrato

14.11.3. ANEXO III – Minuta de Ata de Registro de Preços

Chácara, 10 de junho de 2025.

_____

Jonayne Aparecida Duque de Freitas
Agente de Contratação
Fase externa

PREFEITURA MUNICIPAL DE CHÁCARA

1Doc

Proc. Administrativo Pregão: Ata de Registro de Preços - 6- 079/2025

De: Mel R. - SMAF - LC - LINT

Para: SMAF - LC - LINT - Licitação - Fase Interna

Data: 15/05/2025 às 15:08:49

Setores envolvidos:

SMAF, SMAF - CONT, SMAF - LC, SMAF - LC - LINT

Aquisição de cestas básicas para os servidores do município.

TERMO DE REFERÊNCIA

_

Mel Tonon Dias Ramiro
Agente de Contratação

Anexos:
05_TR.pdf

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 079/2025

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇOS Nº 048/2025

Ref.: Aquisição de cestas básicas para os servidores do município.

TERMO DE REFERÊNCIA

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

MUNICÍPIO DE CHÁCARA

(Processo Administrativo n°079)

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Aquisição de cestas básicas para os servidores do município, nos termos da tabela abaixo, conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento.

GRUPO ÚNICO	QUANT.
Aquisição de cestas básicas com as marcas exigidas, contendo: 01 achocolatado em pó de 30% a 50% cacau, a partir de 180gr; 01 pct de açúcar cristal, 5Kg; 01 pct de arroz tipo 01, 5Kg; 01 pct de biscoito tipo maisena, a partir de 345g; 01 pct de café em pó, a partir de 500g; 01 creme/gel dental, a partir de 90gr; 01 lata de ervilha em conserva, a partir de 170gr; 01 extrato de tomate, a partir de 340g; 01 pct de farinha de trigo, tipo 01, 1Kg; 01 pct de feijão, tipo 01, 1Kg; 01 pct de fubá, 1Kg; 01 gelatina, a partir de 20gr; 01 pct de goiabada, a partir de 500g; 0 2 pct de macarrão espaguete, a partir de 500g cada; 01 lata de milho verde em conserva, a partir de 170gr; 02 garrafas de óleo de soja, a partir de 900ml cada; 02 sabonetes em barra, a partir de 85gr cada; 01 pct de sal branco refinado, 1Kg;	**8000 CESTAS**

N°	ITEM COM DESCRITIVO	MARCAS EXIGIDAS	UNID.	QUANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
	Aquisição de cestas básicas para os servidores do município contendo:					
1	Achocolatado em pó de 30% a 50% cacau, a partir de 180gr	**Nescau Mavalério Nestlé Garoto Harald Melken**	Unid.	8000	**15,94**	127.520,00
2	Açúcar cristal, 5Kg	**Delta União Caravela Alvinho Cristal de Minas**	Unid.	8000	**23,82**	190.560,00

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

3	Arroz tipo 01, 5Kg	**Prato Fino Tio João Pagliarim Sepé Super Ecco**	Unid.	8000	**30,68**	245.440,00
4	Biscoito, tipo maisena, a partir de 345g	**Triunfo Marilan Aymoré Renata**	Unid.	8000	**6,03**	48.240,00
5	Café em pó, a partir de 500g	**3 corações Pilão Toko Apollo**	Unid.	8000	**22,97**	183.760,00
6	Creme/gel dental, a partir de 90gr	**Colgate Sorriso Oral-B Closeup**	Unid.	8000	**6,23**	49.840,00
7	Ervilha em conserva, a partir de 170gr	**Quero Fugini Predilecta Bonduelle Knorr**	Unid.	8000	**4,35**	34.800,00
8	Extrato de tomate, a partir de 340g	**Quero Elefante Predilecta Colonial**	Unid.	8000	**6,09**	48.720,00
9	Farinha de trigo, tipo 01, 1Kg	**Santa Luzia Rosa Branca Dona Benta Sol Anaconda**	Unid.	8000	**6,53**	52.240,00
10	Feijão, tipo 01, 1Kg	**Pereira Fartura Tio João Campo Bom**	Unid.	8000	**12,00**	96.000,00
11	Fubá, 1Kg	**Pereira Fartura Granfino Xodó Yoki**	Unid.	8000	**5,00**	40.000,00
12	Gelatina, a partir de 20gr	**Apti Dr.Oetker Sol Royal**	Unid.	8000	**3,02**	24.160,00
13	Goiabada, a partir de 500g	**Predilecta Amore Reserva de Minas Zélia**	Unid.	8000	**12,88**	103.040,00

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

14	Macarrão espaguete, a partir de 500g	**Renata Vilma Roberta (Ninfa) Dona Benta Galo**	Unid.	16000	**4,20**	67.200,00
15	Milho verde em conserva, a partir de 170gr	**Quero Bonduelle Predilecta Fugini Knorr**	Unid.	8000	**4,33**	34.640,00
16	Óleo de soja, a partir de 900ml cada	**Soya Liza ABC Leve Vitaliv**	Unid.	16000	**8,90**	142.400,00
17	Sabonetes em barra, a partir de 85gr cada	**Nivea Lux Palmolive Flor de Ypê Dove**	Unid.	16000	**3,26**	52.160,00
18	Sal branco refinado, 1Kg	**Cisne Sosal Sal Lebre Finosal**	Unid.	8000	**3,06**	24.480,00
TOTAL GERAL					**R$ 1.565.200,00**	

1.2. Os bens objeto desta contratação são caracterizados como comuns, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

1.3. O objeto desta contratação não se enquadra como sendo de bem de luxo, conforme Decreto Municipal nº 2.754/2023.

1.4. *O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados do dia 23/08/2025, considerando o fim da vigência do processo anterior, com possibilidade de prorrogação, na forma do artigo 105 da Lei n° 14.133, de 2021.*

1.5. *As cestas deverão ser fornecidas **exclusivamente com as marcas exigidas**, conforme especificadas no "Estudo das Marcas Exigidas", anexo II do ETP e na tabela do item 1.1 deste documento.*

1.5.1. *Caso o licitante forneça itens de marcas diferentes das indicadas no Termo de Referência, deverá demonstrar por meio documental, que será conferido dentre aqueles enviados para a fase de habilitação, o preenchimento de algum dos seguintes itens constantes do artigo 42 da Lei Federal nº 14.133/2021:*

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

1.5.1.1. Comprovação de que o produto está de acordo com as normas técnicas determinadas pelos órgãos oficiais competentes, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) ou por outra entidade credenciada pelo Inmetro;

1.5.1.2. Declaração de atendimento satisfatório emitida por outro órgão ou entidade de nível federativo equivalente ou superior que tenha adquirido o produto;

1.5.1.3. Certificação, certificado, laudo laboratorial ou documento similar que possibilite a aferição da qualidade e da conformidade do produto ou do processo de fabricação, inclusive sob o aspecto ambiental, emitido por instituição oficial competente ou por entidade credenciada."

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

2.1. A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2. *O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual [2024], conforme consta das informações básicas desse termo de referência.*

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO

3.1. *A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.*

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Sustentabilidade:

4.1. Além dos critérios de sustentabilidade eventualmente inseridos na descrição do objeto, devem ser atendidos os seguintes requisitos, que se baseiam no Guia Nacional de Contratações Sustentáveis.

Subcontratação

4.2. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

Garantia da contratação

4.3. *Não haverá exigência da garantia da contratação dos artigos 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, pelas razões constantes do Estudo Técnico Preliminar.*

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de Entrega

5.1. *As cestas serão adquiridas de acordo com a necessidade da Secretaria demandante, para tornar viável o Registro de Preços.*

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

5.2. *As cestas deverão ser fornecidas **exclusivamente com as marcas exigidas**, conforme especificadas na tabela do item 1.1 deste documento.*

5.3. *Essas especificações das marcas, estão detalhadamente apresentadas no "Estudo das Marcas Exigidas", disponível no Anexo III do Estudo Técnico Preliminar, apêndice deste Termo de Referência.*

5.4. *As cestas básicas para os servidores, deverão ser entregues de acordo com a quantidade especificada na Ordem de Compra,* no seguinte endereço: Prefeitura Municipal de Chácara, Rua: Heitor Cândido, n° 60 – Centro – 36.110-000 – Chácara – Minas Gerais.,

5.5. As cestas deverão ser disponibilizadas ao Município no **prazo máximo de 05 (cinco) dias corridos**, contados a partir da data da solicitação.

Garantia, manutenção e assistência técnica

5.6. *O prazo de garantia é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor)*

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

6.1. O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2. Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3. As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4. O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5. Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

Fiscalização

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

Fiscalização Técnica

6.7. O fiscal técnico e administrativo do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.7.1. O fiscal técnico e administrativo do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º, e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

6.7.2. Identificada qualquer inexatidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

6.7.3. O fiscal técnico e administrativo do contrato informará ao gestor do contato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso.

6.7.4. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprazadas, o fiscal técnico e administrativo do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.7.5. O fiscal técnico e administrativo do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual.

Fiscalização Administrativa

6.8. O fiscal técnico e administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.

6.8.1. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal técnico e administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.

Gestor do Contrato

6.9. O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

6.10. O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.

6.11. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.

6.12. O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, que no caso de aplicação das penalidades constantes dos incisos III e IV do artigo 156 da Lei 14.133 deverá ser conduzida pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.

6.13. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

Recebimento

7.1. Os bens serão recebidos provisoriamente, de forma sumária, no ato da entrega, juntamente com a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, pelo(a) responsável pelo acompanhamento e fiscalização do contrato, para efeito de posterior verificação de sua conformidade com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta.

7.2. Os bens poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, inclusive antes do recebimento provisório, quando em desacordo com as especificações constantes no Termo de Referência e na proposta, devendo ser substituídos no prazo de 15 (quinze) dias, a contar da notificação da contratada, às suas custas, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.3. O recebimento definitivo ocorrerá no prazo de 30 (trinta) dias úteis, a contar do recebimento da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente pela Administração, após a verificação da qualidade e quantidade do material e consequente aceitação mediante termo detalhado.

7.4. Para as contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021, o prazo máximo para o recebimento definitivo será de até 15 (quinze) dias úteis.

7.5. O prazo para recebimento definitivo poderá ser excepcionalmente prorrogado, de forma justificada, por igual período, quando houver necessidade de diligências para a aferição do atendimento das exigências contratuais.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

7.6. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que for pertinente à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.7. O prazo para a solução, pelo contratado, de inconsistências na execução do objeto ou de saneamento da nota fiscal ou de instrumento de cobrança equivalente, verificadas pela Administração durante a análise prévia à liquidação de despesa, não será computado para os fins do recebimento definitivo.

7.8. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança dos bens nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação

7.9. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

7.10. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.10.1. o prazo de validade;

7.10.2. a data da emissão;

7.10.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

7.10.4. o período respectivo de execução do contrato;

7.10.5. o valor a pagar; e

7.10.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.11. Havendo erro na apresentação da nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus ao contratante;

7.12. A nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente deverá ser obrigatoriamente acompanhado da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta *on-line* ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no art. 68 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.13. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

7.13.1. No caso do fornecedor não possuir registro no SICAF, deverá juntamente com o encaminhamento da nota fiscal, encaminhar a seguinte documentação: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual e Municipal do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

7.14. Constatando-se, junto ao SICAF, ou mediante a documentação fornecida, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

7.15. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.16. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

7.17. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF ou diretamente ao órgão competente, caso não possua registro no SICAF.

Prazo de pagamento

7.18. O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias úteis contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior.

7.19. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice *IPCA* de correção monetária.

Forma de pagamento

7.20. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

7.21. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

7.22. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

7.22.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

7.23. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 2006, não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E FORMA DE FORNECIMENTO

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

8.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade PREGÃO, sob a forma ELETRÔNICA, com adoção do critério de julgamento pelo MENOR PREÇO GLOBAL.

Forma de fornecimento

8.2. O fornecimento do objeto será PARCELADO.

Exigências de habilitação

8.3. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação jurídica

8.4. **Pessoa física:** cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

8.5. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

8.6. **Microempreendedor Individual - MEI:** Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor;

8.7. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.8. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

8.9. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.10. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

8.11. **Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

8.12. **Agricultor familiar:** Declaração de Aptidão ao Pronaf – DAP ou DAP-P válida, ou, ainda, outros documentos definidos pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, nos termos do art. 4º, §2º do Decreto nº 10.880, de 2 de dezembro de 2021.

8.13. **Produtor Rural:** matrícula no Cadastro Específico do INSS – CEI, que comprove a qualificação como produtor rural pessoa física, nos termos da Instrução Normativa RFB n. 971, de 13 de novembro de 2009 (arts. 17 a 19 e 165).

8.14. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

8.15. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

8.16. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014, do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.17. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.18. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

8.19. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes *Estadual* relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

8.20. Prova de regularidade com a Fazenda *Federal, Estadual e Municipal* do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.21. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos *Federal, Estadual e Municipal* relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

8.22. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

8.23. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação ou de sociedade simples;

8.24. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II);

8.25. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando;

8.25.1. índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

8.25.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

8.25.3. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

8.25.4. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

8.25.5. Os documentos exigidos no *caput* serão dispensados para Microempresa ou Microempreendedor individual, considerando a disposição do artigo 1.179 do Código Civil de 2002, bem como a definição do artigo 18-A, § 1º da Lei Complementar nº 123/2006, sendo, neste caso, exigido no mínimo a apresentação de receita bruta por demonstração do registro de vendas ou de prestação de serviços na forma estabelecida pelo Comitê Gestor do Simples Nacional.

8.26. Caso a empresa licitante apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

8.27. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).

8.28. *O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.*

Qualificação Técnica

8.29. *Comprovação de aptidão para o fornecimento de bens similares de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior com o objeto desta contratação, ou com o item pertinente, por meio da apresentação de certidões ou atestados, por pessoas jurídicas de direito público ou privado, ou regularmente emitido(s) pelo conselho profissional competente, quando for o caso.*

8.29.1. *Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.*

8.29.2. *O fornecedor disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.*

8.30. Caso admitida a participação de cooperativas, será exigida a seguinte documentação complementar:

8.30.1. A relação dos cooperados que atendem aos requisitos técnicos exigidos para a contratação e que executarão o contrato, com as respectivas atas de inscrição e a comprovação de que estão domiciliados na localidade da sede da cooperativa, respeitado o disposto nos arts. 4º, inciso XI, 21, inciso I e 42, §§2º a 6º da Lei n. 5.764, de 1971;

8.30.2. A declaração de regularidade de situação do contribuinte individual – DRSCI, para cada um dos cooperados indicados;

8.30.3. A comprovação do capital social proporcional ao número de cooperados necessários à execução contratual;

8.30.4. O registro previsto na Lei n. 5.764, de 1971, art. 107;

8.30.5. A comprovação de integração das respectivas quotas-partes por parte dos cooperados que executarão o contrato; e

8.30.6. Os seguintes documentos para a comprovação da regularidade jurídica da cooperativa: a) ata de fundação; b) estatuto social com a ata da assembleia que o aprovou; c) regimento dos fundos instituídos pelos cooperados, com a ata da assembleia; d) editais de convocação das três últimas assembleias gerais extraordinárias; e) três registros de presença dos cooperados que executarão o contrato em assembleias gerais

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

ou nas reuniões seccionais; e f) ata da sessão que os cooperados autorizaram a cooperativa a contratar o objeto da licitação;

8.30.7. A última auditoria contábil-financeira da cooperativa, conforme dispõe o art. 112 da Lei n. 5.764, de 1971, ou uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador.

9. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

9.1. *O custo estimado total da contratação é de R$ 1.565.200,00 (um milhão, quinhentos e sessenta e cinco mil e duzentos reais).conforme valor total descrito na tabela no item 1.1 deste documento.*

10. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

10.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento do Município de Chácara.

10.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

3.3.90.32.00.2.02.01.04.122.0001.2.0012

Mel Tonon Dias Ramiro
Agente de Contratação
Fase interna de licitação

Assinado por 1 pessoa: MEL TONON DIAS RAMIRO
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5 e informe o código 4D66-9B74-2C69-6AA5

VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS

Código para verificação: 4D66-9B74-2C69-6AA5

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

MEL TONON DIAS RAMIRO (CPF 703.XXX.XXX-97) em 15/05/2025 15:09:33 GMT-03:00
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

https://chacara.1doc.com.br/verificacao/4D66-9B74-2C69-6AA5

PREFEITURA MUNICIPAL DE CHÁCARA

1Doc

Proc. Administrativo Pregão: Ata de Registro de Preços - 3- 079/2025

De: Mel R. - SMAF - LC - LINT

Para: SMAF - Secretaria Municipal de Administração e Finanças

Data: 14/05/2025 às 12:30:15

Setores envolvidos:

SMAF - LC - LINT, SMAF, SMAF - LC

Aquisição de cestas básicas para os servidores do município.

Sr.(a) Secretário(a)

Segue anexo ETP,

Solicito seja analisado o documento anexo, e, no prazo de 3 (três) dias úteis, sejam sugeridos, alterações na demanda, sobretudo relacionadas à forma de fornecimento do objeto para que melhor atenda à sua Secretaria.

Caso não seja informada nenhuma alteração no documento no prazo informado o Departamento de Licitações dará regular segmento à licitação.

Atenciosamente,

_

Mel Tonon Dias Ramiro
Agente de Contratação

Anexos:
04_ETP.pdf

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 075/2025

INTRODUÇÃO

O presente documento caracteriza a primeira etapa da fase de planejamento e apresenta os devidos estudos para a contratação de solução que atenderá à necessidade abaixo especificada.

O objetivo principal é estudar detalhadamente a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la, em observância às normas vigentes e aos princípios que regem a Administração Pública.

1 - DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

Fundamentação: Descrição da necessidade da contratação, considerado o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público. (inciso I do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/2021 e art. 7°, inciso I da IN 40/2020)

A contratação de aquisição de cestas básicas para os servidores municipais é essencial e pode ser justificada por uma série de razões abrangentes. Além de garantir a segurança alimentar dos funcionários e suas famílias, demonstra reconhecimento pelo trabalho deles, promove a equidade social e melhora a produtividade no local de trabalho ao reduzir o estresse financeiro. Além disso, oferecer cestas básicas pode resultar em benefícios fiscais e econômicos para a administração municipal, além de cumprir uma responsabilidade social corporativa. Isso também pode contribuir para a redução da rotatividade de funcionários e para melhorar a saúde e o bem-estar da equipe. Em tempos de crise, como durante emergências ou crises econômicas, as cestas básicas fornecem um alívio imediato, permitindo que os funcionários se concentrem em suas responsabilidades profissionais. Além disso, essa medida pode ter um impacto positivo na moral e no clima organizacional, resultando em uma equipe mais engajada, leal e satisfeita. Essas razões destacam a importância não apenas da assistência social, mas também dos benefícios econômicos, organizacionais e de saúde associados à contratação de aquisição de cestas básicas para os servidores municipais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2 – PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

Fundamentação: Demonstração da previsão da contratação no plano de contratações anual, sempre que elaborado, de modo a indicar o seu alinhamento com o planejamento da Administração; (inciso II do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21)
Demonstração do alinhamento entre a contratação e o planejamento do órgão ou entidade, identificando a previsão no Plano Anual de Contratações ou, se for o caso, justificando a ausência de previsão; (Art. 7°, inciso IX da IN 40/2020)

Declaro que esta contratação está prevista no Plano Anual de Contratações do Município de Chácara.

3 – REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Fundamentação: Descrição dos requisitos necessários e suficientes à escolha da solução. (inciso III do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/2021 e Art. 7°, inciso II da IN 40/2020).

Deverá ser apresentada pela empresa toda a documentação necessária à participação do procedimento licitatório, de acordo com a legislação vigente.

4 – ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

Fundamentação: Estimativa das quantidades a serem contratadas, acompanhada das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, considerando a interdependência com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala (inciso IV do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso V da IN 40/2020).

Segue tabela contendo o quantitativo e a descrição, e as marcas exigidas, conforme solicitação:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Rua: Heitor Cândido, 60 – Centro – 36.110-000 – Chácara – Minas Gerais
Tel: (32) 3277-1014 – www.chacara.mg.gov.br – Email: gabinete@chacara.mg.gov.br

GRUPO ÚNICO	QUANT.
Aquisição de cestas básicas com as marcas exigidas, contendo: 01 achocolatado em pó de 30% a 50% cacau, a partir de 180gr; 01 pct de açúcar cristal, 5Kg; 01 pct de arroz tipo 01, 5Kg; 01 pct de biscoito tipo maisena, a partir de 345g; 01 pct de café em pó, a partir de 500g; 01 creme/gel dental, a partir de 90gr; 01 lata de ervilha em conserva, a partir de 170gr; 01 extrato de tomate, a partir de 340g; 01 pct de farinha de trigo, tipo 01, 1Kg; 01 pct de feijão, tipo 01, 1Kg; 01 pct de fubá, 1Kg; 01 gelatina, a partir de 20gr; 01 pct de goiabada, a partir de 500g; 0 2 pct de macarrão espaguete, a partir de 500g cada; 01 lata de milho verde em conserva, a partir de 170gr; 02 garrafas de óleo de soja, a partir de 900ml cada; 02 sabonetes em barra, a partir de 85gr cada; 01 pct de sal branco refinado, 1Kg;	**8000 CESTAS**

N°	ITEM COM DESCRITIVO	MARCAS EXIGIDAS	UNID.	QUANT.
	Aquisição de cestas básicas para os servidores do município contendo:			
1	Achocolatado em pó de 30% a 50% cacau, a partir de 180gr	**Nescau Mavalério Nestlé Garoto Harald Melken**	Unid.	8000
2	Açúcar cristal, 5Kg	**Delta União Caravela Alvinho Cristal de Minas**	Unid.	8000
3	Arroz tipo 01, 5Kg	**Prato Fino Tio João Pagliarim Sepé Super Ecco**	Unid.	8000
4	Biscoito, tipo maisena, a partir de 345g	**Triunfo Marilan Aymoré Renata**	Unid.	8000
5	Café em pó, a partir de 500g	**3 corações Pilão**	Unid.	8000

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

		Toko **Apollo**		
6	Creme/gel dental, a partir de 90gr	**Colgate** **Sorriso** **Oral-B** **Closeup**	Unid.	8000
7	Ervilha em conserva, a partir de 170gr	**Quero** **Fugini** **Predilecta** **Bonduelle** **Knorr**	Unid.	8000
8	Extrato de tomate, a partir de 340g	**Quero** **Elefante** **Predilecta** **Colonial**	Unid.	8000
9	Farinha de trigo, tipo 01, 1Kg	**Santa Luzia** **Rosa Branca** **Dona Benta** **Sol** **Anaconda**	Unid.	8000
10	Feijão, tipo 01, 1Kg	**Pereira** **Fartura** **Tio João** **Campo Bom**	Unid.	8000
11	Fubá, 1Kg	**Pereira** **Fartura** **Granfino** **Xodó** **Yoki**	Unid.	8000
12	Gelatina, a partir de 20gr	**Apti** **Dr.Oetker** **Sol** **Royal**	Unid.	8000
13	Goiabada, a partir de 500g	**Predilecta** **Amore** **Reserva de Minas** **Zélia**	Unid.	8000
14	Macarrão espaguete, a partir de 500g	**Renata** **Vilma** **Roberta (Ninfa)** **Dona Benta** **Galo**	Unid.	16000
15	Milho verde em conserva, a partir de 170gr	**Quero** **Bonduelle** **Predilecta** **Fugini** **Knorr**	Unid.	8000
16	Óleo de soja, a partir de 900ml cada	**Soya** **Liza** **ABC** **Leve** **Vitaliv**	Unid.	16000

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

17	Sabonetes em barra, a partir de 85gr cada	**Nivea Lux Palmolive Flor de Ypê Dove**	Unid.	16000
18	Sal branco refinado, 1Kg	**Cisne Sosal Sal Lebre Finosal**	Unid.	8000

5 – LEVANTAMENTO DE MERCADO

Fundamentação: Levantamento de mercado, que consiste na análise das alternativas possíveis, e justificativa técnica e econômica da escolha do tipo de solução a contratar. (inciso V do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/2021).
Levantamento de mercado, que consiste na prospecção e análise das alternativas possíveis de soluções, podendo, entre outras opções: (Art. 7°, inciso III da IN 40/2020)

Visando estabelecer um preço de mercado fidedigno, a fase interna de licitações utilizou o banco de preços da plataforma AMM – Associação dos Municípios Mineiros – que registra valores de processos licitatórios de diversos órgãos públicos.

A cotação realizada na plataforma AMM – Associação dos Municípios Mineiros está disponível no anexo I desse documento.

6 – ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

Fundamentação: Estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação (inciso VI do § 1° da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso VI da IN 40/2020).

Após elaboração da cotação pela plataforma – AMM – Associação dos Municípios Mineiros, obtivemos o valor total médio de R$ 1.565.200,00 (um milhão, quinhentos e sessenta e cinco mil e duzentos reais), que pode ser usado como base para estimativa de valor da contratação a ser realizada.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Vale ressaltar que o valor poderá sofrer alterações.

7 – DA DISPONIBILIDADE ORÇAMENTÁRIA

A dotação orçamentária a ser utilizada no presente procedimento é será informada pelo setor competente, no momento oportuno.

8 - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

Fundamentação: Descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso. (inciso VII do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso IV da IN 40/2020).

Os produtos serão adquiridos de acordo com a necessidade da Secretaria demandante, para tornar viável o Registro de Preços.

A contratada deverá fornecer a quantidade demandada pelo setor competente conforme especificações listadas no item 4 deste documento, seguindo as demais solicitações aqui realizadas, tais como prazos, instruções de entrega, e marcas exigidas. Dessa forma, os itens a serem adquiridos suprirão integralmente à demanda requerida.

As cestas deverão ser entregues na Prefeitura Muncipal de Chácara na Rua Heitor Cândido, n° 60, contendo em cada cesta embalado, todos os itens nas condiçoes especificados na tabela acima, somente com produtos das marcas especificadas, no prazo de 10 dias corridos da Ordem de Fornecimento.

9 – JUSTIFICATIVA DO CRITÉRIO DE FORNECIMENTO

Fundamentação: Justificativas para o parcelamento ou não da solução. (inciso XV a XVII do art. 6º da Lei 14.133/21).

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em regra, conforme inciso V e § 2° do art. 40 da Lei nº 14.133/21, os serviços deverão ser divididos em parcelas quando se comprovarem tecnicamente viável e economicamente vantajoso, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala. É justificável, a aquisição parcelada dos itens, tendo em vista que as cestas serão adquiridas conforme a necessidade de cada mês. Os produtos deverão ser entregues de acordo com a necessidade da secretaria demandante.

10 – JUSTIFICATIVA DO PARCELAMENTO DOS ITENS DA LICITAÇÃO E CRITÉIRO DE JULGAMENTO

Fundamentação: Justificativas para o parcelamento ou não da solução. (inciso VIII do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso VII da IN 40/2020).

Conforme rege o § 3° inciso I do art. 40 da Lei nº 14.133/21, não deverão ser parcelados quando a economia de escala, a redução de custos de gestão de contratos ou a maior vantagem na contratação recomendar a compra do item do mesmo fornecedor;

No entanto, a contratação em tela vislumbra um único tipo de serviço, de forma que a contratação em fornecedor único atende perfeitamente o princípio da competitividade, com o adequado aproveitamento do mercado. Dessa forma, não é viável e producente para a Administração Pública o parcelamento dos itens a ser contratado.

11 - DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

Fundamentação: Demonstrativo dos resultados pretendidos em termos de economicidade e de melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis; (inciso IX do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21)

Resultados pretendidos, em termos de efetividade e de desenvolvimento nacional sustentável; (Art. 7°, inciso X da IN 40/2020)

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Ao implementar um programa eficaz de aquisição de cestas básicas para os servidores do município, é possível alcançar uma série de benefícios em termos de economicidade e melhor aproveitamento dos recursos disponíveis.

Isso inclui a redução de custos ao adquirir alimentos em grande quantidade e diretamente dos fornecedores, aproveitando economias de escala.

Além disso, um planejamento cuidadoso e a seleção criteriosa dos itens das cestas básicas podem reduzir desperdícios de alimentos.

A eficiência operacional também é maximizada ao desenvolver um processo eficiente para aquisição, armazenamento e distribuição das cestas. O impacto social e econômico é notável, estimulando o comércio local e apoiando fornecedores locais.

Por fim, a transparência na utilização dos recursos fortalece a confiança da comunidade e dos órgãos fiscalizadores, garantindo uma governança pública sólida.

12 – DOS RISCOS DA CONTRATAÇÃO, DA GARANTIA E DOS MEIOS DE MITIGAÇÃO DE IMPACTOS NEGATIVOS

Os potenciais riscos associados à contratação neste contexto são inerentes à natureza da atividade, destacando-se principalmente o risco de inadimplemento.

Para lidar com esses riscos, a administração pública adota estratégias de mitigação, conforme estabelecido na legislação vigente, em particular na Lei 14.133/2021.

Entre as medidas mitigadoras estão a previsão de juros de mora, atualização monetária, imposição de multas e a possibilidade de aplicação de sanções pelo órgão público, conforme disposto no artigo 156 da NLL.

Além disso, como parte integrante das salvaguardas, será incorporada a garantia legal prevista na Lei Federal nº 8.078/90, conhecida como Código de Defesa do Consumidor.

13 – PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

Fundamentação: Providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização; (inciso X do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso XI da IN 40/2020).

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conforme requisitado pela secretaria demandante no Documento de Formalização da Demanda (DFD), foi conduzido um estudo minucioso sobre as marcas especificadas nos itens da cesta básica.

Este estudo incluiu uma análise detalhada da história e origem de cada marca, prêmios recebidos, características distintivas, qualidade, processos de fabricação, e os aspectos que demonstram se a marca é uma opção recomendável.

O documento intitulado “Estudo das Marcas Exigidas” está disponível no Anexo II deste documento, e a aprovação do mesmo se disponibiliza no Anexo III.

14 – CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

Fundamentação: Contratações correlatas e/ou interdependentes. (inciso XI do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21 e art. 7°, inciso VIII da IN 40/2020).

Não são necessárias contratações correlatas/interdependentes prévias ao contrato**.**

15 – IMPACTOS AMBIENTAIS

Fundamentação: Descrição de possíveis impactos ambientais e respectivas medidas mitigadoras, incluídos requisitos de baixo consumo de energia e de outros recursos, bem como logística reversa para desfazimento e reciclagem de bens e refugos, quando aplicável. (inciso XII do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21)

Possíveis impactos ambientais e respectivas medidas de tratamento. (Art. 7°, inciso XII da IN 40/2020)
A aquisição de cestas básicas para os servidores do município pode ter impactos ambientais significativos, como emissões de carbono pelo transporte, resíduos de embalagens, desperdício de alimentos e impacto na biodiversidade e agricultura.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Para mitigar esses impactos, é crucial adotar medidas como buscar fornecedores locais para reduzir o transporte, priorizar embalagens sustentáveis e incentivar a reutilização/reciclagem, planejar cuidadosamente a quantidade de alimentos para evitar desperdício e priorizar fornecedores que adotem práticas agrícolas sustentáveis.

Essas medidas ajudarão a promover práticas mais sustentáveis e responsáveis na aquisição de cestas básicas, reduzindo seu impacto ambiental.

16 – VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

Fundamentação: Posicionamento conclusivo sobre a adequação da contratação para o atendimento da necessidade a que se destina. (inciso XIII do § 1° do art. 18 da Lei 14.133/21)

Por conseguinte, a equipe de planejamento considera viável a contratação do objeto aqui estudado, de acordo com os termos estabelecidos.
Declaramos que a licitação seja regida pela modalidade Pregão, de forma Eletrônica, baseado no critério de julgamento “menor preço Global”, visto que é a modalidade que resultará em propostas mais vantajosas para a administração pública, maximizando a economia de recursos públicos.

17 – ANEXOS

ANEXO I – Cotação;
ANEXO II – Estudo das Marcas Exigidas;
ANEXO III –Aprovação do Estudo das Marcas Exigidas;

Mel Tonon Dias Ramiro
Agente de Contratação
Fase interna de licitação

Stefany Zanini Gonçalves
Secretária de Adm. E Finanças

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 075/2025

ANEXO I

COTAÇÃO

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Relatório de Pesquisa de Preços

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	R$ 15,94	R$ 127.493,33
Achocolatado em pó de 30% a 50% cacau, a partir de 180gr				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	Pacote	Prefeitura Municipal de Buritis - MG	25/2024	21/06/2024

Preços

CNPJ:	41.583.896/0001-66	**Valor:**
Fornecedor:	COMERCIAL MINASFORT LTDA	**R$ 15,81**
Marca:	VIANEZA	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PO	Prefeitura Municipal de São Sebastião do Paraíso	000032/2024	10/07/2024

Preços

CNPJ:	49.515.023/0001-28	**Valor:**
Fornecedor:	ATACADAO RIO PARDO DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA EPP	**R$ 14,00**
Marca:	APTI	

CNPJ:	21.016.690/0001-47	**Valor:**
Fornecedor:	CORDIAL GENEROS ALIMENTICIOS LTDA	**R$ 18,00**
Marca:	TODDY	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	R$ 23,82	R$ 190.533,33
Açúcar cristal, 5Kg				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PT	Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo	38/2024	26/06/2024

Preços

CNPJ:	46.246.491/0001-56	**Valor:**
Fornecedor:	Limpel Atacado LTDA	**R$ 28,32**
Marca:	DELTA	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PT	Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo	60/2024	25/09/2024

Preços

CNPJ:	05.656.062/0001-70	**Valor:**
Fornecedor:	MULTICOM COMERCIO MULTIPLO DE ALIMENTOS LTDA	**R$ 23,00**
Marca:	DELTA	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PACOTE	DMAES Ponte Nova/MG - Departamento Municipal de Água, Esgoto e Saneamento	034/2024	13/01/2025

Preços

CNPJ:	39.483.513/0001-36	**Valor:**
Fornecedor:	-	**R$ 20,13**
Marca:		

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 30,68**	R$ 245.466,67
Arroz tipo 01, 5Kg				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PCT	Prefeitura Municipal de Conceição do Mato Dentro	029/2024	15/08/2024

Preços

CNPJ:	39.483.513/0001-36	**Valor:**
Fornecedor:	-	**R$ 35,25**
Marca:	CHEFF COOK	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PCT	Prefeitura Municipal de Conceição do Mato Dentro	025/2024	02/12/2024

Preços

CNPJ:	21.016.690/0001-47	**Valor:**
Fornecedor:	CORDIAL GENEROS ALIMENTICIOS LTDA	**R$ 23,40**
Marca:	GOLDEN	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PACOTE	Prefeitura Municipal de Jequitibá	02/2025	07/02/2025

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	00.592.198/0001-40	**Valor:**
Fornecedor:	CELINA MOREIRA MOREIRA FREITAS ME	**R$ 33,40**
Marca:		

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
4	8000	Média	**R$ 6,03**	R$ 48.260,00
Biscoito, tipo maisena, a partir de 345g				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PACOTE	Prefeitura Municipal de Nova Porteirinha	0013/2024	21/06/2024

Preços

CNPJ:	54.167.933/0001-05	**Valor:**
Fornecedor:	TONY BRAND CONSULTORIA E SERVICOS LTDA	**R$ 5,30**
Marca:	MABEL OU SIMILAR	

CNPJ:	27.395.744/0001-09	**Valor:**
Fornecedor:	CONTEXTO COMERCIO DE PRODUTOS DE LIMPEZA LTDA	**R$ 5,00**
Marca:	MARILAN	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PACOTE	Prefeitura Municipal de Santa Margarida - UNIDADE UNICA	026/2024	26/06/2024

Preços

CNPJ:	48.301.389/0001-31	**Valor:**
Fornecedor:	A C RHODES ALBERGARIA DISTRIBUIDORA LTDA	**R$ 6,90**
Marca:	racine	

CNPJ:	08.378.566/0001-63	**Valor:**
Fornecedor:	-	**R$ 6,93**
Marca:	NINFA	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 22,97**	R$ 183.733,33
Café em pó, a partir de 500g				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PCT	Prefeitura Municipal de Congonhas do Norte	000010/2024	25/06/2024

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	42.896.449/0001-20	**Valor:**
Fornecedor:	RODRIGO ANTONIO DOS SANTOS 88010961604	**R$ 22,00**
Marca:	FINO GRÃO	

CNPJ:	01.414.675/0001-40	**Valor:**
Fornecedor:	cafe duarte ltda	**R$ 22,90**
Marca:	cafe duarte	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PT	PREFEITURA MUNICIPAL DE ARCEBURGO	000072/2024	17/01/2025

Preços

CNPJ:	55.085.298/0001-71	**Valor:**
Fornecedor:	55.085.298 Douglas Joaquim Morais de Carvalho	**R$ 24,00**
Marca:	ODEBRECHT	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 6,23**	R$ 49.813,33
Creme/gel dental, a partir de 90gr				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UND	Prefeitura Municipal Alvorada de Minas	0005/2024	13/08/2024

Preços

CNPJ:	52.165.681/0001-41	**Valor:**
Fornecedor:	BIOLAB SOLUCOES PARA SAUDE LTDA	**R$ 5,68**
Marca:	ICE FRESH KIDS	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	TUBO	PREFEITURA MUNICIPAL DE PITANGUI	047/2024	03/01/2025

Preços

CNPJ:	46.279.635/0001-70	**Valor:**
Fornecedor:	GUERRA MED FARMA LTDA	**R$ 6,00**
Marca:		

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UNIDADE	PREFEITURA MUNICIPAL DE DOIS CÓRREGOS	87/2024	02/12/2024

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	06.855.234/0001-05	**Valor:**
Fornecedor:	KELY DAIANA DE OLIVEIRA GOMES	**R$ 7,00**
Marca:	ICE FRESH	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 4,35**	R$ 34.826,67
Ervilha em conserva, a partir de 170gr				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	Pc.300g	Município de Ibitiúra de MInas	006/2024	27/05/2024

Preços

CNPJ:	53.775.949/0001-20	**Valor:**
Fornecedor:	ROSEMEIRE CREMONEZI DA FONSECA ROMERO	**R$ 4,90**
Marca:	sofruta	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	Lata de 300g	Fundo Municipal de Assistência Social de Vicência	002/2024	15/05/2024

Preços

CNPJ:	32.859.799/0001-62	**Valor:**
Fornecedor:	B S COMERCIO E SERVICOS EIRELI	**R$ 4,26**
Marca:	PREDILECTA	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	LA	PREFEITURA MUNICIPAL DE CALDAS	35/2024	17/10/2024

Preços

CNPJ:	17.847.831/0004-49	**Valor:**
Fornecedor:	Jose Edson Franco EIRELI	**R$ 3,90**
Marca:	PREDILECTA	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 6,09**	R$ 48.693,33
Extrato de tomate, a partir de 340g				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	UN	PREFEITURA MUNICIPAL DE DORES DO INDAIÁ	017/2024	21/06/2024

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	37.932.575/0001-52	**Valor:**
Fornecedor:	IMAFORT PRODUTOS E SERVIÇOS LTDA	**R$ 7,18**
Marca:	BONARE	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	SACHE	Prefeitura Municipal de Caetanópolis	041/2024	24/09/2024

Preços

CNPJ:	45.811.356/0001-43	**Valor:**
Fornecedor:	JOCA COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	**R$ 6,98**
Marca:	BONARE	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	UN	PREFEITURA MUNICIPAL DE ARCEBURGO	000072/2024	17/01/2025

Preços

CNPJ:	09.105.483/0001-63	**Valor:**
Fornecedor:	BETÂNIA APARECIDA PERBONI VILAS BOAS	**R$ 4,10**
Marca:	COLONIAL	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 6,53**	R$ 52.266,67
Farinha de trigo, tipo 01, 1Kg				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	KG	Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo	40/2024	25/07/2024

Preços

CNPJ:	01.971.799/0001-26	**Valor:**
Fornecedor:	MARIA APARECIDA FIRMINA DIAS MAGALHAES MERCEARIA	**R$ 6,04**
Marca:	GLOBO	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PCT	Prefeitura Municipal de Taquaraçu de Minas	18/2024	29/07/2024

Preços

CNPJ:	48.409.842/0001-28	**Valor:**
Fornecedor:	MICHELE WERNECK RIBEIRO 02023542618	**R$ 7,00**
Marca:	GLOBO	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	KG	Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo	60/2024	25/09/2024

Preços

CNPJ:	21.016.690/0001-47	**Valor:**
Fornecedor:	CORDIAL GENEROS ALIMENTICIOS LTDA	**R$ 6,56**
Marca:	GLOBO	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 12,00**	R$ 96.000,00
Feijão, tipo 01, 1Kg				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	KG	Prefeitura Municipal de Presidente Prudente	165/2024	10/09/2024

Preços

CNPJ:	14.163.479/0001-91	**Valor:**
Fornecedor:	EXITUS COMERCIAL PRODUTOS E SERVICOS LTDA	**R$ 12,00**
Marca:	Gaspar Comercial Joli	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	KG	Prefeitura Municipal de Presidente Prudente	165/2024	10/09/2024

Preços

CNPJ:	08.528.442/0001-17	**Valor:**
Fornecedor:	NUTRICIONALE COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA	**R$ 12,00**
Marca:	granolar	

CNPJ:	32.148.187/0001-61	**Valor:**
Fornecedor:	ESPERIA DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA	**R$ 12,00**
Marca:	EFRAIN	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 5,00**	R$ 39.973,33
Fubá, 1Kg				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PCT	Prefeitura Municipal de Antônio Dias	032/2024	12/02/2025

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	10.248.662/0001-39	**Valor:**
Fornecedor:	ALIMENTUS VALE DO ACO, COMERCIO ATACADISTA DE GENEROS ALIMENTICIOS LTDA	**R$ 4,75**
Marca:	PRAMAR	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	KG	Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo	89/2024	09/01/2025

Preços

CNPJ:	53.341.907/0001-80	**Valor:**
Fornecedor:	VAREJAO ATACADO & DISTRIBUIDORA LTDA	**R$ 5,80**
Marca:	GARDINGO	

CNPJ:	45.407.118/0001-77	**Valor:**
Fornecedor:	LR DIAS LTDA	**R$ 4,44**
Marca:	ANCHIETA	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 3,02**	R$ 24.133,33

Gelatina, a partir de 20gr

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	CX	Prefeitura Municipal de Santa Cruz de Salinas	6/2024	04/06/2024

Preços

CNPJ:	38.703.765/0001-60	**Valor:**
Fornecedor:	ZELITO NERES DE OLIVEIRA ME	**R$ 3,03**
Marca:	APTI	

CNPJ:	04.871.545/0001-24	**Valor:**
Fornecedor:	MERCEARIA CONTINENTAL SANTA CRUZ DE SALINAS LTDA	**R$ 3,02**
Marca:	APTI	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	UNIDADE	Prefeitura Municipal de Fortuna de Minas	18/2024	14/01/2025

Preços

CNPJ:	55.103.526/0001-99	**Valor:**
Fornecedor:	55.103.526 DAIANE FERREIRA GOIS	**R$ 3,00**
Marca:	Santa Amalia	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	R$ 12,88	R$ 103.040,00
Goiabada, a partir de 500g				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	PCT	Prefeitura Municipal de Conceição do Rio Verde	32/2024	23/05/2024

Preços

CNPJ:	10.833.075/0001-07	**Valor:**
Fornecedor:	COSTA PANIFICADORA LTDA	**R$ 13,64**
Marca:		

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UNIDADE	Prefeitura Municipal de Bom Sucesso	012/2024	12/07/2024

Preços

CNPJ:	52.623.289/0001-07	**Valor:**
Fornecedor:	-	**R$ 10,00**
Marca:	PREDLECTA	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PT	Prefeitura Municipal de São Sebastião do Paraíso	000032/2024	10/07/2024

Preços

CNPJ:	14.343.207/0001-73	**Valor:**
Fornecedor:	ARP COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA	**R$ 15,00**
Marca:	PREDILECTA	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	1600	Média	R$ 4,20	R$ 6.714,67
Macarrão espaguete, a partir de 500g				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	PT	PREFEITURA MUNICIPAL DE CALDAS	35/2024	17/10/2024

Preços

CNPJ:	19.014.323/0001-62	**Valor:**
Fornecedor:	BATUTA SUPERMERCADO LTDA	**R$ 4,89**
Marca:	DON SAPORE	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UN	PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO EVANGELISTA	000007/2024	09/10/2024

Preços

CNPJ:	10.896.566/0001-05	**Valor:**
Fornecedor:	W A RIBEIRO	**R$ 4,30**
Marca:	MARA	

CNPJ:	10.248.662/0001-39	**Valor:**
Fornecedor:	ALIMENTUS VALE DO ACO, COMERCIO ATACADISTA DE GENEROS ALIMENTICIOS LTDA	**R$ 3,40**
Marca:	DON SAPORE	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 4,33**	R$ 34.666,67
Milho verde em conserva, a partir de 170gr				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UN	Prefeitura Municipal de Cruzilia	17/2024	18/06/2024

Preços

CNPJ:	33.147.286/0001-91	**Valor:**
Fornecedor:	FRANCISLENE RODRIGUES REZENDE	**R$ 4,35**
Marca:	FUGINI	

CNPJ:	22.462.857/0001-66	**Valor:**
Fornecedor:	BOKAS MAGAZINE LTDA	**R$ 4,30**
Marca:	QUERO	

CNPJ:	47.646.271/0001-82	**Valor:**
Fornecedor:	EMPORIO DAS GERAIS DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA	**R$ 4,35**
Marca:	QUERO	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	1600	Média	**R$ 8,90**	R$ 14.234,67
Óleo de soja, a partir de 900ml cada				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	Unidade	PREFEITURA MUNICIPAL DE QUARTEL GERAL	4/2025	06/02/2025

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Preços

CNPJ:	02.834.823/0001-48	**Valor:**
Fornecedor:	Gilmar José da Silva	**R$ 8,99**
Marca:	ABC	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UNIDADE	Prefeitura Municipal de Pequi	003/2025	12/02/2025

Preços

CNPJ:	28.157.903/0001-08	**Valor:**
Fornecedor:	MEGADEC DISTRIBUIDORA LTDA	**R$ 8,80**
Marca:	COCAMAR	

CNPJ:	53.218.603/0001-20	**Valor:**
Fornecedor:	COMERCIAL PADRE LIBERIO LTDA	**R$ 8,90**
Marca:	ABC	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	16000	Média	**R$ 3,26**	R$ 52.160,00
Sabonetes em barra, a partir de 85gr cada				

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	UNIDADE	Prefeitura Municipal de Santa Margarida - UNIDADE UNICA	028/2024	15/07/2024

Preços

CNPJ:	02.222.018/0001-63	**Valor:**
Fornecedor:	BRUNA CAMPOS COSTA DE MELO	**R$ 3,26**
Marca:	1, 2,3 BABY	

CNPJ:	08.378.566/0001-63	**Valor:**
Fornecedor:	-	**R$ 3,26**
Marca:	BABY	

CNPJ:	21.812.728/0001-98	**Valor:**
Fornecedor:	C N DE ALMEIDA JUNIOR DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS	**R$ 3,26**
Marca:	1,2,3	

Preços	Quantidade	Cálculo	Preço Estimado (unit.)	Valor Total
3	8000	Média	**R$ 3,06**	R$ 24.506,67
Sal branco refinado, 1Kg				

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Referências:

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
	EMBALAGEM DE 1 KG	PREFEITURA MUNICIPAL DE BALDIM	07/2024	06/06/2024

Preços

CNPJ:	42.896.449/0001-20	**Valor:**
Fornecedor:	RODRIGO ANTONIO DOS SANTOS 88010961604	**R$ 2,50**
Marca:	CINCO ESTRELAS	

CNPJ:	13.319.422/0001-76	**Valor:**
Fornecedor:	JXP COMERCIO E REPRESENTACOES LTDA	**R$ 3,98**
Marca:	lebre	

Fonte	Medida	Ente Público	Edital	Data Licitação
licitardigital	Pacote	Prefeitura Municipal de Veredinha	6/2024	08/07/2024

Preços

CNPJ:	16.887.457/0001-08	**Valor:**
Fornecedor:	BM MERCEARIA CORDEIRO LTDA	**R$ 2,71**
Marca:	MARINHO	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 075/2025

ANEXO II

ESTUDO DAS

MARCAS EXIGIDAS

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 079/2025

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇOS Nº 048/2025

Ref.: **Aquisição de cestas básicas para os servidores do município.**

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS

Conforme requisitado pela Secretaria de Administração e Finanças no Documento de Formalização da Demanda (DFD), para a inclusão de marcas na Cesta Básica destinada aos Servidores, foi conduzida uma análise detalhada de cada marca solicitada, visando a avaliação criteriosa das mesmas.

O estudo abordou aspectos fundamentais como a história e origem de cada marca, destacando sua trajetória no mercado. Foram também considerados os prêmios recebidos, que atestam o reconhecimento pela excelência dos produtos oferecidos. Além disso, foram detalhadas as especificações dos produtos necessários, ressaltando suas características e composição que os tornam ideais para o consumo cotidiano.

Ao analisar os benefícios de cada marca, destacou-se não apenas a qualidade dos produtos, mas também o compromisso com a segurança alimentar e o bem- estar dos consumidores. Cada marca foi avaliada quanto à sua capacidade de proporcionar uma experiência satisfatória e confiável aos servidores, alinhada com as exigências de qualidade estabelecidas pela Secretaria.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Achocolatado em pó		
NESCAU		

Nescau é uma marca pertencente à Nestlé. Foi iniciamente criada para um leite achocolatado desenvolvido para o mercado brasileiro e lançado em 1932 com o nome Nescáo.

Seu nome é resultado da fusão das palavras Nestlé e Cacáo, como era escrita a palavra cacau na época. Em 1954, aproveitando as alterações ortográficas vigentes no Brasil, o nome foi mudado para Nescau para evitar confusão, pois as pessoas liam equivocadamente o acento agudo de Nescáo, como Nescão.

Em 1961, a marca começou a se firmar no mercado brasileiro, com a mudança de fórmula que transformou o produto em instantâneo e enriquecido com vitaminas. Em 1972, o produto ganhou ainda melhor solubilidade e um composto vitamínico. Naquele ano, foi desenvolvida uma forte campanha publicitária de relançamento sob um novo slogan: "Super Nescau, energia que dá gosto".

A marca engloba atualmente uma gama de produtos que inclui achocolatados em pó e prontos para beber, chocolates em barra, cereais matinais e biscoitos recheados.

- Achocolatado em pó Nescau 3.0
- Achocolatado em pó Nescau 2.0;
- Achocolatado em pó Nescau Power
- Achocolatado em pó Nescau Tradicional (descontinuado)
- Achocolatado em pó Nescau Light
- Bebida Nescau Prontinho

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Bebida Nescau Prontinho Light
- Bebida Nescau Fast
- Cereal matinal Nescau
- Chocolate Nescau Ball
- Biscoito recheado Nescau.

Características distintivas e os motivos pelos quais a marca NESCAU deve ser selecionada revela uma série de atributos que a destacam no mercado.

Primeiramente, a marca NESCAU possui uma história consolidada de excelência e qualidade, respaldada por décadas de experiência na indústria alimentícia. Sua reputação é solidamente fundamentada na entrega consistente de produtos de alto padrão, que atendem às expectativas dos consumidores mais exigentes.

Além disso, a marca NESCAU é reconhecida por sua inovação contínua, tanto em termos de formulação de produtos quanto de estratégias de marketing. Isso se traduz em uma variedade de opções que se adaptam às diferentes necessidades e preferências dos consumidores, mantendo-se relevante em um mercado dinâmico e competitivo.

Outro ponto relevante é o compromisso da marca NESCAU com a qualidade dos ingredientes utilizados em seus produtos, bem como com práticas sustentáveis de produção. Essa preocupação com a sustentabilidade ambiental e o bem-estar social reforça a confiança dos consumidores na marca e contribui para sua preferência.

Ademais, a marca NESCAU estabeleceu uma conexão emocional com seus consumidores ao longo dos anos, tornando-se parte integrante de suas vidas diárias. Essa fidelidade à marca é resultado não apenas da qualidade dos produtos, mas também da capacidade da NESCAU de criar laços significativos com seus públicos-alvo.

Em síntese, a escolha da marca NESCAU é justificada por sua trajetória de excelência, inovação constante, compromisso com a qualidade e práticas sustentáveis, bem como pela forte ligação emocional que estabelece com os consumidores. Esses elementos combinados fazem da NESCAU uma escolha confiável e preferencial no mercado de alimentos e bebidas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Achocolatado em pó		
MAVALÉRIO		Mavalério® Presente nos doces momentos da vida

A MAVALÉRIO é uma empresa brasileira, fundada em 1969, já com a vocação para os negócios no segmento de doces e confeitos. Ao longo de todos esses anos, vem crescendo e inovando, oferecendo ao mercado interno e externo os mais diversos e saborosos produtos, o que contribuiu para a empresa se tornar a maior indústria fabricante de confeitos decorativos da América Latina.

Atualmente, a MAVALÉRIO está instalada numa área de mais de 22.000 m², sendo 15.000 m² de área construída entre produção, administração e logística. Com essa estrutura, consegue atender seu plano estratégico de desenvolvimento e compromisso, focado na comercialização de produtos de alta qualidade.

Em julho de 2019, a MAVALÉRIO foi incorporada à Dr. Oetker Brasil, empresa destacada no segmento de fabricação de produtos alimentícios. A integração entre as marcas foi anunciada com animação, já que representa um esforço conjunto para trazer ainda mais diversidade e qualidade para o mercado brasileiro de confeitaria.

Todo esse trabalho tem sido feito com muita dedicação e atenção, pois o compromisso maior da MAVALÉRIO é continuar sempre presente nos doces momentos da vida de seus colaboradores, clientes, consumidores e parceiros.

Sua Missão é oferecer aos clientes produtos diferenciados, com valor agregado e líderes em qualidade, superando as expectativas dos consumidores finais e gerando sempre os melhores resultados para a empresa, colaboradores e

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

parceiros comerciais, evidenciando seus valores, confiança, sustentabilidade e credibilidade.

Produtos MAVALÉRIO

- Coberturas,
- recheios,
- Achocolatados em pó,
- chocolates,
- granulados,
- flocos, confeitos,
- drageados,
- misturas em pó,
- bases,
- açúcares coloridos,
- aromas,
- guloseimas

A marca possui sabores que inspiram as pessoas, transferindo através de cada produto a criatividade e a paixão pela gastronomia.

A MAVALÉRIO atua fortemente no mercado de exportação e está presente em mais de 30 países como Estados Unidos, Chile, Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia, Colômbia, Peru, entre outros. Além de ser uma das mais importantes indústrias do segmento em operação no Brasil, e, reconhecidamente, a maior produtora de confeitos alimentícios da América Latina, a experiência da MAVALÉRIO em outros mercados possibilita desenvolvimentos que atendam a diferentes culturas e demandas, com alto padrão de qualidade, para representar com excelência a indústria brasileira.

As características que tornam a marca MAVALÉRIO uma escolha ideal para achocolatado em pó revela uma série de atributos distintivos que a destacam nesse segmento específico do mercado.
Primeiramente, a MAVALÉRIO é reconhecida por sua excelência na produção de ingredientes e produtos relacionados à confeitaria, incluindo o achocolatado

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

em pó. Sua reputação de qualidade é respaldada por anos de experiência e dedicação em oferecer produtos que atendam às expectativas dos consumidores mais exigentes nesse segmento.

Além disso, a MAVALÉRIO se destaca pela constante inovação em sua linha de produtos de achocolatado em pó. A marca está sempre buscando novas formulações e tecnologias para garantir que seus produtos estejam alinhados com as tendências do mercado e as preferências dos consumidores, oferecendo uma variedade de opções que se adaptam a diferentes gostos e necessidades.

Outro ponto importante é o compromisso da MAVALÉRIO com a qualidade dos ingredientes utilizados em seus achocolatados em pó. A marca se dedica a selecionar os melhores cacaus e outros componentes, garantindo um produto final de alta qualidade e sabor inigualável.

Adicionalmente, a MAVALÉRIO estabeleceu uma relação de confiança com seus consumidores ao longo dos anos. A marca é conhecida não apenas pela qualidade de seus produtos, mas também pelo cuidado e atenção que dedica aos seus clientes, oferecendo um atendimento personalizado e buscando sempre satisfazer suas necessidades.

Em suma, a escolha da marca MAVALÉRIO para achocolatado em pó é respaldada por sua reputação de excelência e qualidade, sua constante inovação, seu compromisso com ingredientes de alta qualidade e sua relação de confiança com os consumidores. Esses fatores combinados fazem da MAVALÉRIO uma escolha ideal para quem busca um achocolatado em pó de alta qualidade e sabor incomparável.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Achocolatado em pó		
NESTLÉ		

Nestlé S.A. é uma empresa transnacional suíça do setor de alimentos e bebidas, com sede em Vevey, Vaud, na Suíça. Foi considerada a maior empresa de alimentos do mundo, medida por receitas e por outras métricas, nos anos de 2014, 2015 e 2016. Ela foi classificada no 72º lugar na Fortune Global 500 em 2014 e na 33ª posição na edição 2016 da Forbes Global 2000, na lista das maiores empresas de capital aberto do mundo.

Os produtos da Nestlé incluem alimentos para bebês, alimentos médicos, água engarrafada, cereais matinais, café e chá, produtos de confeitaria, produtos lácteos, sorvetes, alimentos congelados, alimentos para animais de estimação e lanches. Vinte e nove das marcas da Nestlé têm vendas anuais de mais de 1 bilhão de francos suíços (cerca de 1,1 bilhão de dólares), como Nespresso, Nescafé, Kit Kat, Smarties, Nesquik, Stouffer's, Vittel, Garoto e Maggi. A Nestlé possui 447 fábricas, opera em 194 países e emprega cerca de 339 mil pessoas. É um dos principais acionistas da L'Oréal, a maior empresa de cosméticos do mundo.

A empresa foi formada em 1905 pela fusão da Anglo-Swiss Milk Company, fundada em 1866 pelos irmãos George Page e Charles Page, e Henri Nestlé (nascido Heinrich Nestlé). A empresa cresceu significativamente durante a Primeira Guerra Mundial e novamente após a Segunda Guerra Mundial, expandindo suas ofertas além de seus primeiros produtos de leite condensado e fórmula infantil. A empresa fez várias aquisições corporativas, incluindo a *Crosse & Blackwell,* em 1950, Findus, em 1963, Libby, em 1971, Rowntrees, em 1988, e Gerber, em 2007.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

No Brasil atua desde 1876, inicialmente com a comercialização da Farinha Láctea importada. Consolidou-se no país em 1921, com a instalação de sua primeira fábrica, em Araras (São Paulo), para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde receberia o nome Leite Moça.

História

A história da Nestlé começou na Suíça, em 1866, quando os americanos Charles e George Page fundaram em Cham, a Anglo-Swiss Condensed Milk Company, fabricante do leite condensado *Milkmaid*, futuramente conhecido no Brasil, como Leite Moça.

Em 1867, Henri Nestlé lançou a Farinha Láctea, um alimento especial para crianças, à base de cereais e leite. A partir dessa iniciativa, ocorrida na cidade de Vevey na Suíça, a Nestlé se tornou uma empresa mundial de alimentos e nutrição. Atua em doze segmentos de mercado: leites, cafés, culinários, achocolatado em pó, cereais, biscoitos, nutrição, chocolates, refrigerados, sorvetes, *food services* e *pet care*.

O farmacêutico alemão Henri Nestlé ansiava solucionar o problema da desnutrição infantil da época. Então, investiu seus recursos na busca de uma formulação que reunisse alimentos básicos (leite, açúcar e farinha de trigo) e experimentou inúmeras composições. Objetivava a criação de uma farinha infantil que, preparada com água pura e quente, resultasse em um alimento saboroso e de alto valor nutritivo. Em 1905, a *Anglo-Swiss Condensed Milk Co.* e a Nestlé se fundiram, dando origem a *Nestlé and Anglo-Swiss Condensed Milk Company*.

Voltada essencialmente para a nutrição humana, a Nestlé diversificou suas atividades a partir da década de 1970, passando também a atuar nos segmentos farmacêutico (Alcon), cosmético (a exemplo da L'Oréal) e de alimentos para animais de estimação (Friskies Alpo e Raston Purina).

Recentemente, a Nestlé admitiu seu envolvimento com o regime nazista durante a 2ª Guerra Mundial - utilizando mão-de-obra forçada em sua subsidiária alemã, segundo o historiador suíço Jean François Bergier - e depositou US$ 14,5 milhões em favor do fundo das vítimas de trabalho escravo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Lusofonia

Brasil

Os primeiros registros da presença da Nestlé no Brasil datam de 1876. Um anúncio no jornal *A Província de São Paulo* informava sobre a importação e comercialização da Farinha Láctea Nestlé.

Em 1921, a empresa iniciou sua produção no Brasil, em Araras (SP). O leite condensado Moça foi o primeiro produto da empresa a ser fabricado no Brasil. Com o seu sucesso, vários outros produtos foram lançados e, atualmente, são comercializados no território brasileiro mais de mil itens sob a chancela da Nestlé. O Leite Moça ainda é o que detém maior volume de vendas.

A Nestlé Brasil, além de produtos para alimentação e nutrição humana, produz alimentos para animais de estimação.

Possui 57 marcas próprias no mercado nacional, sendo que mantém 16 outras marcas autorizadas à comercialização.

Portugal

Em 1923 ocorreu a Fundação da Sociedade de Produtos Lácteos, Lda., tendo como principal sócio o Prof. Egas Moniz. Nasce assim em Avanca, concelho de Estarreja, no distrito de Aveiro, a primeira fábrica portuguesa de leite em pó simples, que será o embrião do que é hoje a Nestlé Portugal. Dez anos mais tarde, a Sociedade de Produtos Lácteos obtém o exclusivo da fabricação e venda dos produtos Nestlé. Dá-se assim início ao crescimento da empresa em Portugal. Nas décadas de 40 e 50 inicia-se a comercialização dos produtos Maggi e Nescafé. 1968 é o ano da fundação da Prolacto Lacticínios de São Miguel (Açores). Em 1973, a Sociedade de Produtos Lácteos passa a designar-se Nestlé Produtos Alimentares, SARL. Um ano mais tarde, a fábrica situada em Avanca inicia o fabrico de Nescafé. Quatro anos mais tarde o fabrico de produtos culinários é igualmente adicionado ao portfólio da Nestlé de Avanca. 1984 é o ano em que a Nestlé adquire a fábrica de chocolates Rajá.

1985: Início do fabrico do Chocolate Nestlé na unidade da Rajá. Aquisição da Tofa – Torrefacção de Portugal, SARL.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1986: Início da fabricação dos Cereais de Pequeno - Almoço na fábrica de Avanca. Alteração da designação social para Nestlé Portugal, S.A..

1987: Aquisição da empresa Casa Christina – Torrefações. Aquisição da empresa SICAL – Torrefações.

1990: Aquisição de uma participação na Sociedade de Águas de Pisões – Moura S.A.

1993: Aquisição da empresa Longa Vida (iogurtes e sobremesas lácteas) e da Buondi (café torrado).

1994: Lançamento do Nestea. Inauguração da nova sede da Nestlé Portugal em Linda-a-Velha, no concelho de Oeiras.

2001: Lançamento da Nestlé Aquarel (água).

2002: A Sociedade de Águas de Pisões – Moura S.A. muda a sua designação social para Nestlé Waters Portugal S.A. Criação do negócio Nestlé Purina PetCare em Portugal.

2003: Incorporação da Nestlé SGPS na Nestlé Portugal S.A. Celebração dos 80 anos da Nestlé em Portugal. Visita do Presidente da República Portuguesa, Dr. Jorge Sampaio, à fábrica da Nestlé em Avanca. Em função da aquisição internacional do Grupo Powwow, integração no Grupo Nestlé em Portugal da empresa Selda – Comércio e Representações, Lda. Lançamento do negócio Nespresso em Portugal.

2005: A Selda – Comércio e Representações, Lda. altera a sua denominação para Nestlé Waters Direct Portugal – Comércio e Distribuição de Produtos Alimentares, S.A.

2006: Constituição da joint-venture Lactalis Nestlé Produits Frais para o negócio de iogurtes e sobremesas lácteas na Europa. Em Portugal, este negócio é gerido pela Sociedade Longa Vida – Indústrias Lácteas, S.A. que passa a integrar a joint-venture Lactalis Nestlé Produits Frais.

Atualmente, a Nestlé é reconhecida pela Brand Finance como a marca alimentar mais valiosa do mundo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Gestão

- Peter Brabeck-Letmathe, presidente do Conselho de Administração, a Nestlé SA.
- Paul Bulcke, CEO da Nestlé SA.
- Werner Bauer, vice-presidente executivo, a Nestlé SA, Diretor de Tecnologia, Chefe de Inovação, Tecnologia, Pesquisa & Desenvolvimento.
- Friz van Dijk, vice-presidente executivo, a Nestlé SA Ásia, Oceania, África, Oriente Médio.
- Chris Johnson, vice-presidente executivo, a Nestlé SA Estados Unidos da América, Canadá, América Latina, Caribe.
- Jose Lopez, vice-presidente executivo de Operações da Nestlé SA, GLOBO.
- John J. Harris, vice-presidente executivo, a Nestlé SA Chairman & CEO da Nestlé Waters.
- Nandu Nandkishore, vice-presidente executivo, a Nestlé SA CEO da Nestlé Nutrition.
- Martin Huber, vice-presidente executivo, a Nestlé SA Finanças e Controle, Legal, IP, Impostos, Serviços Globais de Negócios da Nestlé.
- Laurent Freixe, vice-presidente executivo, a Nestlé SA Europa.
- Petraea Heynike, vice-presidente executivo da Nestlé SA Unidades Estratégicas de Negócios, Marketing, Vendas e Nespresso.
- Marc Caira, Vice-Vice-Presidente Executivo, a Nestlé SA Chefe de Divisão de Negócios da Nestlé Professional Estratégico.
- Jean-Marc Duvoisin, Vice-Vice-Presidente Executivo da Nestlé SA Chefe de Recursos Humanos e Administração Centro.
- David P. Frick, vice-presidente sênior e ex officio Membro do Conselho Executivo.

De acordo com uma pesquisa realizada em 2006 global de consumidores on-line pelo Reputation Institute, a Nestlé tem uma pontuação de reputação de 70,4 em uma escala de 1-100.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Ganhos

A Nestlé é a maior empresa de alimentos no mundo, com uma capitalização de mercado de cerca de 191.000 milhões de francos suíços, o que é mais de 200 bilhões de dólares.

- *Vendas por discriminação atividade*:

- 27% das bebidas.
- 26% de produtos lácteos e alimentos.
- 18% de pré-preparados pratos e pratos prontos a comer.
- 12% do chocolate.
- 11% de produtos para animais.
- 6% a partir de farmacêuticas produtos.
- 2% de leites infantis.

- *Vendas por discriminação área geográfica*:

- 20% da Europa
- 61% de Américas (26% a partir de EUA)
- 16% da Ásia
- 21% do resto do mundo.

Uma **análise** detalhada das qualidades que tornam a marca NESTLÉ uma escolha ideal para achocolatado em pó revela uma série de atributos que a destacam neste segmento específico do mercado.

Em primeiro lugar, a NESTLÉ é reconhecida globalmente por sua excelência na produção de alimentos e bebidas de alta qualidade, e o achocolatado em pó não é exceção. A marca possui décadas de experiência na fabricação de produtos que atendem aos mais altos padrões de qualidade e segurança alimentar, o que estabelece uma base sólida para a confiança dos consumidores.

Além disso, a NESTLÉ investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento para inovar em suas formulações de achocolatado em pó. Isso resulta em

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

produtos que não apenas oferecem um sabor delicioso, mas também são enriquecidos com nutrientes essenciais, como vitaminas e minerais, para promover uma alimentação equilibrada.

Outro ponto a destacar é o compromisso da NESTLÉ com a sustentabilidade em toda a sua cadeia de valor. A empresa se esforça para adquirir ingredientes de forma responsável e implementar práticas de produção ambientalmente conscientes, o que contribui para a preservação do meio ambiente e para a construção de um futuro mais sustentável.

Além disso, a NESTLÉ possui uma ampla variedade de opções de achocolatado em pó para atender às diferentes preferências dos consumidores. Seja para preparar bebidas quentes ou frias, a marca oferece produtos adaptados a diversos gostos e necessidades, garantindo assim a satisfação de um público diversificado.

Por fim, a marca NESTLÉ é amplamente reconhecida e confiável, o que proporciona aos consumidores uma sensação de segurança ao escolher seus produtos. A reputação sólida da empresa, aliada à qualidade e inovação de seus achocolatados em pó, torna-a uma escolha ideal para aqueles que buscam uma experiência de consumo satisfatória e confiável.

Em resumo, as qualidades que fazem da marca NESTLÉ uma escolha ideal para achocolatado em pó incluem sua excelência em qualidade, inovação constante, compromisso com a sustentabilidade, variedade de opções e reputação confiável. Esses elementos combinados reforçam a posição da NESTLÉ como uma das principais marcas neste segmento de mercado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Achocolatado em pó		
GAROTO		Garoto

A Garoto é uma indústria brasileira do ramo alimentício, sediada na cidade de Vila Velha, estado do Espírito Santo. É uma das dez maiores fabricantes de chocolates do mundo, sendo a maior da América Latina. A empresa conta hoje com um portfólio de aproximadamente 70 produtos, e é a terceira marca mais vendida de chocolates no país.

Dentre os produtos que fabrica estão: caixas de bombons, tabletes, ovos de Páscoa e chocolate para uso culinário como coberturas e pó solúvel, que podem ser encontrados em mais de 50 países. Seus maiores sucessos são a Caixa Amarela e os tabletes familiares com a marca Garoto; as variedades dos chocolates Baton e Talento, além do clássico bombom Serenata de Amor. Complementando seu portfolio, oferece versões em sorvetes e picolés de algumas das suas principais marcas, além de biscoitos recheados e a tradicional pastilha de hortelã.

História

1929-2001: antecedentes e lançamento da marca

A empresa Chocolates Garoto foi fundada em 16 de agosto de 1929, pelo imigrante alemão Heinrich Meyerfreund, com o nome de fábrica de balas H. Meyerfreund & Cia., em um galpão localizado na Prainha, bairro localizado na cidade de Vila Velha, Espírito Santo.

As primeiras balas eram vendidas por meninos, em tabuleiros, nos pontos de bonde de Vila Velha. Deste modo as balas passaram a ser conhecidas como

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Balas do Garoto. Em seguida iniciou-se a distribuição para casas comerciais, tanto da capital como das cidades do interior do estado.

Em 1934, Heinrich Meyerfreund recebeu uma herança de seus pais e comprou máquinas para a produção de chocolates. Dois anos depois, conseguiu financiamento para montar uma fábrica mais moderna no bairro da Glória, local onde até hoje está o parque industrial da Garoto. Com nova infraestrutura e produtos à base de chocolate, a empresa entrou numa fase de grande desenvolvimento, chegando a vender para além dos limites do Espírito Santo.

Em 1938 os negócios foram impulsionados pela entrada na sociedade de Günther Zennig, que além de capitalizar a empresa, permitindo novos investimentos na modernização da estrutura produtiva e comercial, trouxe uma nova visão empresarial à Garoto.

O ciclo inicial de prosperidade da H. Meyerfreund só foi interrompido na época da Segunda Guerra Mundial (1939-45). Por sua origem alemã, Heinrich foi detido no presídio de Maruípe e a fábrica passou a ser gerida por interventores federais. Terminado o conflito, a empresa novamente seguiu um ritmo de intenso crescimento.

Em 1962, a Meyerfreund sofreu a grande perda de Zennig, falecido em um acidente aéreo ao retornar de uma viagem de negócios. No mesmo ano, a Meyerfreund transformou-se em uma sociedade anônima de capital fechado e passou a ser Chocolates Garoto S/A.

Ainda na década de 1960, os filhos de Heinrich Meyerfreund – Helmut e Ferdinand – passaram a dividir responsabilidades com o pai. Em 1973, com o falecimento de Heinrich, Helmut Meyerfreund passou a ocupar a presidência da Garoto.

Durante os anos de 1970 e 1980, a Garoto ampliou e modernizou suas instalações industriais e seus processos produtivos, adotou novas políticas comerciais e marcou presença em todo o mercado nacional.

Essas iniciativas deram sustentação a um crescimento ainda mais acentuado da Garoto, na passagem para os anos de 1990. Investindo continuamente em tecnologia, nesse período foram lançados novos produtos e consolidada a estrutura comercial da Garoto. Em 1989, foi inaugurado um moderno Centro de

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Distribuição em São Paulo, para atender os estados de São Paulo, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul. No mesmo ano, entrou em operação uma nova fábrica de pastilhas – a Fábrica 2. Em 1997, foi concluída a montagem do então mais moderno armazém vertical do país, junto à Fábrica 2 – o Centro de Distribuição do Espírito Santo.

No final da década, quando a Garoto completava 70 anos, em uma explicita crise de disputa pelo poder entre os diferentes sócios, que culminou com o afastamento de Helmut Meyerfreund. Klaus Günter Zenning ocupou a presidência por menos de 60 dias, sendo sucedido por Ricardo Mayerfreund, por sua vez substituído por Paulo Meyerfreund, membro da terceira geração.

2002-presente: Crise interna e venda para a Nestlé

No início de 2002, a empresa anunciou a venda para a multinacional suíça Nestlé. O processo de aquisição perdura há mais de vinte anos,[1][4] até o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) em 2016 elaborar algumas orientações para aceitar o negócio, por acreditar-se tratar de intensiva concentração de mercado e por isso colocar em risco a livre concorrência. Para a venda ser concretizada, a empresa terá de se desfazer de algumas marcas, sendo atraída por empresas como a Mondelēz International, interessada no negócio. Em junho de 2023, o CADE aprovou com restrições a compra da marca pela Nestlé.

Em 2008, a Chocolates Garoto bateu o recorde de toneladas faturadas da América Latina, alcançando um total de 102.407 (cento e duas mil e quatrocentas e sete).

Em 2011, a Garoto entrou no mercado de biscoitos com suas marcas principais, Garoto, Talento, Serenata de Amor e Baton.

Dentre suas atividades de comunicação destaca-se as Dez Milhas Garoto. É a mais tradicional e importante corrida do Espírito Santo entre os corredores profissionais e amadores.

Em 16 de janeiro de 2013, a empresa fechou patrocínio de 200 milhões de reais com a FIFA e a CBF para ser o chocolate oficial da Copa das Confederações de 2013 e da Copa do Mundo de 2014 no Brasil.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Para a Copa do Mundo de 2014, a empresa desenvolveu em co-criação com seus consumidores a música da torcida Garoto, que foi gravada posteriormente por Michel Teló e Claudia Leitte e o chocolate da Copa, cujo sabor e embalagem foram escolhidos por mais de 200 mil pessoas em sua página no Facebook. A página da Garoto foi uma das que mais cresceram junto com seu patrocínio a Copa do Mundo, atingindo mais de 9,5 milhões de fãs no início de dezembro de 2013.

Os produtos da Chocolates Garoto são comercializados em diversos países da América do Sul e também nos EUA.

Marcas

A empresa possui diversas marcas usadas em chocolates e sorvetes entre elas estão:

- Garoto, usada para chocolate e pastilhas de hortelã;
- Talento, usada para chocolate e sorvetes;
- Crocante, usada para chocolate;
- Baton, usada para chocolate e sorvete;
- Serenata de Amor, usada para chocolate, sorvete e confeitos;
- Paçoca, usada para chocolate;
- Surreal, usada para chocolate;
- Caribe, usada para chocolate;
- Opereta, usada para chocolate e sorvetes;
- It Coco, usada para chocolate;
- Aero, usada para chocolate (Aero é uma marca mundial da Nestlé para chocolate aerado mas que no Brasil foi lançada pela Garoto, em 2014).

Bombons:

- Alô Doçura,
- Ameixa,
- Amendoim,
- Amores,
- Baton,
- Caribe,
- Choco Melo,
- Clássico,
- Cookie,
- Crocante,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Crock,
- Eclipse,
- Figo,
- Gardenia,
- Garoto Ao Leite,
- Garoto Meio Amargo,
- Gianduia, Goiabada,
- Gold,
- Grid,
- It Coco,
- Ivory,
- Jazz,
- Laranja,
- Luar,
- Mania,
- Milk & Mel,
- Monica,
- Moon,
- Mundy,
- Nougat,
- Opereta,
- Paçoca,
- Pão de Mel,
- Passas,
- Rex,
- Rum,
- Serenata de Amor,
- Sunny,
- Surreal,
- Talento,
- Torrone,
- Triplo Choc,
- Vitória.

A Chocolates Garoto vem praticando de forma contínua a chamada maquiagem de produtos, que é a redução do volume de suas mercadorias. Como exemplo temos o chocolate em barra, que foi perdendo volume de forma paulatina, passando dos 200 gramas originais para até 90 gramas (-55%). A tradicional caixa de bombons passou de 500 gramas para 250 gramas (-50%).

Boa parte da linha de produtos passa pelo processo. Apesar de tratar-se de uma medida de certa forma polêmica, seja do ponto de vista do consumidor, seja referente ao meio ambiente (pelo uso de mais embalagens), as alterações são previstas em lei e feitas em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), que exige a informação da redução na embalagem de

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

"forma clara, precisa, ostensiva e em língua portuguesa", além da quantidade anterior, quantidade atual e valores absolutos e percentuais que foram suprimidos

Prêmios e Destaques

2012

- **Marcas de Valor**: A Chocolates Garoto foi reconhecida como a marca com mais valor para o capixaba, ficando em primeiro lugar em todos os quesitos e sagrando-se campeã geral e campeã no segmento Alimentos e Bebidas. Pesquisa realizada pelo jornal A Gazeta em parceria com o Instituto Futura.
- **50 Melhores Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS)** A Chocolates Garoto foi incluída no grupo das 50 Melhores Empresas Psicologicamente Saudáveis (EPS) e das 150 Melhores Empresas em Práticas de Gestão de Pessoas, segundo a Revista Gestão RH.
- **Prêmio Marcas Ícones**: Em 2014, pelo terceiro ano consecutivo, a Chocolates Garoto foi a marca mais lembrada no segmento Chocolate. Pesquisa realizada pelo IBOPE e Rede Vitória.
- **Prêmio na 7ª Edição do "RHs mais admirados do Brasil"** Realizado pela Revista Gestão RH, uma conceituada publicação de circulação nacional.
- **Recall de Marcas**: Neste ano, a Chocolates Garoto conquistou o primeiro lugar na categoria Chocolate. Pesquisa realizada pelo jornal A Gazeta em parceria com o Instituto Futura.
- **Prêmio 'Melhores do Agronegócio:** Na categoria Indústria de Doces e Salgados, realizado pela Revista Globo Rural 8ª edição.

2013

- **Prêmio Marcas Ícones**: Pesquisa realizada pelo IBOPE e Rede Vitória - 1º lugar na pesquisa na categoria Chocolate.
- **Prêmio Marcas de Valor**: A Chocolates Garoto foi a grande vencedora da 4ª edição da pesquisa Marcas de Valor, realizada pelo jornal A Gazeta em parceria com o Instituto Futura.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Prêmio ABRE (Associação Brasileira de Embalagem) 2013**: As Latas Talento da Garoto ganharam o prêmio ABRE 2013. Elege as embalagens que mais se destacaram no país.
- **Prêmio Época ReclameAQUI**: A Chocolates Garoto foi eleita a melhor como excelência de atendimento prestado no site de reclamações ReclameAQUI pelo Prêmio Época/ReclameAQUI – As Melhores Empresas para o Consumidor 2013.
- **Socially Devoted do SocialBakers**: Prêmio oferecido às marcas Garoto e Serenata de Amor pela atuação nas redes sociais.

2014

- **Marcas de Valor**: 1ª colocação na categoria Alimentos e Bebidas. Pesquisa realizada pelo jornal A Gazeta em parceria com o Instituto Futura.
- **Prêmio Marcas Ícones**: Pesquisa realizada pelo IBOPE e Rede Vitória. Nas categorias 'Tops dos Tops' e 'Alimentação', a Garoto é a marca mais lembrada.
- **Recall de Marcas**: 1º lugar na categoria Chocolate. Pesquisa realizada pelo jornal A Gazeta em parceria com o Instituto Futura.
- **Prêmio 200 Maiores**: Garoto na lista das 200 maiores empresas do Estado da Revista da Findes (Federação das Indústrias do Estado do Espírito Santo).

Estudo detalhado sobre a aquisição de achocolatado em pó da marca garoto:

A Garoto é reconhecida por utilizar ingredientes de alta qualidade em seus produtos, o que se reflete no achocolatado em pó. O cuidado na seleção dos ingredientes garante um produto final com sabor autêntico e consistente.

O achocolatado em pó da Garoto oferece um sabor inconfundível e irresistível, resultado de décadas de experiência e tradição na produção de chocolates. Seu sabor único é amplamente apreciado pelos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A textura aveludada do achocolatado em pó da Garoto proporciona uma experiência sensorial única. Sua consistência suave e cremosa se dissolve facilmente em líquidos, criando uma bebida reconfortante e deliciosa.

Além de ser uma opção deliciosa para preparar bebidas quentes ou frias, o achocolatado em pó da Garoto é versátil e pode ser utilizado em diversas receitas, como bolos, mousses, cremes e sobremesas, adicionando um toque de sabor de chocolate.

A Garoto é uma marca com mais de 90 anos de tradição na fabricação de chocolates e produtos derivados do cacau. Sua longa história no mercado brasileiro e a confiança conquistada ao longo dos anos são fatores que aumentam a credibilidade do achocolatado em pó da marca.

A Garoto é uma das marcas mais reconhecidas e respeitadas no segmento de chocolates no Brasil e também tem presença em outros países. Seu achocolatado em pó representa a qualidade e o prestígio que a marca conquistou ao longo de sua trajetória.

A linha de achocolatados em pó da Garoto oferece uma variedade de opções, incluindo versões tradicionais e especiais, atendendo às preferências de diferentes consumidores. Além disso, suas embalagens são práticas e funcionais, garantindo conveniência no armazenamento e uso.

A Garoto demonstra um compromisso contínuo com práticas sustentáveis em sua cadeia de produção, incluindo o cultivo responsável de cacau e o respeito ao meio ambiente. Ao escolher o achocolatado em pó da marca Garoto, os consumidores também apoiam essas iniciativas.

O achocolatado em pó da marca Garoto se destaca por sua qualidade excepcional, sabor irresistível, versatilidade de uso e tradição consolidada. É uma escolha confiável para consumidores que valorizam produtos de alta qualidade e desejam desfrutar de momentos de prazer com uma bebida reconfortante e saborosa.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Achocolatado em pó		
HARALD **MELKEN**		Harald Harald Melken

História

Há 40 anos, a Harald é a continuação de uma tradição que começou há mais de um século, chegando aos dias de hoje com uma linha de produtos profissional para todo tipo de preparo com chocolate.

Em 2022, a Harald completou 40 anos de uma trajetória que começou em 1888, quando Franz Neugebauer, imigrante alemão, instalou-se em Porto Alegre, em busca de novas oportunidades, trazendo consigo técnicas e receitas de confeitaria. De imediato, ele percebeu a carência no comércio local de doces, compotas e geleias, e, em 1891, com seu irmão Max e o amigo Fritz Gerhardt, deu início à fabricação desses produtos.

Imediatamente, Franz percebeu que os chocolates no Brasil eram raros e caros, e por isso decidiu explorar esse mercado. Viajou à Alemanha e comprou os equipamentos que, no fim de 1903, permitiram-lhe tornar Neugebauer Irmãos & Gerhardt a primeira fábrica de chocolates do país. Entre momentos de glória e dificuldades, ela manteve sua principal característica: a busca pelo aprimoramento dos produtos e dos métodos de fabricação.

A Harald é fruto deste espírito de empreendedorismo, que foi perpetuado por Ernesto Harald, terceira geração da família, que constituiu a Harald. Depois da crise que marcou o setor cacaueiro no fim dos anos 1970, Ernesto Harald decidiu vender a fábrica Neugebauer para investir em coberturas sabor chocolate, de produção ainda incipiente no Brasil. Com esse objetivo, tornou-se sócio dos filhos Ernesto Ary e Werner, e fundou a Harald Indústria e Comércio de Alimentos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Ltda., em dezembro de 1982, cuja primeira sede foi instalada no bairro de São Geraldo, em Porto Alegre.

Criação da Linha Melken

Em 2002, com o crescente desejo de diversificar seu portifólio, a Harald passou a fabricar o puro chocolate Melken, linha ampla e composta por diversas embalagens e gramaturas.

A Melken é uma marca da Harald, que há mais de 30 anos é a continuação de uma tradição que começou há mais de um século quando uma família vinda da Alemanha inaugurou em 1903 a primeira fábrica de chocolates do Brasil. A Harald lançou a primeira e mais completa linha de chocolate de origem, a partir de Cacau Fino 100% brasileiro. A empresa exporta para mais de 30 países e se destaca entre os principais fabricantes de chocolates e coberturas da América Latina. É uma empresa sustentável do cacau ao chocolate e tem no seu DNA fazer melhor e fazer com paixão.

Produzido com o chocolate nobre, o Melken Contém açúcar em sua fórmula e 50% de cacau, o que confere uma cor mais escura e um sabor de cacau mais intenso.

Contém derivados de leite e de soja. Contém lactose. Não contém glúten.

Análise dos Benefícios de Adquirir o Achocolatado em Pó da Marca Harald Melken

Excelência na Qualidade do Produto: A marca Harald Melken é reconhecida pela sua excelência na qualidade dos produtos. Seu achocolatado em pó é cuidadosamente produzido com ingredientes selecionados, garantindo um sabor rico e autêntico.

Sabor Rico e Intenso: O achocolatado em pó da Harald Melken oferece um sabor rico e intenso de chocolate, proporcionando uma experiência sensorial única. Seu perfil de sabor equilibrado e encorpado é apreciado por consumidores exigentes.

Versatilidade de Uso: Além de ser ideal para preparar deliciosas bebidas quentes ou frias, o achocolatado em pó da Harald Melken pode ser utilizado em

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

uma variedade de receitas, desde bolos e sobremesas até molhos e coberturas, adicionando um toque especial de chocolate.

Confiança na Marca: A Harald Melken é uma marca reconhecida e respeitada no mercado, conhecida por sua integridade e compromisso com a qualidade. Ao escolher o achocolatado em pó da marca, os consumidores têm a garantia de adquirir um produto confiável e de alto padrão.

Opções Variadas: A Harald Melken oferece uma variedade de opções de achocolatado em pó para atender às preferências dos consumidores, incluindo versões tradicionais, dietéticas e com adição de outros sabores, proporcionando uma experiência personalizada de acordo com o gosto de cada um.

Embalagens Práticas: As embalagens do achocolatado em pó da Harald Melken são práticas e funcionais, projetadas para garantir a praticidade no armazenamento e uso do produto. São resistentes e fáceis de manusear, mantendo o produto fresco por mais tempo.

Compromisso Ambiental: A Harald Melken está comprometida com práticas sustentáveis em sua cadeia de produção, incluindo o uso responsável de recursos naturais e a redução do impacto ambiental. Ao optar pelo achocolatado em pó da marca, os consumidores também contribuem para a preservação do meio ambiente.

Feedback Positivo dos Consumidores: O achocolatado em pó da Harald Melken recebe frequentemente feedbacks positivos dos consumidores, que elogiam sua qualidade, sabor e versatilidade. Essas opiniões favoráveis reforçam a confiança na marca e incentivam novos consumidores a experimentarem o produto.

Em resumo, comprar achocolatado em pó da marca Harald Melken significa adquirir um produto de alta qualidade, com sabor autêntico e versátil, proveniente de uma marca confiável e comprometida com a sustentabilidade ambiental.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Açúcar cristal		
DELTA		

A Delta é uma marca de açúcar que tem uma história rica e significativa no setor de alimentos. A empresa, originária do Brasil, é conhecida por sua produção de açúcar refinado, cristal e mascavo, entre outros produtos derivados da cana-de-açúcar.

História da Marca Delta

1. **Fundação**: A Delta foi fundada com o objetivo de fornecer açúcar de alta qualidade para o mercado brasileiro e internacional. A empresa começou suas operações focada em métodos tradicionais de produção, mas rapidamente adotou inovações tecnológicas para aumentar a eficiência e a qualidade dos seus produtos.
2. **Expansão**: Ao longo dos anos, a Delta expandiu suas operações, adquirindo outras usinas de açúcar e investindo em novas tecnologias. Esta expansão permitiu à empresa aumentar sua capacidade de produção e diversificar sua linha de produtos.
3. **Inovações e Sustentabilidade**: A Delta sempre se preocupou com a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental. Implementou práticas agrícolas sustentáveis e investiu em tecnologias de produção mais limpas para minimizar seu impacto ambiental. Além disso, a empresa tem

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

programas de responsabilidade social voltados para as comunidades onde opera.

4. **Produtos**: A linha de produtos da Delta inclui açúcar refinado, açúcar cristal, açúcar demerara e açúcar mascavo. A marca é conhecida pela qualidade consistente e pelo sabor puro dos seus produtos.
5. **Reconhecimento**: Ao longo dos anos, a Delta recebeu diversos prêmios e certificações que atestam a qualidade dos seus produtos e suas práticas sustentáveis. A marca é reconhecida tanto no mercado doméstico quanto no internacional.

Importância no Setor

A Delta é uma das principais marcas de açúcar no Brasil, contribuindo significativamente para o setor sucroalcooleiro. A empresa não só fornece açúcar para consumidores finais, mas também para indústrias alimentícias que utilizam açúcar como ingrediente em seus produtos.

Futuro da Delta

Com o avanço das tecnologias e o aumento da demanda por produtos mais sustentáveis, a Delta continua a investir em inovação e sustentabilidade. A empresa busca constantemente melhorar seus processos produtivos e expandir seu alcance global.

Se precisar de mais informações detalhadas ou específicas sobre algum aspecto da marca Delta, posso ajudar a encontrar dados adicionais ou realizar uma pesquisa mais aprofundada.

Reconhecimentos

A marca de açúcar Delta, parte do grupo Delta Sucroenergia, tem recebido reconhecimento por suas práticas sustentáveis e inovações na indústria sucroenergética. Um exemplo notável é o apoio do BID Invest (Banco

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Interamericano de Desenvolvimento) com um empréstimo de US$ 70 milhões para melhorar a produtividade agrícola e industrial. Esse financiamento também inclui serviços de consultoria em governança corporativa, meio ambiente e implementação de um plano de gênero, evidenciando o compromisso da empresa com práticas sustentáveis e responsabilidade social (IDB Invest) (NovaCana).

Além disso, Delta Sucroenergia possui várias certificações importantes que destacam seu compromisso com a sustentabilidade, incluindo o selo Bonsucro, que é uma certificação global para produtos de cana-de-açúcar sustentáveis, e o selo Energia Verde, que faz parte do Programa de Certificação da Bioeletricidade (NovaCana).

Variedades oferecidas pela Marca

A marca de açúcar Delta oferece uma variedade de tipos de açúcar, cada um com suas características e usos específicos. Aqui estão alguns dos principais tipos de açúcar disponíveis:

1. **Açúcar Mascavo**: Este açúcar não refinado mantém a maior parte dos nutrientes da cana-de-açúcar, como ferro, cálcio e magnésio. Ele tem grãos maiores e um sabor mais intenso que o açúcar branco (Tua Saúde) (SaúdeLab).
2. **Açúcar Demerara**: Semelhante ao açúcar mascavo, o demerara passa por um leve processo de purificação e refinamento, mas sem o uso de aditivos químicos. Ele também mantém boa parte dos nutrientes da cana e tem um sabor mais ameno (Tua Saúde) (SaúdeLab).
3. **Açúcar Cristal**: Este tipo passa por vários processos de purificação, secagem e cristalização, resultando em cristais grandes e levemente amarelados. É muito utilizado no dia a dia, mas perde muitos nutrientes durante o processamento (SaúdeLab).
4. **Açúcar Refinado**: É o tipo mais comum, com grãos finos e claros. Ele passa por um intenso processo de refino que remove todas as vitaminas e minerais, deixando apenas a sacarose (SaúdeLab) (SaúdeLab).

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Açúcar Light**: Uma mistura de açúcar refinado com adoçantes artificiais, resultando em um produto com menos calorias e maior poder adoçante. No entanto, deve ser consumido com moderação devido aos adoçantes artificiais (Tua Saúde) (SaúdeLab).

6. **Açúcar Orgânico**: Produzido sem o uso de fertilizantes químicos ou agrotóxicos, este açúcar mantém a mesma quantidade de calorias e nutrientes que o açúcar comum, mas é considerado mais saudável por ser livre de químicos (Tua Saúde) (A Melhor Escolha).

7. **Açúcar de Coco**: Extraído da seiva do coqueiro, este açúcar é minimamente processado e possui um índice glicêmico mais baixo, além de ser rico em nutrientes como potássio e vitaminas do complexo B (Tua Saúde) (NutS).

Essas variedades permitem que os consumidores escolham o tipo de açúcar que melhor se adapta às suas necessidades e preferências dietéticas.

Análise e Vantagens de Escolher a Marca Delta de Açúcar

A marca Delta de açúcar destaca-se no mercado por várias razões que a tornam uma escolha preferencial tanto para consumidores finais quanto para empresas da indústria alimentícia. Aqui estão algumas das principais vantagens de optar pelos produtos Delta:

1. Qualidade Consistente

- **Processos de Produção Rigorosos**: A Delta utiliza processos de produção de alta qualidade, garantindo que o açúcar seja puro e consistentemente bom.
- **Certificações de Qualidade**: A marca possui diversas certificações que atestam a qualidade e segurança dos seus produtos, como ISO 9001 e outras normas relevantes no setor alimentício.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. Variedade de Produtos

- **Açúcar Refinado**: Ideal para uso diário em casa e em receitas que requerem açúcar puro e fácil de dissolver.
- **Açúcar Cristal**: Versátil e perfeito para diversas aplicações culinárias, incluindo confeitaria e panificação.
- **Açúcar Demerara**: Menos processado, mantendo alguns nutrientes naturais da cana, com um sabor suave e caramelizado.
- **Açúcar Mascavo**: Rico em nutrientes e com um sabor distinto, ótimo para receitas mais rústicas e naturais.

3. Sustentabilidade e Responsabilidade Ambiental

- **Práticas Agrícolas Sustentáveis**: A Delta adota práticas agrícolas que respeitam o meio ambiente, utilizando métodos de cultivo que preservam a saúde do solo e reduzem a necessidade de pesticidas.
- **Produção Limpa**: Investimentos em tecnologias de produção que minimizam a emissão de poluentes e o desperdício de recursos.

4. Responsabilidade Social

- **Programas Comunitários**: A Delta está envolvida em várias iniciativas sociais que beneficiam as comunidades locais onde suas usinas estão situadas, incluindo projetos de educação e saúde.
- **Emprego e Treinamento**: A empresa investe em treinamento e desenvolvimento profissional dos seus funcionários, contribuindo para o bem-estar e a capacitação da mão-de-obra local.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. Inovação e Tecnologia

- **Pesquisa e Desenvolvimento**: A Delta investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento para melhorar seus produtos e processos produtivos.
- **Tecnologia Avançada**: Utilização de tecnologias de ponta para garantir a pureza e qualidade do açúcar, bem como para otimizar a eficiência energética das suas operações.

6. Reconhecimento e Confiança

- **Marca Estabelecida**: A Delta é uma marca reconhecida e respeitada no mercado brasileiro e internacional, conhecida pela sua tradição e comprometimento com a qualidade.
- **Feedback Positivo**: Recebe constantemente feedback positivo de consumidores e parceiros comerciais, reforçando sua reputação como uma marca de confiança.

7. Preço Competitivo

- **Bom Custo-Benefício**: Apesar da alta qualidade, os produtos da Delta são oferecidos a preços competitivos, proporcionando um excelente custo-benefício para os consumidores.

Conclusão

Escolher a marca Delta de açúcar significa optar por produtos de alta qualidade, sustentáveis e produzidos por uma empresa que valoriza tanto a excelência quanto a responsabilidade social e ambiental. Essas características fazem da Delta uma escolha superior no mercado de açúcar, atendendo às necessidades de consumidores e empresas que buscam produtos confiáveis e de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ref: Açúcar cristal		
UNIÃO		

História

A marca Companhia União dos Refinadores foi fundada em 4 de outubro de 1910 pelos irmãos Giuseppe e Nicola Puglisi, imigrantes italianos. Inicialmente eles chegaram ao Brasil para vender o vinho produzido pela família na Itália, criaram a companhia Puglisi e obtendo sucesso, resolveram diversificar ingressando no mercado de açúcar.

Eles conseguiram unificar pequenos refinadores de São Paulo para auxiliar o desenvolvimento do comércio além de garantir a qualidade do produto. A sede ficava na Alameda Barão do Rio Branco e possuía mais outras duas sucursais.

No ano de 1912, começaram as primeiras divulgações nos jornais da época e pelos anos de 1930, tornou-se patrocinadora de um programa de rádio, a *Hora Doce*.

Entre as décadas de 1930 e 1950, diversificou a produção, oferecendo um açúcar especial para glacês e suspiros, além de lançar a embalagem de cinco quilos visando a utilização pelos comerciantes. Em 1955, incorporaram receitas à embalagem do açúcar e no final da década de 1960, foi lançado o primeiro caderno de receitas da União.

Já no ano de 1988, trocaram a embalagem de papel para a de plástico utilizada atualmente. No início do século XXI, atendendo às novas tendências do mercado, lançaram o açúcar refinado em cubos, uma versão light com menos calorias e o açúcar orgânico.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

No ano de 2014, próximo a comemoração do sesquicentenário da empresa, a companhia lança um novo produto, o açúcar *União Impalpável* para receitas de pasta americana.

Proprietários e Fábricas

Durante seus mais de cento e cinquenta anos de existência, o açúcar União passou por vários proprietários. Criada em 1910 por Nicola e Giuseppi Puglisi, possuía uma fábrica na Alameda Barão do Rio Branco com cerca de 6300 metros quadrados, empregando cerca de 150 trabalhadores, além dos distribuidores e vendedores que àquela época vendia o produto à domicílio.

Foi vendida para usineiros pernambucanos em 1928, sendo reestruturada organizacionalmente. Sete anos mais tarde, foi adquirida pelo então seu presidente, José Ferraz Camargo, que assume o controle total da empresa. No final da década de 1930, incorporou a Açucareira Santista S/A e cerca de trinta anos depois, a Refinaria Piedade.

No ano de 1973, a marca foi transferida para a Copersucar quando ela adquiriu o controle acionário da Companhia União. Neste período, dobrou sua capacidade produtiva.

Em 2005, o Grupo Nova América passou a ser o dono da marca União. Durante esta gestão, a refinaria localizada na Mooca foi desativada em 2006, permanecendo abandonada por três anos. Em 2009, foi demolida, restando somente a sua chaminé. Em 2007, a Refinaria União situada em Limeira foi fechada.

No ano de 2009, a marca do açúcar União foi transferida para a Cosan quando esta incorporou as unidades industriais, portuárias e comerciais do Grupo Nova América.

Em 2012, a marca é vendida para a Camil Alimentos e mudando, assim, sua logomarca que perdura até os dias atuais.

Reconhecimentos

A marca União de Açúcar tem sido amplamente reconhecida por sua qualidade e inovação ao longo dos anos, ganhando diversos prêmios. Aqui estão alguns dos principais prêmios que a marca União recebeu:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Prêmio Top of Mind**: União é frequentemente vencedora do Prêmio Top of Mind, que é concedido às marcas mais lembradas pelos consumidores em diversas categorias. A marca tem se destacado na categoria de açúcares.

2. **Prêmio Abilux**: União já foi reconhecida pela Associação Brasileira da Indústria de Iluminação (Abilux) por suas embalagens inovadoras e sustentáveis.

3. **Prêmio Ponto de Encontro**: Este prêmio é concedido às marcas que se destacam em pontos de venda, com União sendo reconhecida pela sua presença e estratégias de marketing eficazes nos supermercados.

4. **Prêmio Consumidor Moderno**: União já foi agraciada com este prêmio, que reconhece as melhores práticas de relacionamento e satisfação do consumidor.

5. **Prêmio Reclame Aqui**: Este prêmio é um reconhecimento à excelência no atendimento ao cliente e solução de problemas, destacando a União pela sua capacidade de lidar com reclamações de forma eficiente.

6. **Prêmio Melhor Produto do Ano**: União foi eleita como o melhor produto do ano em diversas ocasiões em pesquisas realizadas por revistas e instituições de pesquisa de mercado.

Esses prêmios refletem o compromisso contínuo da União com a qualidade, inovação e satisfação do consumidor. A marca continua a se destacar no mercado, conquistando a confiança e a lealdade de seus clientes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de açúcar que a marca união oferece

A marca União oferece uma ampla variedade de açúcares para atender às diferentes necessidades e preferências dos consumidores. Aqui estão os principais tipos de açúcar que a União disponibiliza:

Açúcares Refinados

1. **Açúcar Refinado**: O açúcar branco comum, amplamente utilizado em receitas de culinária e confeitaria.

2. **Açúcar de Confeiteiro**: Açúcar refinado finamente moído, ideal para coberturas, glacês e polvilhar sobre doces.

Açúcares Cristal

1. **Açúcar Cristal**: Possui grãos maiores e é utilizado em preparações culinárias diversas, especialmente em receitas que necessitam de maior estabilidade ao cozinhar.

2. **Açúcar Cristal Premium**: Uma versão de alta qualidade do açúcar cristal, com grãos mais uniformes.

Açúcares Especiais

1. **Açúcar Mascavo**: Açúcar não refinado, mantendo a coloração marrom e o sabor característico da cana-de-açúcar.

2. **Açúcar Demerara**: Açúcar menos processado que o refinado, com cristais grandes e cor dourada, preservando mais minerais.

3. **Açúcar Orgânico**: Produzido a partir de cana-de-açúcar cultivada sem o uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos, atendendo aos padrões de produção orgânica.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Açúcares Light e Dietéticos

1. **União Light**: Mistura de açúcar comum com edulcorantes, proporcionando menor caloria por porção, ideal para quem busca reduzir o consumo de calorias sem abrir mão do sabor.

2. **União Sucralose**: Açúcar com sucralose, um edulcorante sem calorias, adequado para dietas especiais e diabéticos.

Açúcares para Culinária e Confeitaria

1. **Açúcar Impalpável**: Semelhante ao açúcar de confeiteiro, porém com a adição de amido, perfeito para dar acabamento a doces e bolos.

2. **Açúcar Gelado**: Especial para polvilhar sobre doces que vão ao congelador, mantendo-se seco e sem derreter.

Açúcares Específicos para Bebidas

1. **Açúcar para Frapê**: Desenvolvido para dissolver rapidamente em bebidas frias, como sucos, vitaminas e frapês.

Açúcares para Conservas

1. **Açúcar para Conservas**: Especialmente formulado para uso em conservas de frutas e geleias, garantindo a textura e conservação adequadas.

Esses variados tipos de açúcar da marca União oferecem opções para diferentes usos culinários, dietas e preferências, destacando-se pela qualidade e versatilidade.

Análise e Vantagens de Escolher a Marca Delta de Açúcar

Escolher a marca União de Açúcar traz diversas vantagens, refletindo a tradição, qualidade e inovação que a marca oferece. Aqui está uma análise detalhada das vantagens de optar pelos produtos União:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Qualidade Consistente

- **Padrões Rigorosos**: União é conhecida por manter padrões rigorosos de qualidade em todos os seus produtos. Desde o cultivo da cana até o processo de refinamento, cada etapa é cuidadosamente monitorada para garantir a pureza e a qualidade do açúcar.
- **Controle de Qualidade**: A marca utiliza tecnologias avançadas para o controle de qualidade, garantindo que cada pacote de açúcar União atenda às expectativas dos consumidores.

Tradição e Confiança

- **História Centenária**: Fundada em 1910, a União tem mais de um século de experiência e tradição no mercado brasileiro, sendo uma marca de confiança para gerações de consumidores.
- **Reconhecimento da Marca**: União é uma das marcas de açúcar mais reconhecidas e respeitadas no Brasil, o que atesta sua reputação e confiabilidade.

Inovação e Diversificação

- **Produtos Diversificados**: União oferece uma ampla gama de produtos, incluindo açúcar refinado, cristal, de confeiteiro, mascavo e orgânico, atendendo a diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

- **Embalagens Inovadoras**: A marca investe em embalagens práticas e sustentáveis, facilitando o uso e o armazenamento do produto.

Sustentabilidade

- **Práticas Sustentáveis**: União adota práticas sustentáveis em suas operações, desde o cultivo da cana-de-açúcar até o processamento e a embalagem. Isso inclui o uso eficiente de recursos naturais e a redução de impactos ambientais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Certificações**: A marca possui certificações que atestam seu compromisso com a sustentabilidade, como a certificação Bonsucro, que promove práticas sustentáveis na produção de açúcar.

Atendimento ao Consumidor

- **Excelência no Atendimento**: União é reconhecida pela excelência no atendimento ao cliente, proporcionando suporte e resolução eficiente de problemas.

- **Engajamento com Consumidores**: A marca mantém um canal aberto de comunicação com seus consumidores, recebendo feedback e buscando constantemente melhorar seus produtos e serviços.

Contribuição Social

- **Projetos Sociais**: União está envolvida em diversos projetos sociais, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades onde atua. Isso reforça o compromisso da marca com a responsabilidade social.

Inovação em Marketing

- **Campanhas Publicitárias Eficazes**: União realiza campanhas publicitárias eficazes e memoráveis, que ajudam a manter a marca no topo da mente dos consumidores.

- **Presença Digital**: A marca tem uma forte presença digital, utilizando redes sociais e outras plataformas online para se conectar com os consumidores e promover seus produtos.

Conclusão

Escolher a marca União de Açúcar significa optar por uma marca que combina tradição, qualidade, inovação e responsabilidade social. A União não apenas oferece produtos de alta qualidade, mas também se preocupa com a sustentabilidade e a satisfação do consumidor, tornando-se uma escolha confiável e vantajosa para os consumidores brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ref: Açúcar cristal		
CARAVELAS		Caravelas

A história da marca Caravelas de Açúcar é uma interessante jornada no setor açucareiro brasileiro, marcada por tradição, inovação e comprometimento com a qualidade. Aqui está um relato detalhado sobre essa marca:

Origem e Fundação

A marca Caravelas surgiu em 1921, na cidade de Catanduva, no interior de São Paulo. Fundada pela Companhia Agrícola e Industrial de São Carlos, a empresa foi uma das pioneiras na produção de açúcar na região, estabelecendo-se como uma referência na indústria sucroalcooleira.

Desenvolvimento e Crescimento

Nos primeiros anos de sua existência, a Caravelas focou em expandir sua capacidade de produção e melhorar seus processos industriais. A usina de Catanduva se destacou pela implementação de tecnologias modernas para a época, o que permitiu aumentar a eficiência e a qualidade do açúcar produzido.

Durante as décadas de 1930 e 1940, a Caravelas consolidou sua presença no mercado brasileiro, ganhando reconhecimento pela qualidade de seus produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A marca passou a ser sinônimo de confiança e tradição, conquistando a preferência dos consumidores em todo o país.

Expansão e Modernização

Na década de 1950, a Caravelas iniciou um processo de modernização de suas instalações e expansão de sua capacidade produtiva. A empresa investiu em novas tecnologias de refinamento e em práticas agrícolas mais eficientes, garantindo um produto final de alta qualidade.

Além disso, a marca diversificou seu portfólio, introduzindo novos tipos de açúcar, como o açúcar cristal e o açúcar mascavo, atendendo às diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

Parcerias e Fusões

Ao longo dos anos, a Caravelas estabeleceu diversas parcerias estratégicas e passou por algumas fusões que ajudaram a fortalecer sua posição no mercado. Em 2001, a marca foi adquirida pela Cosan, uma das maiores empresas do setor sucroenergético no Brasil. Essa aquisição permitiu à Caravelas beneficiar-se da infraestrutura e expertise da Cosan, além de ampliar sua capacidade de distribuição e alcance de mercado.

Inovação e Sustentabilidade

Nos últimos anos, a Caravelas tem se destacado pelo seu compromisso com a sustentabilidade e a inovação. A empresa adota práticas agrícolas sustentáveis, investe em tecnologias de produção mais limpas e participa de programas de responsabilidade social que beneficiam as comunidades locais.

Presente e Futuro

Atualmente, a marca Caravelas continua a ser uma referência no mercado de açúcar no Brasil. Com um portfólio diversificado de produtos que inclui açúcar

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

refinado, cristal, demerara e mascavo, a Caravelas atende a uma ampla gama de consumidores e indústrias.

A empresa mantém seu compromisso com a qualidade, a inovação e a sustentabilidade, garantindo que seus produtos continuem a ser sinônimo de excelência no mercado brasileiro. Com uma história rica e uma visão voltada para o futuro, a Caravelas permanece como uma marca de confiança e tradição no setor açucareiro.

Importância no setor

A marca Caravelas é reconhecida no setor de açúcar por sua longa história e tradição. Ela remonta ao período colonial brasileiro, quando a produção de açúcar era uma das principais atividades econômicas do país. A marca Caravelas evoca a era dos descobrimentos e a chegada dos portugueses ao Brasil, o que pode conferir um aspecto histórico e cultural à marca.

Além disso, a marca Caravelas também pode estar associada a valores de qualidade e tradição na produção de açúcar. Muitas vezes, marcas com uma história rica e longa são percebidas pelos consumidores como mais confiáveis e autênticas, o que pode contribuir para a fidelidade do consumidor e o sucesso da marca no mercado.

No entanto, é importante ressaltar que a importância da marca Caravelas no setor de açúcar pode variar dependendo do contexto e da região. Outras marcas também podem ter uma presença significativa no mercado, e a importância relativa de cada marca pode ser influenciada por diversos fatores, como estratégias de marketing, qualidade do produto e preferências dos consumidores.

A marca é tem esse reconhecimento por qualidade, inovação, responsabilidade ambiental ou social, entre outros aspectos.

Tipos de açúcar que a marca Caravelas oferece

A marca Caravelas pode oferecer uma variedade de tipos de açúcar, comum em marcas do setor. Alguns exemplos comuns são:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Açúcar refinado**: O mais comum, utilizado em diversas receitas culinárias e no dia a dia.

2. **Açúcar cristal**: Possui cristais maiores que o refinado, sendo utilizado em receitas que requerem textura mais granulada.

3. **Açúcar demerara**: Um tipo de açúcar menos processado, com grãos maiores e sabor mais próximo ao da cana-de-açúcar.

4. **Açúcar mascavo**: Feito a partir do caldo de cana-de-açúcar, é mais escuro e úmido, com sabor mais pronunciado devido à presença de melaço.

5. **Açúcar de confeiteiro ou açúcar impalpável**: Açúcar refinado moído até se tornar um pó fino, utilizado em coberturas e glacês.

Estes são apenas alguns exemplos, e a marca Caravelas pode oferecer outros tipos de açúcar, bem como produtos específicos para determinados usos culinários. Para informações precisas sobre os tipos de açúcar oferecidos pela marca Caravelas, recomendo verificar o site oficial da empresa ou contatá-los diretamente.

Porque escolher a marca caravelas? Vantagens

Escolher a marca Caravelas de açúcar pode trazer várias vantagens, dependendo das suas necessidades e preferências. Aqui estão algumas análises e vantagens potenciais:

1. **Tradição e Qualidade**: A marca Caravelas pode ter uma longa história e tradição na produção de açúcar, o que pode ser associado à qualidade e confiabilidade do produto.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Variedade de Produtos**: A Caravelas pode oferecer uma variedade de tipos de açúcar para atender às diferentes necessidades culinárias e preferências dos consumidores.

3. **Reconhecimento e Prestígio**: Marcas com história e reconhecimento podem ser bem vistas pelos consumidores, o que pode influenciar a escolha do produto no ponto de venda.

4. **Possível Compromisso com a Sustentabilidade**: Dependendo da política da empresa, a marca Caravelas pode ter um compromisso com práticas sustentáveis na produção de açúcar, o que pode ser uma vantagem para consumidores preocupados com o meio ambiente.

5. **Disponibilidade e Acessibilidade**: Dependendo da região, a marca Caravelas pode ser amplamente disponível e acessível, o que facilita a compra e o uso em diversas receitas.

6. **Suporte ao Consumidor**: Marcas estabelecidas muitas vezes oferecem um bom suporte ao cliente, seja por meio de informações sobre produtos, receitas ou até mesmo programas de fidelidade.

Conclusão

Em conclusão, a marca Caravelas de açúcar emerge como uma excelente opção para os consumidores, oferecendo uma combinação de tradição, qualidade e variedade de produtos. Sua longa história e reconhecimento no mercado podem transmitir confiança aos consumidores, enquanto a diversidade de tipos de açúcar disponíveis atende às diferentes necessidades culinárias. Além disso, possíveis compromissos com a sustentabilidade e um bom suporte ao consumidor podem adicionar valor à escolha da marca Caravelas. Com isso, é evidente que a marca Caravelas representa uma opção sólida e confiável para aqueles que buscam qualidade e excelência no segmento de açúcar.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ref: Açúcar cristal		
ALVINHO		

História

A marca Alvinho é uma das mais tradicionais no mercado de açúcar, especialmente no Brasil. Sua história remonta ao início do século XX, quando a usina Santa Elisa, localizada em Sertãozinho, São Paulo, iniciou a produção de açúcar e álcool.

O nome "Alvinho" surgiu como uma homenagem a Alvin Seale, engenheiro americano que foi fundamental no desenvolvimento da tecnologia de produção de açúcar no Brasil, especialmente na época em que a usina Santa Elisa começou suas atividades.

Ao longo dos anos, a marca Alvinho consolidou-se como sinônimo de qualidade e tradição no mercado de açúcar, sendo reconhecida pela sua pureza e sabor. A usina Santa Elisa, por sua vez, tornou-se uma das mais importantes do país, contribuindo significativamente para o desenvolvimento da indústria sucroalcooleira no Brasil.

Importância da marca

Hoje, a marca Alvinho continua presente no mercado, mantendo sua reputação de qualidade e tradição, e sendo uma escolha popular entre os consumidores brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A marca Alvinho tem uma grande importância no setor de açúcar, especialmente no Brasil, onde é reconhecida como uma marca tradicional e de qualidade. A importância da marca Alvinho pode ser destacada por vários aspectos:

1. **Tradição e História**: A marca Alvinho possui uma longa história no mercado de açúcar, o que a torna reconhecida e respeitada pelos consumidores. Sua tradição está associada à qualidade e confiabilidade do produto.
2. **Qualidade Reconhecida**: A marca Alvinho é conhecida pela qualidade do seu açúcar, que é produzido seguindo padrões elevados de produção e controle de qualidade. Isso contribui para a fidelidade dos consumidores à marca.
3. **Presença no Mercado**: A marca Alvinho tem uma presença significativa no mercado brasileiro de açúcar, sendo facilmente encontrada em supermercados e estabelecimentos comerciais em todo o país. Isso a torna uma escolha conveniente para os consumidores.
4. **Variedade de Produtos**: Além do açúcar refinado tradicional, a marca Alvinho pode oferecer uma variedade de produtos, como açúcar cristal, demerara, mascavo, entre outros, atendendo às diferentes preferências dos consumidores.
5. **Responsabilidade Social e Ambiental**: Marcas estabelecidas como a Alvinho muitas vezes têm políticas e práticas que visam a responsabilidade social e ambiental, o que pode ser importante para os consumidores preocupados com essas questões.

No geral, a marca Alvinho desempenha um papel significativo no setor de açúcar, sendo uma escolha confiável e reconhecida pelos consumidores brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de açúcar oferecidos

A marca Alvinho, conhecida por sua variedade e qualidade, oferece diversos tipos de açúcar para atender às diferentes necessidades dos consumidores. Alguns dos tipos de açúcar que a marca Alvinho pode oferecer incluem:

1. **Açúcar Refinado**: O mais comum e versátil, utilizado em diversas receitas e no dia a dia.
2. **Açúcar Cristal**: Possui cristais maiores que o refinado, sendo ideal para uso em receitas que requerem uma textura mais granulada.
3. **Açúcar Demerara**: Um açúcar menos processado, com grãos maiores e sabor mais próximo ao da cana-de-açúcar, sendo uma opção mais saudável em comparação com o açúcar refinado.
4. **Açúcar Mascavo**: Feito a partir do caldo de cana-de-açúcar, é mais escuro e úmido, com sabor mais pronunciado devido à presença de melaço, sendo uma opção mais natural e rica em minerais.
5. **Açúcar de Confeiteiro ou Impalpável**: Açúcar refinado moído até se tornar um pó fino, utilizado em coberturas, glacês e preparações que necessitam de uma textura mais suave.

Esses são apenas alguns exemplos dos tipos de açúcar que a marca Alvinho pode oferecer.

Vantagens

A marca Alvinho destaca-se como uma das melhores opções no mercado de açúcar por diversas razões, que incluem sua tradição, qualidade, variedade de produtos e presença no mercado. Vamos analisar esses pontos com mais detalhes:

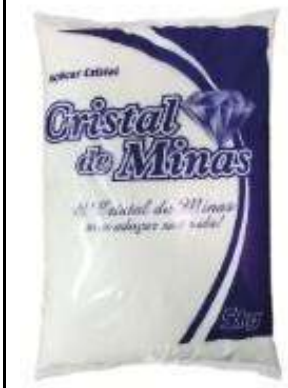
Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Tradição e História**: A marca Alvinho possui uma história rica e tradicional no mercado de açúcar, o que lhe confere credibilidade e confiança junto aos consumidores. Sua longa trajetória é um indicativo de compromisso com a qualidade e a satisfação dos clientes.
2. **Qualidade Reconhecida**: A qualidade dos produtos Alvinho é amplamente reconhecida pelos consumidores. O açúcar Alvinho é produzido seguindo padrões rigorosos de qualidade, o que garante um produto final de excelência.
3. **Variedade de Produtos**: A marca Alvinho oferece uma variedade de tipos de açúcar para atender às diferentes necessidades e preferências dos consumidores. Isso inclui açúcar refinado, cristal, demerara, mascavo e outros, proporcionando opções para diversos usos culinários.
4. **Presença no Mercado**: A marca Alvinho está presente em muitos pontos de venda em todo o país, o que facilita o acesso dos consumidores aos seus produtos. Sua ampla distribuição é um reflexo da confiança e da preferência do público pela marca.
5. **Compromisso com a Sustentabilidade**: Marcas como a Alvinho frequentemente têm um compromisso com a sustentabilidade, adotando práticas responsáveis em suas operações. Isso pode ser um diferencial para os consumidores preocupados com questões ambientais.

Em conclusão, a marca Alvinho destaca-se no mercado de açúcar como uma das melhores opções devido à sua tradição, qualidade, variedade de produtos e presença no mercado. Sua reputação e compromisso com a excelência fazem dela uma escolha confiável e valorizada pelos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS

Ref: Ref: Açúcar cristal		
CRISTAL DE MINAS		

A marca Cristal de Minas tem sua origem na cidade de Patos de Minas, localizada no estado de Minas Gerais, Brasil. A história da marca remonta a décadas atrás, quando a produção de açúcar e alimentos era uma atividade econômica fundamental na região.

A marca Cristal de Minas é conhecida por sua qualidade e tradição na produção de açúcar e outros produtos alimentícios. Sua história está intimamente ligada à história da região de Patos de Minas e à cultura do estado de Minas Gerais, conhecido por sua produção de açúcar, queijos, e outros produtos tradicionais.

Ao longo dos anos, a marca Cristal de Minas expandiu sua linha de produtos para incluir diversos tipos de açúcar, atendendo às diferentes necessidades dos consumidores. A marca também pode ter expandido sua presença para além da região de Minas Gerais, tornando-se conhecida em outras partes do Brasil.

Hoje, a marca Cristal de Minas é reconhecida como uma marca tradicional e de qualidade, representando a tradição e a cultura alimentar de Minas Gerais. Sua história e sua reputação contribuem para sua posição no mercado como uma escolha confiável e valorizada pelos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de produtos oferecidos pela marca Cristal de Minas

A marca Cristal de Minas oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente no segmento de açúcar. Aqui estão alguns dos produtos que a marca pode oferecer:

1. **Açúcar Refinado**: Utilizado em diversas receitas culinárias e no dia a dia.

2. **Açúcar Cristal**: Com cristais maiores que o refinado, ideal para uso em receitas que requerem uma textura mais granulada.

3. **Açúcar Demerara**: Menos processado que o refinado, com grãos maiores e sabor mais próximo ao da cana-de-açúcar.

4. **Açúcar Mascavo**: Feito a partir do caldo de cana-de-açúcar, é mais escuro e úmido, com sabor mais pronunciado devido à presença de melaço.

5. **Açúcar de Confeiteiro**: Açúcar refinado moído até se tornar um pó fino, utilizado em coberturas, glacês e preparações que necessitam de uma textura mais suave.

Além dos açúcares, a marca Cristal de Minas também pode oferecer outros produtos alimentícios, como:

6. **Adoçantes**: Alternativas ao açúcar para pessoas que desejam reduzir o consumo de açúcar.

7. **Misturas para Bolos e Sobremesas**: Produtos pré-misturados para facilitar o preparo de bolos e sobremesas.

8. **Farinhas**: Diferentes tipos de farinha para uso culinário.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esses são alguns exemplos dos produtos que a marca Cristal de Minas pode oferecer. A disponibilidade pode variar dependendo da região e do ponto de venda.

Análise mostrando as vantagens de se adquirir açúcar cristal de minas

Adquirir açúcar da marca Cristal de Minas pode oferecer diversas vantagens aos consumidores, incluindo:

1. **Tradição e Qualidade**: A marca Cristal de Minas possui uma longa história e tradição na produção de açúcar, o que pode ser associado à qualidade e confiabilidade do produto.

2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de tipos de açúcar, como refinado, cristal, demerara e mascavo, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.

3. **Sabor e Textura**: Os produtos da marca Cristal de Minas são conhecidos pelo sabor e textura característicos, que podem realçar o sabor de diversas receitas.

4. **Disponibilidade e Acessibilidade**: A marca Cristal de Minas geralmente é amplamente disponível em supermercados e estabelecimentos comerciais, tornando fácil a sua aquisição pelos consumidores.

5. **Compromisso com a Sustentabilidade**: Marcas estabelecidas como a Cristal de Minas muitas vezes têm um compromisso com práticas sustentáveis, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com questões ambientais.

6. **Reconhecimento e Confiança**: A marca Cristal de Minas é reconhecida e confiável no mercado, o que pode influenciar a escolha dos consumidores na hora da compra.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

7. **Preços Competitivos**: Apesar da qualidade, os produtos da marca Cristal de Minas geralmente são oferecidos a preços competitivos em relação a outras marcas do mercado.

Em resumo, adquirir açúcar da marca Cristal de Minas é uma excelente escolha devido à sua qualidade, variedade, tradição e compromisso com a sustentabilidade, oferecendo aos consumidores um produto confiável e de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: arroz branco, tipo 1		
PRATO FINO		

História

A marca Prato Fino de arroz tem suas origens na produção e comercialização de arroz, um dos alimentos básicos mais importantes e consumidos em todo o mundo. No Brasil, a produção de arroz é uma atividade agrícola significativa, com várias regiões do país dedicadas ao cultivo desse cereal.

É possível que a marca Prato Fino tenha sido estabelecida com o objetivo de oferecer aos consumidores uma opção de arroz de qualidade, com diferentes variedades e tipos para atender às preferências do mercado. A marca provavelmente passou por várias mudanças e adaptações ao longo do tempo, para se manter relevante e competitiva no mercado de alimentos.

A qualidade e a variedade de produtos oferecidos pela marca Prato Fino de arroz são pontos-chave de sua história, assim como seu compromisso em atender às necessidades dos consumidores brasileiros. A marca também tem investido em tecnologia e inovação para melhorar seus processos de produção e oferecer produtos de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de Arroz que a marca oferece

A marca Prato Fino oferece uma variedade de produtos relacionados ao arroz, incluindo diferentes tipos de arroz e produtos derivados. Alguns dos produtos oferecidos pela marca Prato Fino de arroz podem incluir:

1. **Arroz branco**: O arroz branco é o tipo mais comum e popular de arroz, conhecido por seu grão macio e solto após o cozimento.
2. **Arroz integral**: O arroz integral é uma opção mais nutritiva, pois não passa pelo processo de refinamento, mantendo sua casca e nutrientes.
3. **Arroz parboilizado**: O arroz parboilizado passa por um processo de pré-cozimento antes de ser descascado, o que ajuda a preservar alguns nutrientes.
4. **Arroz arbóreo**: O arroz arbóreo é um tipo de arroz de grão curto usado principalmente para fazer risotos, devido à sua capacidade de absorver líquidos e liberar amido.
5. **Farinha de arroz**: A farinha de arroz é obtida moendo o arroz em pó fino e é usada em diversas receitas, especialmente na culinária sem glúten.
6. **Aveia**: Embora não seja diretamente relacionada ao arroz, a marca Prato Fino também pode oferecer aveia, que é um cereal versátil e nutritivo.

Estes são apenas alguns exemplos dos produtos relacionados ao arroz que a marca Prato Fino pode oferecer.

Vantagens

Escolher a marca Prato Fino para arroz pode oferecer várias vantagens aos consumidores. Vamos analisar algumas delas:

1. **Qualidade**: A marca Prato Fino é conhecida por oferecer produtos de alta qualidade, o que garante um arroz saboroso e com boa textura após o cozimento.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Variedade**: A marca Prato Fino oferece uma variedade de tipos de arroz, como branco, integral, parboilizado e arbóreo, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.

3. **Nutrientes**: O arroz integral da marca Prato Fino é uma fonte importante de nutrientes, como fibras, vitaminas do complexo B e minerais, contribuindo para uma alimentação mais saudável.

4. **Versatilidade**: O arroz da marca Prato Fino pode ser utilizado em uma variedade de pratos, desde acompanhamentos simples até receitas mais elaboradas, como risotos e sushi.

5. **Preço**: Apesar da qualidade, os produtos da marca Prato Fino geralmente são oferecidos a preços acessíveis, tornando-os uma escolha econômica para os consumidores.

6. **Confiança**: A marca Prato Fino é reconhecida e confiável no mercado, o que garante aos consumidores a certeza de estar adquirindo um produto de qualidade.

7. **Disponibilidade**: Os produtos da marca Prato Fino são facilmente encontrados em supermercados e estabelecimentos comerciais em todo o Brasil, garantindo a sua disponibilidade para os consumidores.

Em resumo, escolher a marca Prato Fino para arroz pode proporcionar aos consumidores uma experiência gastronômica satisfatória, com produtos de qualidade, versáteis e nutritivos, a preços acessíveis e de uma marca reconhecida no mercado.

Conclusão

Em conclusão, a marca Prato Fino para arroz é uma excelente escolha para os consumidores que buscam qualidade, variedade e confiança em seus produtos. Com uma ampla gama de tipos de arroz, qualidade reconhecida, preço acessível e disponibilidade no mercado, a marca Prato Fino se destaca como uma das melhores opções para quem deseja uma experiência gastronômica satisfatória. Sua tradição e compromisso com a qualidade garantem aos consumidores uma escolha confiável e valorizada no mercado de alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: arroz branco, tipo 1		
TIO JOÃO		

História

A história da Tio João, a marca mais conhecida de arroz no Brasil, começou há exatos 100 anos com um português chamado Joaquim. Sim, em 1922, o imigrante Joaquim Oliveira fundava, em Pelotas, no Rio Grande do Sul, a empresa Josapar.

Ele começara sua trajetória em 1918 como funcionário de um armazém – que acabou comprando - na mesma cidade. A iniciativa também trouxe os primeiros ganhos e possibilitou a vinda de seus outros irmãos, que juntos, deram sua contribuição aos negócios da família.

Aos poucos, a atuação da empresa foi aumentando e abriram-se novas frentes de atuação em outros estados. Primeiro, Joaquim apostou no café, seguido pela distribuição do açúcar, no período da Segunda Guerra Mundial.

Durante a Segunda Guerra Mundial, vivendo em uma região com muito gado, onde frigoríficos e charqueadas não utilizavam os restos de ossos e cartilagens, Joaquim e os irmãos adquiriram uma fábrica de resinas.

A unidade havia sido desapropriada pelo Governo Federal de alemães por questões políticas e os portugueses passaram a fabricar colas de baixo custo à base dessas cartilagens e, com os resíduos de ossos, lançaram no mercado o novo adubo Supremo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Afinal, quem foi o João?

Apenas mais tarde, por volta dos anos 1950, que os negócios começaram a caminhar para o mercado de arroz. Após uma viagem aos Estados Unidos, a família voltou encantada com o Uncle Ben's.
Os Oliveira decidiram repetir a fórmula no Brasil e criaram o arroz Tio João, por sugestão de uma irmã de Joaquim, a Sra. Necy Oliveira que teria casado com um estadunidense e morado naquele país.
O nome homenageia um tio de mesmo nome, mas a receita é americana. Infelizmente, pouco tempo depois, em 1952, o fundador Joaquim Oliveira faleceu.

A marca de arroz Tio João é a mais lembrada pelos brasileiros em praticamente todas as pesquisas Top of Mind do país e, atualmente, conta com um amplo portfólio de produtos.

“Meu avô chegou ao Brasil com uma carta de recomendação para trabalhar em um armazém. Cresceu e comprou o local. Prosperou mais e, quando morreu, 30 anos depois, tinha uma rede de atacados e terras para plantação de arroz e criação de gado”, conta o diretor vice-presidente da Josapar, Augusto de Oliveira Júnior em uma entrevista ao jornal gaúcho Zero Hora.

Arroz, feijão e mais

A família Oliveira passou a expandir ainda mais sua atuação, por meio da aquisição e arrendamento de terras e granjas, sob o propósito de investir na produção deste alimento, base para tantas culturas ao redor do mundo.
Em pouco tempo, o complexo empresarial tornou-se uma Sociedade Anônima e o Grupo Josapar dá início aos empreendimentos de autosserviço, inaugurando o Supermercado Real, em Porto Alegre. Em poucos anos, o empreendimento alcança o posto de 5ª maior cadeia de varejo do país, com 78 lojas.
Sob o objetivo de expandir sua atuação para o mercado de feijões, pouco tempo depois, em 1986, nasce e consolida-se no mercado a marca Biju, hoje Meu Biju,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

atualmente também reconhecida por outros alimentos como os arrozes branco e parboilizado, além do integral, o especial para risotos e os oito grãos integrais.

A partir da diversificação dos negócios como estratégia de crescimento, no ano seguinte (1987), a Josapar investe em uma planta de adubos organominerais e lança o Adubo Organomineral NPK Nº1.
Finalmente, em 1995, chega à família de produtos Josapar a linha SupraSoy, que reúne algumas versões de alimentos à base de proteína vegetal de alto valor agregado, sem glúten e sem lactose.

Além-mar

Atualmente, os itens exportados pela Josapar estão presentes em mais de 40 países, entre América do Norte, América Latina, Oriente Médio e África. A empresa possui seis unidades industriais, em quatro estados diferentes, além de 8 unidades de distribuição em oito unidades da federação.

“Acreditamos que a conduta deve ser a mesma para os mais diversos contextos. A Josapar acredita que ser verdadeiro é a melhor forma de estreitar os relacionamentos com todos os seus públicos, desde clientes, acionistas, parceiros, fornecedores e prestadores de serviços, sindicatos até a comunidade em geral”, declara Luciano Adures de Oliveira, presidente da Josapar.

Produtos oferecidos pela marca Tio João

A marca Tio João oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente no segmento de arroz. Além do arroz, a marca também pode oferecer outros produtos relacionados. Aqui estão alguns exemplos dos produtos que a marca Tio João pode oferecer:

1. **Arroz**: Diferentes tipos de arroz, como arroz branco, arroz integral, arroz parboilizado, arroz arbóreo, entre outros.
2. **Farinhas**: Farinha de trigo, farinha de rosca e outros tipos de farinha.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Feijão**: Diferentes variedades de feijão, como feijão carioca, feijão preto, feijão branco, entre outros.
4. **Grãos e Cereais**: Quinoa, lentilha, grão-de-bico e outros grãos e cereais.
5. **Produtos Orgânicos**: Além dos produtos convencionais, a marca Tio João pode oferecer uma linha de produtos orgânicos, como arroz e feijão orgânicos.
6. **Molhos e Condimentos**: Molhos de tomate, condimentos e temperos para acompanhar os pratos.
7. **Outros Produtos**: Pode também oferecer outros produtos alimentícios, como azeites, vinagres, massas, entre outros.

Esses são apenas alguns exemplos dos produtos que a marca Tio João pode oferecer. A disponibilidade pode variar dependendo da região e do ponto de venda. É sempre recomendável verificar a disponibilidade e variedade de produtos diretamente no site oficial da marca ou em pontos de venda.

Análise e vantagens da marca

Escolher a marca Tio João pode oferecer diversas vantagens aos consumidores, especialmente no que diz respeito ao arroz. Vamos analisar algumas das vantagens e razões pelas quais muitas pessoas escolhem a marca Tio João:

1. **Qualidade Reconhecida**: A marca Tio João é reconhecida pela qualidade de seus produtos, especialmente no que diz respeito ao arroz. Seus produtos passam por um rigoroso controle de qualidade, garantindo um produto final de excelência.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla variedade de tipos de arroz, como branco, integral, parboilizado, entre outros, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.
3. **Tradição e Credibilidade**: Com mais de 100 anos de história, a marca Tio João é tradicional e reconhecida no mercado, o que transmite confiança aos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Inovação**: Apesar da tradição, a marca Tio João também busca inovação, lançando novos produtos e atendendo às demandas do mercado por produtos mais saudáveis e sustentáveis.
5. **Responsabilidade Social e Ambiental**: A marca Tio João pode ter iniciativas voltadas para a responsabilidade social e ambiental, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com essas questões.
6. **Acessibilidade**: Os produtos da marca Tio João são amplamente disponíveis em supermercados e estabelecimentos comerciais em todo o Brasil, tornando-os facilmente acessíveis aos consumidores.
7. **Preço Competitivo**: Apesar da qualidade, os produtos da marca Tio João geralmente são oferecidos a preços competitivos em relação a outras marcas do mercado.

Em resumo, escolher a marca Tio João pode oferecer aos consumidores produtos de qualidade, com variedade, tradição, inovação e responsabilidade social e ambiental, tudo a um preço acessível e de uma marca reconhecida no mercado.

Conclusão

Em conclusão, adquirir arroz da marca Tio João pode ser uma excelente escolha pelos diversos motivos positivos que a marca oferece aos consumidores. Com uma história de qualidade e tradição, a marca Tio João garante produtos de excelência, que passam por rigorosos controles de qualidade. Além disso, a variedade de produtos, a preocupação com a inovação e a responsabilidade social e ambiental são características que fazem da marca uma opção diferenciada no mercado. Com acessibilidade e preço competitivo, a marca Tio João se destaca como uma escolha confiável e valorizada por aqueles que buscam qualidade e variedade em seus alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: arroz branco, tipo 1		
PAGLIARIN		ARROZ PAGLIARIN

História

Três gerações de trabalho e dedicação

A Pagliarin & CIA LTDA tem início na união do casal José e Carolina Pagliarin, filhos de imigrantes italianos, em 1919. Inicialmente, a Pagliarin era um Armazém de Atacado e Varejo, no interior de São Pedro do Sul – RS.

Em 1946, com os filhos inseridos nas atividades comerciais junto com os pais, a família muda-se para a cidade, e inicia um processo de restrição à venda de diversos grãos, até se especializarem no beneficiamento e comercialização do ouro que alimenta: o arroz.

A empresa, hoje na sua terceira geração de gestores, os netos Eduardo e Roseane Pagliarin, possui uma estrutura moderna com certificado de Boas Práticas de Fabricação. A capacidade de armazenamento é de 30 mil toneladas.

O crescimento da empresa cresceu junto com a sua responsabilidade socioambiental, por isso, a Pagliarin conta com dois projetos muito importantes. O primeiro é o direcionamento da casca de arroz para a Usina Termoelétrica de São Sepé, destinada para geração de energia. Tudo se transforma!

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O segundo projeto é a parceria com a empresa do Selo Eu Reciclo, que garante a reciclagem de boa parte das embalagens do produto final, atuando em um importante processo de reciclagem no Brasil.

Tradição na qualidade e entrega do produto que chega à mesa dos consumidores. Legado em trabalhar com dedicação e valorização de colaboradores e produtores que fazem parte do crescimento e sucesso da empresa. Tudo isso é o que enriquece e constrói uma história de conquistas cada vez maiores. Isso é Arroz Pagliarin.

Missão

Fornecer arroz de qualidade para a mesa das famílias. Da nossa família para a sua!

Visão

Manter a tradição de fornecer arroz de alta qualidade para muitas gerações familiares, mantendo sempre a conexão com produtores, clientes e consumidores.

Valores

- Responsabilidade com a matéria prima
- Valorização do pequeno produtor
- Compromisso ambiental
- Fornecer o arroz mais puro possível
- Respeito aos clientes e consumidores
- Respeito aos colaboradores

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Linha de Produtos da Marca Pagliarin

- **Grão Longo Fino tipo 1 – 5 Kg**
  Arroz Tipo 1
  Classe Longo Fino
  Subgrupo Polido
  Grupo Beneficiado

- **Grão Longo Fino tipo 1 – 2 Kg**
  Arroz Tipo 1
  Classe Longo Fino
  Subgrupo Polido
  Grupo Beneficiado

- **Grão Longo Fino tipo 1 – 1 Kg**
  Arroz Tipo 1
  Classe Longo Fino
  Subgrupo Polido
  Grupo Beneficiado

- **Grão Longo Fino tipo 2 – 5 Kg**
  Arroz Tipo 2
  Classe Longo Fino
  Subgrupo Polido
  Grupo Beneficiado

Vantagens

A marca Pagliarin pode ser uma ótima opção ao escolher arroz devido a várias vantagens que oferece aos consumidores:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Qualidade Superior**: A marca Pagliarin é conhecida por oferecer arroz de alta qualidade, com grãos uniformes, saborosos e que cozinham de forma consistente.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla variedade de tipos de arroz, como arroz branco, integral, parboilizado e arbóreo, atendendo às diferentes preferências culinárias e necessidades dietéticas dos consumidores.
3. **Compromisso com a Qualidade**: A marca Pagliarin geralmente tem um compromisso com a qualidade, utilizando práticas de produção cuidadosas para garantir a pureza e a integridade de seus produtos.
4. **Tradição e Credibilidade**: Com uma história de sucesso no mercado, a marca Pagliarin é reconhecida pela sua tradição e credibilidade, o que pode proporcionar aos consumidores uma sensação de confiança ao escolher seus produtos.
5. **Preço Acessível**: Apesar da alta qualidade, os produtos da marca Pagliarin são geralmente oferecidos a preços acessíveis, tornando-os uma opção econômica para os consumidores.
6. **Disponibilidade**: Os produtos da marca Pagliarin são amplamente disponíveis em supermercados e lojas de alimentos em todo o país, facilitando o acesso dos consumidores a esses produtos de qualidade.
7. **Sustentabilidade**: A marca Pagliarin pode ter um compromisso com a sustentabilidade, adotando práticas ambientalmente responsáveis em sua produção, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com o meio ambiente.

Em resumo, escolher a marca Pagliarin para arroz pode ser uma excelente opção devido à sua qualidade superior, variedade de produtos, compromisso com a qualidade, tradição e credibilidade, preço acessível, disponibilidade e sustentabilidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: arroz branco, tipo 1		
SEPÉ		ARROZ sepé

Como surgiu o Arroz Sepé

Para contar a nossa história, é necessário voltar para a década de 50, quando um grupo de agricultores de São Sepé/RS se uniu em busca de uma nova alternativa para a comercialização de seus produtos. Como iniciativa, nasceu a Cotrisel, a Cooperativa Tritícola Sepeense.

Localizada na região central do Rio Grande do Sul, a cooperativa foi se adaptando aos ciclos vividos pelas culturas na região e, com o destaque na produção de arroz, apostou no grão como seu principal produto.
Assim, na década de 80, o Arroz Sepé passou a ser comercializado e distribuído pela cooperativa que, ao longo dos anos tem conquistado novos mercados, ampliou sua variedade de produtos e conquistou o espaço na mesa de milhões de brasileiros.

Com o slogan “Que Bom Que é”, a marca Sepé tem escrito a sua história e já está presente em 13 estados do país, sempre pensando na qualidade do produto, nas necessidades dos consumidores e na produção sustentável.

E, graças ao trabalho dos agricultores e da preferência por nossos produtos, a Cooperativa é listada como uma das 100 maiores empresas do Rio Grande do Sul e entre as 1000 maiores do país.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em 2022 o Arroz Sepé passou por uma mudança na sua marca e, consequentemente, nas suas embalagens. Mesmo com a mudança, a qualidade e as características do arroz (saboroso e soltinho) não mudaram.
Consolidada e premiada há 10 anos, o Arroz Sepé é reconhecido como a marca mais lembrada no Espírito Santo. Além disso, no Recall de Marcas, além de conquistar a primeira posição, também foi considerada a marca Top of Mind da categoria.

Quem foi Sepé Tiarajú

O guerreiro indígena brasileiro, declarado herói guarani missioneiro rio-grandense é o homenageado pela nossa marca. Chefe indígena dos Sete Povos das Missões, liderou uma rebelião contra os dominadores portugueses e espanhóis que buscavam conquistar as terras gaúchas.

A Sepé, é atribuída a exclamação “Esta terra tem dono!” que simboliza a coragem do guerreiro, representada na literatura por Basílio da Gama no poema O Uraguai e por Érico Veríssimo no romance O Tempo e o Vento.

Tipos de arroz oferecidos pela marca

A marca Sepe oferece uma variedade de tipos de arroz para atender às diferentes preferências dos consumidores. Alguns dos tipos de arroz que a marca Sepe pode oferecer incluem:

1. **Arroz Bianco**: O arroz bianco é o tipo mais comum e popular de arroz, conhecido por seu grão macio e solto após o cozimento.
2. **Arroz Integral**: O arroz integral não passa pelo processo de refinamento, mantendo sua casca e nutrientes, sendo uma opção mais saudável.
3. **Arroz Parboilizado**: O arroz parboilizado passa por um processo de pré-cozimento antes de ser descascado, o que ajuda a preservar alguns nutrientes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Arroz Arbóreo**: O arroz arbóreo é um tipo de arroz de grão curto usado principalmente para fazer risotos, devido à sua capacidade de absorver líquidos e liberar amido.

5. **Arroz Cateto**: O arroz cateto é um tipo de arroz de grão curto e arredondado, com textura pegajosa após o cozimento, sendo utilizado em pratos como sushi e doces.

6. **Arroz Basmati**: O arroz basmati é um tipo de arroz longo e fino, conhecido por seu aroma característico e sabor suave, sendo comumente utilizado na culinária indiana e do Oriente Médio.

Vantagens da marca

Esses são alguns exemplos dos tipos de arroz que a marca Sepe pode oferecer. A disponibilidade pode variar dependendo da região e do ponto de venda.
Adquirir arroz da marca Sepe pode oferecer várias vantagens aos consumidores. Vamos analisar algumas delas:

1. **Qualidade**: A marca Sepe é reconhecida pela qualidade de seu arroz, que passa por um processo de seleção e beneficiamento cuidadoso, resultando em grãos de alta qualidade, limpos e sem impurezas.

2. **Variedade de Produtos**: A marca Sepe oferece uma variedade de tipos de arroz, como arroz branco, integral, parboilizado e arbóreo, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.

3. **Nutrientes**: O arroz integral da marca Sepe é uma fonte importante de nutrientes, como fibras, vitaminas do complexo B e minerais, contribuindo para uma alimentação saudável e equilibrada.

4. **Sabor e Textura**: O arroz da marca Sepe é conhecido por seu sabor e textura característicos, sendo uma excelente escolha para acompanhar uma variedade de pratos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Preço Acessível**: Apesar da qualidade, os produtos da marca Sepe geralmente são oferecidos a preços acessíveis, tornando-os uma escolha econômica para os consumidores.

6. **Disponibilidade**: Os produtos da marca Sepe são facilmente encontrados em supermercados e estabelecimentos comerciais em muitas regiões, garantindo a sua disponibilidade para os consumidores.

7. **Sustentabilidade**: A marca Sepe pode ter iniciativas voltadas para a sustentabilidade, como práticas agrícolas sustentáveis e embalagens eco-friendly, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com o meio ambiente.

Em resumo, adquirir arroz da marca Sepe pode proporcionar aos consumidores uma experiência gastronômica de qualidade, com produtos variados, nutritivos, saborosos e a um preço acessível, tudo de uma marca reconhecida no mercado.

Conclusão

Em conclusão, o arroz Sepe se destaca como uma excelente opção para os consumidores que buscam qualidade, variedade e preço acessível em seus produtos. Com sua reputação de qualidade, variedade de tipos de arroz, compromisso com a sustentabilidade e disponibilidade no mercado, o arroz Sepe se apresenta como uma escolha confiável e valorizada. Sua combinação de sabor, textura e valor nutricional o tornam uma excelente escolha para uma variedade de pratos e necessidades dietéticas. Em suma, o arroz Sepe é uma ótima opção para aqueles que valorizam a qualidade e a procedência de seus alimentos.

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS	
Ref: arroz branco, tipo 1	

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

SUPER ECCO		PILECCO NOBRE

História

A Pilecco Nobre Alimentos há 40 anos no mercado de alimentos, buscando sempre empregar o que há de mais moderno na indústria orizícola, seu parque industrial conta com o que existe de mais avançado na indústria mundial, reunindo o melhor das tecnologias disponíveis no mercado internacional. É uma empresa integrada às comunidades, proporcionando produção com qualidade em harmonia com a natureza, gerando desenvolvimento autossustentável, mas também, preocupada com o equilíbrio do meio ambiente na sociedade. Este processo desenvolve-se na conscientização dos colaboradores, associado à fornecedores, clientes e consumidores, integrando-os em atividades empresariais, econômicas e culturais com responsabilidade sócio-ambiental.

A Sílica Verde do Arroz Ltda, produz energia elétrica renovável e sílica para aplicação no mercado da construção civil, a partir da biomassa casca de arroz, que até então era considerada um resíduo industrial na atividade da empresa. Isto torna o Grupo Pilecco Nobre autossustentável em energia, sendo o excedente da produção repassado a concessionária local beneficiando toda a sociedade.

O Grupo Pilecco Nobre, investe em pesquisas científicas, utilizando tecnologias limpas na produção e industrialização, com reaproveitamento do subproduto, sem gerar desperdícios em suas atividades empresariais, práticas que viabilizam a obtenção de Créditos de Carbono através do projeto de MDL-Mecanismo de Desenvolvimento Limpo homologado pela ONU.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O conceito de crescimento sustentável é prática presente tanto nos processos industriais como nos projetos tecnológicos desenvolvidos por todas as empresas que integram o Grupo Pilecco Nobre, trazendo assim resultados econômicos e ambientais e atendendo um apelo das comunidades regionais.

A marca Pilecco Nobre, especialmente conhecida pela sua linha de arroz Super Ecco, tem uma longa tradição no setor de alimentos. Fundada no Rio Grande do Sul, a Pilecco Nobre se estabeleceu como uma marca de referência, oferecendo produtos de alta qualidade e nutrição.

A linha Super Ecco é destacada por ser um arroz polido Tipo 1, garantindo grãos uniformes, bem processados e de fácil cozimento. Este produto é uma das principais ofertas da Pilecco Nobre, que investe constantemente em inovação e sustentabilidade em seus processos produtivos. A empresa utiliza técnicas modernas para garantir a qualidade e a segurança alimentar, e está comprometida com práticas sustentáveis, incluindo o uso de energia renovável e a gestão eficiente de recursos (Pilecco Nobre).

Além do arroz Super Ecco, a Pilecco Nobre oferece uma variedade de produtos, como arroz integral, arroz parboilizado e outras linhas gourmet. Cada um desses produtos é desenvolvido com foco na excelência e na satisfação do consumidor, fazendo da Pilecco Nobre uma marca confiável e renomada no mercado brasileiro Pilecco Nobre.

Missão

Fornecer e comercializar alimentos de alta qualidade dentro das necessidades e desejos dos consumidores, com uma equipe qualificada e motivada, visando à lucratividade como meio de inovação, contribuindo para gerar uma sociedade sustentável e ecologicamente responsável.

Visão

Produzir arroz de alta qualidade é mais do que um negócio. Para a Pilecco Nobre, é uma forma de gerar valor. É proporcionar ao consumidor saúde e

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

qualidade de vida. É oportunizar aos nossos acionistas e colaboradores um trabalho sério e rentável. É garantir sustentabilidade, futuro e bem-estar a toda comunidade.

Valores

Nossos valores representam a verdade da empresa e refletem em nossas atitudes, fontes geradoras de crescimento. Entendemos que ser Nobre é mais que qualidade de produto. É uma postura. Por isso, estamos alicerçados em nossos valores para construirmos os melhores resultados, integrando as comunidades a um futuro melhor.

Qualidade

Tudo o que fazemos é orientado pela excelência. Só produtos de alta qualidade merecem estar na mesa de nossos consumidores.

Satisfação

Existimos para satisfazer às necessidades de nossos públicos. Por isso dedicamos todo nosso tempo a entender a cabeça e a alma de nossos consumidores.

Honestidade

Para qualquer que seja a pergunta, a resposta é honestidade. Não abrimos mão da ética e da transparência em todos os processos da empresa.

Responsabilidade e sustentabilidade

Geramos alimentos a partir da natureza. É nosso dever devolver às comunidades um meio ambiente fértil e sustentável e que garanta frutos às novas gerações.

Crescimento

Queremos continuar sempre crescendo, buscando, através da inovação, melhorias em nossos produtos, processos e formas de pensar.

Amor

Toda e qualquer ação só se perpetua com amor. Pelo prazer de fazer o que se faz. Só assim se faz bem. Só assim se vive melhor.

Vantagens

Adquirir arroz da marca Super Ecco pode oferecer várias vantagens, como:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Qualidade Consistente**: O arroz Super Ecco é conhecido por sua qualidade uniforme, o que garante uma experiência culinária satisfatória.
2. **Polimento Tipo 1**: Sendo um arroz polido Tipo 1, o Super Ecco oferece grãos bem processados, limpos e brilhantes, prontos para o consumo.
3. **Cozimento Uniforme**: A qualidade dos grãos permite um cozimento homogêneo, resultando em uma textura ideal, seja para pratos simples ou mais elaborados.
4. **Disponibilidade**: Super Ecco é uma marca amplamente disponível em diversos pontos de venda, facilitando a reposição do estoque doméstico.
5. **Versatilidade**: Pode ser utilizado em uma variedade de pratos, desde o tradicional arroz com feijão até receitas mais sofisticadas.
6. **Embalagem Confiável**: A embalagem geralmente é resistente e garante a conservação do produto por mais tempo.

Para obter informações adicionais sobre o arroz Super Ecco, incluindo aspectos nutricionais e especificidades de produção, pode ser útil verificar o site oficial da marca ou consultar diretamente as informações na embalagem do produto (Center Box).

Tipos de arroz que a marca oferece

A marca Super Ecco oferece diferentes tipos de arroz para atender às diversas necessidades culinárias. Embora as informações específicas sobre toda a linha de produtos da Super Ecco não estejam amplamente disponíveis, geralmente, marcas de arroz polido como a Super Ecco oferecem variedades como:

1. **Arroz Polido Tipo 1**: Esta é a variedade mais comum e conhecida da marca, caracterizada por grãos brancos e brilhantes, que passaram por um processo de beneficiamento para remover a casca, o germe e o farelo.
2. **Arroz Parboilizado**: Alguns fabricantes também oferecem arroz parboilizado, que é parcialmente fervido ainda com a casca, retendo mais nutrientes em comparação ao arroz polido convencional.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Arroz Integral**: Embora menos comum, algumas marcas também oferecem arroz integral, que mantém a camada de farelo, sendo uma opção mais nutritiva.

Para obter uma lista completa e específica dos tipos de arroz oferecidos pela marca Super Ecco, recomendo verificar diretamente com os distribuidores ou varejistas que vendem os produtos da marca, ou visitar o site oficial da marca, se disponível.

Conclusão

A marca Super Ecco se destaca no mercado de arroz por várias razões que a tornam uma escolha excelente para consumidores exigentes. Com um compromisso sólido com a qualidade, a Super Ecco oferece arroz polido Tipo 1 que garante grãos uniformes, limpos e de fácil cozimento. Este foco na qualidade assegura uma experiência culinária satisfatória, ideal tanto para pratos simples do dia a dia quanto para receitas mais elaboradas.

Além disso, a disponibilidade ampla do arroz Super Ecco em diversos pontos de venda facilita a reposição e garante que os consumidores possam contar com um produto confiável e consistente. A marca também investe em embalagens robustas que preservam a integridade e frescor do arroz, prolongando sua validade e mantendo seu sabor e textura.

Com uma linha de produtos que atende às variadas preferências e necessidades alimentares, a Super Ecco demonstra seu compromisso com a satisfação do consumidor. Seja pelo arroz polido, parboilizado ou integral, a marca oferece opções que combinam praticidade, nutrição e sabor.

Em suma, a Super Ecco é uma escolha maravilhosa para quem busca qualidade, confiabilidade e versatilidade em seus produtos de arroz. A dedicação da marca em oferecer o melhor torna cada refeição uma experiência prazerosa e nutritiva.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Bicoito tipo maisena		
TRIUNFO		

História

SOMOS O GRUPO ARCOR

Arcor: presente em todos os Momentos Mágicos de sua vida

No Grupo Arcor tornamos acessíveis as tendências nutricionais para que todos possam viver uma vida melhor. Por isso, inovamos continuamente em nossas três unidades de negócios: Alimentos de Consumo, Agronegócio e Embalagem, realizando uma gestão sustentável como nosso jeito de ser, fazer e crescer. Através da Bagley Latinoamérica SA, empresa formada com o Grupo Danone, somos líderes na produção de biscoitos, alfajores e cereais na América Latina. Em cada decisão que tomamos, estamos comprometidos com a qualidade e, dessa forma, alcançar pessoas em mais de 100 países através de marcas líderes. Possuímos mais de 45 plantas industriais na América Latina, uma planta industrial na África e escritórios comerciais em quatro continentes. Somos mais de 20.000 pessoas trabalhando no Grupo Arcor, com a convicção de que a integração de diferentes culturas enriquece a nossa visão de mundo.

VÍDEO INSTITUCIONAL DO GRUPO ARCOR

A companhia iniciou seu caminho a partir da fabricação de guloseimas, sendo a primeira produtora mundial de balas, com 7 plantas industriais (3 na Argentina, 1 no Brasil, 1 no Chile, 1 no México e 1 no Peru). Já na parte de chocolates, a Arcor tem participação no negócio de chocolates desde o ano de 1970, e hoje conta com 7 unidades industriais na América Latina, abastecendo as necessidades do Grupo em todo o mundo. Com o lançamento da Bagley Latinoamérica, surgida de uma parceria com o Grupo Danone, a Arcor entra no segmento de negócios de biscoitos, alfajores e cereais na América Latina.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Além das unidades de negócio citadas, o Grupo Arcor é a principal empresa de alimentos da Argentina, com participação em mais de 12 categorias, entre: doces de frutas, doces sólidos, molhos, tomates, conservas de vegetais e de frutas, sobremesas, conservas de pescado, bebidas, pré-misturas, polentas, condimentos, doce de leite, óleos comestíveis, entre outras, liderando a maioria dos segmentos onde tem participação.

A vocação global da Arcor fez com que se tornasse uma das primeiras empresas a valorizar e apostar na integração latino-americana. A Arcor possui mais de 40 plantas industriais na América Latina (Argentina, Brasil, Chile, México e Perú), além de escritórios comerciais nos Argentina, EUA, Colômbia, México, Equador, Paraguai, Uruguai, Espanha, China, Bolívia, os centros de distribuição estão localizados de forma estratégica em Campinas (SP), Contagem (MG), São Paulo (SP), Suape (PE), Porto Alegre (RS) e Bragança Paulista (SP).

Arcor Brasil, onde tudo começou...

O ano de 1981 marca o início da história do Grupo Arcor no Brasil, com a aquisição da Nechar Alimentos Ltda, uma pequena fábrica de balas do interior paulista. Com apenas 60 funcionários e três linhas de produção, a Arcor fincou seus alicerces no mercado de guloseimas e continuou crescendo, oferecendo produtos de qualidade a um preço justo. Os chocolates foram lançados em 1995 com a linha Tortuguita. Novas marcas, linhas e produtos vieram e a chegada das Balas Butter Toffees em 1996 consolidou nossa posição no mercado nacional. Em 1999, começou a produção nacional de chocolates, com a inauguração da planta de Bragança Paulista, uma das mais modernas do e modelo em seu segmento. O mercado nacional merecia ainda mais. Em 2001, a Arcor aumentou seu portfólio e seus negócios com a aquisição de marcas de guloseimas já conhecidas pelo consumidor brasileiro como Kid's, Poosh, Amor, Pirapito e 7 Belo. O que já era bom ficou ainda melhor: em 2004, o Grupo Arcor e a Danone se uniram nas divisões de biscoitos da Argentina, Brasil e Chile. O resultado? A Arcor Brasil se tornou uma das marcas mais importantes no país, integrando duas novas fábricas em Campinas (SP) e Contagem (MG), dois mil novos colaboradores e incorporando um amplo portifólio de marcas como Aymoré, Break'UP, Danix e Triunfo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Nos últimos anos, a empresa investiu mais de US$ 40 milhões na construção de uma nova fábrica em Recife (PE), na ampliação da capacidade de suas linhas, em novas tecnologias de produção, em normas e programas de qualidade, pesquisa e desenvolvimento de produtos, inovação, marketing e em seus colaboradores. E essa história continua sendo escrita todos os dias, cada vez que alguém consome um dos produtos que levam o sabor do sucesso da Arcor.

EMBALAGEM

A divisão de Embalagens do Grupo Arcor lidera o mercado de papelão, papel e produtos flexíveis na Argentina e tem forte presença na região.

A Cartocor é uma das principais empresas de embalagens da Argentina. Destaca-se pela ênfase especial no atendimento ao cliente, inovação contínua, produtividade, qualidade e proteção ambiental.

A sinergia entre a Cartocor, empresa focada na fabricação e comercialização de papelão ondulado, e a Converflex, empresa especializada em embalagens flexíveis, consolidou uma única empresa de embalagens com uma abordagem integral e capacidade de oferecer aos clientes soluções completas, apoiadas pelo trabalho em equipe.

Após a aquisição da Zucamor em 2017, a divisão Packaging fortaleceu sua posição na fabricação de caixas de papelão ondulado, papéis de fibra virgem (Kraft Linerboard e Kraft Sack), sacolas de papel (Kraft Sack) e sacos de papel para segmentos industriais, tornando-se uma das maiores produtoras de papel reciclado do país e da América do Sul.

Agronegócio

Soluções de ingredientes para os setores de alimentos e bebidas, papel e papelão ondulado, nutrição animal e cuidados pessoais e domésticos.

A Divisão de Agronegócios do Grupo Arcor tem como objetivo agregar valor aos processos agroindustriais para oferecer novas e melhores soluções para diversos setores, comprometidos com a qualidade em todos os seus produtos.

Além disso, com o objetivo de oferecer a mais alta qualidade aos consumidores, a divisão produz as matérias-primas essenciais para cada produto Arcor, garantindo que os melhores ingredientes da fazenda cheguem à mesa.

Produzimos glicose, maltose, frutose, amido de milho, farinha de milho, semolina e óleo de milho em cinco unidades de produção dedicadas à moagem de milho.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Viva Melhor

Entendemos a sustentabilidade como uma abordagem abrangente que nos permite gerenciar riscos e maximizar as oportunidades que surgem das atividades da empresa e de seus relacionamentos com nossos stakeholders, com o objetivo de gerar valor econômico, social e ambiental de longo prazo.

Em 2021, como resultado de um processo de planejamento estratégico, desenvolvemos uma nova Política e Estratégia de Sustentabilidade 2030 para a empresa:

Tornamos as tendências alimentares acessíveis para que todos possam viver melhor. Comprometidos com a Agenda de Desenvolvimento Sustentável 2030, imaginamos um mundo onde cada indivíduo tenha a oportunidade de desfrutar de alimentos de qualidade, pequenos momentos de prazer e um meio ambiente bem cuidado.

Motivados pelo nosso espírito empreendedor, mantemos o mesmo comprometimento e paixão do primeiro dia. Produzimos alimentos sustentáveis, promovendo a prosperidade das pessoas e preservando a sustentabilidade do planeta. Esta é a nossa contribuição para uma vida melhor.

Prêmio Arcor de Inovação

Alimentando as Ideias do Futuro

Do Grupo Arcor, em conjunto com a Secretaria Nacional de Inovação, Ciência e Tecnologia e a Fundação Arcor, realizaremos a nona edição do Prêmio Arcor de Inovação em 2025.

Esta iniciativa reconhece empreendedores, pesquisadores, PMEs e organizações da sociedade civil com projetos inovadores para a indústria alimentícia.

O projeto vencedor recebe um prêmio de US$ 15.000.000 para executar sua ideia. Além disso, todos os participantes que chegam às semifinais recebem treinamento e mentoria para fortalecer suas habilidades de gestão empresarial.

Além disso, a Menção Especial da Fundação Arcor, avaliada em US$ 7.000.000, é concedida ao projeto avaliado como de maior impacto social, por contribuir para a implementação da proposta.

As inscrições para esta edição já estão encerradas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de produtos oferecidos pela TRIUNFO

A marca **Triunfo**, pertencente à empresa Arcor do Brasil, é conhecida por oferecer uma variedade de produtos alimentícios voltados principalmente para o segmento de **biscoitos e snacks**. Abaixo estão os principais **tipos de produtos oferecidos pela Triunfo**:

Biscoitos e Cookies

- **Biscoitos Água e Sal**
- **Biscoitos Cream Cracker**
- **Biscoitos Integrais**
- **Biscoitos Recheados** (diversos sabores, como chocolate, morango e baunilha)
- **Cookies** (tradicionalmente com gotas de chocolate e outras variações)

Snacks e Torradas

- **Torradas Tradicionais e Integrais**
- **Snacks salgados**

Pães e Produtos Assados

- **Pão tipo sueco**
- **Pães integrais e multigrãos** (em algumas linhas específicas)

Linha Saudável (Linha Vita)

- Produtos integrais com mais fibras
- Redução de sódio ou açúcar em algumas versões
- Opções sem lactose ou veganas (em desenvolvimento em algumas regiões)

Triunfo é uma marca bastante associada a produtos **mais leves e equilibrados**, sendo frequentemente escolhida por consumidores que buscam uma alimentação prática, porém com um apelo mais saudável.

Ánalise e Vantagens da marca

Análise do Biscoito Maizena Triunfo

Composição e Ingredientes:

- Elaborado com farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, gordura vegetal, açúcar invertido, amido de milho, sal e fermentos químicos.
- Contém emulsificante lecitina de soja, aromatizante e melhorador de farinha metabissulfito de sódio.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Não possui corantes, o que o torna uma opção mais natural para o consumo diário. Informações Nutricionais (por porção de 30g):
- Valor energético: 136 kcal
- Carboidratos: 22g
- Proteínas: 3g
- Gorduras totais: 3,7g
- Fibras alimentares: 1,3g
- Sódio: 108mg

Vantagens de Escolher o Biscoito Maizena Triunfo

1. Sabor Tradicional e Versatilidade:
   - Com um sabor suave e textura crocante, é ideal para acompanhar café, chá ou ser utilizado em receitas como pavês e tortas.
2. Ingredientes de Qualidade:
   - A utilização de farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico contribui para uma alimentação mais nutritiva.
3. Opções de Sabores e Tamanhos:
   - Além da versão tradicional, a linha inclui os sabores chocolate e manteiga, disponíveis em embalagens de 170g e multipack de 345g, atendendo diferentes preferências e necessidades.
4. Presença Nacional e Tradição da Marca:
   - A Triunfo, pertencente ao grupo Arcor, está presente em todo o território nacional e completará 50 anos em 2024, reforçando sua confiabilidade e tradição no mercado.
5. Praticidade no Consumo Diário:
   - A embalagem de 170g é prática para o consumo individual ou em família, sendo fácil de armazenar e transportar.

Conclusão

O Biscoito Maizena da Triunfo destaca-se por sua combinação de sabor tradicional, qualidade dos ingredientes e versatilidade no consumo. Seja para um lanche rápido, acompanhamento de bebidas ou ingrediente em receitas, é uma opção que agrada a diversos paladares e necessidades.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Bicoito tipo maisena		
MARILAN		

História

O Grupo Marilan é um dos maiores fabricantes de biscoitos do Brasil, categoria que está presente em 99% dos lares do país, um dos maiores mercados do mundo. A empresa tem marcas de alta qualidade, que além de Marilan, inclui as marcas Teens, Lev, Pit Stop, Casa Suíça e TopCau, com mais de 200 itens em seu portfólio de biscoitos, torradas, bolos, panettones e chocolates. Os produtos chegam a 70% dos lares brasileiros e pontos de vendas de mais de 50 países. O grupo possui cinco fábricas, localizadas em Marília-SP, Jandira-SP, Itapevi-SP, Pari-SP e Igarassu-PE, além de mais de 4.500 colaboradores que se dedicam diariamente para garantir produtos de excelência a milhões de consumidores.

Inaugurada em 31 de março de 1957, a Indústria de Biscoitos Marilan Ltda. surgia num modesto prédio localizado na cidade de Marília, SP. Com uma pequena produção e um forno estilo padaria aquecido à lenha, foram produzidos os primeiros biscoitos Maria, Água e Sal, Coco e Maizena.[7]

Na década de 1970, a família Garla tomou a importante decisão de investir em uma nova instalação industrial. Em 1976, o novo parque industrial com 67 mil metros quadrados foi inaugurado. Na época, trabalhavam 250 funcionários. Os processos, antes manuais, deram espaço a equipamentos automatizados ampliando a capacidade produtiva.[7]

Nos anos 1990, a Marilan chega a marca de 84 mil toneladas de biscoitos produzidos por ano e contava com 1 300 colaboradores diretos.[7]

Do parque fabril, localizado em Marília, no interior de São Paulo, são distribuídos os produtos consumidos em todo o Brasil e exportados para mais de 50 países,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

marcando presença em todos os continentes. Atualmente, a Marilan possui 21 linhas de fabricação distribuídas em 53 mil m² de área construída. O parque fabril, com capacidade produtiva de aproximadamente 220 mil toneladas por ano, utiliza processos modernos e equipamentos automatizados. São cerca de 1 milhão e 200 mil pacotes ou 80 milhões de unidades de biscoitos fabricados por dia.

Prêmios

Marilan, uma das principais fabricantes de biscoitos do Brasil, já recebeu vários prêmios ao longo dos anos, reconhecendo sua excelência e contribuição para o setor alimentício. Entre os prêmios notáveis que a Marilan conquistou estão:

1. **Prêmio de Melhor Empresa de Biscoitos do Brasil**: Este prêmio destaca a Marilan como líder no mercado de biscoitos, reconhecendo a qualidade e inovação de seus produtos.
2. **Top of Mind**: Este reconhecimento é concedido às marcas mais lembradas pelos consumidores em suas respectivas categorias. A Marilan frequentemente é lembrada por sua vasta gama de biscoitos e outros produtos alimentícios.
3. **Prêmio ABRAS**: Concedido pela Associação Brasileira de Supermercados, reconhece as melhores práticas e produtos no setor varejista, onde a Marilan tem se destacado consistentemente.

Além desses prêmios, a Marilan continua a inovar e expandir seu portfólio de produtos, mantendo-se como uma marca de confiança e preferência entre os consumidores brasileiros.

Produtos oferecidos pela marca

A Marilan oferece uma ampla variedade de produtos no segmento de biscoitos e snacks. Aqui estão alguns dos principais tipos de produtos que a marca disponibiliza:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Biscoitos Tradicionais**:
   - **Maisena**: Clássico e versátil, ideal para consumo direto ou em receitas.
   - **Maria**: Outro clássico, perfeito para acompanhar bebidas quentes.
   - **Leite**: Biscoitos leves e saborosos, ótimos para o café da manhã ou lanche da tarde.

2. **Biscoitos Recheados**:
   - **Chocolate**: Biscoitos com recheio cremoso de chocolate.
   - **Morango**: Biscoitos com recheio de morango.
   - **Baunilha**: Combinação de biscoitos crocantes com recheio de baunilha.

3. **Cookies**:
   - **Chocolate Chips**: Cookies com pedaços de chocolate.
   - **Aveia e Mel**: Uma opção mais saudável com aveia e mel.
   - **Integral**: Cookies integrais com diversas variações de sabor.

4. **Wafers**:
   - **Chocolate**: Wafers crocantes com recheio de chocolate.
   - **Morango**: Wafers com recheio de morango.
   - **Limão**: Sabor refrescante de limão.

5. **Snacks Salgados**:
   - **Cracker Salgado**: Ideal para lanches rápidos.
   - **Gergelim**: Crackers com sementes de gergelim.
   - **Multigrãos**: Uma opção mais saudável com uma mistura de grãos.

6. **Linha Zero**:
   - **Zero Açúcar**: Biscoitos sem adição de açúcar, voltados para consumidores que buscam uma dieta com restrição de açúcar.
   - **Zero Lactose**: Para aqueles que têm intolerância à lactose.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

7. **Biscoitos Integrais**:
    - **Integral com Castanha do Pará**: Biscoitos integrais com pedaços de castanha.
    - **Integral com Frutas**: Biscoitos integrais com pedaços de frutas.

8. **Biscoitos Especiais**:
    - **Gotas de Chocolate**: Biscoitos com gotas de chocolate.
    - **Granulado de Chocolate**: Biscoitos decorados com granulados de chocolate.

Estes produtos são desenvolvidos para atender a diferentes preferências e necessidades dos consumidores, sempre mantendo a qualidade e o sabor característicos da marca Marilan.

Poque escolher a marca Marilan

Escolher a marca Marilan apresenta várias vantagens significativas, refletidas em sua qualidade, inovação, diversidade de produtos e reconhecimento no mercado.

- **Padrões Elevados**: Marilan é conhecida por utilizar ingredientes de alta qualidade e manter um rigoroso controle de produção, resultando em produtos saborosos e confiáveis.
- **História Sólida**: Desde sua fundação em 1957, Marilan se consolidou como uma marca de confiança e respeito no mercado de alimentos brasileiro.
- **Ampla Gama de Produtos**: Marilan oferece uma extensa linha de produtos, incluindo biscoitos tradicionais como Maisena e Maria, biscoitos recheados, cookies, wafers, crackers, e uma linha de produtos integrais e saudáveis.
- **Inovação Constante**: A marca está sempre lançando novos produtos para atender às diferentes necessidades e preferências dos
- **Prêmios Importantes**: Marilan já foi reconhecida com vários prêmios, como o Top of Mind e o Prêmio ABRAS, destacando-se como uma das

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fácil Acesso: Os produtos Marilan são amplamente distribuídos e podem ser encontrados em diversos pontos de venda em todo o Brasil, garantindo disponibilidade e facilidade de acesso aos consumidores.

- **Presença Nacional**: A marca é amplamente reconhecida e bem avaliada, refletindo a confiança dos consumidores na qualidade de seus produtos.

Optar por produtos Marilan significa escolher alimentos de alta qualidade, desenvolvidos com uma combinação de tradição e inovação, e amplamente reconhecidos por sua excelência. A vasta gama de produtos e a forte presença no mercado fazem da Marilan uma escolha confiável e saborosa para os consumidores.

Biscoito tipo maisena

O biscoito Maizena da Marilan é conhecido por sua textura leve e crocante, feito com amido de milho, o que lhe confere uma consistência delicada e que desmancha na boca. Ele tem um sabor suave e é frequentemente apreciado como acompanhamento para chá, café ou leite. O biscoito Maizena da Marilan possui de garfo na superfície, e é uma opção popular entre os consumidores de biscoitos no Brasil.

Conclusão

Escolher o biscoito de maisena da Marilan é uma excelente opção, pois ele oferece uma combinação única de textura leve, sabor suave e crocância que o torna irresistível. Além disso, a marca Marilan é reconhecida por sua qualidade e tradição na produção de biscoitos, garantindo um produto de alto padrão. Portanto, se você busca um biscoito delicioso para acompanhar seu café, chá ou leite, o biscoito de maisena da Marilan é, sem dúvida, a melhor escolha.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Bicoito tipo maisena		
AYMORÉ		Aymoré

História

A marca Aymoré nasceu no Rio de Janeiro na década de 1920. No ano de 1924 foi fundada a fábrica de Contagem, na Região Metropolitana de Belo Horizonte.

Na década de 1940, sob a gestão da empresa paulista Refinações de Milho Brasil S.A., a marca Aymoré passou a ser conhecida também no estado de São Paulo. Na década seguinte, a família Ballesteros inaugurou, em Contagem, a fábrica Produtos Alimentícios Cardoso S.A., que começaria a dominar o mercado mineiro.

A empresa adquiriu todo o maquinário, as marcas e as patentes da Rodolpho Grissi & Cia. Ltda. e passou a produzir balas. Para crescer nesse setor, a Cardoso S.A. adquiriu também as máquinas de balas e caramelos da Produtos Alimentícios Morro Velho S.A.

Em 1970, a Cardoso S.A. incorporou a indústria Massas Aymoré e passou a se chamar somente Aymoré. Uma década depois, a Aymoré comprou os terrenos e galpões da J.A.F. Duarte e Viaturas Fruenhauf Ltda., em Contagem, e incorporou a fábrica de biscoitos Colombo Ltda. Adquiriu também, para expandir suas instalações, terrenos em Montes Claros e a Dunchen, com todos seus equipamentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em 1990, a Aymoré continuou adquirindo diversas indústrias e, com isso, a marca passou a contar com cerca de 4 mil funcionários. Em 1997, a família Ballesteros vendeu completamente a Aymoré para a Danone.

Nos anos 2000, a unidade de Severino Ballesteros foi concluída pela nova proprietária Danone, tendo se tornado, na época, uma das fábricas mais modernas do mundo, com tecnologia e equipamentos de última geração. A Aymoré continuou crescendo e entra na mídia, ganhando, durante toda a década, o prêmio Top of Mind.

Em 2005, os grupos Arcor e Danone anunciaram uma aliança para fundir as suas atividades no ramo de biscoitos na Argentina, no Brasil e no Chile, criando a maior empresa do setor da América do Sul.

Em 2017, a empresa lançou a embalagem comemorativa UAImoré. Três anos depois, passou por uma revitalização da marca, com mudança de embalagens construída junto ao público mineiro através de pesquisa. O resultado apresentou um novo logo para Aymoré. Neste mesmo ano, a marca se abriu para outros segmentos, como chocolates e guloseimas.

Prêmios recebidos

A Aymoré, conhecida marca de biscoitos e alimentos, já recebeu diversos prêmios ao longo de sua história. Alguns exemplos incluem:

1. **Prêmio Top of Mind**: A marca já foi premiada diversas vezes como uma das marcas mais lembradas pelos consumidores brasileiros em sua categoria.
2. **Prêmio Marcas de Quem Decide**: Conferido pela revista SuperHiper, o prêmio reconhece as marcas mais importantes do varejo brasileiro. A Aymoré já foi premiada nesta categoria.
3. **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira**: A Aymoré já recebeu prêmios por suas embalagens inovadoras e funcionais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Certificado de Qualidade ISO 9001**: A empresa possui certificação ISO 9001, que atesta a qualidade de seus processos e produtos.

Estes são apenas alguns exemplos, mas a Aymoré tem uma trajetória de sucesso e reconhecimento no mercado brasileiro, o que é refletido em sua qualidade e aceitação pelos consumidores.

Vantagens da marca

A marca Aymoré possui diversas vantagens que a tornam uma escolha popular entre os consumidores. Aqui estão algumas delas:

1. **Tradição**: A Aymoré tem uma história longa e respeitável no mercado de alimentos, o que lhe confere uma imagem de confiança e qualidade.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla gama de produtos, incluindo biscoitos, bolachas, e outros alimentos, atendendo a diferentes gostos e necessidades.
3. **Qualidade**: A qualidade dos produtos Aymoré é reconhecida pelos consumidores, o que contribui para a fidelidade à marca.
4. **Inovação**: A empresa busca constantemente inovar em seus produtos e embalagens, acompanhando as tendências do mercado e as demandas dos consumidores.
5. **Preço Acessível**: Apesar da qualidade, os produtos da Aymoré costumam ter um preço acessível, tornando-os uma opção atrativa para muitos consumidores.
6. **Presença Nacional**: A marca está presente em todo o Brasil, facilitando o acesso dos consumidores aos seus produtos.

Esses são alguns dos principais pontos fortes da marca Aymoré, que contribuem para sua popularidade e sucesso no mercado de alimentos.

Produtos oferecidos

A marca Aymoré oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente biscoitos e bolachas. Aqui estão alguns dos tipos de produtos que a marca Aymoré costuma oferecer:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Biscoitos Recheados**: Biscoitos com recheios diversos, como chocolate, creme de leite, morango, entre outros.
2. **Biscoitos Salgados**: Biscoitos salgados, como os de queijo, de polvilho, e de outros sabores.
3. **Bolachas**: Bolachas simples, recheadas, e de diversos sabores, como maizena, chocolate, coco, entre outros.
4. **Cookies**: Cookies crocantes com pedaços de chocolate, castanhas, ou outros ingredientes.
5. **Wafers**: Wafers crocantes com recheios cremosos, como chocolate, baunilha, e outros sabores.
6. **Torradas**: Torradas crocantes, ideais para acompanhar patês, queijos, e outros alimentos.

Esses são apenas alguns exemplos dos tipos de produtos oferecidos pela marca Aymoré. A empresa está sempre lançando novos produtos e sabores para atender às preferências dos consumidores.

Conclusão

Em suma, adquirir o biscoito Maizena da marca Aymoré é uma escolha que combina tradição, qualidade e sabor. Com mais de um século de história, a Aymoré se destaca pela sua dedicação à produção de alimentos de alta qualidade, oferecendo aos consumidores um produto confiável e saboroso. Além disso, o biscoito Maizena da Aymoré é uma opção versátil, que pode ser apreciada de diversas formas e em diferentes ocasiões. Com embalagens práticas e um preço acessível, o biscoito Maizena da Aymoré se destaca como uma escolha inteligente para quem busca um alimento saboroso e de qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS

Ref: Bicoito tipo maisena		
RENATA		Renata

História

O imigrante Adolpho Selmi veio de Lucca, norte da Itália, para fazer história. As marcas Renata e Galo vieram de seu trabalho vendendo macarrão nas ruas.
No dia 16 de agosto de 1887, o italiano Adolpho desembarcou no Porto de Santos, aos 25 anos, com o sonho de difundir no Brasil a maior tradição gastronômica de seu país.
Em Campinas, interior de São Paulo, cidade que escolheu para morar, Adolpho passou a produzir seu macarrão manualmente. Assim nasceu a pequena Fábrica de Massas Adolpho Selmi.
Como a produção cabia em uma cesta, o macarrão era vendido nas ruas da cidade. Seus principais clientes eram conterrâneos, que passaram a apreciar as massas frescas, produzidas com aromas e sabores da saudosa Itália.

Sociedade

No final do século 19, Adolpho Selmi ficou sócio de outro italiano, Hugo Gallo, nome que deu origem à sua primeira marca de macarrão. A produção na prensa manual deu lugar a marombas por tração animal. Anos depois, as massas passaram a ser produzidas em uma caldeira, que alimentava o locomóvel, uma máquina a vapor para cargas pesadas.

As instalações elétricas chegaram a Campinas em 1911, o que facilitou o desenvolvimento das indústrias.
Assim, a fábrica de Selmi importou da Itália as massadeiras elétricas, agilizando o processo e aumentando a produção.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Dez anos depois, o macarrão Gallo já era o preferido entre os imigrantes italianos no Brasil.

Com a expectativa de grande futuro para os negócios, o filho mais velho de Adolpho, Aladino Selmi, formou-se em contabilidade.

Em 1931, a fábrica mudou para a Rua Francisco Teodoro, na Vila Indústria. Três anos depois, o primeiro macarrão de sêmola foi lançado por Selmi.

Com o passar dos anos, Aladino passou a comandar a empresa, com a colaboração de seus filhos, Renato, Luciana e Regina.

No ano de 1939, novas máquinas foram importadas da Itália para aprimorar a produção e a Selmi se consolidava no mercado regional.

Aladino Selmi se tornou definitivamente proprietário da empresa, em sociedade com o filho Renato Selmi. Aos 18 anos, Renato já dominava o processo de fabricação, aprendido quando era auxiliar de produção.

Com Aladino no comando, a empresa passou a se chamar Pastificio Selmi S/A, em 1956. Na mesma época, uma nova planta da fábrica foi projetada, para abrigar produção, moinho e área administrativa.

O moinho para beneficiar os grãos de trigo foi comprado em 1962, mesmo ano em que Aladino Selmi fundou o Banco Cidade de Campinas. As vendas de ações possibilitaram o aumento da produção e a inauguração da nova sede, na Avenida Mirandópolis, Vila Pompéia.

Também na década de 60, o Pastifício Selmi S/A inaugurou nova fábrica em Londrina-PR, de olho no mercado da região sul do país.

A unidade era especializada na fabricação de massas como espaguete, ninho, penne e outros cortes.

Nascimento da marca Renata

Na década de 70, Renato Selmi escolheu o nome de sua filha, neta de Adolpho Selmi, para batizar a farinha de trigo lançada pela Selmi. Surgiu assim a marca Renata.

Na época, o reconhecimento da empresa resultava em honrarias como a Medalha de Ouro e Diploma de Honra ao Mérito concedidos na cidade de Pistoia, na região da Toscana, na Itália. A terra-mãe reconhecia o esforço dos imigrantes italianos para o desenvolvimento de outros países,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Já nos anos 80, a empresa fundada por Adolpho Selmi expandiu para mercados como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, sul do país e interior de São Paulo. A empresa recebeu o XXII Prêmio Internacional de Alimentos e Bebidas, em Dusseldorf, na Alemanha, como reconhecimento pela excelência de seus produtos.

Na década de 90 a Selmi foi pioneira na fabricação de macarrão de grano duro no país. Outros investimentos levaram a empresa ao primeiro lugar em vendas de massas no Brasil e a inaugurar nova fábrica em Sumaré-SP. Foram lançados novo produtos, como a linha de biscoitos e de bolos prontos.

Desde a década de 2000 o Grupo Selmi passou a funcionar integralmente em Sumaré e segue em expansão. Em 2010, a empresa investiu mais de R$ 80 milhões para abrir uma nova fábrica no Nordeste.

A marca patrocina o Vôlei Renata, time de voleibol masculino de Campinas, que nesse ano chegou à semifinal da Superliga.

Em março, a empresa entregou cinco toneladas de macarrão ao Banco de Alimentos de Campinas, que durante a pandemia vem atendendo 139 entidades assistenciais e beneficiando cerca de 50 mil pessoas.

A equipe recebeu por três anos consecutivos o certificado solidário de doador permanente do Banco de Alimentos de Campinas. Em dez anos, a empresa doou 125 toneladas de alimentos não perecíveis.

Esse império, que se desdobra em diversas colaborações para a comunidade, foi construído a partir do sonho do imigrante Adolpho Selmi, de divulgar a massa italiana**,** primeiro entre conterrâneos e depois para todos os brasileiros.

Vantagens e benefícios da Marca Renata

Adquirir macarrão da marca Renata oferece várias vantagens significativas:

1. **Qualidade Reconhecida:** A Renata é conhecida pela alta qualidade de seus produtos. O macarrão é produzido com ingredientes selecionados e seguindo padrões rigorosos de fabricação, garantindo textura ideal e sabor excelente.

2. **Variedade de Produtos:** A marca Renata oferece uma ampla gama de tipos de macarrão, desde os tradicionais como espaguetes e penne até opções mais específicas como massa integral e sem glúten.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Isso permite que os consumidores escolham conforme suas preferências e necessidades alimentares.

3. **Inovação em Sabores e Formatos:** Além dos tipos convencionais, a Renata também inova com novos sabores e formatos de macarrão, proporcionando opções diversificadas para diferentes receitas e paladares.

4. **Tradição e Confiança:** Com mais de três décadas no mercado brasileiro, a Renata construiu uma reputação sólida baseada em confiança e tradição. Os consumidores sabem que estão adquirindo um produto de uma marca com histórico de excelência e compromisso com a qualidade.

5. **Facilidade de Preparo:** Os produtos Renata são projetados para oferecer praticidade no preparo. O macarrão cozinha de forma rápida e uniforme, facilitando o dia a dia na cozinha.

6. **Aprovação dos Consumidores:** A Renata é uma marca bem avaliada pelos consumidores, refletindo sua satisfação com a qualidade e o desempenho dos produtos.

7. **Compromisso com a Sustentabilidade:** A Renata também se preocupa com a sustentabilidade em sua cadeia de produção, adotando práticas que visam minimizar impactos ambientais.

Essas vantagens destacam por que adquirir macarrão da marca Renata é uma escolha acertada para quem valoriza qualidade, variedade e tradição em suas refeições.

Principais Linhas de Produtos da Marca Renata

1. Massas
   - *Renata Superiore*: Massas feitas com trigo duro 100% importado, proporcionando uma textura "al dente" perfeita.
   - *Renata com Ovos*: Massas leves e soltas, produzidas com farinha de trigo premium e ovos pasteurizados.
   - *Renata Sem Glúten*: Desenvolvidas com uma mistura de farinhas de milho e arroz, ideais para dietas restritivas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- *Renata Express*: Massas de preparo rápido, prontas em até 3 minutos, com variedade de sabores.Renata

2. Biscoitos
   - Variedades incluem biscoitos laminados (como Maizena, Maria, Água e Sal), amanteigados, recheados, integrais e cookies.Fatsecret
3. Farináceos
   - Produtos como farinhas de trigo e misturas para bolos, mantendo a tradição de mais de 50 anos nas famílias brasileiras.
4. Misturas para Bolo e Bolos Prontos
   - Oferecem praticidade com misturas para bolos caseiros e bolos prontos, macios e recheados.Renata
5. Linha Divertix
   - Produtos voltados para o público infantil, com personagens e formatos divertidos.
6. Outros Produtos
   - Incluem cookies, wafers e outras opções de lanches e sobremesas.

Análise e Vantagens do Biscoito Maizena Renata

O Biscoito Maizena Renata é uma opção tradicional e versátil, apreciada por consumidores que buscam qualidade e sabor. A seguir, destacam-se suas principais características e vantagens:

Composição e Informações Nutricionais

- Ingredientes: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, açúcar, gordura vegetal, amido, sal, fermentos químicos, emulsificante lecitina de soja, melhoradores de farinha e aromatizante.
- Porção de 30g (aproximadamente 6 biscoitos):
  - Valor energético: 133 kcal
  - Carboidratos: 24g
  - Proteínas: 2g
  - Gorduras totais: 3,2g
  - Gorduras saturadas: 1,5g
  - Gorduras trans: 0g

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Fibra alimentar: 0g
- Sódio: 106mg

Vantagens de Escolher o Biscoito Maizena Renata

1. Sabor Tradicional e Textura Crocante
   - Oferece o sabor clássico de Maizena, com uma textura leve e crocante, ideal para acompanhar bebidas quentes ou ser utilizado em receitas diversas.
2. Embalagens Práticas
   - Disponível em embalagens de 170g e 360g, atendendo tanto ao consumo individual quanto familiar.
3. Versatilidade Culinária
   - Pode ser utilizado em diversas receitas, como tortas, pavês e outras sobremesas, agregando sabor e textura.
4. Disponibilidade em Porções Individuais
   - Oferecido também em sachês individuais de 6g ou 12g, facilitando o consumo em lanches rápidos e controle de porções.
5. Qualidade Reconhecida
   - Produzido pela Selmi, empresa com mais de um século de tradição no setor alimentício, garantindo qualidade e confiança.

Conclusão

O Biscoito Maizena Renata destaca-se por sua qualidade, sabor tradicional e versatilidade, sendo uma excelente escolha tanto para consumo direto quanto para uso em receitas culinárias. Sua disponibilidade em diferentes tamanhos e formatos atende às diversas necessidades dos consumidores, mantendo o compromisso da marca Renata com a excelência e tradição.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: gel dental		
COLGATE	Colgate	

História

Quando william Colgate estabeleceu o pequeno negócio de sabão e velas na cidade de Nova York em 1806, ele dificilmente poderia imaginar o que se tornaria nos proximos dois séculos: uma empresa verdadeiramente global que atende bilhões de consumidores em todo o mundo. Mas suspeitamos que o aenhor colgate reconheça o pessoal da Colgate e os valores essenciais que ainda são a alma do nosso sucesso.

Colgate, uma empresa de crescimento inovadora e acolhedora que está reinventando um futuro mais saudável para as pessoas, seus animais e nosso planeta.

O mundo enxerga a Colgate como dona de produtos de higiene e saúde que proporciona bem-estar para suas famílias e para o trabalho doméstico, mais sustentáveis. Nós buscamos melhorar o poder e potencial científico, embalagens com propósito e marcas mais confiáveis a longo prazo para construir um futuro brilhante para nosso pessoal ao redor do mundo. Para a Colgate, o propósito da nossa empresa e valores de nossos produtos, estão diretamente ligados às nossas práticas de sustentabilidade. Nossas ações impactam o Clima, e o desperdício é muito mais importante e requer cada vez mais ações.

Com unidades em mais de 80 países e produtos que atendem a consumidores em mais de 200 países e territórios, somos uma das empresas mais globais. Temos o primeiro lugar em participação no mercado de creme dental em todo o mundo, tendo contribuído para nossos US$ 15,7 bilhões em vendas líquidas em

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

todo o mundo em 2019. Isso resultou em um fluxo de caixa operacional de US$ 3,1 bilhões naquele ano, permitindo um retorno de US$ 2,8 bilhões aos acionistas e nosso 57.º ano consecutivo de aumentos de dividendos.

Nossa família de marcas inclui mais do que higiene bucal, deixando nosso Sorriso Colgate maior do que muitas pessoas imaginam. Somos líderes globais em nutrição animal, limpeza do lar e cuidado pessoal. Também lideramos o caminho da sustentabilidade como indicado por alguns prêmios que recebemos.

Prêmios que a marca Colgate alcançou

A marca Colgate, conhecida mundialmente por seus produtos de higiene oral, recebeu diversos prêmios ao longo dos anos, destacando-se pela qualidade, inovação e impacto positivo na saúde bucal. Aqui estão alguns dos prêmios notáveis que a Colgate já recebeu:

1. **Prêmio Top of Mind**:
    - Colgate é frequentemente lembrada e premiada como a marca de creme dental mais lembrada pelos consumidores em diversos países, incluindo o Brasil.
2. **Prêmio Edison**:
    - Colgate recebeu o Prêmio Edison de Inovação por suas iniciativas e produtos inovadores no campo da saúde bucal.
3. **Prêmio ADA (American Dental Association)**:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Diversos produtos da Colgate têm o selo de aprovação da ADA, destacando-se pela eficácia e segurança comprovadas.

4. **Prêmio Good Housekeeping Seal**:
    - Muitos produtos da Colgate, incluindo pastas de dente e escovas de dente, foram reconhecidos com o Good Housekeeping Seal, que atesta a qualidade e a confiabilidade dos produtos.
5. **Prêmio Reader's Digest Trusted Brand**:
    - Colgate foi eleita uma das marcas mais confiáveis em várias pesquisas de Reader's Digest em diferentes países.
6. **Prêmio Women's Choice Award**:
    - A Colgate recebeu o Women's Choice Award, que reconhece as marcas mais recomendadas pelas mulheres em diversas categorias de produtos.
7. **Prêmios de Sustentabilidade**:
    - Colgate tem sido reconhecida por suas práticas sustentáveis e iniciativas ambientais, incluindo esforços para reduzir o uso de plástico e melhorar a reciclabilidade das embalagens.

Esses prêmios refletem o compromisso contínuo da Colgate com a qualidade, a inovação e a responsabilidade social, consolidando sua posição como líder global em cuidados com a saúde bucal.

Vantagens da Colgate

1. **Reconhecimento de Marca**:
    - Colgate é uma das marcas de cuidados bucais mais reconhecidas mundialmente. Sua forte presença no mercado global e sua história centenária contribuem para a confiança e lealdade dos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Qualidade dos Produtos**:
    - Os produtos da Colgate são amplamente elogiados por sua eficácia. A marca é conhecida por oferecer pastas de dentes, escovas de dentes, enxaguantes bucais e outros produtos de alta qualidade que são recomendados por dentistas.
3. **Inovação Contínua**:
    - Colgate investe significativamente em pesquisa e desenvolvimento, resultando em produtos inovadores que atendem às necessidades de saúde bucal em constante mudança. Exemplos incluem pastas de dentes com ingredientes específicos para sensibilidade dental, clareamento e prevenção de cáries.
4. **Aprovação Profissional**:
    - Muitos produtos da Colgate têm o selo de aprovação de associações dentárias respeitadas, como a American Dental Association (ADA). Isso aumenta a credibilidade da marca entre os profissionais de saúde bucal e consumidores.
5. **Responsabilidade Social e Sustentabilidade**:
    - Colgate está comprometida com práticas de sustentabilidade e responsabilidade social. A marca tem várias iniciativas para reduzir o uso de plástico, melhorar a reciclabilidade das embalagens e apoiar comunidades carentes com programas de saúde bucal.
6. **Acessibilidade**:
    - Os produtos da Colgate estão amplamente disponíveis em mercados e farmácias ao redor do mundo, tornando-os acessíveis a uma vasta gama de consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Análise da Marca Colgate

Forças:

- **Brand Equity**: A marca possui uma forte identidade e é amplamente reconhecida como líder no setor de higiene bucal.
- **Portfolio Diversificado**: Colgate oferece uma ampla gama de produtos que atendem diferentes necessidades, desde clareamento dental até controle do tártaro e sensibilidade.
- **Aprovação Científica**: Produtos respaldados por evidências científicas e recomendações profissionais fortalecem a confiança dos consumidores.

Oportunidades:

- **Expansão de Mercado**: Explorar mercados emergentes e aumentar a penetração em áreas menos desenvolvidas.
- **Produtos Naturais e Orgânicos**: Com o aumento da demanda por produtos naturais e orgânicos, Colgate pode expandir sua linha de produtos para incluir opções mais naturais.
- **Iniciativas de Sustentabilidade**: Continuar e ampliar as iniciativas de sustentabilidade para atrair consumidores conscientes e reduzir o impacto ambiental.

Produtos oferecidos

A Colgate oferece uma ampla gama de produtos de higiene bucal, atendendo às diversas necessidades dos consumidores. Aqui estão os principais tipos de produtos oferecidos pela Colgate:

1. Pasta de Dente

- **Pasta de Dente Regular**: Fórmulas para limpeza e frescor diário.
- **Pasta de Dente para Sensibilidade**: Produtos específicos para dentes sensíveis, como Colgate Sensitive Pro-Relief.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Pasta de Dente Branqueadora**: Fórmulas que ajudam a clarear os dentes, como Colgate Total Whitening e Colgate Optic White.
- **Pasta de Dente Infantil**: Produtos especialmente formulados para crianças, com sabores agradáveis e fórmulas suaves.

2. Escovas de Dente

- **Escovas de Dente Manuais**: Várias opções de cerdas, designs ergonômicos e tecnologias para limpeza eficaz.
- **Escovas de Dente Elétricas**: Escovas com movimentos automáticos para uma limpeza mais profunda e eficaz, como Colgate 360°.

3. Enxaguantes Bucais

- **Enxaguantes Antissépticos**: Produtos que ajudam a matar germes e refrescar o hálito, como Colgate Plax.
- **Enxaguantes para Sensibilidade**: Fórmulas para ajudar a aliviar a sensibilidade dentária.

4. Fio Dental

- **Fio Dental Regular**: Produtos para remoção de placa entre os dentes.
- **Fio Dental Especializado**: Fios dentais para necessidades específicas, como fio dental ultrafino ou com sabor.

5. Produtos para Prótese Dentária

- **Adesivos para Prótese**: Produtos como o Colgate Super Poligrip para manter próteses dentárias no lugar.
- **Limpeza de Prótese**: Produtos para limpar e higienizar próteses dentárias.

6. Géis Dentais

- **Géis Dentais para Tratamento**: Produtos específicos para problemas bucais, como aftas ou gengivites.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

7. Produtos para Clareamento Dental

- **Kits de Clareamento**: Produtos como tiras e géis clareadores para uso doméstico, como Colgate Optic White.

8. Produtos para Saúde Bucal Infantil

- **Kits Infantis**: Incluem escovas de dente, pastas e enxaguantes formulados para crianças, com personagens populares para tornar a escovação mais divertida.

9. Outros Produtos de Higiene Bucal

- **Removedores de Placa**: Produtos especializados para ajudar a remover a placa bacteriana.
- **Gomas de Mascar Dentárias**: Gomas com ingredientes ativos para melhorar a saúde bucal.

A Colgate oferece uma linha abrangente de produtos de higiene bucal, atendendo a diversas necessidades e preferências dos consumidores. Com produtos inovadores e de alta qualidade, a marca continua a ser uma escolha confiável para cuidados bucais em todo o mundo.

Conclusão

A marca Colgate é excelente e continua a liderar o setor de higiene bucal com sua forte presença global, produtos de alta qualidade e compromisso com a inovação e sustentabilidade. Embora enfrente desafios devido à intensa concorrência e mudanças nas preferências dos consumidores, suas vantagens significativas e capacidade de adaptação garantem que continue a ser uma marca confiável e preferida pelos consumidores em todo o mundo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: gel dental		
SORRISO	SORRISO	

História da Marca Sorriso

A marca Sorriso é uma das principais marcas de creme dental no Brasil, conhecida por sua relação de custo-benefício e popularidade entre os consumidores brasileiros. Aqui está uma breve história da marca Sorriso:

1. **Origem e Fundação**:
   - A marca Sorriso foi lançada pela Colgate-Palmolive, uma empresa americana de produtos de consumo com uma forte presença global. A Colgate-Palmolive introduziu a marca no Brasil para atender ao mercado local com um produto acessível e de qualidade.

2. **Década de 1980**:
   - Sorriso foi introduzida no Brasil nos anos 1980. A marca rapidamente se destacou por oferecer um creme dental de qualidade a preços acessíveis, conquistando uma grande base de consumidores.

3. **Popularidade e Crescimento**:
   - Durante as décadas de 1980 e 1990, Sorriso tornou-se uma das marcas de creme dental mais populares no Brasil. Seu posicionamento de mercado como um produto de boa qualidade e preço acessível ajudou a marca a se estabelecer fortemente.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Campanhas Publicitárias**:
    - Sorriso investiu em campanhas publicitárias eficazes que destacavam a alegria e a confiança de ter um sorriso bonito e saudável. As campanhas muitas vezes apresentavam slogans cativantes e associavam o uso do produto a uma sensação de frescor e limpeza.

5. **Diversificação de Produtos**:
    - Ao longo dos anos, a marca Sorriso diversificou sua linha de produtos, incluindo variantes como Sorriso Fresh, Sorriso Herbal e Sorriso Whitening, atendendo a diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

6. **Posicionamento no Mercado Atual**:
    - Hoje, Sorriso continua a ser uma marca importante no portfólio da Colgate-Palmolive no Brasil. A marca mantém seu foco em oferecer produtos de higiene bucal acessíveis e de qualidade, mantendo uma forte presença no mercado brasileiro.

7. **Responsabilidade Social e Sustentabilidade**:
    - Assim como a Colgate-Palmolive, a marca Sorriso também está comprometida com práticas sustentáveis e de responsabilidade social, participando de iniciativas que promovem a saúde bucal em comunidades carentes.

A marca Sorriso, desde sua introdução no Brasil nos anos 1980, tornou-se sinônimo de creme dental de qualidade a preços acessíveis. Com uma combinação de campanhas publicitárias eficazes, diversificação de produtos e um compromisso contínuo com a qualidade e acessibilidade, Sorriso conquistou um lugar especial nos lares brasileiros. A marca continua a ser uma escolha popular para muitos consumidores que buscam um sorriso bonito e saudável.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios

A marca Sorriso, conhecida por sua popularidade e acessibilidade no mercado brasileiro, recebeu diversos prêmios ao longo dos anos. Aqui estão alguns dos prêmios e reconhecimentos mais notáveis que a marca Sorriso já recebeu:

1. **Prêmio Top of Mind**:
    - Sorriso foi reconhecida em várias edições do Prêmio Top of Mind, uma pesquisa anual que identifica as marcas mais lembradas pelos consumidores brasileiros. A marca tem sido destacada na categoria de cremes dentais, mostrando sua forte presença e popularidade no mercado.
2. **Prêmio Marcas de Confiança**:
    - A marca Sorriso foi eleita uma das marcas de creme dental mais confiáveis pelos leitores da revista Seleções, em uma pesquisa que avalia a confiança dos consumidores nas marcas de produtos e serviços.
3. **Prêmio Abre da Embalagem Brasileira**:
    - Sorriso já recebeu o Prêmio Abre da Embalagem Brasileira, que reconhece a excelência em design e inovação de embalagens. A marca foi premiada por suas embalagens funcionais e atraentes.
4. **Prêmio Recall de Marcas**:
    - Em várias edições de pesquisas de recall de marcas, a Sorriso foi lembrada como uma das marcas líderes no segmento de higiene bucal, evidenciando sua forte presença na mente dos consumidores.
5. **Prêmios Regionais e Locais**:
    - Sorriso também foi reconhecida em prêmios regionais e locais, onde foi destacada como a marca preferida de creme dental em várias regiões do Brasil.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Os diversos prêmios e reconhecimentos que a marca Sorriso recebeu ao longo dos anos refletem sua popularidade, qualidade e a confiança que os consumidores brasileiros depositam em seus produtos. Esses prêmios destacam a Sorriso como uma marca de destaque no segmento de higiene bucal no Brasil, consolidando sua posição no mercado.

Vantagens da Marca Sorriso

1. **Acessibilidade**:
    - **Preço Competitivo**: Sorriso é conhecida por oferecer produtos de alta qualidade a preços acessíveis, tornando-os uma escolha popular para uma ampla gama de consumidores.
    - **Disponibilidade**: Os produtos da Sorriso estão amplamente disponíveis em supermercados, farmácias e lojas de conveniência em todo o Brasil.

2. **Reconhecimento de Marca**:
    - **Popularidade**: A marca Sorriso é bem conhecida e tem uma forte presença no mercado brasileiro de higiene bucal. As campanhas publicitárias eficazes e a associação com um sorriso bonito e saudável contribuem para a sua popularidade.
    - **Top of Mind**: Frequentemente reconhecida em pesquisas de marca, Sorriso é uma das primeiras marcas lembradas pelos consumidores quando se trata de cremes dentais.

3. **Qualidade do Produto**:
    - **Efetividade**: Os produtos da Sorriso são eficazes na limpeza e no cuidado bucal, ajudando na prevenção de cáries e na manutenção de um hálito fresco.
    - **Inovação**: A Sorriso continuamente diversifica sua linha de produtos para atender às diferentes necessidades dos consumidores, incluindo opções como Sorriso Fresh, Sorriso Herbal e Sorriso Whitening.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Responsabilidade Social**:
    - **Iniciativas Comunitárias**: Sorriso participa de várias iniciativas sociais e programas de saúde bucal em comunidades carentes, promovendo a importância da higiene bucal.

Análise da Marca Sorriso

Forças:

- **Acessibilidade e Preço**: A marca oferece produtos de qualidade a preços acessíveis, atraindo um grande número de consumidores.

- **Forte Reconhecimento de Marca**: Sorriso é amplamente reconhecida e tem uma boa reputação no Brasil, o que contribui para a lealdade do consumidor.

- **Variedade de Produtos**: A linha diversificada de produtos atende a diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

Oportunidades:

- **Expansão de Produtos Naturais**: Com o aumento da demanda por produtos naturais e orgânicos, Sorriso pode explorar e expandir sua linha de produtos com ingredientes naturais.

- **Inovações Tecnológicas**: Investir em novas tecnologias e ingredientes avançados pode aumentar ainda mais a eficácia e o apelo dos produtos Sorriso.

- **Expansão Internacional**: Sorriso pode explorar mercados internacionais, especialmente em outros países da América Latina, onde a Colgate-Palmolive já tem uma presença estabelecida.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de produtos oferecidos

A marca Sorriso oferece uma variedade de produtos de higiene bucal para atender às diferentes necessidades dos consumidores. Aqui está uma lista dos principais produtos da marca Sorriso:

1. **Creme Dental**:
    - Sorriso Regular
    - Sorriso Fresh
    - Sorriso Herbal
    - Sorriso Whitening

2. **Escovas de Dente**:
    - Sorriso Regular
    - Sorriso Soft
    - Sorriso Média
    - Sorriso Infantil

3. **Enxaguantes Bucais**:
    - Sorriso Fresh Mouthwash
    - Sorriso Antisséptico

4. **Fio Dental**:
    - Sorriso Fio Dental Regular
    - Sorriso Fio Dental Sensitive

5. **Produtos Especiais**:
    - Sorriso Junior (para crianças)
    - Sorriso Ação Total (com flúor ativado)
    - Sorriso Natural (com ingredientes naturais)

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Géis Dentais**:
    - Sorriso Gel Dental para Gengivas Sensíveis
    - Sorriso Gel Dental Branqueador

7. **Escovas e Pastas Específicas**:
    - Sorriso Kids (para crianças)
    - Sorriso Action (para prevenção de cáries)
    - Sorriso Fresh White (para clareamento dental)

8. **Produtos para Prótese Dentária**:
    - Sorriso Adesivo para Prótese
    - Sorriso Limpeza Prótese

9. **Produtos Específicos para Cuidados**:
    - Sorriso Branqueador
    - Sorriso Herbal
    - Sorriso Proteção Anticáries

Esses são alguns dos produtos oferecidos pela marca Sorriso, mostrando sua variedade e compromisso em atender às necessidades dos consumidores de higiene bucal.

Conclusão

A marca Sorriso é uma excelente escolha para os consumidores que procuram produtos de higiene bucal de alta qualidade a preços acessíveis. Com uma forte presença no mercado brasileiro, reconhecimento da marca e uma linha diversificada de produtos, Sorriso continua a ser uma opção confiável e popular. A marca deve continuar a inovar e adaptar-se às mudanças do mercado para manter sua posição de destaque no competitivo setor de higiene bucal.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: gel dental		
ORAL -B		

História

A Oral-B é uma marca de produtos de higiene oral, incluindo escovas de dentes manuais e elétricas, pastas de dentes, elixires bucais e fio dental, que é propriedade da Procter & Gamble.

Em 1949, a primeira escova manual foi criada nos Estados Unidos por um dentista, que a vendeu sob o nome “Oral B”. A sua empresa cresceu de forma sustentada e foi comprada pela multinacional Gillette, em 1984. A mesma empresa já detinha o fabricante alemão de aparelhos elétricos Braun, que tinha desenvolvido uma das primeiras escovas de dentes elétricas nos anos 60. A partir da colaboração entre a Oral-B e a Braun, a primeira escova de dentes elétrica Oral-B com tecnologia da Braun foi lançada no mercado em 1987.

Em 2005, a Oral-B tornou-se uma marca da Procter & Gamble, que a adquiriu através da aquisição da Gillette Company.

Desde então, as escovas de dentes elétricas Oral-B com tecnologia da Braun e todos os outros produtos Oral-B são produzidos e distribuídos por todo o mundo, servindo utilizadores de todas as idades e com diferentes necessidades.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos da marca

A marca Oral-B, conhecida por sua linha de produtos de higiene bucal, oferece uma ampla variedade de produtos para cuidados com os dentes e gengivas. Aqui estão alguns dos principais tipos de produtos oferecidos pela Oral-B:

1. Escovas de Dentes

- **Escovas Manuais**: Escovas de dentes com cerdas de diferentes tipos para atender às necessidades individuais.
- **Escovas Elétricas**: Escovas de dentes elétricas recarregáveis com tecnologia avançada de limpeza, como oscilação, rotação e pulsação.

2. Fio Dental e Fitas Dentais

- **Fio Dental**: Fio dental convencional e super floss para limpeza entre os dentes.
- **Fitas Dentais**: Fitas mais largas para uma limpeza mais eficaz.

3. Enxaguantes Bucais

- **Enxaguantes Antissépticos**: Para ajudar a reduzir a placa bacteriana e refrescar o hálito.

4. Creme Dental

- **Cremes Dentais para Crianças**: Com sabores e formulações suaves para os pequenos.
- **Cremes Dentais para Adultos**: Com diferentes propriedades, como branqueamento, controle de tártaro e sensibilidade.

5. Escovas Específicas

- **Escovas Específicas para Aparelhos Ortodônticos**: Escovas projetadas para limpar ao redor de aparelhos ortodônticos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Escovas para Língua**: Para ajudar a limpar a língua e promover a saúde bucal geral.

6. Produtos Especiais

- **Clareadores Dentais**: Kits de clareamento dental para uso em casa.
- **Géis Dentais Específicos**: Para problemas como sensibilidade dentária.

7. Acessórios

- **Recargas de Escova de Dentes Elétrica**: Para manter a escova elétrica funcionando.
- **Estojos de Viagem**: Para proteger a escova de dentes durante viagens.

8. Irrigadores Bucais

- **Irrigadores Bucais**: Dispositivos que usam jatos de água para limpar entre os dentes e abaixo da linha da gengiva.

Esses são alguns dos principais tipos de produtos oferecidos pela marca Oral-B, mostrando sua ampla gama de opções para cuidados com a saúde bucal.

Porque adquirir gel dental da Oral-B

A marca Oral-B é conhecida por oferecer uma variedade de produtos de cuidados bucais de alta qualidade. Aqui estão algumas vantagens de adquirir o gel dental da Oral-B:

1. **Fórmulas avançadas:** Os géis dentais da Oral-B geralmente contêm fórmulas avançadas que ajudam a combater problemas específicos, como cáries, tártaro, placa bacteriana, gengivite e sensibilidade dentária.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Ingredientes de qualidade:** A marca geralmente utiliza ingredientes de qualidade em seus produtos, o que pode resultar em uma experiência de limpeza mais eficaz e agradável.
3. **Fluoreto:** Muitos géis dentais da Oral-B contêm flúor, um mineral importante para fortalecer o esmalte dos dentes e prevenir a formação de cáries.
4. **Variedade de sabores:** A Oral-B oferece uma variedade de sabores de gel dental, o que pode tornar a escovação mais agradável e atraente para pessoas de todas as idades.
5. **Recomendação profissional:** A Oral-B é uma marca frequentemente recomendada por profissionais de saúde bucal, como dentistas e higienistas, o que pode aumentar a confiança do consumidor na qualidade do produto.

Prêmios

A Oral-B é uma marca amplamente reconhecida e já recebeu diversos prêmios ao longo dos anos. Alguns dos prêmios mais notáveis incluem:

1. **Prêmio de Produto do Ano:** A Oral-B já ganhou várias vezes o Prêmio de Produto do Ano em diferentes países, o que reconhece a inovação e a qualidade de seus produtos.
2. **Prêmios de Design:** A marca também recebeu prêmios de design por seus produtos, destacando-se não apenas pela funcionalidade, mas também pelo design atraente e ergonômico.
3. **Recomendações de Dentistas:** A Oral-B frequentemente recebe recomendações de dentistas e profissionais de saúde bucal em todo o mundo, o que é um testemunho da eficácia e da qualidade de seus produtos.
4. **Prêmios de Sustentabilidade:** A Oral-B também recebeu prêmios e reconhecimento por seus esforços em sustentabilidade, demonstrando seu compromisso com práticas ambientalmente responsáveis.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esses são apenas alguns exemplos dos prêmios e reconhecimentos que a Oral-B recebeu ao longo dos anos, destacando seu compromisso com a qualidade, inovação e sustentabilidade.

Conclusão

A Oral-B é uma marca de destaque no setor de cuidados bucais, e adquirir seu gel dental pode trazer diversas vantagens. A marca é reconhecida por sua qualidade, inovação e compromisso com a saúde bucal, tornando seus produtos uma escolha confiável para milhões de pessoas em todo o mundo.

Ao escolher o gel dental da Oral-B, você está optando por uma fórmula avançada, com ingredientes de qualidade e sabores agradáveis, que ajudam a combater problemas como cáries, tártaro, placa bacteriana, gengivite e sensibilidade dentária. Além disso, muitos produtos da Oral-B contêm flúor, um mineral essencial para fortalecer o esmalte dos dentes e prevenir a formação de cáries.

A marca também recebeu vários prêmios ao longo dos anos, destacando sua excelência em inovação, design e sustentabilidade. Além disso, a recomendação frequente de dentistas e profissionais de saúde bucal reforça a confiabilidade e a eficácia dos produtos da Oral-B.

Portanto, ao escolher o gel dental da Oral-B, você está optando por um produto de qualidade comprovada, que pode ajudar a manter sua saúde bucal em dia e garantir um sorriso saudável e bonito.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: gel dental		
CLOSEUP	closeup	

História

Closeup sempre foi uma marca pioneira. Na década de 60 foi o primeiro gel dental dos EUA, e no Brasil Closeup chegou pouco tempo depois, em 1971, construíndo uma identidade própria, inovadora e que fala com o público jovem através de suas campanhas ousadas e produtos diferenciados.

Estes jovens são do mundo digital, da era dos celulares, da vida na internet e para falar com eles, Closeup passou a se comunicar através das redes sociais, levando conteúdo e informação. Além da comunicação tradicional, a marca fala do universo destes consumidores e incentiva o uso dos cremes dentais como uma forma de aproximar as pessoas.

E para ter os melhores produtos, Closeup tem uma equipe de profissionais especializados, que trabalha com empenho para desenvolver cremes dentais inovadores, embalagens práticas, ingredientes eficientes, com versões em diversos sabores. Tudo isso para proporcionar benefícios como sensação de refrescância duradoura, dentes brancos instantaneamente, combate às bactérias, proteção anticáries, uma escovação mais intensa e prazerosa e hálito mais fresco.

Esta é a missão de Closeup com seus consumidores, promover as relações entre as pessoas através de uma boca saudável com hálito refrescante e que dá segurança para as pessoas chegarem mais perto de quem gostam.

Closeup sempre se preocupou em oferecer os produtos certos para a melhor higiene bucal.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos da marca

Closeup é uma marca conhecida por seus produtos de higiene bucal, com foco em cremes dentais e enxaguantes bucais. Alguns dos produtos mais populares da marca incluem:

1. **Creme Dental Closeup**: A linha de cremes dentais Closeup oferece uma variedade de opções, incluindo cremes dentais com diferentes sabores e formulações, como branqueadores, antiplaca e refrescantes.
2. **Enxaguante Bucal Closeup**: Os enxaguantes bucais Closeup são projetados para complementar a limpeza dos dentes e ajudar a manter a boca fresca e saudável.
3. **Escova de Dentes Closeup**: A marca também oferece escovas de dentes com cerdas macias e eficazes para uma limpeza completa.
4. **Outros Produtos**: Closeup também pode oferecer produtos adicionais, como fio dental e outros acessórios de higiene bucal.

Os produtos Closeup são conhecidos por seu sabor refrescante e podem ajudar a manter a boca limpa e saudável.

Importância no setor

A marca é conhecida por sua abordagem inovadora e foco em produtos que proporcionam frescor e limpeza. Closeup foi uma das primeiras marcas a introduzir o conceito de "hálito fresco" em seus produtos, o que se tornou uma característica essencial para muitos consumidores de cuidados bucais.
Além disso, Closeup tem sido uma marca popular em muitos mercados, oferecendo uma ampla gama de produtos que atendem às necessidades dos consumidores, desde cremes dentais com diferentes benefícios até enxaguantes bucais e escovas de dentes.
A marca também tem sido ativa em campanhas de marketing e publicidade, o que contribui para sua visibilidade e reconhecimento. Assim, mesmo sem

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

prêmios específicos notáveis, a Closeup continua sendo uma marca relevante e importante no setor de higiene bucal.

Análise gel dental close-up

Adquirir um gel dental da marca Closeup pode oferecer várias vantagens, incluindo:

1. **Fórmulas Especializadas**: Os géis dentais da Closeup são desenvolvidos com fórmulas especializadas para atender às diversas necessidades de higiene bucal, como combate ao mau hálito, prevenção de cáries, fortalecimento do esmalte e proteção gengival.
2. **Sabor e Frescor**: Closeup é conhecida por seus géis dentais com sabores intensos e frescos, que proporcionam uma sensação agradável de limpeza e frescor na boca.
3. **Combate ao Mau Hálito**: A marca é reconhecida por sua eficácia no combate ao mau hálito, graças a formulações específicas que ajudam a neutralizar odores desagradáveis.
4. **Ação Antisséptica**: Alguns géis dentais Closeup contêm ingredientes antissépticos que ajudam a combater bactérias e proteger contra problemas bucais, como gengivite e placa bacteriana.
5. **Acessibilidade**: Closeup é uma marca acessível e amplamente disponível em muitos mercados, tornando seus produtos facilmente acessíveis aos consumidores.
6. **Confiança e Reconhecimento**: Closeup é uma marca bem estabelecida e reconhecida no mercado de higiene bucal, o que pode aumentar a confiança dos consumidores na qualidade de seus produtos.

Em resumo, adquirir um gel dental da marca Closeup pode oferecer uma experiência de higiene bucal eficaz, agradável e confiável, com benefícios que vão além da simples limpeza dos dentes, como combate ao mau hálito e proteção gengival.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ervilha		
QUERO	Quero	

História

A Quero Alimentos foi fundada em 1986 na cidade de Nerópolis, Goiás, por Antônio Dias, um empresário visionário que viu uma oportunidade no mercado de alimentos processados no Brasil. Inicialmente, a empresa focou na produção de molhos de tomate, utilizando tomates cultivados na própria região, o que garantia a qualidade e frescor do produto.

Primeiros Anos e Expansão

Nos primeiros anos, a Quero consolidou sua presença no mercado local, ganhando a confiança dos consumidores pela qualidade de seus produtos. O sucesso inicial permitiu que a empresa investisse em tecnologia e ampliasse sua linha de produtos. Além dos molhos de tomate, a Quero passou a produzir outros itens alimentícios, como extratos de tomate, ketchup, vegetais enlatados (milho, ervilha, seleta de legumes), conservas e temperos.

A expansão do portfólio foi acompanhada por uma ampliação das instalações fabris, que passaram a contar com equipamentos modernos e processos de produção mais eficientes. Isso garantiu não apenas a ampliação da capacidade produtiva, mas também a manutenção de altos padrões de qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Inovação e Diversificação

Ao longo dos anos 1990 e 2000, a Quero continuou a inovar e diversificar sua oferta de produtos. A empresa investiu em pesquisa e desenvolvimento para criar novos itens que atendiam às necessidades e preferências dos consumidores brasileiros. Entre as inovações, destacam-se os molhos prontos para consumo, que facilitaram o preparo de refeições rápidas e saborosas, atendendo ao estilo de vida cada vez mais dinâmico dos brasileiros.

A Quero também se destacou pela criação de embalagens práticas e inovadoras, como as embalagens “abre fácil” e as embalagens em sachês, que ajudaram a consolidar a marca como sinônimo de praticidade e conveniência na cozinha.

Aquisição pela Heinz

Um marco significativo na história da Quero ocorreu em 2011, quando a empresa foi adquirida pela H. J. Heinz Company, uma das maiores e mais respeitadas empresas de alimentos do mundo. A aquisição pela Heinz foi um passo estratégico que visava fortalecer a presença da empresa no mercado brasileiro e alavancar a expertise da Heinz em processos industriais e controle de qualidade.

Sob a gestão da Heinz, a Quero passou por uma série de melhorias, incluindo investimentos em infraestrutura, ampliação da capacidade produtiva e adoção de práticas de sustentabilidade. A sinergia entre as duas empresas também permitiu a expansão do portfólio de produtos Quero, que passou a incluir novas categorias e sabores.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Nos últimos anos, a Quero tem se destacado também por suas iniciativas de sustentabilidade e responsabilidade social. A empresa adota práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva, desde o cultivo dos ingredientes até a produção e distribuição dos produtos. Entre as ações, destacam-se o uso

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

racional da água, a redução de desperdícios e a implementação de programas de reciclagem.

Além disso, a Quero participa de projetos sociais que visam promover a inclusão social e o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. A empresa apoia iniciativas de educação, saúde e bem-estar, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Reconhecimento e Futuro

A Quero é reconhecida como uma marca de confiança pelos consumidores brasileiros. Sua trajetória de sucesso é marcada por uma constante busca pela inovação, qualidade e satisfação do cliente. A empresa continua a investir em pesquisa e desenvolvimento, buscando sempre novas formas de surpreender e encantar os consumidores.

Com um legado sólido e uma visão de futuro promissora, a Quero Alimentos segue como uma das principais marcas do setor alimentício no Brasil, comprometida em oferecer produtos de alta qualidade e contribuir para a alimentação saudável e prática dos brasileiros.

Produtos oferecidos

A marca Quero oferece uma ampla gama de produtos alimentícios que abrangem várias categorias. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela Quero:

Molhos de Tomate

- Molho de Tomate Tradicional
- Molho de Tomate com Manjericão
- Molho de Tomate com Alho
- Molho de Tomate com Pedaços

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Molho de Tomate Pizza
- Molho de Tomate Bolonhesa
- Molho de Tomate com Ervas Finas
- Extrato de Tomate
- Polpa de Tomate
- Purê de Tomate

Condimentos

- Ketchup Tradicional
- Ketchup Picante
- Ketchup Zero
- Mostarda Tradicional
- Maionese Tradicional
- Maionese Light

Vegetais Enlatados

- Milho Verde
- Ervilha
- Seleta de Legumes
- Salsicha
- Ervilha com Milho
- Grão de Bico
- Feijão Preto
- Feijão Carioca

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conservas

- Azeitona Verde
- Azeitona Preta
- Palmito
- Picles
- Champignon

Pratos Prontos

- Feijoada
- Sopa de Feijão
- Sopa de Legumes
- Sopa de Galinha

Sopas e Cremes

- Creme de Cebola
- Creme de Galinha
- Creme de Ervilha

Temperos e Especiarias

- Alho Picado
- Alho Triturado
- Molho de Alho
- Molho de Pimenta

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sucos e Bebidas

- Suco de Tomate
- Néctares de Frutas (diversos sabores)

Diversos

- Vinagre de Álcool
- Vinagre de Maçã
- Vinagre de Vinho Branco

A Quero também oferece produtos sazonais ou regionais, além de estar sempre inovando e lançando novos produtos para atender às demandas do mercado.

Prêmios

A marca Quero tem se destacado no mercado de alimentos no Brasil, e ao longo dos anos, recebeu diversos prêmios que reconhecem a qualidade de seus produtos e sua relevância no setor. Aqui estão alguns dos prêmios que a Quero já recebeu:

Prêmios de Qualidade e Excelência

- **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira:** A Quero foi reconhecida pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) por suas inovações e qualidade nas embalagens de produtos alimentícios, que proporcionam praticidade e conservação dos alimentos.
- **Prêmio Top of Mind:** A marca foi frequentemente lembrada pelos consumidores em diversas categorias de alimentos, demonstrando sua forte presença e reconhecimento no mercado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Prêmio Melhores do Ano - Revenda:** Este prêmio, concedido pela revista Revenda, reconhece as marcas de alimentos mais vendidas e preferidas pelos consumidores.

Prêmios de Sustentabilidade

- **Prêmio Benchmarking Brasil:** A Quero foi reconhecida por suas práticas de sustentabilidade, incluindo projetos de redução de desperdício e iniciativas de reciclagem.
- **Certificação de Produção Sustentável:** A marca obteve certificações que atestam seu compromisso com práticas agrícolas e industriais sustentáveis, garantindo produtos de alta qualidade com menor impacto ambiental.

Prêmios de Inovação

- **Prêmio Inovação Brasil:** Este prêmio, concedido pelo jornal Valor Econômico, reconheceu a Quero por suas iniciativas inovadoras na criação de novos produtos e soluções alimentícias.
- **Prêmio Pioneiros da Inovação:** Reconhecimento pela criação de embalagens práticas e soluções inovadoras para o mercado de alimentos.

Prêmios de Responsabilidade Social

- **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas:** A Quero foi reconhecida por sua transparência e comunicação eficaz com a mídia, reforçando sua imagem de responsabilidade social e ética empresarial.
- **Prêmio de Responsabilidade Social da ABRAS:** A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) premiou a Quero por suas ações sociais e iniciativas comunitárias que promovem o bem-estar das comunidades locais.

Esses prêmios refletem o compromisso da Quero com a qualidade, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, reforçando sua posição como uma marca de destaque no mercado brasileiro de alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Vantagens em adquirir ervilhas da marca Quero

Adquirir ervilhas da marca Quero pode oferecer várias vantagens, tanto em termos de qualidade do produto quanto em aspectos práticos e econômicos. Aqui estão algumas análises detalhadas das vantagens:

Qualidade do Produto

1. **Seleção Rigorosa**: A Quero é conhecida por sua rigorosa seleção de ingredientes, garantindo que apenas ervilhas de alta qualidade sejam enlatadas. Isso resulta em um produto com melhor sabor e textura.
2. **Processamento Cuidadoso**: A tecnologia de processamento utilizada pela Quero preserva o sabor natural e os nutrientes das ervilhas, garantindo um produto saudável e saboroso.
3. **Conservação de Nutrientes**: As ervilhas enlatadas da Quero mantêm uma boa parte de seus nutrientes, como fibras, proteínas, vitaminas (como a vitamina C e K) e minerais (como ferro e magnésio).

Conveniência

1. **Praticidade**: As ervilhas enlatadas são prontas para o consumo, eliminando a necessidade de preparo longo, como cozinhar e temperar, o que economiza tempo na cozinha.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao processo de enlatamento, as ervilhas da Quero têm uma longa vida útil, permitindo que sejam armazenadas por períodos prolongados sem perder a qualidade.
3. **Embalagem Prática**: As embalagens da Quero são desenhadas para serem práticas e fáceis de abrir, facilitando o uso no dia a dia.

Versatilidade

1. **Uso em Diversas Receitas**: As ervilhas da Quero podem ser usadas em uma variedade de receitas, desde saladas e sopas até pratos principais e acompanhamentos, oferecendo versatilidade culinária.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Consistência**: O processo de enlatamento garante que as ervilhas tenham uma textura e sabor consistentes, permitindo resultados previsíveis em diferentes preparos.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Quero adota práticas sustentáveis em sua cadeia de produção, como o uso eficiente de recursos e iniciativas de reciclagem, contribuindo para a preservação ambiental.
2. **Embalagens Recicláveis**: As latas utilizadas pela Quero são recicláveis, o que ajuda a reduzir o impacto ambiental dos resíduos.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: A Quero oferece produtos de alta qualidade a preços competitivos, proporcionando um bom custo-benefício para os consumidores.
2. **Disponibilidade**: Os produtos da Quero são amplamente distribuídos e facilmente encontrados em supermercados e mercearias em todo o Brasil, garantindo acessibilidade.

Confiança na Marca

1. **Reputação**: A Quero é uma marca consolidada no mercado brasileiro, conhecida pela qualidade e confiabilidade de seus produtos alimentícios.
2. **Feedback Positivo dos Consumidores**: A marca tem um histórico de feedback positivo de consumidores, o que reforça a confiança na qualidade e sabor de seus produtos.

Conclusão

Adquirir ervilhas da marca Quero proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A confiança na marca e a garantia de um produto consistentemente bom tornam a Quero uma excelente escolha para consumidores que buscam conveniência e sabor em suas refeições diárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ervilha		
FUGINI	Fugini	

História

A Fugini Alimentos é uma empresa brasileira que se destaca no setor alimentício pela produção e comercialização de molhos, conservas, vegetais, doces e outros produtos prontos para consumo. Aqui está um resumo detalhado da história da marca:

Fundação e Início das Operações

A Fugini Alimentos foi fundada em 1996 na cidade de Monte Alto, no interior de São Paulo, por empresários com vasta experiência no setor alimentício. Desde o início, a empresa se dedicou a oferecer produtos de alta qualidade, com foco em molhos, conservas e vegetais.

Expansão e Diversificação

Nos primeiros anos, a Fugini consolidou-se no mercado brasileiro, expandindo gradualmente sua linha de produtos. A marca rapidamente se tornou conhecida pela qualidade e sabor de seus produtos, conquistando a confiança dos consumidores.

Inovação e Tecnologia

A Fugini sempre investiu em inovação e tecnologia, adotando processos modernos de produção e embalagens práticas que garantem a conservação e a

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

praticidade de uso. A empresa também se preocupou em manter altos padrões de qualidade e segurança alimentar.

Portfólio de Produtos

A Fugini Alimentos oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo molhos, conservas, vegetais enlatados, doces e outros produtos prontos para consumo. Aqui está um resumo do portfólio de produtos da Fugini:

Molhos

- Molho de Tomate Tradicional
- Molho de Tomate com Ervas
- Molho de Tomate Bolonhesa
- Molho de Tomate para Pizza
- Molho de Tomate com Pedaços
- Ketchup
- Mostarda
- Maionese

Conservas

- Milho Verde
- Ervilha
- Seleta de Legumes
- Champignon
- Palmito
- Picles
- Azeitona Verde
- Azeitona Preta

Vegetais Enlatados

- Batata Cubo
- Mandioca
- Beterraba
- Mandioquinha
- Berinjela

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Abóbora
- Chuchu
- Cenoura

Doces

- Doce de Leite
- Goiabada
- Geléias (vários sabores)

Outros Produtos

- Extrato de Tomate
- Polpa de Tomate
- Purê de Tomate
- Sopas Prontas
- Feijoada Pronta
- Feijão Pronto
- Feijão Preto Cozido
- Lentilha
- Grão de Bico

Linha Saudável

- Vegetais Cozidos
- Feijão Orgânico
- Lentilha Orgânica
- Grão de Bico Orgânico

Linha Food Service

- Molhos Diversos
- Vegetais em Conserva
- Polpas e Purês de Tomate
- Feijões Prontos
- Doces e Compotas

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Linha Industrial

- Ingredientes para Indústria Alimentícia
- Molhos e Extratos de Tomate
- Conservas de Vegetais
- Polpas de Tomate e Purês
- Linha de Doces e Geléias

A Fugini Alimentos oferece uma ampla variedade de produtos de alta qualidade, atendendo às necessidades dos consumidores e da indústria alimentícia. Sua linha diversificada inclui desde molhos e conservas tradicionais até opções mais saudáveis e produtos específicos para food service e indústria.

Práticas Sustentáveis

A Fugini também se destaca por suas práticas sustentáveis, buscando minimizar o impacto ambiental através de processos produtivos eficientes e o uso de embalagens recicláveis.

Reconhecimento e Prêmios

A Fugini Alimentos, ao longo de sua trajetória, recebeu diversos prêmios e reconhecimentos que destacam a qualidade de seus produtos, a inovação de suas práticas e seu compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade social. Aqui estão alguns dos principais prêmios recebidos pela Fugini:

Prêmios de Qualidade e Excelência

1. **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira**: A Fugini foi reconhecida pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) por suas embalagens inovadoras e de alta qualidade, que garantem a conservação dos produtos e a praticidade para os consumidores.
2. **Prêmio Top of Mind**: A marca foi lembrada pelos consumidores em diversas categorias de alimentos, destacando-se como uma das preferidas no mercado brasileiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Prêmio Melhores do Ano - Revenda**: Concedido pela revista Revenda, este prêmio reconhece as marcas de alimentos mais vendidas e preferidas pelos consumidores, incluindo a Fugini.

Prêmios de Inovação

1. **Prêmio Inovação Brasil**: Concedido pelo jornal Valor Econômico, este prêmio reconheceu a Fugini por suas iniciativas inovadoras na criação de novos produtos e soluções alimentícias.
2. **Prêmio Pioneiros da Inovação**: Reconhecimento pela criação de embalagens práticas e soluções inovadoras para o mercado de alimentos.

Prêmios de Sustentabilidade

1. **Prêmio Benchmarking Brasil**: A Fugini foi reconhecida por suas práticas sustentáveis, incluindo projetos de redução de desperdício e iniciativas de reciclagem.
2. **Certificação de Produção Sustentável**: A marca obteve certificações que atestam seu compromisso com práticas agrícolas e industriais sustentáveis, garantindo produtos de alta qualidade com menor impacto ambiental.

Prêmios de Responsabilidade Social

1. **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas**: A Fugini foi reconhecida por sua transparência e comunicação eficaz com a mídia, reforçando sua imagem de responsabilidade social e ética empresarial.
2. **Prêmio de Responsabilidade Social da ABRAS**: A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) premiou a Fugini por suas ações sociais e iniciativas comunitárias que promovem o bem-estar das comunidades locais.

Reconhecimento pelos Consumidores

1. **Prêmio Reclame Aqui**: A Fugini foi destacada pelo atendimento ao consumidor e pela qualidade de seus produtos, recebendo avaliações positivas e sendo recomendada por muitos consumidores.

Esses prêmios refletem o compromisso da Fugini com a qualidade, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, reforçando sua posição como uma das principais marcas do setor alimentício no Brasil.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Presença no Mercado

Hoje, a Fugini é uma das principais marcas no segmento de alimentos no Brasil, com uma forte presença em supermercados e pontos de venda em todo o país. A empresa continua a crescer e a inovar, sempre buscando atender às necessidades dos consumidores com produtos de alta qualidade e sabor.

Porque adquiri ervilhas fugini?

Adquirir ervilha da marca Fugini oferece diversas vantagens que podem ser destacadas:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Ervilhas de Qualidade**: A Fugini seleciona cuidadosamente as ervilhas, garantindo produtos frescos e saborosos.
2. **Processamento Adequado**: O processo de produção da Fugini preserva o sabor natural e os nutrientes das ervilhas, garantindo um produto final de alta qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: As ervilhas enlatadas da Fugini mantêm boa parte de seus nutrientes, como fibras, proteínas e vitaminas.

Praticidade

1. **Pronto para Consumo**: As ervilhas da Fugini são enlatadas e prontas para consumo, eliminando a necessidade de preparo, o que é conveniente para refeições rápidas e práticas.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao processo de enlatamento, as ervilhas da Fugini têm uma longa vida útil e podem ser armazenadas por um longo período sem perder a qualidade.
3. **Embalagem Prática**: As embalagens das ervilhas Fugini são projetadas para serem fáceis de abrir e armazenar, garantindo praticidade no uso.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: As ervilhas da Fugini têm um sabor autêntico devido à seleção cuidadosa das ervilhas e ao processo de produção.
2. **Textura Agradável**: A textura das ervilhas enlatadas da Fugini é preservada, garantindo uma experiência agradável ao consumi-las.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Versatilidade

1. **Uso em Diversas Receitas**: As ervilhas da Fugini podem ser usadas em uma variedade de receitas, como saladas, sopas, guisados, risotos e acompanhamentos, proporcionando versatilidade na cozinha.
2. **Consistência**: A consistência das ervilhas Fugini é uniforme, garantindo resultados consistentes em diferentes preparações.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Fugini adota práticas sustentáveis em sua produção, minimizando o impacto ambiental e promovendo a responsabilidade ambiental.
2. **Embalagens Recicláveis**: As embalagens das ervilhas Fugini são recicláveis, contribuindo para a redução do impacto ambiental.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: As ervilhas da Fugini oferecem uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção acessível para incluir vegetais em sua dieta.
2. **Disponibilidade**: Os produtos da Fugini são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias, facilitando a compra e o acesso aos consumidores.

Conclusão

Adquirir ervilha da marca Fugini oferece diversas vantagens. A empresa seleciona cuidadosamente as ervilhas, garantindo produtos frescos e saborosos. O processo de produção preserva o sabor natural e os nutrientes das ervilhas. Além disso, as ervilhas enlatadas da Fugini têm uma longa vida útil e podem ser armazenadas por um longo período sem perder a qualidade. As embalagens são práticas e fáceis de abrir. As ervilhas têm um sabor autêntico e uma textura agradável. Podem ser usadas em uma variedade de receitas, como saladas, sopas, guisados, risotos e acompanhamentos. A Fugini adota práticas sustentáveis em sua produção e suas embalagens são recicláveis. O preço é acessível e os produtos são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias. Em resumo, as ervilhas da Fugini são uma escolha conveniente, sustentável e saborosa para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ervilha		
PREDILECTA	Predilecta Feito com amor	

História

Predilecta Alimentos Ltda é uma empresa brasileira produtora de alimentos, fundada em 1990. Possui, em seu catálogo, mais de 200 produtos, dentre os quais estão doces, geleias, atomatados, vegetais, molhos, condimentos, entre outros. Se encontra atualmente como líder no segmento de produção de goiabadas (doces) e vegetais (milho e ervilha) e em segundo lugar na produção de molhos (em stand-up). Também exporta, segundo divulgação, para mais de 55 países.

A história da Predilecta Alimentos começa em 1990, no interior do estado de São Paulo, na cidade de Matão, onde fez surgir o maior centro de produção de goiabas do Brasil. Desde o início, a empresa desenvolveu uma sólida parceria com microprodutores e produtores rurais, uma proximidade que permite até hoje a colheita, o transporte e o processamento de frutas no mesmo dia.

Com o passar dos anos, a Predilecta Alimentos se transformou na maior processadora de goiabas do mundo. E no paralelo a essa grande conquista, a empresa entendeu a necessidade de ter um mix de produtos que satisfizesse o desejo dos consumidores. Assim, investindo em tecnologia de ponta, a Predilecta Alimentos se constituiu em uma empresa sólida, responsável por dar um novo tempero à indústria alimentícia nacional, marcando posição no mercado com molhos, atomatados, vegetais em conserva, condimentos, doces, geleias e gelatinas e incorporando grandes e reconhecidas marcas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A qualidade e os diferenciais entregues em cada produto levaram a Predilecta a trabalhar em um incrível projeto de expansão. Nascia então uma das maiores companhias alimentícias do país, com um extenso mix de produtos, englobando mais de 900 itens, com 17 marcas que se destacam em vários momentos do dia dos consumidores brasileiros.

Produtos da marca

A Predilecta é uma marca brasileira conhecida por sua variedade de produtos alimentícios. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Molhos e Temperos**: Molho de tomate, ketchup, mostarda, maionese, molhos prontos para massas e carnes.
2. **Conservas**: Milho verde, ervilha, seleta de legumes, palmito, azeitonas, picles, champignon.
3. **Doces e Compotas**: Geléias de frutas, goiabada, doce de leite, compotas de frutas.
4. **Frutas em Calda**: Pêssegos, figos, abacaxis e outras frutas em calda.
5. **Vegetais Enlatados**: Beterraba, cenoura, chuchu, mandioquinha, entre outros.
6. **Feijões e Grãos**: Feijão, lentilha, grão-de-bico, ervilha seca.
7. **Polpas e Purês de Frutas**: Polpas de frutas diversas e purês de frutas.
8. **Sopas e Cremes**: Sopas prontas e cremes de legumes.
9. **Caldos e Temperos Prontos**: Caldos de carne, frango, legumes, além de temperos prontos.
10. **Massas**: Massas secas como macarrão e lasanha.
11. **Azeites e Vinagres**: Azeites de oliva e vinagres.
12. **Farinhas e Misturas**: Farinhas de trigo, de milho, misturas para bolos e pudins.
13. **Leite de Coco e Coco Ralado**: Leite de coco em pó e coco ralado.
14. **Cereais e Barrinhas**: Cereais matinais e barrinhas de cereais.
15. **Bebidas**: Sucos prontos para beber e bebidas à base de soja.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Essa é uma lista geral e a disponibilidade dos produtos pode variar de acordo com a região e o ponto de venda.

Importância no setor

A marca Predilecta tem uma importância significativa no setor de ervilhas devido a diversos fatores:

1. **Qualidade Reconhecida**: A Predilecta é conhecida por oferecer produtos de alta qualidade, o que garante a confiança dos consumidores na marca.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de produtos de ervilha, atendendo às diferentes necessidades e preferências dos consumidores.
3. **Praticidade e Conveniência**: As ervilhas da Predilecta são enlatadas e prontas para consumo, proporcionando praticidade e conveniência para os consumidores.
4. **Sabor e Textura**: A Predilecta se destaca pelo sabor e pela textura de suas ervilhas, o que contribui para a satisfação dos consumidores.
5. **Sustentabilidade**: A marca adota práticas sustentáveis em sua produção, o que é valorizado por consumidores que se preocupam com o meio ambiente.
6. **Preço Acessível**: As ervilhas da Predilecta têm um preço acessível, o que as torna uma opção viável para uma ampla gama de consumidores.
7. **Presença no Mercado**: A Predilecta tem uma presença significativa no mercado de alimentos, o que aumenta sua visibilidade e alcance.
8. **Reconhecimento da Marca**: A marca Predilecta é reconhecida e respeitada no mercado, o que aumenta a sua credibilidade entre os consumidores.

Esses fatores contribuem para a importância da marca Predilecta no setor de ervilhas, pois ela se destaca pela qualidade, variedade, praticidade e sustentabilidade de seus produtos, conquistando a confiança e a preferência dos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Análises das vantagens

Adquirir ervilha da marca Predilecta oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Ervilhas de Qualidade**: A Predilecta seleciona ervilhas frescas e de alta qualidade para seus produtos, garantindo sabor e textura superiores.

2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Predilecta é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes das ervilhas, mantendo sua qualidade.

3. **Conservação de Nutrientes**: As ervilhas enlatadas da Predilecta mantêm boa parte de seus nutrientes essenciais, como fibras, proteínas e vitaminas.

Praticidade

1. **Pronto para Consumo**: As ervilhas da Predilecta são enlatadas e prontas para consumo, o que é conveniente para refeições rápidas e práticas.

2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao seu processo de enlatamento, as ervilhas da Predilecta têm uma longa vida útil e podem ser armazenadas por um longo período sem perder a qualidade.

3. **Embalagem Prática**: As embalagens das ervilhas Predilecta são fáceis de abrir e armazenar, facilitando o uso no dia a dia.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: As ervilhas enlatadas da Predilecta têm um sabor autêntico devido à seleção cuidadosa das ervilhas e ao processo de produção.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Textura Agradável**: A textura das ervilhas Predilecta é preservada, garantindo uma experiência agradável ao consumi-las.

Versatilidade

1. **Uso em Diversas Receitas**: As ervilhas da Predilecta podem ser usadas em uma variedade de receitas, como saladas, sopas, guisados, risotos e acompanhamentos, proporcionando versatilidade na cozinha.

2. **Consistência**: A consistência das ervilhas Predilecta é uniforme, garantindo resultados consistentes em diferentes preparações.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Predilecta adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação ambiental.

2. **Embalagens Recicláveis**: As embalagens das ervilhas Predilecta são recicláveis, ajudando a reduzir o impacto ambiental.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: As ervilhas da Predilecta oferecem uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais em sua dieta.
2. **Disponibilidade**: Os produtos da Predilecta são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Conclusão

Adquirir ervilhas da marca Predilecta proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando as ervilhas Predilecta uma escolha confiável e conveniente para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ervilha		
BONDUELLE	Bonduelle	

História

A Bonduelle, líder mundial em produtos de origem vegetal, anuncia o lançamento da sua primeira linha de produtos licenciados Disney, no Brasil. Direcionada a jovens e adultos que buscam uma alimentação mais saudável, a novidade contempla milho e ervilha ao vapor, itens que integram a linha de Especialidades da marca – que engloba Palmitos, Azeitonas, Champignons e Conservas Importadas.

O consumo de alimentos saudáveis, que já vinha ganhando força entre os brasileiros, foi acelerado pela pandemia. Em 2020, as vendas desses produtos atingiram R$100 bilhões no país, segundo a Euromonitor Internacional. Foi a maior cifra da categoria desde 2006, quando o segmento começou a ser monitorado. Nos últimos dois anos, por exemplo, as vendas de alimentos plant-based no varejo cresceram 29%.

E, segundo a Abral (Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens), o mercado de licenciamento faturou, em 2020, R$21 bilhões, o que representa um crescimento de 5% em relação a 2019.Produzidos na França, por meio de um processo cuidadoso e com matéria-prima de qualidade, os produtos foco do licenciamento contam com duas versões de embalagens: uma

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

para o milho com o personagem mais querido do mundo, Mickey Mouse, e outra de ervilha com a Minnie.

As duas embalagens apresentam gramatura de 140 g, direcionadas para quem deseja experimentar um produto diferenciado em preparações menores, ambas feitas ao vapor e poderão ser encontradas nos principais varejos do Brasil. O lançamento tem abrangência nacional e distribuição exclusiva pela Aurora Fine Brands.

A linha Bonduelle & Disney tem como objetivos incentivar a prática de uma alimentação saudável e equilibrada, além de conquistar novos consumidores: jovens e adultos responsáveis pelas compras da casa. “Nossa missão é desenvolver produtos de valor e diferenciação, em uma categoria antes comoditizada, e com oportunidades para inovar.

O consumidor está familiarizado com vegetais em conserva, mas queremos incentivá-lo a experimentar produtos que se destacam pelo sabor, produção ao vapor e grãos naturalmente mais doces, e esta linha é um dos frutos do propósito enquanto empresa”, explica Adriano Sponquiado, gerente nacional de vendas da Bonduelle do Brasil O executivo pontua que o licenciamento com a Disney surgiu a partir da consonância de objetivos: “Além de ser uma referência mundial em entretenimento há anos, a Disney reforça seu compromisso com hábitos de vida saudável para toda a família, ação que está alinhada com a nossa missão.

Referência mundial em produtos de origem vegetal, a Bonduelle busca inspirar as pessoas a fazerem uma transição para a alimentação mais saudável, com o consumo de vegetais -, além de promover o acesso do consumidor a um vegetal produzido com extremo cuidado e qualidade”, ressalta.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sobre a Bonduelle: Criada há mais de 160 anos na França, a Bonduelle, líder mundial na produção de vegetais processados, chegou ao Brasil em 1996 e tem a missão de inspirar a transição para uma alimentação com base em vegetais. Presente em mais de 100 países, a companhia de gestão familiar conta com a dedicação de mais de 10.000 colaboradores em atividade em 56 instalações industriais. Além disso, possui parcerias com mais de 3.400 agricultores em 12 países ao redor do mundo. Tudo isso para levar mais de 500 variedades de vegetais de alta qualidade à mesa dos consumidores.

Qualidade

A Bonduelle é conhecida por sua alta qualidade na produção de alimentos à base de vegetais. Alguns aspectos que contribuem para essa reputação incluem:

1. **Seleção de Ingredientes**: A Bonduelle escolhe cuidadosamente os vegetais utilizados em seus produtos, garantindo que sejam frescos e de alta qualidade.
2. **Processamento Cuidadoso**: A empresa utiliza técnicas de processamento que preservam o sabor, a textura e os nutrientes dos vegetais, garantindo a qualidade do produto final.
3. **Controle de Qualidade**: A Bonduelle possui rigorosos padrões de controle de qualidade em todas as etapas da produção, desde a seleção dos ingredientes até o produto final.
4. **Produtos Naturais e Saudáveis**: Os produtos da Bonduelle são conhecidos por serem naturais e saudáveis, sem adição de conservantes ou corantes artificiais.
5. **Variedade de Opções**: A empresa oferece uma ampla variedade de produtos, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Compromisso com a Sustentabilidade**: A Bonduelle tem um compromisso com a sustentabilidade em sua produção, utilizando práticas que visam reduzir o impacto ambiental.

Esses fatores combinados ajudam a manter a reputação da Bonduelle como uma marca de alta qualidade no mercado de alimentos à base de vegetais.

Produtos oferecidos

A Bonduelle é uma marca conhecida por seus produtos à base de vegetais, especialmente conservas e congelados. Aqui está uma lista geral dos produtos que a marca Bonduelle oferece:

Vegetais em Conserva

- Milho Verde
- Ervilha
- Feijão Verde
- Aspargos
- Palmito
- Champignon
- Azeitonas

Saladas Prontas

- Saladas de Vegetais Variados
- Saladas de Legumes

Legumes Prontos para Consumo

- Batata em Cubos
- Batata Doce em Cubos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Mandioca
- Beterraba Cozida
- Cenoura Cozida

Produtos à Base de Grãos

- Lentilhas
- Grão-de-Bico
- Feijão

Pratos Prontos

- Ratatouille
- Pimentões Recheados

Linha de Produtos Orgânicos

- Diversos Vegetais Orgânicos em Conserva

Linha de Produtos Congelados

- Diversos Vegetais Congelados, como Ervilhas, Milho, Feijão Verde, entre outros.

Linha de Produtos de Milho

- Milho Verde em Conserva
- Pipoca

Linha de Molhos e Temperos

- Molhos Diversos
- Temperos Prontos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A Bonduelle oferece uma ampla variedade de produtos à base de vegetais, desde conservas até produtos congelados, atendendo às necessidades de consumidores que buscam praticidade e qualidade na alimentação.

Análise das vantagens

Adquirir ervilha da marca Bonduelle oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Ervilhas de Qualidade**: A Bonduelle seleciona ervilhas frescas e de alta qualidade para seus produtos, garantindo sabor e textura superiores.
2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Bonduelle é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes das ervilhas, mantendo sua qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: As ervilhas enlatadas da Bonduelle mantêm boa parte dos nutrientes das ervilhas, como fibras, proteínas e vitaminas.

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronto para Consumo**: As ervilhas da Bonduelle são enlatadas e prontas para consumo, o que é conveniente para refeições rápidas e práticas.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao seu processo de enlatamento, as ervilhas da Bonduelle têm uma longa vida útil e podem ser armazenadas por um longo período sem perder a qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Versatilidade de Uso**: Além de serem consumidas puras, as ervilhas Bonduelle podem ser utilizadas em diversas receitas, como saladas, sopas, guisados, risotos e outros pratos, proporcionando versatilidade na cozinha.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: As ervilhas enlatadas da Bonduelle têm um sabor autêntico de ervilhas frescas, proporcionando uma experiência gustativa agradável.
2. **Textura Agradável**: A textura das ervilhas Bonduelle é preservada, garantindo uma sensação agradável ao consumi-las.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Bonduelle adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: As ervilhas Bonduelle oferecem uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais na dieta.
2. **Disponibilidade**: Os produtos Bonduelle são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Conclusão

Adquirir ervilha da marca Bonduelle proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando as ervilhas Bonduelle uma escolha confiável e conveniente para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Ervilha		
KNORR		

História

Knorr pauta por uma filosofia de alta qualidade desde a sua criação.
A sua história começou em 1838, quando Carl Heinrich Knorr abriu uma fábrica em Heilbronn, na Alemanha, onde produzia chicória para a indústria de café.
Quis aproveitar o equipamento de que dispunha, e por isso decidiu estender-se a outras indústrias. Começou por experimentar a desidratação de vegetais e temperos, para preservar a sua nutrição e sabor. Estas experiências conduziram ao lançamento das primeiras sopas em pó de Knorr, em 1873.
Inúmeros progressos se alcançaram e se traduziram em lançamentos de sucesso: desde o lançamento das nutritivas sopas de ervilha “Erbswurst”, em 1889, ao pioneirismo na criação de misturas para molhos em 1908. A criatividade e a inovação estiveram sempre no centro de tudo o que os Chefs Knorr desenvolviam.

Em 1912 surge a grande inovação: o primeiro caldo de carne em cubo, que permitiu às famílias disfrutar de deliciosos pratos caseiros - sem precisarem de fazer um caldo. Ainda hoje conhecido como Caldo Knorr, este produto provou ser o grande sucesso da marca e um exemplo de grande utilidade para auxílio às famílias no seu dia-a-dia.
Em 1957, caldos e sopas Knorr eram vendidos em 8 países. Em 2000, os nossos produtos já eram vendidos em quase 90 países. Nesse mesmo ano, deu-se a junção de Knorr à Unilever.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Atualmente, Knorr está disponível em todos os países do mundo – os seus produtos fazem parte da vida de 320 milhões de pessoas, todos os dias. Temos orgulho em procurar, conhecer e entender os sabores locais, mantendo constante o esforço por levar até sua casa os sabores autênticos de outras culturas. Sempre com a assinatura de Carl Knorr, com quem tudo começou.
Compromisso: oferecer produtos de alta qualidade, apoiados numa filosofia de sustentabilidade futura. Knorr investe em novos processos, mais eficientes, adotando os princípios da sustentabilidade nos seus negócios, desde a semente ao prato final.

Produtos

A Knorr é uma marca conhecida por sua ampla variedade de produtos alimentícios, especialmente caldos, temperos e molhos. Aqui está uma lista geral dos produtos oferecidos pela marca Knorr:

Caldos e Temperos

- Caldo de Galinha
- Caldo de Carne
- Caldo de Legumes
- Tempero para Arroz
- Tempero para Feijão
- Tempero para Saladas
- Tempero para Legumes
- Tempero para Frango
- Tempero para Carne
- Tempero para Peixe

Molhos

- Molho de Tomate
- Molho para Saladas
- Molho Shoyu
- Molho Barbecue
- Molho para Massas

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sopas

- Sopa de Legumes
- Sopa de Cebola
- Sopa de Ervilha
- Sopa de Feijão

Produtos Instantâneos

- Purê de Batatas Instantâneo
- Creme de Cebola Instantâneo
- Creme de Queijo Instantâneo

Produtos Especiais

- Risotos Prontos
- Produtos para Grelhados
- Produtos para Assados

Linha de Produtos Saudáveis

- Produtos com baixo teor de sódio
- Produtos com baixo teor de gordura
- Produtos com ingredientes naturais

Produtos para o Mercado Profissional

- Bases para Molhos
- Bases para Sopas
- Bases para Temperos

Linha de Produtos Orgânicos

- Caldos e temperos orgânicos
- Sopas orgânicas
- Molhos orgânicos

A Knorr oferece uma ampla variedade de produtos para atender às necessidades dos consumidores, desde caldos e temperos até sopas e molhos. A marca é conhecida por sua qualidade e sabor, sendo uma escolha popular na hora de preparar refeições saborosas e práticas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios recebidos

A Knorr é uma marca bem estabelecida e respeitada no mercado de alimentos, tendo recebido diversos prêmios ao longo dos anos. Alguns dos prêmios mais notáveis que a Knorr recebeu incluem:

1. **Prêmios de Sabor**: A Knorr frequentemente recebe prêmios por seus caldos, temperos e molhos devido ao seu sabor autêntico e qualidade superior.
2. **Prêmios de Qualidade**: A marca é reconhecida por sua qualidade consistente e ingredientes cuidadosamente selecionados, o que lhe rendeu diversos prêmios de qualidade.
3. **Prêmios de Inovação**: A Knorr é conhecida por suas inovações na indústria de alimentos, o que lhe rendeu prêmios por produtos inovadores e soluções culinárias criativas.
4. **Prêmios Sustentáveis**: A Knorr recebeu reconhecimento por seus esforços em sustentabilidade, incluindo prêmios por práticas agrícolas sustentáveis e embalagens eco-friendly.
5. **Prêmios de Marketing**: A marca também recebeu prêmios por suas campanhas de marketing criativas e eficazes, que ajudaram a promover seus produtos de forma positiva.

Esses são apenas alguns exemplos e a Knorr continua a ser reconhecida como uma marca líder no mercado de alimentos, recebendo prêmios em várias categorias.

Vantagens

Adquirir ervilha da marca Knorr oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Seleção de Ervilhas de Qualidade**: A Knorr seleciona ervilhas frescas e de alta qualidade para seus produtos, garantindo sabor e textura superiores.
2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Knorr é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes das ervilhas, mantendo sua qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: As ervilhas enlatadas da Knorr mantêm boa parte dos nutrientes das ervilhas, como fibras, proteínas e vitaminas.

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronto para Consumo**: As ervilhas da Knorr são enlatadas e prontas para consumo, o que é conveniente para refeições rápidas e práticas.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao seu processo de enlatamento, as ervilhas da Knorr têm uma longa vida útil e podem ser armazenadas por um longo período sem perder a qualidade.
3. **Versatilidade de Uso**: Além de serem consumidas puras, as ervilhas Knorr podem ser utilizadas em diversas receitas, como saladas, sopas, guisados, risotos e outros pratos, proporcionando versatilidade na cozinha.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: As ervilhas enlatadas da Knorr têm um sabor autêntico de ervilhas frescas, proporcionando uma experiência gustativa agradável.
2. **Textura Agradável**: A textura das ervilhas Knorr é preservada, garantindo uma sensação agradável ao consumi-las.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Knorr adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: As ervilhas Knorr oferecem uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais na dieta.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Disponibilidade**: Os produtos Knorr são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Conclusão

Adquirir ervilha da marca Knorr proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando as ervilhas Knorr uma escolha confiável e conveniente para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Extrato de Tomate		
QUERO	Quero	

História

A Quero Alimentos foi fundada em 1986 na cidade de Nerópolis, Goiás, por Antônio Dias, um empresário visionário que viu uma oportunidade no mercado de alimentos processados no Brasil. Inicialmente, a empresa focou na produção de molhos de tomate, utilizando tomates cultivados na própria região, o que garantia a qualidade e frescor do produto.

Primeiros Anos e Expansão

Nos primeiros anos, a Quero consolidou sua presença no mercado local, ganhando a confiança dos consumidores pela qualidade de seus produtos. O sucesso inicial permitiu que a empresa investisse em tecnologia e ampliasse sua linha de produtos. Além dos molhos de tomate, a Quero passou a produzir outros itens alimentícios, como extratos de tomate, ketchup, vegetais enlatados (milho, ervilha, seleta de legumes), conservas e temperos.

A expansão do portfólio foi acompanhada por uma ampliação das instalações fabris, que passaram a contar com equipamentos modernos e processos de produção mais eficientes. Isso garantiu não apenas a ampliação da capacidade produtiva, mas também a manutenção de altos padrões de qualidade.

Inovação e Diversificação

Ao longo dos anos 1990 e 2000, a Quero continuou a inovar e diversificar sua oferta de produtos. A empresa investiu em pesquisa e desenvolvimento para criar novos itens que atendiam às necessidades e preferências dos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

consumidores brasileiros. Entre as inovações, destacam-se os molhos prontos para consumo, que facilitaram o preparo de refeições rápidas e saborosas, atendendo ao estilo de vida cada vez mais dinâmico dos brasileiros.

A Quero também se destacou pela criação de embalagens práticas e inovadoras, como as embalagens “abre fácil” e as embalagens em sachês, que ajudaram a consolidar a marca como sinônimo de praticidade e conveniência na cozinha.

Aquisição pela Heinz

Um marco significativo na história da Quero ocorreu em 2011, quando a empresa foi adquirida pela H. J. Heinz Company, uma das maiores e mais respeitadas empresas de alimentos do mundo. A aquisição pela Heinz foi um passo estratégico que visava fortalecer a presença da empresa no mercado brasileiro e alavancar a expertise da Heinz em processos industriais e controle de qualidade.

Sob a gestão da Heinz, a Quero passou por uma série de melhorias, incluindo investimentos em infraestrutura, ampliação da capacidade produtiva e adoção de práticas de sustentabilidade. A sinergia entre as duas empresas também permitiu a expansão do portfólio de produtos Quero, que passou a incluir novas categorias e sabores.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Nos últimos anos, a Quero tem se destacado também por suas iniciativas de sustentabilidade e responsabilidade social. A empresa adota práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva, desde o cultivo dos ingredientes até a produção e distribuição dos produtos. Entre as ações, destacam-se o uso racional da água, a redução de desperdícios e a implementação de programas de reciclagem.

Além disso, a Quero participa de projetos sociais que visam promover a inclusão social e o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. A empresa apoia iniciativas de educação, saúde e bem-estar, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Reconhecimento e Futuro

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A Quero é reconhecida como uma marca de confiança pelos consumidores brasileiros. Sua trajetória de sucesso é marcada por uma constante busca pela inovação, qualidade e satisfação do cliente. A empresa continua a investir em pesquisa e desenvolvimento, buscando sempre novas formas de surpreender e encantar os consumidores.

Com um legado sólido e uma visão de futuro promissora, a Quero Alimentos segue como uma das principais marcas do setor alimentício no Brasil, comprometida em oferecer produtos de alta qualidade e contribuir para a alimentação saudável e prática dos brasileiros.

Produtos oferecidos

A marca Quero oferece uma ampla gama de produtos alimentícios que abrangem várias categorias. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela Quero:

Molhos de Tomate

- Molho de Tomate Tradicional
- Molho de Tomate com Manjericão
- Molho de Tomate com Alho
- Molho de Tomate com Pedaços
- Molho de Tomate Pizza
- Molho de Tomate Bolonhesa
- Molho de Tomate com Ervas Finas
- Extrato de Tomate
- Polpa de Tomate
- Purê de Tomate

Condimentos

- Ketchup Tradicional
- Ketchup Picante

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Ketchup Zero
- Mostarda Tradicional
- Maionese Tradicional
- Maionese Light

Vegetais Enlatados

- Milho Verde
- Ervilha
- Seleta de Legumes
- Salsicha
- Ervilha com Milho
- Grão de Bico
- Feijão Preto
- Feijão Carioca

Conservas

- Azeitona Verde
- Azeitona Preta
- Palmito
- Picles
- Champignon

Pratos Prontos

- Feijoada
- Sopa de Feijão
- Sopa de Legumes
- Sopa de Galinha

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sopas e Cremes

- Creme de Cebola
- Creme de Galinha
- Creme de Ervilha

Temperos e Especiarias

- Alho Picado
- Alho Triturado
- Molho de Alho
- Molho de Pimenta

Sucos e Bebidas

- Suco de Tomate
- Néctares de Frutas (diversos sabores)

Diversos

- Vinagre de Álcool
- Vinagre de Maçã
- Vinagre de Vinho Branco

A Quero também oferece produtos sazonais ou regionais, além de estar sempre inovando e lançando novos produtos para atender às demandas do mercado.

Prêmios

A marca Quero tem se destacado no mercado de alimentos no Brasil, e ao longo dos anos, recebeu diversos prêmios que reconhecem a qualidade de seus produtos e sua relevância no setor. Aqui estão alguns dos prêmios que a Quero já recebeu:

Prêmios de Qualidade e Excelência

- **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira:** A Quero foi reconhecida pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) por suas inovações e

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

qualidade nas embalagens de produtos alimentícios, que proporcionam praticidade e conservação dos alimentos.

- **Prêmio Top of Mind:** A marca foi frequentemente lembrada pelos consumidores em diversas categorias de alimentos, demonstrando sua forte presença e reconhecimento no mercado.
- **Prêmio Melhores do Ano - Revenda:** Este prêmio, concedido pela revista Revenda, reconhece as marcas de alimentos mais vendidas e preferidas pelos consumidores.

Prêmios de Sustentabilidade

- **Prêmio Benchmarking Brasil:** A Quero foi reconhecida por suas práticas de sustentabilidade, incluindo projetos de redução de desperdício e iniciativas de reciclagem.
- **Certificação de Produção Sustentável:** A marca obteve certificações que atestam seu compromisso com práticas agrícolas e industriais sustentáveis, garantindo produtos de alta qualidade com menor impacto ambiental.

Prêmios de Inovação

- **Prêmio Inovação Brasil:** Este prêmio, concedido pelo jornal Valor Econômico, reconheceu a Quero por suas iniciativas inovadoras na criação de novos produtos e soluções alimentícias.
- **Prêmio Pioneiros da Inovação:** Reconhecimento pela criação de embalagens práticas e soluções inovadoras para o mercado de alimentos.

Prêmios de Responsabilidade Social

- **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas:** A Quero foi reconhecida por sua transparência e comunicação eficaz com a mídia, reforçando sua imagem de responsabilidade social e ética empresarial.
- **Prêmio de Responsabilidade Social da ABRAS:** A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) premiou a Quero por suas ações

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

sociais e iniciativas comunitárias que promovem o bem-estar das comunidades locais.

Esses prêmios refletem o compromisso da Quero com a qualidade, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, reforçando sua posição como uma marca de destaque no mercado brasileiro de alimentos.

Vantagens em adquirir extrato de tomate da marca Quero

Comprar extrato de tomate da marca Quero oferece diversas vantagens, analisadas a seguir:

Qualidade do Produto

1. **Ingredientes de Qualidade**: A Quero usa tomates selecionados e cultivados em condições ideais, garantindo um extrato de tomate com sabor autêntico e de alta qualidade.
2. **Processamento Cuidadoso**: O extrato de tomate da Quero é produzido sob rigorosos controles de qualidade, preservando o sabor, a cor e os nutrientes dos tomates.
3. **Sem Conservantes**: Este produto é feito sem conservantes artificiais, oferecendo uma opção mais saudável.

Praticidade

1. **Pronto para Uso**: O extrato de tomate da Quero é conveniente e fácil de usar, ideal para quem busca praticidade na cozinha. Pode ser adicionado diretamente a várias receitas, economizando tempo.
2. **Vida Útil Longa**: Graças ao seu processo de embalagem, o extrato de tomate tem uma longa vida útil, permitindo armazenamento prolongado sem perda de qualidade.
3. **Diversidade de Embalagens**: A Quero oferece diferentes tamanhos de embalagens, adequando-se às necessidades de diversos consumidores, desde famílias grandes até pessoas que moram sozinhas.

Versatilidade

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Aplicações Diversas**: Este extrato de tomate pode ser usado em muitas receitas, como molhos, sopas, ensopados, carnes e massas, tornando-o um ingrediente versátil.
2. **Consistência e Sabor**: O extrato de tomate da Quero proporciona uma consistência ideal e um sabor concentrado que enriquece qualquer prato.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Quero adota métodos sustentáveis em toda sua cadeia produtiva, contribuindo para a preservação do meio ambiente.
2. **Embalagens Recicláveis**: As embalagens são recicláveis, ajudando a reduzir o impacto ambiental.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: A Quero oferece extrato de tomate de alta qualidade a preços competitivos, garantindo um ótimo custo-benefício.
2. **Promoções e Descontos**: A marca frequentemente oferece promoções e descontos, aumentando ainda mais o valor para os consumidores.

Confiança na Marca

1. **Reputação Sólida**: A Quero é uma marca bem estabelecida e respeitada no Brasil, reconhecida pela qualidade constante de seus produtos.
2. **Feedback Positivo**: A marca recebe frequentemente avaliações positivas, reforçando a confiança na qualidade e sabor de seus produtos.

Conclusão

Optar pelo extrato de tomate da Quero combina alta qualidade, praticidade, versatilidade, sustentabilidade e um excelente custo-benefício. A confiança na marca e o reconhecimento de seus produtos pelos consumidores tornam a Quero uma escolha inteligente para quem quer melhorar o sabor de suas receitas diárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Extrato de Tomate		
ELEFANTE	Elefante	

Sinônimo de qualidade e rendimento, o extrato de tomate ELEFANTE está presente na vida das consumidoras brasileiras desde a década de 1940. ELEFANTE tem em sua composição tomates cuidadosamente selecionados, sem pele e sem sementes, que dão origem ao extrato de tomate preferido dos lares brasileiros. É perfeito para dar cor e sabor aos mais variados pratos. Afinal, os produtos da marca dão um toque especial em molhos, carnes, refogados, tortas e muito mais.

A história

Tudo começou em 1941 com a fundação da *Companhia Industrial de Conservas Alimentícias* - conhecida como CICA - na cidade de Jundiaí, interior de São Paulo, como resultado da associação do banqueiro Alberto Bonfiglioli com as famílias Messina, Guerrazzi e Guzzo. Como não poderia deixar de ser, pelas origens italianas dos fundadores, o primeiro produto lançado pela nova empresa foi o extrato de tomate. O novo produto trazia em sua embalagem (lata) um elefante real estampado. Especula-se que a relação do nome elefante com o extrato de tomate seja o fato de que Rodolfo “Rudi” Bonfiglioli, filho de um dos fundadores da empresa, seria um notório adepto de caçadas de elefantes. Outra hipótese é que o elefante na embalagem era uma homenagem da família

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Messina, uma das fundadoras, à sua terra natal: na praça principal de Catânia, capital da Sicília, existe a famosa Fontana dell'Elefante. E não era uma tarefa fácil para a nova marca no mercado. Enquanto a nova empresa tinha apenas um produto, a Peixe comercializava na época cinco mil toneladas de derivados de tomate. Apesar das enormes adversidades, a CICA iria assumir a liderança do mercado nacional com seu extrato de tomate ELEFANTE na segunda metade da próxima década.

As propagandas iniciais do extrato de tomate ELEFANTE, de dezembro de 1942 até junho de 1943, mencionavam "duplo concentrado de tomate", expressão que constava também na lata. Em agosto de 1943, o produto e os dizeres da lata foram alterados para "triplo concentrado", com o lembrete publicitário ***"É melhor e rende mais"***. Em algum momento ao final da década de 1950, surgiria o jingle da tarantela napolitana, que reforçaria e explicaria essa característica do processo ("O Extrato de Tomate Elefante / é puro, é triplo concentrado / a CICA só trabalha com tomate selecionado"). Nos anos seguintes ELEFANTE se tornaria um dos itens de maior prestígio e de vendas no portfólio da CICA. Em uma propaganda para a TV em 1964, a marca utilizou um desenho animado de seu elefante selecionando tomates na esteira da linha de produção e no laboratório ("Você sim, você não", dizia o cuidadoso paquiderme).

Mas, a história da marca começaria a mudar radicalmente no ano de 1968, quando o desenhista Maurício de Sousa publicou no jornal Folha de São Paulo uma tirinha onde a Mônica puxava o elefante Jotalhão pela tromba, enquanto o Cebolinha dizia: *"Não sei, não, mas acho que sua mãe pediu foi massa de tomate"*. A sacada era o engano da Mônica, pois sua mãe havia pedido um extrato de tomate que tinha a marca de um elefante no rótulo e ela confundiu e trouxe o desajeitado Jotalhão. Foi então que o personagem foi oferecido para a CICA em 1969. A partir daí, o extrato de tomate passou a ter um novo garoto-propaganda: Jotalhão. O querido personagem começou a aparecer nas embalagens do produto somente em 1979, parte de um processo de modernização do design e da estratégia de comunicação da marca ELEFANTE. O simpático Jotalhão substituiu na lata do produto o desenho realista de um elefante, animal que, aliás, integrou por um bom tempo o logotipo da CICA.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Começava então um grande trabalho de alicerçar o personagem, transformá-lo em um simpático símbolo da marca, naqueles tempos, ao lado da Mônica. Mais tarde, Jotalhão partiu para carreira solo, com a assinatura *"O elefante mais amado do Brasil"*.

No início da década de 1980, o extrato ELEFANTE também estava disponível em três tamanhos de copos de vidro com a tradicional tampa vermelha. Em 1993, a CICA foi adquirida pela Unilever (na época, Gessy Lever) e a marca ELEFANTE mudou de mãos. Logo, os atomatados CICA, incluindo a marca ELEFANTE, seriam distribuídos mundo afora pela Unilever, em países tão diferentes quanto Porto Rico e Japão. Pouco depois, em 1996, a marca decidiu acrescentar mais ingredientes (temperos) ao seu famoso extrato de tomate, que tinha a mesma fórmula há 55 anos. Era a primeira variação do produto original com o lançamento de duas novas versões do extrato de tomate: com alho, cebola e salsinha, e com alho, cebola e caldo de carne. Em 2003 o extrato de tomate passou a fazer parte da linha de produtos da Knorr, então recém-adquirida pela Unilever. Com isso, surgia a marca *Knorr Elefante*. Em 2010, a americana Cargill realizou a compra da divisão de atomatados da Unilever no Brasil, o que incluiu a marca ELEFANTE. Em 2012, após 13 anos de jejum, o elefante Jotalhão voltou à mídia como garoto-propaganda da marca. A intenção era manter a liderança de mercado e de lembrança de marca entre os consumidores brasileiros. Ainda nesse ano, com o objetivo de levar maior comodidade ao consumidor, a marca lançou as embalagens sachê do tradicional extrato de tomate (190g). Pouco depois, a marca ELEFANTE passou também a vender seus produtos para o segmento de Food Service (bares, restaurantes e hotéis) em embalagens de 1 kg, 2 kg e 4 kg.

No ano de 2015 a marca inovou ao lançar a linha **ELEFANTE SABORES**, nas versões Cebola e Alho, Louro e Ervas Finas. O extrato de tomate oferecia a mesma consistência do tradicional, mas trazia mais praticidade aos consumidores, pois continha temperos utilizados nas receitas do dia a dia. Em 2016, a essa linha ganhou mais duas versões: marinada (tomate, cebola, alho e alecrim) e estrogonofe (tomates sem pele e sem semente e molho inglês). No ano de 2017, a marca lançou mais uma opção de embalagem para seus

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

consumidores: caixinha Tetra Pak, em dois tamanhos (140 gramas e 280 gramas). A versão era fruto dos pedidos insistentes das consumidoras por ser muito resistente (não corre o risco de estourar e amassar), prática, fácil de abrir, manusear e guardar. Além disso, a marca também desenvolveu uma embalagem especial (lata de 340 gramas) do extrato de tomate para o verão. O personagem Jotalhão aparecia em um cenário de praia, com óculos escuros e segurando um coco.

No ano de 2019, a marca ELEFANTE passou por um processo de renovação de sua marca. Após mais de sete décadas de tradição e relacionamento com os consumidores brasileiros, a marca optou por mudar o posicionamento e os signos visuais e verbais do extrato de tomate reconhecido como Top of Mind por três anos consecutivos pelo instituto Datafolha. O produto continua o mesmo: feito apenas com tomates selecionados, sal e açúcar e com rendimento e consistência que diferenciam o ELEFANTE de seus concorrentes. No entanto, a marca está mais moderna e com uma linguagem mais acessível e próxima ao consumidor. Isto porque, ELEFANTE entende que os consumidores não buscam apenas rendimento e sabor. O que importa é o resultado, o momento e a memória afetiva que fica. As mensagens nas redes sociais, propagandas e materiais publicitários inspiram receitas e a união de amigos e famílias.

A presença do carismático personagem Jotalhão, por décadas nas cozinhas, receitas e paladares dos consumidores brasileiros, aliado ao seu jeito carinhoso e divertido, agregou ao produto (extrato de tomate) uma relação única de afeição, o que fez deste caso uma referência em força de marca no mercado nacional. Hoje em dia, ELEFANTE ainda é voltado para quem busca o prazer culinário - pessoas de todas as gerações, que curtem cozinhar, reunir amigos e famílias em torno da mesa e serem reconhecidas por isso.

O ícone verde e desajeitado

Desde o final da década de 1960, o personagem Jotalhão aparece na comunicação e propagandas da marca ELEFANTE. Jotalhão foi criado por Maurício de Souza em 1962, como mascote para uma campanha publicitária do Jornal do Brasil que tinha um elefante como símbolo de seu caderno de anúncios

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

classificados. A campanha acabou sendo cancelada e o personagem (que tinha a cor rosa no início) foi oferecido então à CICA no final desta década. *Uma curiosidade: Jotalhão foi o primeiro personagem de quadrinhos licenciado por uma marca no Brasil e, desde essa época, é o elefante mais amado do país, sinônimo de extrato de tomate natural e de qualidade.* Foi então, que Maurício de Souza resolveu que seria melhor esverdeá-lo para conseguir melhor contraste nas latinhas do extrato de tomate. Como até então os personagens de Maurício de Sousa ainda não tinham vozes, porque ainda só existiam na versão impressa, foi preciso providenciá-las para os desenhos animados que apareceriam nos comerciais de TV. O vozeirão do Jotalhão ganhou vida pelo ator Murilo Amorim Correa, e a voz da Mônica pela dubladora profissional Magali Sanches. O engano da Mônica sobre qual elefante trazer para sua mãe é um clássico dos comerciais para o extrato de tomate ELEFANTE. A partir de então, teve início uma longa parceria que rendeu comerciais que marcaram gerações e deram origem ao bordão *"Ô, Mônica! Você tem certeza de que sua mãe pediu um elefante?"*. Jotalhão fez tanto sucesso que apareceu em mais de 90 filmes publicitários da marca. Clique no ícone abaixo para assistir a um dos primeiros comerciais da marca.

A evolução visual

A identidade visual da marca passou por alterações ao longo dos anos. Até a década de 1980, apesar de ter como garoto-propaganda e símbolo o personagem Jotalhão, ele somente apareceu no logotipo da marca nesta época. Anos depois, o personagem (que ganhou novos traços) ganhou ainda mais destaque na identidade visual da marca.

Depois de adotar uma identidade visual sem o personagem por mais de 15 anos, em 2019, ELEFANTE apresentou um novo logotipo com o paquiderme verde de volta. Visualmente, a marca se apresenta em um tom mais vivo que chama atenção do consumidor e remete à alegria e ao amor. A grafia se encontra sem serifas e com legibilidade mais clara. Além disso, com o apoio da Maurício de Sousa Produções, a marca atualizou o personagem Jotalhão, que voltou a fazer parte da identidade visual da marca.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Ao longo dos anos, a tradicional lata do extrato de tomate ELEFANTE também passou por remodelações. Inicialmente com a figura de um elefante real, em 1979 o personagem Jotalhão substituiu o paquiderme pela primeira vez na embalagem, que foi totalmente reformulada. Anos depois, o personagem, já com novos traços apareceu na lata carregando a tradicional cesta de tomates. A partir de 2003, a lata passou a contar com o logotipo da Knorr. Com a venda para a Cargill, em 2010, o logotipo da Knorr foi retirado e o personagem foi virado para a direita.

Depois de passar por pequenas mudanças, em 2019 a embalagem foi totalmente remodelada: o personagem foi redesenhado, a cesta de tomate retirada, o vermelho se tornou mais vivo e uma nova tipografia de letra foi adotada.

Os slogans

Elefante. Viver junto rende mais. (2019)
Tudo rende mais com Elefante. (2016)
Elefante. O preferido do Brasil. (2012)
O Elefante que mais rende. (1994)
Elefante. Uma família culinária de peso. (década de 1990)
É melhor e rende mais. (1943)

Dados corporativos

- Origem: Brasil
- Lançamento: 1941
- Criador: CICA
- Sede (Brasil): São Paulo, Brasil
- Proprietário da marca: Cargill Agrícola S.A.
- Capital aberto: Não
- Presidente: Paulo Sousa
- Presença global: Não (presente somente no Brasil)
- Segmento: Alimentos
- Principais produtos: Extratos de tomate
- Concorrentes diretos: Quero, Primor, Fugini, Pomarola, Tarantella, Etti, Salsaretti, Heinz e Predilecta

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Ícones: O elefante Jotalhão
- Slogan: *Elefante. Viver junto rende mais.*
- Website: www.facebook.com/ElefanteBrasil/

A marca no Brasil

A marca ELEFANTE, uma das mais reconhecidas entre os brasileiros no segmento de alimentos, oferece extratos de tomate em várias embalagens (lata, sache e Tetra Pak) e a linha Sabores (extratos de tomate temperados nas versões Cebola e Alho, Louro, Ervas Finas e Estrogonofe). A marca é uma das líderes de mercado em seu segmento no Brasil. O extrato de tomate ELEFANTE é mais concentrado e 100% natural, pois não contem qualquer tipo de condimentos ou corante. É feito apenas com tomate, sal e açúcar.

Produtos oferecidos

A marca Elefante é tradicional no Brasil, conhecida especialmente pelo seu extrato de tomate. Aqui estão os principais produtos oferecidos pela marca Elefante:

Extrato de Tomate

- **Extrato de Tomate Tradicional**: Produto carro-chefe da marca, conhecido pelo seu sabor concentrado e cor intensa.
- **Extrato de Tomate com Ervas**: Variante do extrato tradicional, mas com adição de ervas para um sabor diferenciado.
- **Extrato de Tomate Zero Sódio**: Versão do extrato de tomate sem adição de sal, voltada para quem busca uma dieta com menor teor de sódio.

Molhos Prontos

- **Molho de Tomate Tradicional**: Molho pronto para uso, ideal para massas e outros pratos.
- **Molho de Tomate com Manjericão**: Molho pronto com sabor de manjericão, oferecendo uma opção aromática e saborosa.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Molho de Tomate Bolonhesa**: Molho pronto com carne, ideal para pratos como espaguete à bolonhesa.

Outros Produtos

- **Polpa de Tomate**: Produto feito com tomates frescos, ideal para diversas receitas que necessitam de um sabor de tomate mais suave e menos concentrado.

A Elefante se destaca no mercado de produtos derivados do tomate, oferecendo extratos e molhos de alta qualidade. Seu extrato de tomate é especialmente famoso e amplamente utilizado na culinária brasileira.

Vantagens

Adquirir extrato de tomate da marca Elefante apresenta várias vantagens e destaca a importância dessa marca no mercado de produtos alimentícios. Aqui está uma análise detalhada:

Importância da Marca Elefante

1. **Tradição e História**: A marca Elefante é tradicional e respeitada no Brasil, com uma longa história de qualidade e confiança desde seu lançamento em 1949.
2. **Qualidade Consistente**: Ao longo dos anos, a Elefante manteve um padrão elevado de qualidade, conquistando a confiança dos consumidores brasileiros.
3. **Marca Reconhecida**: Elefante é uma das marcas mais reconhecidas e icônicas de extrato de tomate no Brasil, frequentemente associada a pratos caseiros saborosos e autênticos.

Vantagens em Adquirir o Extrato de Tomate Elefante

1. **Qualidade do Produto**
    - **Tomates Selecionados**: A Elefante utiliza tomates de alta qualidade, selecionados para garantir o melhor sabor e consistência.
    - **Processamento Cuidadoso**: O processo de fabricação é rigoroso para preservar os nutrientes e o sabor natural dos tomates.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Sabor Intenso e Autêntico**
    - **Sabor Concentrado**: O extrato de tomate Elefante é conhecido por seu sabor intenso e concentrado, que realça qualquer prato.
    - **Textura Uniforme**: A textura do extrato é suave e homogênea, facilitando a incorporação nas receitas.
3. **Versatilidade na Cozinha**
    - **Uso em Diversas Receitas**: Pode ser utilizado em uma ampla gama de pratos, desde molhos para massas até ensopados, sopas e guisados.
    - **Praticidade**: Pronto para uso, economiza tempo no preparo das refeições, sendo ideal para quem busca praticidade sem abrir mão do sabor.
4. **Custo-Benefício**
    - **Preço Justo**: O extrato de tomate Elefante oferece uma excelente relação custo-benefício, sendo acessível para a maioria dos consumidores.
    - **Disponibilidade**: Amplamente disponível em supermercados e mercearias em todo o país, facilitando a compra.
5. **Inovações e Variedades**
    - **Variedade de Opções**: Além do extrato tradicional, a Elefante oferece variantes como extrato com ervas e zero sódio, atendendo a diferentes preferências e necessidades alimentares.
    - **Embalagens Práticas**: Disponível em diferentes tamanhos e tipos de embalagens, adequadas para variadas quantidades de uso.

Conclusão

O extrato de tomate Elefante é uma das melhores opções de marca no mercado devido à sua combinação de tradição, qualidade, sabor, versatilidade e custo-benefício. Sua longa história e reputação positiva fazem dela uma escolha confiável para consumidores que buscam produtos de alta qualidade para suas receitas. A marca Elefante, com seu compromisso contínuo com a excelência, continua a ser uma presença forte e confiável na cozinha dos brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Extrato de Tomate		
PREDILECTA	Predilecta Feito com amor	

História

Predilecta Alimentos Ltda é uma empresa brasileira produtora de alimentos, fundada em 1990. Possui, em seu catálogo, mais de 200 produtos, dentre os quais estão doces, geleias, atomatados, vegetais, molhos, condimentos, entre outros. Se encontra atualmente como líder no segmento de produção de goiabadas (doces) e vegetais (milho e ervilha) e em segundo lugar na produção de molhos (em stand-up). Também exporta, segundo divulgação, para mais de 55 países.

A história da Predilecta Alimentos começa em 1990, no interior do estado de São Paulo, na cidade de Matão, onde fez surgir o maior centro de produção de goiabas do Brasil. Desde o início, a empresa desenvolveu uma sólida parceria com microprodutores e produtores rurais, uma proximidade que permite até hoje a colheita, o transporte e o processamento de frutas no mesmo dia.

Com o passar dos anos, a Predilecta Alimentos se transformou na maior processadora de goiabas do mundo. E no paralelo a essa grande conquista, a empresa entendeu a necessidade de ter um mix de produtos que satisfizesse o desejo dos consumidores. Assim, investindo em tecnologia de ponta, a Predilecta Alimentos se constituiu em uma empresa sólida, responsável por dar um novo tempero à indústria alimentícia nacional, marcando posição no mercado com molhos, atomatados, vegetais em conserva, condimentos, doces, geleias e gelatinas e incorporando grandes e reconhecidas marcas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A qualidade e os diferenciais entregues em cada produto levaram a Predilecta a trabalhar em um incrível projeto de expansão. Nascia então uma das maiores companhias alimentícias do país, com um extenso mix de produtos, englobando mais de 900 itens, com 17 marcas que se destacam em vários momentos do dia dos consumidores brasileiros.

Produtos da marca

A Predilecta é uma marca brasileira conhecida por sua variedade de produtos alimentícios. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Molhos e Temperos**: Molho de tomate, ketchup, mostarda, maionese, molhos prontos para massas e carnes.

2. **Conservas**: Milho verde, ervilha, seleta de legumes, palmito, azeitonas, picles, champignon.

3. **Doces e Compotas**: Geléias de frutas, goiabada, doce de leite, compotas de frutas.

4. **Frutas em Calda**: Pêssegos, figos, abacaxis e outras frutas em calda.

5. **Vegetais Enlatados**: Beterraba, cenoura, chuchu, mandioquinha, entre outros.

6. **Feijões e Grãos**: Feijão, lentilha, grão-de-bico, ervilha seca.

7. **Polpas e Purês de Frutas**: Polpas de frutas diversas e purês de frutas.

8. **Sopas e Cremes**: Sopas prontas e cremes de legumes.

9. **Caldos e Temperos Prontos**: Caldos de carne, frango, legumes, além de temperos prontos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

10. **Massas**: Massas secas como macarrão e lasanha.

11. **Azeites e Vinagres**: Azeites de oliva e vinagres.

12. **Farinhas e Misturas**: Farinhas de trigo, de milho, misturas para bolos e pudins.

13. **Leite de Coco e Coco Ralado**: Leite de coco em pó e coco ralado.

14. **Cereais e Barrinhas**: Cereais matinais e barrinhas de cereais.

15. **Bebidas**: Sucos prontos para beber e bebidas à base de soja.

Essa é uma lista geral e a disponibilidade dos produtos pode variar de acordo com a região e o ponto de venda.

Importância no setor

A marca Predilecta é reconhecida e tem uma forte presença no setor de alimentos, especialmente no segmento de extrato de tomate. Sua importância pode ser observada em vários aspectos:

1. **Qualidade dos Produtos**: A Predilecta é conhecida por oferecer extratos de tomate de alta qualidade, com sabor e textura consistentes. Sua reputação nesse sentido contribui para a fidelização dos clientes e para a preferência pela marca.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de extratos de tomate, atendendo às diferentes necessidades e preferências dos consumidores, como extrato tradicional, com ervas, sem pele, entre outros.
3. **Inovação e Diversificação**: A Predilecta busca constantemente inovar em seus produtos e diversificar seu portfólio de extratos de tomate,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

acompanhando as tendências do mercado e as preferências dos consumidores.

4. **Tradição e Credibilidade**: Com mais de [XX] anos de história, a Predilecta construiu uma imagem de tradição e credibilidade no mercado de extratos de tomate, o que influencia positivamente a percepção dos consumidores sobre seus produtos.
5. **Responsabilidade Social e Ambiental**: A marca também se destaca por suas práticas sustentáveis e responsabilidade social, o que é valorizado por consumidores preocupados com essas questões.
6. **Parcerias com Produtores Locais**: A Predilecta mantém parcerias com produtores locais de tomate, contribuindo para o desenvolvimento da agricultura local e para a economia da região.

No geral, a Predilecta desempenha um papel importante no setor de extrato de tomate, sendo reconhecida por sua qualidade, variedade, inovação e compromisso com a sustentabilidade, o que a torna uma marca relevante e respeitada no mercado.

Análise das vantagens

Adquirir extrato de tomate da marca Predilecta oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Tomates Selecionados**: A Predilecta seleciona os melhores tomates para produzir seu extrato, garantindo um produto de alta qualidade.
2. **Processamento Cuidadoso**: O extrato de tomate da Predilecta é produzido com um cuidadoso processo de fabricação para preservar o sabor e os nutrientes dos tomates.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronto para Uso**: O extrato de tomate da Predilecta vem pronto para uso, facilitando o preparo de diversos pratos.
2. **Versatilidade de Uso**: Pode ser utilizado em diversas receitas, como molhos, sopas, refogados e outros pratos, adicionando sabor e cor.

Sabor e Textura

1. **Sabor Concentrado**: O extrato de tomate da Predilecta tem um sabor concentrado de tomate, proporcionando um sabor mais intenso às preparações.
2. **Textura Agradável**: Sua textura é suave e homogênea, facilitando a incorporação nos pratos.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: O extrato de tomate da Predilecta oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para quem busca qualidade.

Disponibilidade

1. **Ampla Disponibilidade**: Os produtos da Predilecta são amplamente encontrados em supermercados e mercearias, facilitando sua compra.

Conclusão

Adquirir extrato de tomate da Predilecta proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida por sua qualidade e compromisso com a satisfação do consumidor, sendo uma escolha confiável para quem busca um extrato de tomate de qualidade para suas receitas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Extrato de Tomate		
COLONIAL	COLONIAL	

História

A marca Colonial é uma marca brasileira conhecida por seus produtos alimentícios, especialmente conservas e enlatados. Aqui está uma visão geral da história da marca Colonial:

Fundação e Início

A marca Colonial foi fundada em 1989, no município de Lins, São Paulo. Desde o início, a empresa teve o objetivo de oferecer produtos alimentícios de alta qualidade, focando principalmente em conservas e enlatados.

Desenvolvimento e Expansão

1. **Primeiros Anos**: Nos primeiros anos, a Colonial concentrou-se em desenvolver uma linha de produtos que atendesse às necessidades do mercado local. A qualidade e o sabor de seus produtos começaram a ganhar reconhecimento, impulsionando o crescimento da marca.
2. **Expansão da Linha de Produtos**: Ao longo dos anos, a Colonial expandiu sua linha de produtos para incluir uma ampla variedade de conservas, como milho verde, ervilhas, feijão, e outros vegetais enlatados. Esta diversificação ajudou a marca a consolidar sua presença no mercado alimentício brasileiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Reconhecimento e Qualidade

1. **Compromisso com a Qualidade**: A Colonial sempre se comprometeu com a qualidade de seus produtos. A empresa investe em tecnologia e processos de produção que garantem a frescura e o sabor dos alimentos.
2. **Certificações**: A busca pela excelência levou a Colonial a obter diversas certificações de qualidade, reforçando a confiança dos consumidores na marca.

Inovação e Sustentabilidade

1. **Inovação de Produtos**: A Colonial continua inovando ao introduzir novos produtos e melhorar os existentes, sempre atendendo às demandas dos consumidores por produtos práticos e saborosos.
2. **Sustentabilidade**: A empresa adota práticas sustentáveis em sua produção, minimizando o impacto ambiental e promovendo a sustentabilidade em suas operações.

Atualidade

Hoje, a Colonial é uma marca bem estabelecida e respeitada no mercado brasileiro, conhecida por sua linha completa de conservas e enlatados de alta qualidade. A empresa continua a crescer e a inovar, mantendo seu compromisso com a qualidade e a satisfação do consumidor.

Conclusão

A história da marca Colonial é marcada por um compromisso contínuo com a qualidade, inovação e sustentabilidade. Desde sua fundação em 1989, a marca tem se destacado no mercado de conservas e enlatados, oferecendo produtos que conquistaram a confiança e a preferência dos consumidores brasileiros.

Produtos oferecidos

- **EXTRATO DE TOMATE**

  Para fazer aquele saboroso macarrão com extrato de tomate você pode contar com a praticidade do Extrato de Tomate Colonial. Em tamanhos diversos que variam entre 140g e 2 kg, todas as embalagens guardam a qualidade e o sabor dos produtos Colonial.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **MOLHO DE TOMATE**

  O Molho de Tomate Colonial vai deixar todos os **seus preparos com o sabor de comida de vó.** Você encontra nosso **molho de tomate em embalagens práticas prontas para uso** e conservadas em sachês ou latas de 300g até 3 kg.

  As variedades incluem Molho de Tomate para Pizza, Molho de Tomate Manjericão e a linha Mio com Tomate Refogado, Hot Dog, para Pizza ou Manjericão.

- **CATCHUP**

  Para dar aquele **toque extra à refeição**, nenhum condimento se compara ao catchup. Nos supermercados, encontre os Catchups Colonial nos sabores tradicional e picante em embalagem de 400g.

Linhas

- **Extrato de tomate copo 190g –** A embalagem alternativa do copo leva 190 g de extrato para sua receita ser única.
- **Extrato de Tomate Sachê 190g –** O tradicional extrato de tomate também em sachê.
- **Extrato de Tomate copo 260g –** O tamanho e sabor ideal em uma embalagem prática para uma refeição a dois.
- **Extrato de Tomate Sachê 300g –** O mesmo conteúdo da lata, com a praticidade do sachê.
- **Extrato de Tomate 350g –** A embalagem de lata conserva todo o sabor do extrato de tomate, com muito mais tomate e sem glúten na composição.
- **Extrato de tomate 860g –** Prepare o molho ao seu gosto com o Extrato de Tomate 860g.
- **Extrato de Tomate 1,020 kg –** Extrato de tomate em embalagem de 1 kg para diversas refeições.
- **Extrato de Tomate Sachê 2 kg –** Sachê em tamanho médio para quem ama o Extrato de Tomate Colonial.
- **Extrato de Tomate 4,1 kg –** Toda a família vai se deliciar com a embalagem grande de extrato de tomate.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Catchup 400g –** Pra quem quer mais tomate no complemento do lanche.
- **Catchup Picante 400g –** Muito tomate e pimenta na quantidade ideal.
- **Molho Mio Hot Dog 300g Sachê** – Embalagem de 300 g com toda a praticidade no preparo do hot dog, todo mundo vai amar!
- **Molho Mio Tomate Refogado 300g Sachê** – Sachê de 300 g para qualquer hora – Todo o sabor do tomate refogado no seu prato.
- **Molho Mio Pizza 300g Sachê** – O molho que é ideal para a pizza caseira do sábado a noite.
- **Molho Mio Manjericão 300g Sachê** – O sabor que você já conhece com um toque de manjericão em um sachê de 300 g.
- **Molho Mio Tomate Refogado –** Embalagem de 1,020 kg para toda a família se apaixonar pelo sabor do tomate refogado.

Vantagens

Adquirir extrato de tomate da marca Colonial oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Vantagens em Adquirir Extrato de Tomate da Marca Colonial

1. **Qualidade do Produto**
   - **Ingredientes Selecionados**: A Colonial utiliza tomates de alta qualidade, selecionados para garantir um produto final superior.
   - **Processamento Cuidadoso**: O processo de fabricação é rigoroso, assegurando a preservação do sabor natural e dos nutrientes dos tomates.

2. **Sabor e Textura**
   - **Sabor Autêntico e Intenso**: O extrato de tomate da Colonial é conhecido por seu sabor concentrado, proporcionando um toque autêntico e rico às receitas.
   - **Textura Homogênea**: A textura do extrato é suave e uniforme, facilitando a sua incorporação em diversos pratos culinários.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Versatilidade na Cozinha**
    - **Uso Diversificado**: Pode ser utilizado em uma ampla gama de receitas, como molhos, sopas, ensopados, guisados e pratos tradicionais.
    - **Praticidade**: Estando pronto para uso, o extrato de tomate da Colonial economiza tempo no preparo das refeições, sendo ideal para consumidores que buscam praticidade sem abrir mão do sabor.

4. **Custo-Benefício**
    - **Preço Competitivo**: O extrato de tomate da Colonial oferece uma excelente relação custo-benefício, sendo acessível e competitivo no mercado.
    - **Embalagens Econômicas**: Disponível em diferentes tamanhos e tipos de embalagens, permitindo ao consumidor escolher conforme suas necessidades.

5. **Compromisso com a Sustentabilidade**
    - **Práticas Sustentáveis**: A Colonial adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente e promovendo uma produção responsável.
    - **Responsabilidade Social**: A empresa apoia comunidades locais e investe em práticas que beneficiam tanto a economia local quanto os consumidores.

6. **Disponibilidade e Acesso**
    - **Ampla Distribuição**: Os produtos da Colonial são amplamente distribuídos e encontrados em supermercados e mercearias, facilitando o acesso dos consumidores.
    - **Marca Reconhecida**: A Colonial é uma marca respeitada e reconhecida no mercado, o que reforça a confiança dos consumidores na qualidade do produto.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conclusão

Adquirir extrato de tomate da marca Colonial proporciona uma série de vantagens, desde a alta qualidade do produto e seu sabor autêntico até a praticidade no uso e o custo-benefício competitivo. A marca Colonial, com sua tradição de excelência e compromisso com a sustentabilidade, se destaca no mercado de alimentos, oferecendo aos consumidores uma opção confiável e saborosa para suas receitas.

O extrato de tomate da Colonial não apenas realça o sabor dos pratos, mas também representa a confiança em uma marca que valoriza a qualidade e a satisfação do consumidor. Com sua ampla disponibilidade e diversidade de produtos, a Colonial continua a ser uma escolha preferida para aqueles que buscam ingredientes de alta qualidade e sabor autêntico em suas cozinhas. Assim, escolher o extrato de tomate da Colonial é optar por tradição, qualidade e responsabilidade, fazendo dela uma das melhores opções no mercado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: farinha de trigo sem fermento		
SANTA LUZIA		

História da Marca Santa Luzia

A marca Santa Luzia, conhecida por sua farinha de trigo, tem uma história marcada pela tradição e qualidade na produção de alimentos. Aqui estão os principais pontos da trajetória da marca:

1. **Fundação e Origens**
   - A Santa Luzia foi fundada com o objetivo de oferecer produtos de alta qualidade, utilizando matérias-primas selecionadas e processos de produção rigorosos.
   - A marca rapidamente se destacou no mercado de alimentos, especialmente pela produção de farinha de trigo de alta qualidade, destinada tanto ao uso doméstico quanto industrial.
2. **Desenvolvimento e Crescimento**
   - Com o passar dos anos, a Santa Luzia expandiu sua capacidade de produção, investindo em tecnologia e inovação para garantir a consistência e a excelência de seus produtos.
   - A empresa ampliou sua linha de produtos, passando a oferecer diferentes tipos de farinha de trigo, adequadas para diversas finalidades culinárias e de panificação.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Compromisso com a Qualidade**
    - A Santa Luzia sempre manteve um compromisso firme com a qualidade, implementando rigorosos controles em todas as etapas de produção, desde a seleção do trigo até o produto final.
    - Esse compromisso fez com que a marca conquistasse a confiança dos consumidores e se consolidasse como uma das líderes no mercado de farinhas de trigo.
4. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**
    - A empresa também se destacou por suas práticas sustentáveis, buscando minimizar o impacto ambiental de suas operações e promovendo ações de responsabilidade social.
    - A Santa Luzia investe no desenvolvimento das comunidades locais e em projetos que visam a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente.
5. **Reconhecimento e Prêmios**
    - Ao longo dos anos, a marca recebeu diversos prêmios e reconhecimentos pela qualidade de seus produtos e por seu compromisso com a inovação e a sustentabilidade.
    - Esses prêmios refletem a excelência da Santa Luzia e seu impacto positivo no mercado de alimentos.

A história da marca Santa Luzia é um exemplo de dedicação à qualidade e à tradição. Com um compromisso sólido com a excelência, a sustentabilidade e a responsabilidade social, a marca se consolidou como uma das melhores opções no mercado de farinha de trigo. A confiança dos consumidores e os diversos prêmios recebidos ao longo dos anos são um testemunho do sucesso e da reputação da Santa Luzia no setor alimentício.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos Santa Luzia

A marca Santa Luzia, reconhecida por sua tradição e qualidade na produção de farinha de trigo, oferece uma variedade de produtos para atender às necessidades de diferentes tipos de consumidores e usos culinários. Aqui está uma lista com os principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Farinha de Trigo Tradicional**
    - Ideal para uso geral em receitas como pães, bolos, biscoitos e massas.
2. **Farinha de Trigo Integral**
    - Feita a partir de grãos inteiros, preservando os nutrientes e fibras naturais do trigo. Indicada para preparações mais saudáveis.
3. **Farinha de Trigo Especial para Panificação**
    - Formulada especificamente para a produção de pães, proporcionando uma textura mais leve e uma fermentação adequada.
4. **Farinha de Trigo para Confeitaria**
    - Desenvolvida para confeitaria, essa farinha é ideal para bolos, tortas, e outras receitas que exigem uma textura mais delicada.
5. **Farinha de Trigo Orgânica**
    - Produzida a partir de trigo orgânico, sem o uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos, oferecendo uma opção mais natural e saudável.
6. **Misturas Prontas**
    - **Mistura para Pão**: Facilita a preparação de pães caseiros com resultados profissionais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Mistura para Bolo**: Simplifica o preparo de bolos, garantindo sabor e textura perfeitos.
- **Mistura para Pizza**: Desenvolvida para preparar massas de pizza caseiras com qualidade profissional.

7. **Farinha de Trigo Enriquecida**
   - Enriquecida com vitaminas e minerais, proporcionando um valor nutricional adicional às receitas.
8. **Farinha de Trigo Sem Glúten**
   - Uma opção para consumidores com intolerância ao glúten, permitindo a preparação de receitas sem comprometer a saúde.
9. **Farinha de Trigo de Uso Profissional**
   - Formulada para atender as necessidades específicas de padarias, confeitarias e outros estabelecimentos do setor alimentício.
10. **Produtos Especiais**
    - **Farinha de Trigo para Massa Fresca**: Ideal para preparar massas caseiras como macarrão e lasanha.
    - **Farinha de Trigo para Pastel**: Desenvolvida para garantir a crocância e a leveza dos pastéis.

A marca Santa Luzia oferece uma ampla gama de produtos de farinha de trigo, atendendo a diversas necessidades e preferências dos consumidores, desde o uso doméstico até o profissional. A diversidade de suas opções reflete o compromisso da marca com a qualidade e a satisfação dos seus clientes.

Farinhas de Trigo da Marca

- **Farinha de Trigo Tradicional**: Ideal para uso geral, desde pães e bolos até massas e biscoitos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Farinha de Trigo Integral**: Produzida a partir de grãos inteiros, preservando os nutrientes e fibras naturais do trigo.
- **Farinha de Trigo Especial**: Indicada para panificação e confeitaria, oferecendo maior leveza e textura às receitas.

Prêmios recebidos

A marca Santa Luzia, conhecida por sua qualidade e tradição na produção de farinha de trigo, recebeu diversos prêmios ao longo dos anos, reconhecendo sua excelência no setor alimentício. Aqui estão alguns dos prêmios e reconhecimentos que a marca já conquistou:

1. **Prêmio de Excelência em Qualidade**
    - Concedido por associações de panificação e confeitaria, reconhecendo a superioridade da farinha de trigo Santa Luzia na produção de pães e bolos.
2. **Prêmio de Sustentabilidade**
    - Reconhecimento pelas práticas sustentáveis adotadas pela marca, incluindo o uso de matérias-primas orgânicas e a implementação de processos produtivos ecologicamente corretos.
3. **Prêmio de Inovação**
    - Reconhecimento pela inovação em produtos, como o desenvolvimento de farinhas especiais e misturas prontas que facilitam o dia a dia dos consumidores.
4. **Prêmio de Responsabilidade Social**
    - Concedido por instituições que reconhecem as iniciativas da marca em prol do desenvolvimento das comunidades locais e seu compromisso com a responsabilidade social.
5. **Certificação de Qualidade ISO**

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Recebimento da certificação ISO pela excelência nos processos de produção e gestão de qualidade.

6. **Prêmio Melhor Produto do Ano**
   - Concedido por revistas e organizações do setor alimentício, destacando a farinha de trigo Santa Luzia como a melhor opção em diversas categorias.
7. **Prêmio de Melhor Marca Regional**
   - Reconhecimento pelo impacto positivo e pela preferência dos consumidores em regiões específicas onde a marca atua.

A marca Santa Luzia possui uma importância significativa no setor de farinha de trigo, destacando-se por diversos benefícios e vantagens que a tornam uma excelente opção para consumidores e empresas do ramo alimentício. Aqui estão alguns pontos que ressaltam sua importância e as razões pelas quais é considerada uma ótima escolha:

Importância da Marca Santa Luzia

1. **Tradição e Confiança**
   - Com décadas de história, a Santa Luzia é reconhecida pela sua tradição na produção de farinha de trigo, garantindo qualidade consistente ao longo dos anos.
   - A confiança conquistada entre consumidores e profissionais da panificação e confeitaria reforça sua posição de liderança no mercado.
2. **Qualidade Superior**
   - A marca é sinônimo de qualidade superior em farinha de trigo, utilizando matérias-primas selecionadas e processos de produção rigorosos.
   - Farinhas Santa Luzia são conhecidas pela sua capacidade de proporcionar resultados perfeitos em diversas receitas, como pães, bolos, massas e outros produtos de panificação.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Variedade de Produtos**
    - Oferece uma ampla gama de produtos que atendem a diferentes necessidades e especificidades de uso, desde farinhas tradicionais até opções orgânicas e sem glúten.
    - Misturas prontas facilitam o trabalho de profissionais e amantes da culinária, garantindo praticidade sem comprometer a qualidade final dos produtos.
4. **Compromisso com a Sustentabilidade**
    - A Santa Luzia adota práticas sustentáveis em suas operações, preocupando-se com o meio ambiente e promovendo o uso responsável de recursos naturais.
    - Iniciativas como o uso de trigo orgânico e a redução do impacto ambiental reforçam seu compromisso com a responsabilidade social e ambiental.
5. **Inovação Contínua**
    - Investe em pesquisa e desenvolvimento para oferecer constantemente novas soluções e melhorias em seus produtos, acompanhando as tendências do mercado e as necessidades dos consumidores.
    - Introdução de novas tecnologias e processos inovadores garantem a eficiência e a qualidade dos produtos Santa Luzia.

Conclusão

A marca Santa Luzia é essencial para o setor de farinha de trigo, não apenas pela sua longa tradição e qualidade superiores, mas também pelo compromisso com a inovação e a sustentabilidade. Sua ampla variedade de produtos, combinada com a confiança e o reconhecimento no mercado, fazem dela uma escolha óbvia e excelente para consumidores que buscam qualidade e consistência em suas preparações culinárias. Optar pela farinha de trigo Santa Luzia é garantir resultados excepcionais e contribuir para uma experiência gastronômica de alto nível.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: farinha de trigo sem fermento		
ROSA BRANCA	Rosa Branca	

História

A marca Rosa Branca é reconhecida no mercado pela sua trajetória na produção de farinha de trigo de qualidade. Aqui estão alguns pontos importantes sobre sua história:

1. **Fundação e Origens**
   - A Rosa Branca iniciou suas atividades com o objetivo de oferecer farinha de trigo de alta qualidade, atendendo às demandas do mercado brasileiro.
   - Fundada em [ano], a marca estabeleceu-se como uma das principais fornecedoras de farinha de trigo para diferentes segmentos, incluindo panificação, confeitaria e indústrias alimentícias.
2. **Desenvolvimento e Crescimento**
   - Ao longo dos anos, a Rosa Branca expandiu sua capacidade de produção e modernizou suas instalações para garantir a eficiência e a qualidade de seus produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Investimentos em tecnologia e inovação permitiram à marca acompanhar as tendências do mercado e as necessidades dos consumidores.

3. **Compromisso com a Qualidade**
   - A marca sempre manteve um compromisso firme com a qualidade de sua farinha de trigo, utilizando grãos selecionados e processos de moagem avançados.
   - Controles rigorosos de qualidade em todas as etapas de produção asseguram que a farinha Rosa Branca atenda aos padrões mais elevados de excelência.
4. **Inovação e Diversificação**
   - Além da farinha de trigo tradicional, a Rosa Branca diversificou sua linha de produtos para incluir farinhas especiais, misturas prontas e soluções customizadas para clientes específicos.
   - O foco em inovação permitiu à marca expandir sua presença no mercado e conquistar novos segmentos e consumidores.
5. **Reconhecimento e Credibilidade**
   - Reconhecida pela sua credibilidade e confiança, a Rosa Branca é uma escolha preferida por profissionais da indústria alimentícia e chefs renomados.
   - Prêmios e certificações obtidos ao longo dos anos atestam o comprometimento da marca com a excelência e a satisfação dos clientes.

A história da marca Rosa Branca na produção de farinha de trigo é marcada por dedicação à qualidade, inovação constante e compromisso com os mais altos padrões de produção. Sua trajetória de sucesso posiciona a Rosa Branca como uma das líderes do mercado, oferecendo produtos que não apenas satisfazem, mas também superam as expectativas dos consumidores. Optar pela farinha de trigo Rosa Branca é escolher qualidade, confiança e uma história de excelência no setor alimentício brasileiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Farinha Rosa Branca

A farinha de trigo é a base para o preparo de muitos itens essenciais na nossa alimentação. E para deixar as receitas ainda melhores e mais práticas, a farinha Rosa Branca é uma ótima opção.

Ela pode ser usada tanto na fabricação de bolos, biscoitos, tortas e pães caseiros quanto na de pães e bolos industriais, salgados, pizzas e produtos de panificação e confeitaria em geral. Tudo com bastante qualidade e sabor.

A farinha Rosa Branca faz toda a diferença no seu dia a dia na cozinha, seja em casa, seja em padarias e lanchonetes. É também um excelente produto para ter na sua mercearia ou no seu minimercado.

Farinha Rosa Branca: leveza, sabor e qualidade

Produzida a partir de grãos selecionados do trigo e submetidos a um processo de refinamento, a farinha Rosa Branca tem alta qualidade, que garante que as massas fiquem claras e com a textura ideal para o manuseio.

O resultado são pratos mais leves e muito saborosos. Outra vantagem é o ótimo rendimento, o que faz com que esse produto seja também uma opção mais econômica para quem costuma preparar receitas com farinhas.

A marca é fabricada pelo grupo Moinhos Cruzeiro do Sul, que tem quase 80 anos de tradição e está presente em todo o país, com fábricas e filiais.

Os produtos são conhecidos pelo padrão de qualidade e pela segurança na produção, sempre pensando em garantir a satisfação de cada cliente. E estão disponíveis em pacotes de diferentes tamanhos, como a farinha Rosa Branca 5 kg ou 1 kg.

Por que usar farinha de trigo nas suas receitas?

O glúten, presente na farinha de trigo tradicional, é o responsável pelo efeito de crescimento das massas e, por isso, se tornou um ingrediente essencial para deixá-las mais macias e elásticas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Isso faz com que pães e bolos assumam com uma consistência muito mais fofinha. Experimente usar a farinha Rosa Branca na sua cozinha ou no seu estabelecimento, e você notará isso.

Devido ao refinamento, que remove a parte externa do grão, tem uma validade maior que a de outros produtos semelhantes. É, também, uma ótima fonte de carboidratos.

Outro ponto positivo é que os alimentos feitos com farinha branca ajudam a dar mais energia, o que é ótimo para pessoas que praticam atividades físicas, pois aumenta o rendimento.

Benefícios e Vantagens da Marca Rosa Branca

A marca Rosa Branca oferece diversos benefícios e vantagens que a destacam no mercado de farinha de trigo. Aqui estão alguns pontos principais:

1. **Qualidade Superior**: Rosa Branca é reconhecida pela qualidade superior de sua farinha de trigo, garantida por rigorosos controles de qualidade em todas as etapas de produção.
2. **Tradição e Confiança**: Com décadas de experiência, a marca possui uma sólida reputação de confiança e excelência entre consumidores e profissionais da indústria alimentícia.
3. **Variedade de Produtos**: Oferece uma ampla gama de farinhas de trigo, adaptadas para diferentes usos como panificação, confeitaria, e produtos alimentícios diversos.
4. **Inovação e Tecnologia**: Investe em tecnologia de ponta e inovação constante para garantir produtos de alta qualidade e atender às demandas do mercado.
5. **Compromisso com a Sustentabilidade**: Adota práticas sustentáveis em suas operações, preocupando-se com o meio ambiente e promovendo o uso responsável de recursos naturais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Suporte ao Cliente**: Oferece suporte técnico e comercial aos clientes, auxiliando no desenvolvimento de soluções personalizadas e no aprimoramento de produtos.
7. **Reconhecimento e Prêmios**: Recebeu diversos prêmios e reconhecimentos pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a excelência no setor alimentício.

Optar pela farinha de trigo Rosa Branca significa escolher qualidade, confiança e tradição, aliadas a um compromisso com a inovação e a sustentabilidade. A marca continua a ser uma escolha preferida por profissionais e consumidores que buscam ingredientes de alta qualidade para suas preparações culinárias.

Conclusão

Com base no estudo realizado sobre a marca Rosa Branca, há várias razões convincentes para optar pela sua farinha de trigo. Reconhecida por sua qualidade superior, a Rosa Branca mantém um compromisso firme com a excelência em todas as etapas de produção, desde a seleção cuidadosa dos grãos até os rigorosos padrões de processamento. Sua tradição de décadas no mercado alimentício brasileiro solidificou uma reputação de confiança entre consumidores e profissionais da indústria. Além disso, a marca oferece uma variedade de produtos que atendem a diversas necessidades culinárias, desde panificação e confeitaria até aplicações industriais. Comprometida com práticas sustentáveis, a Rosa Branca promove o uso responsável de recursos naturais em suas operações, refletindo seu compromisso com a responsabilidade ambiental. Por meio de investimentos contínuos em inovação e tecnologia, a marca se destaca na oferta de soluções avançadas que garantem eficiência e qualidade superiores. Esses atributos, aliados ao suporte técnico e comercial oferecido aos clientes, consolidam a Rosa Branca como uma escolha confiável e vantajosa para quem busca excelência e compromisso no setor alimentício.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: farinha de trigo sem fermento		
DONA BENTA	Dona Benta	

História da marca Dona Benta

Você já ouviu falar da marca “Fulô”? Pois bem, ela foi pensada para ser a 1ª marca nacional de farinha de trigo, mas antes do seu lançamento mudou de nome para Dona Benta. Criada em 1979 para conquistar donas de casa de todo o Brasil, Dona Benta emanava uma mistura de leveza, confiança e afetividade que remetia ao famoso livro de receitas, Dona Benta Comer Bem, principal publicação de culinária na época. A marca carregava ainda a familiaridade com a cultura brasileira, retratada na obra de Monteiro Lobato.

Dona Benta sempre foi “fermento” para o crescimento da J.Macêdo. No Brasil, foi a 1ª marca nacional de farinha de trigo, a 1ª farinha de trigo com embalagem transparente, a 1ª com fermento, a 1ª embalada à vácuo entre tantas outras inovações.

Nos últimos anos, conquistou reconhecimento através de prêmios como: Marketing Best, Grandes Marcas, Lusófonos da Criatividade Design de Embalagens, além do registro de Marca de Alto Renome.

Com um mix de mais de 40 produtos, Dona Benta está pronta para escrever os próximos capítulos dessa história. Todos eles cheios de carinho e junto com você.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios recebidos

Dona Benta ganha pela 1ª vez o Prêmio Top of Mind na categoria macarrão 7 de novembro de 2023 pela primeira vez, o macarrão Dona Benta é premiado com o Top Of Mind 2023, na categoria Macarrão, pelo Instituto Datafolha. A marca – carro-chefe da J.Macêdo, líder e referência nacional nos segmentos de farinha de trigo e misturas para bolos e a segunda maior companhia de massas alimentícias – está entre as três melhores do País. Em sua 33ª edição, o Top of Mind é o resultado de uma pesquisa realizada em 169 municípios, nas cinco macrorregiões nacionais, com base nas marcas mais lembradas pelos brasileiros em 80 categorias. Essa é a segunda premiação de Dona Benta concedida pelo Datafolha apenas este ano. Em setembro, pela quinta vez, a marca foi eleita pelos paulistanos como a melhor farinha de trigo, na 12ª edição do Anuário O Melhor de São Paulo Gastronomia 2023. “A Dona Benta expressa um jeito especial de fazer as coisas e de aproximar pessoas. Valoriza família e amigos e traz memória afetiva às receitas. Somos totalmente focados em entregar produtos de qualidade ajudando e facilitando a vida de nossos consumidores. Certamente esses fatores foram fundamentais para que a nossa marca fosse lembrada pelos brasileiros, reforçada pela qualidade de nossos produtos”, afirma Andréia Fukuda, gerente-executiva de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo. Lançada em 2000, Dona Benta conta com uma ampla linha de massas à base de ovos e sêmola, nos cortes Espaguete, Parafuso, Penne, Ave Maria, Espaguetinho, Linguine, Ninho e Lasanha. No total, mantém um portfólio com 42 produtos voltados para o consumidor final, nas categorias farinha de trigo, misturas para bolos, massas e fermentos. Na Linha Profissional, atende padarias, pastelarias e pizzarias, com farinhas, pré-misturas, reforçador e fermentos.

Dona Benta ganha pela 1ª vez o Prêmio Top of Mind na categoria macarrão

7 de novembro de 2023

Pela primeira vez, o macarrão Dona Benta é premiado com o Top Of Mind 2023, na categoria Macarrão, pelo Instituto Datafolha. A marca – carro-chefe da J.Macêdo, líder e referência nacional nos segmentos de farinha de trigo e misturas para bolos e a segunda maior companhia de massas alimentícias – está

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

entre as três melhores do País. Em sua 33ª edição, o Top of Mind é o resultado de uma pesquisa realizada em 169 municípios, nas cinco macrorregiões nacionais, com base nas marcas mais lembradas pelos brasileiros em 80 categorias.

Essa é a segunda premiação de Dona Benta concedida pelo Datafolha apenas este ano. Em setembro, pela quinta vez, a marca foi eleita pelos paulistanos como a melhor farinha de trigo, na 12ª edição do Anuário O Melhor de São Paulo Gastronomia 2023. “A Dona Benta expressa um jeito especial de fazer as coisas e de aproximar pessoas. Valoriza família e amigos e traz memória afetiva às receitas. Somos totalmente focados em entregar produtos de qualidade ajudando e facilitando a vida de nossos consumidores. Certamente esses fatores foram fundamentais para que a nossa marca fosse lembrada pelos brasileiros, reforçada pela qualidade de nossos produtos”, afirma Andréia Fukuda, gerente-executiva de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo.

Lançada em 2000, Dona Benta conta com uma ampla linha de massas à base de ovos e sêmola, nos cortes Espaguete, Parafuso, Penne, Ave Maria, Espaguetinho, Linguine, Ninho e Lasanha. No total, mantém um portfólio com 42 produtos voltados para o consumidor final, nas categorias farinha de trigo, misturas para bolos, massas e fermentos. Na Linha Profissional, atende padarias, pastelarias e pizzarias, com farinhas, pré-misturas, reforçador e fermentos.

Produtos oferecidos

A marca Dona Benta oferece uma variedade de produtos alimentícios, incluindo:

1. **Farinha de Trigo**: Diversos tipos de farinha de trigo para uso doméstico e profissional.
2. **Misturas para Bolos**: Práticas misturas para preparo de bolos e sobremesas.
3. **Massas**: Diferentes tipos de massas alimentícias, como espaguete, penne, parafuso, entre outros.
4. **Fermentos**: Produtos para fermentação de massas e preparo de pães.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Linhas Especiais**: Produtos específicos para padarias, pastelarias e pizzarias.

Esses produtos são parte de um portfólio diversificado que atende tanto consumidores finais quanto profissionais da indústria alimentícia, mantendo a qualidade e tradição associadas à marca Dona Benta.

Conclusão demonstrando as vantagens

Adquirir a farinha de trigo da marca Dona Benta oferece várias vantagens que a tornam uma escolha excepcional no mercado:

1. **Qualidade Superior**: A farinha de trigo Dona Benta é reconhecida pela sua qualidade superior, garantindo resultados consistentes em diversas preparações culinárias, como pães, bolos e massas.
2. **Tradição e Confiança**: Com décadas de tradição no mercado brasileiro, Dona Benta é uma marca de confiança, conhecida por sua excelência e compromisso com a qualidade ao longo dos anos.
3. **Versatilidade**: A farinha de trigo Dona Benta é versátil e adequada para diferentes usos, atendendo tanto às necessidades dos consumidores domésticos quanto dos profissionais da gastronomia.
4. **Reconhecimento**: Premiações como o Top of Mind 2023 e outros reconhecimentos demonstram a preferência dos consumidores pela marca, reforçando sua liderança e excelência no mercado.
5. **Compromisso com a Inovação**: Dona Benta investe em inovação e tecnologia para garantir produtos de alta qualidade e alinhar-se às expectativas modernas de sustentabilidade e responsabilidade social.

Adquirir a farinha de trigo Dona Benta não apenas assegura qualidade e confiança, mas também proporciona uma experiência culinária superior, repleta de tradição, sabor e confiabilidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: farinha de trigo sem fermento		
SOL		

História

Uma das marcas mais icônicas do Brasil, a SOL tem novidades com reformulação completa da linha de produtos, baseada em um novo posicionamento de mercado. Presente há 116 anos na mesa dos brasileiros e um dos carros-chefe da J.Macêdo, a marca capturou as novas tendências do mercado ao mesmo tempo em que resgatou sua tradição e pioneirismo. O resultado é uma linha mais robusta, com produtos saborosos e de alta qualidade; e que, por um preço competitivo, alcançam consumidores de diferentes perfis e se encaixam em todos os momentos do dia.

Com 39 produtos, o novo portfólio de SOL reforça sua atuação em categorias já consagradas, como farinhas de trigo, misturas para bolos e gelatinas, e marca ainda mais presença nos segmentos de biscoitos e snacks. A previsão é de que as novidades cheguem às lojas ao longo do mês de abril oferecendo mais praticidade para os consumidores.

Segundo Andréia Fukuda, gerente de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo, SOL também ganhou uma repaginação na identidade visual dos produtos, cuidadosamente trabalhada para retratar a versatilidade, jovialidade e diversão da marca e proporcionar maior visibilidade nos pontos de venda. O novo design contemporâneo resgatou a cor branca das embalagens — uma referência histórica da marca.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

As misturas para bolos voltam a ser comercializadas em caixinha com a volta de receitas campeãs de vendas, nos sabores Baunilha, Chocolate, Chocolate com Morango, Laranja, Coco, Festa, Floresta Negra, Milho Cremoso e Limão. As gelatinas nas opções de Morango, Uva, Abacaxi, Framboesa, Cereja e Limão trazem novos insumos e melhorias nos aromas.

A linha de biscoitos, que já contava com o tipo Cream Cracker, agora também oferece para o público a versão Água e Sal, ambos em embalagens de 350g para toda a família. Nesta mesma categoria, outra novidade é a incorporação dos produtos que eram comercializados com a marca Águia, também da J.Macêdo, ao portfólio de SOL, agregando os biscoitos salgados finos Sol Salt, nas versões tradicional e integral, nos tamanhos 120g e 360g.

Já o segmento de snacks mantém o consagrado SOL HITS, nos sabores Original, Queijo, Presunto, Churrasco e Cebola e Salsa com 80g, e ganha o reforço da linha Levinho's SOL, na prática versão on the go (50g), crocante e assada, nos sabores Bacon, Churrasco, Cebola e Salsa, Pimenta e Presunto.

Desde o seu lançamento em 1906, a trajetória de SOL foi marcada por inovações.

A essência da marca foi, portanto, a bússola para a construção do novo posicionamento.

"A SOL foi a primeira mistura doméstica para bolos do Brasil. A reinvenção está no nosso DNA.

É uma marca icônica, que sempre foi orientada pelos consumidores.

Buscamos compreender o desejo deles para nos antecipar às suas demandas, combinando qualidade e sabor.

As novidades certamente agradarão a todos", diz Andréia Fukuda reforçando que o plano de divulgação da marca conta também com ações de marketing, plataforma de mídia digital, promoções e degustações em pontos de venda.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos oferecidos

Biscoitos doces:

- Biscoito DOLCE PLUS Doce Leite 350g
- Biscoito DOLCE PLUS Sabor Café 360g
- Biscoito DOLCE PLUS Sabor Torta de Maçã 360g
- Biscoito Maisena 350g
- Biscoito Maria 350g
- Biscoito Leite 350g

Biscoitos salgados:

- Biscoito SALT PLUS Sabor Manteiga 360g
- Biscoito SALT PLUS Sabor Gergelim 360g
- Biscoito BREAK Original 25g
- Biscoito BREAK Queijo 25g
- Biscoito BREAK Integral 150g
- Biscoito Salgado HITS Original 80g
- Biscoito Salgado HITS Cebola e Salsa 80g
- Biscoito Salgado HITS Churrasco 80g
- Biscoito Salgado HITS Presunto 80g
- Biscoito Salgado HITS Queijo 80g
- Biscoito Salgado Salt Original 120g
- Biscoito Salgado Salt Original 360g
- Biscoito Salgado Salt Integral 120g
- Biscoito Salgado Salt Integral 360g
- Biscoito Água e Sal 350g
- Biscoito Cream Cracker 350g

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Salgadinhos:

- Salgadinho Levinho's Pimenta Jalapeno 90g
- Salgadinho Levinho's Pepperoni 90g
- Salgadinho Levinho's Costelinha com Limão 90g
- Salgadinho Levinho's Presunto 50g
- Salgadinho Levinho's Pimenta 50g
- Salgadinho Levinho's Churrasco 50g
- Salgadinho Levinho's Cebola e Salsa 50g
- Salgadinho Levinho's Bacon Sol 50g

Farinhas:

- Farinha de Trigo Tradicional 1kg
- Farinha de Trigo Tradicional 5kg

Gelatinas:

- Gelatina Incolor e Sem Sabor Sol 12g
- Gelatina vermelha e sem sabor Sol 12g
- Gelatina de Amora 20g
- Gelatina de Maracujá 20g
- Gelatina de Cereja 20g
- Gelatina de Limão 20g
- Gelatina de Uva 20g
- Gelatina de Framboesa 20g
- Gelatina de Morango 20g
- Gelatina de Abacaxi 20g

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Misturas:

- Mistura para Bolo Floresta Negra 400g
- Mistura para Bolo Milho Cremoso 400g
- Mistura para Bolo Festa 400g
- Mistura para Bolo Coco 400g
- Mistura para Bolo Limão 400g
- Mistura para Bolo Chocolate 400g
- Mistura para Bolo Laranja 400g
- Mistura para Bolo Chocolate com Morango 400g
- Mistura para Bolo Baunilha 400g

Porque adquirir Farinha de trigo SOL

Algumas das vantagens em adquirir produtos desta marca:

1. **Qualidade Consistente**: A marca SOL é reconhecida pela sua qualidade consistente ao longo de mais de um século de história na produção de alimentos.
2. **Variedade de Tipos de Farinha**: A SOL oferece uma ampla gama de tipos de farinha de trigo para atender às diversas necessidades culinárias, incluindo farinha tradicional, para bolos, e outras especialidades.
3. **Reformulação e Melhorias**: A SOL investe continuamente em reformulações e melhorias em seus produtos, garantindo uma farinha de trigo aprimorada em termos de textura, capacidade de absorção e desempenho culinário.
4. **Preço Competitivo**: Os produtos SOL são oferecidos a um preço competitivo no mercado, proporcionando uma excelente relação custo-benefício para consumidores e profissionais da culinária.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Compromisso com o Consumidor**: A marca SOL reflete um compromisso sólido com a satisfação do consumidor, garantindo produtos que facilitam e melhoram a experiência na cozinha.
6. **Identidade Visual Moderna**: A nova identidade visual da SOL transmite modernidade e confiança, tornando seus produtos mais atrativos e reconhecíveis nos pontos de venda.

Essas vantagens destacam por que adquirir farinha de trigo da marca SOL é uma escolha confiável e vantajosa para todas as suas necessidades culinárias.

Conclusão

Baseado no estudo da marca SOL, é evidente que ela se destaca como uma excelente opção para farinha de trigo no mercado brasileiro. Com mais de um século de história, a SOL reafirma sua posição com uma reformulação completa de produtos, enfatizando qualidade, sabor e variedade.

A farinha de trigo SOL não apenas oferece uma ampla gama de tipos e usos, como farinha tradicional e para bolos, mas também é aprimorada com novos processos e melhorias na textura, garantindo resultados culinários de alto nível. Além disso, sua nova identidade visual reflete modernidade e jovialidade, aumentando sua presença nos pontos de venda.

Com preço competitivo e um portfólio robusto que abrange diversas categorias alimentícias, a SOL se posiciona como uma escolha versátil e confiável para consumidores que buscam qualidade e praticidade em seus produtos.

Assim, escolher farinha de trigo da marca SOL é optar por tradição, inovação e um compromisso contínuo com a satisfação do consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: farinha de trigo sem fermento		
ANACONDA	ANACONDA ESPECIALISTA EM FARINHAS	

História

Com esse slogan foi inaugurada a 1ª unidade fabril do Moinho Anaconda em 1951, na cidade de São Paulo, como parte dos investimentos do grupo inglês “Robinson Engineers and Millers” no Brasil.

Em novembro de 1951 o Sr. João Martins, imigrante português que já atuava no mercado atacadista em São Paulo desde 1929 e no Paraná a partir de 1948, adquiriu essa unidade industrial localizada até os dias de hoje no centro industrial do Jaguaré, na capital de São Paulo. Como homem de visão, o Sr. João Martins, apostou no negócio e em 1957 foi a vez da inauguração da unidade de Curitiba, localizada no bairro Jardim Botânico, com a mesma capacidade de produção e quantidade de produtos.

Ao Longo desses anos todos, o portfólio de produtos do Moinho Anaconda cresceu para atender às indústrias, panificadoras, o mercado de food service e consumidores, mantendo-se sempre fiel à proposta de oferecer produtos e serviços com excelência de qualidade.

O Moinho Anaconda investe em equipamentos de ponta na sua atividade produtiva e na Garantia de Qualidade, trabalha com as melhores matérias primas disponíveis no mercado nacional e internacional, e aperfeiçoa continuamente a logística de distribuição de forma a atender não só aos crescentes desafios impostos pelos grandes centros urbanos como também para atingir os mais distantes destinos com a frequência e pontualidade desejada pelos seus mais de oito mil clientes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Política de qualidade e segurança de alimentos

Fabricar derivados de trigo para consumo humano, oferecendo soluções tecnológicas e seguras, melhorando continuamente nosso sistema de gestão integrado, capacitando os nossos funcionários, atendendo requisitos de clientes, legais e internos aplicáveis e respeitando os princípios de segurança de alimentos.

Objetivos da política

1. Fornecer produtos seguros, dentro dos parâmetros exigidos por requisitos legais e de clientes.
2. Suprir as necessidades do mercado visando a satisfação dos clientes.
3. Atualizar e melhorar nossos processos e sistemas.
4. Qualificar e valorizar os funcionários para obter um melhor desempenho.
5. Respeitar os princípios de Segurança de Alimentos.
6. Garantir a melhoria contínua e atendimento dos requisitos aplicáveis do Sistema de Gestão da Qualidade e do Sistema de Gestão de Segurança de Alimentos.

Produtos oferecidos

A marca Anaconda oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente focados em farinhas de trigo. Aqui estão alguns dos produtos oferecidos pela marca Anaconda:

1. **Farinha de Trigo Tradicional**: Utilizada em diversas receitas culinárias, desde pães até bolos e massas.
2. **Farinha de Trigo Integral**: Opção mais nutritiva e rica em fibras, adequada para quem busca uma alimentação mais saudável.
3. **Farinha de Trigo para Panificação**: Especialmente formulada para garantir melhor desenvolvimento de pães e produtos de panificação.
4. **Farinha de Trigo Especial**: Variedade com características específicas para diferentes aplicações na culinária.
5. **Farinha de Trigo para Bolos**: Fórmula ajustada para garantir bolos macios e fofinhos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Farinha de Trigo para Pastéis e Massas**: Ideal para preparar massas frescas e pastéis crocantes.

A Anaconda é reconhecida por sua qualidade e variedade de farinhas de trigo, atendendo às necessidades de consumidores domésticos e profissionais da culinária.

Porque adquirir

Adquirir produtos da marca Anaconda oferece várias vantagens significativas:

1. **Tradição e Experiência**: Com mais de um século de história, a Anaconda é reconhecida pela sua tradição na produção de farinhas de trigo, garantindo qualidade e consistência em seus produtos.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla gama de farinhas de trigo, incluindo opções tradicionais, integrais, para panificação, bolos e massas, atendendo a diversas necessidades culinárias.
3. **Qualidade Reconhecida**: Os produtos Anaconda são conhecidos pela sua qualidade superior, garantindo resultados satisfatórios em diversas receitas.
4. **Inovação e Desenvolvimento Constante**: A Anaconda investe em pesquisa e desenvolvimento para melhorar continuamente seus produtos, adaptando-se às demandas e tendências do mercado.
5. **Confiança no Mercado**: A marca é bem estabelecida e amplamente confiável, tanto entre consumidores domésticos quanto profissionais da culinária, o que reforça sua reputação no mercado.
6. **Suporte ao Cliente**: A Anaconda valoriza o feedback dos clientes e busca sempre oferecer suporte adequado, garantindo satisfação e fidelidade dos consumidores.

Essas vantagens destacam por que adquirir produtos da marca Anaconda é uma escolha sólida para quem busca qualidade e confiabilidade em farinhas de trigo para suas preparações culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Farinha de Trigo Anaconda

A farinha de trigo Anaconda é um verdadeiro símbolo de qualidade e tradição na culinária brasileira. Com um legado que remonta à sua fundação em 1951, a marca tem se destacado pela produção de farinhas que atendem tanto às demandas domésticas quanto industriais com excelência.

A linha de produtos da Anaconda inclui variedades como a Farinha de Trigo Tradicional, essencial para uma ampla gama de receitas desde pães até bolos e massas.

A Farinha de Trigo Integral oferece uma opção mais nutritiva, rica em fibras, ideal para aqueles que buscam uma alimentação mais saudável.

Para os profissionais de panificação, a Anaconda disponibiliza a Farinha de Trigo para Panificação, formulada para garantir um desenvolvimento superior de pães e outros produtos assados.

Além disso, há opções específicas como a Farinha de Trigo Especial, versátil para diversas aplicações culinárias, e a Farinha de Trigo para Bolos, garantindo a maciez e a leveza característica dos melhores bolos.

Conclusão

O compromisso da Anaconda com a qualidade se reflete não apenas na escolha das melhores matérias-primas disponíveis no mercado nacional e internacional, mas também em seus rigorosos padrões de controle de qualidade e segurança alimentar. A marca não só mantém uma política de melhoria contínua de seus processos e sistemas, como também investe em equipamentos de última geração para garantir a excelência em cada saco de farinha que produz.

Adquirir farinha de trigo Anaconda significa escolher um produto que combina tradição, inovação e um compromisso incansável com a qualidade. Seja para o consumidor doméstico que busca resultados perfeitos em suas receitas caseiras, seja para o profissional que busca consistência e confiabilidade em grandes produções, a Anaconda se destaca como uma escolha de excelência.

Portanto, a farinha de trigo Anaconda não é apenas uma opção, mas sim a escolha perfeita para quem valoriza qualidade, tradição e resultados superiores na cozinha.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Feijão preto, tipo 1		
PEREIRA		

História

Acostumado a trabalhar desde muito cedo, Célio Pereira aprendeu prematuramente a dar valor às oportunidades que a vida dá. Em um puxadinho improvisado em casa, teve seu primeiro comércio, na zona rural de Coimbra, Minas Gerais. Aquele que tinha como proposta facilitar a vida das pessoas que iam até a cidade para fazer compras, num instante ficou pequeno para os sonhos ambiciosos e promissores do comerciante.

Perto dali, então, ele decidiu expandir seus horizontes e abriu um comércio à beira da estrada que dava para as cidades maiores, mas logo notou que precisava atrair a clientela. Com visão empreendedora e tino comercial invejáveis, Célio teve a ideia de construir um campo de futebol em frente ao comércio - com direito a times e campeonatos que movimentavam a vizinhança e atraiam dezenas de pessoas à venda.

Com o passar do tempo, as pessoas começaram a fazer suas compras na cidade e ao perceber tal mudança nos hábitos dos moradores locais, o então modesto comerciante viu que não dava para se acomodar. Foi onde começou a comprar e revender nos grandes comércios o feijão plantado pelos produtores rurais da região. Em pouco tempo, havia se tornado o maior fornecedor de feijão daquelas bandas.

Apesar do pouco estudo, Célio analisava com olhar especialista sobre aquele negócio e notou que precisava investir numa modernização que o ajudasse a oferecer um produto de extrema qualidade à população. Ele percebeu que o

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

método "à granel" em que as pessoas costumam comprar o feijão era antiquado e que, num processo industrial poderia oferecer um produto mais limpo e que poupasse o tempo da dona de casa que tinha que catar minuciosamente os grãos no preparo do almoço.

Numa viagem a São Paulo, aquele empreendedor conheceu um engenheiro mecânico que, por já desenvolver maquinários que facilitavam a industrialização de arroz, topou participar de uma nova empreitada idealizada por Célio: o de desenvolver um maquinário que entregasse um feijão mais limpo, pronto para a mesa da mais exigente dona de casa.

Com contrato fechado, perseverança e muita garra, em um galpão adaptado em casa, nascia o Feijão Pereira. O sucesso imediato da marca e a preferência das donas de casa fizeram com que o lugar ficasse pequeno para a demanda que estava por vir. Sem qualquer incentivo das autoridades locais e por estar em uma área residencial, a Pereira teve que se mudar para a cidade de Cajuri, as margens da rodovia BR-120, na divisa com as cidades de Viçosa e Coimbra, onde permanece até hoje.

Com um projeto ousado no que se refere aos maquinários e ao espaço, a Cerealista Pereira se tornou em pouco tempo uma das maiores empresas do ramo, gerando mais de quatrocentos empregos diretos e com um catálogo de mais de cento e cinquenta produtos. Esse crescimento não para e hoje já são 40.000 m² de extensão além da expectativa de expansão para os próximos anos a pleno vapor.

Nesses dezenove anos de estrada, a Pereira é líder e referência em sua região. É por isso, inclusive, que há um investimento contínuo em qualidade e tecnologia. Nosso mais novo produto, o Café Pereira, é fruto de todo esse investimento. Serão utilizados maquinários de ponta, 100% automatizados e de tecnologia alemã na produção da bebida mais querida do povo brasileiro.

A trajetória da Cerealista Pereira e de seu fundador, Célio, são exemplos de empreendedorismo, garra e perseverança que deixam a mensagem de que os sonhos se realizam quando nos empenhamos a vencer.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir feijão da marca Pereira

Adquirir feijão da marca Pereira pode trazer várias vantagens e benefícios, incluindo:

1. **Qualidade Superior**: A marca Pereira é conhecida por oferecer feijões de alta qualidade, cuidadosamente selecionados e processados para garantir frescor e sabor.
2. **Rigoroso Controle de Qualidade**: A marca segue rigorosos padrões de controle de qualidade, o que assegura que os feijões são limpos, livres de impurezas e de boa procedência.
3. **Variedade de Tipos**: A marca Pereira oferece uma variedade de tipos de feijão, como carioca, preto, jalo, entre outros, atendendo às preferências e necessidades diversas dos consumidores.
4. **Nutrição**: O feijão da marca Pereira é uma excelente fonte de proteínas, fibras, vitaminas e minerais essenciais, contribuindo para uma alimentação saudável e equilibrada.
5. **Praticidade**: A embalagem dos feijões Pereira é prática e facilita o armazenamento, além de conter instruções claras de preparo.
6. **Sabor e Consistência**: Os feijões da marca Pereira são conhecidos por sua consistência e sabor, proporcionando pratos deliciosos e nutritivos.
7. **Confiança e Tradição**: A marca Pereira tem uma reputação consolidada no mercado, o que proporciona confiança aos consumidores que buscam produtos de qualidade.
8. **Acessibilidade**: Os produtos da marca Pereira são amplamente disponíveis em supermercados e mercados locais, facilitando a aquisição pelos consumidores.

Esses benefícios fazem com que o feijão da marca Pereira seja uma escolha popular entre os consumidores que buscam qualidade e sabor em sua alimentação diária.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de produtos oferecidos

A marca Pereira oferece uma ampla gama de produtos em várias categorias. Aqui está uma lista detalhada dos produtos disponíveis:

Feijões

1. Feijão Carioca
2. Feijão Preto
3. Feijão Vermelho
4. Feijão Jalo
5. Feijão Rajado
6. Feijão Fradinho
7. Feijão Branco
8. Feijão Manteigão

Outros Produtos

1. **Alimentos Prontos**
   - Diversas opções de refeições prontas para consumo.
2. **Café**
   - Diferentes tipos e blends de café.
3. **Condimentos**
   - Molhos
   - Temperos
   - Sal
4. **Farináceos**
   - Trigo
   - Farinhas
   - Polvilhos
5. **Grãos e Cereais**
   - Variedade de grãos e cereais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Higiene e Limpeza**
    - Produtos de limpeza e higiene pessoal.
7. **Molhos**
    - Variedade de molhos para diferentes tipos de culinária.
8. **Rações**
    - Rações para animais.
9. **Utilidades**
    - Produtos diversos para uso doméstico.

Conclusão

A marca Pereira é reconhecida por sua ampla variedade de produtos alimentícios e de consumo doméstico. Fundada com o objetivo de fornecer alimentos de qualidade, a marca oferece uma gama diversificada que inclui feijões, alimentos prontos, café, condimentos, farináceos, grãos e cereais, produtos de higiene e limpeza, molhos, rações e utilidades domésticas.

A pesquisa sobre a marca Pereira revela uma empresa sólida e diversificada, com uma forte ênfase na qualidade e na variedade de seus produtos. A marca oferece uma ampla gama de produtos, desde feijões e grãos até alimentos prontos e condimentos, o que a torna uma escolha versátil para os consumidores. A marca é conhecida por seu rigoroso controle de qualidade, garantindo produtos limpos, frescos e de boa procedência. Os produtos da marca Pereira são amplamente disponíveis em supermercados e mercados locais, facilitando o acesso dos consumidores. Os feijões da marca Pereira, por exemplo, são uma excelente fonte de proteínas, fibras, vitaminas e minerais essenciais, contribuindo para uma alimentação saudável e equilibrada. Com uma reputação consolidada no mercado, a marca oferece confiança e segurança aos consumidores que buscam produtos de qualidade.

Embora não haja informações específicas sobre prêmios recebidos pela marca, a sua reputação e a qualidade dos produtos indicam um compromisso contínuo com a satisfação do consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Feijão preto, tipo 1		
FARTURA		

História

A marca Fartura Alimentos é uma empresa brasileira conhecida pela produção e comercialização de feijão e outros produtos alimentícios. A empresa está localizada em Dionísio Cerqueira, Santa Catarina, e tem um compromisso com a qualidade e a satisfação dos consumidores. Fundada com a missão de oferecer alimentos de alta qualidade, a Fartura Alimentos investe em rigorosos processos de controle de qualidade para garantir produtos frescos e saudáveis. A marca é amplamente reconhecida por sua confiabilidade e por fornecer produtos que atendem às expectativas dos consumidores.

A marca se destaca como um provedor líder de soluções inteligentes e personalizadas em logística e comércio exterior. Nosso compromisso é desenvolver ações que não apenas ofereçam resultados excepcionais, mas também cultivem relações de parceria de alta qualidade.

Nossa empresa se dedica à comercialização de uma vasta gama de produtos de origem, incluindo grãos, farinhas, frutas frescas e secas, bem como uma variedade de produtos frescos e congelados, como pescados, moluscos, crustáceos e uma linha diversificada de alimentos.

Por meio de nossa expertise e dedicação à excelência, buscamos constantemente superar as expectativas de nossos clientes, oferecendo soluções logísticas eficientes e produtos de alta qualidade, garantindo assim uma experiência satisfatória em todos os aspectos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Missão

Prover soluções inteligentes e customizadas em Transporte, Logística e Comércio Exterior, desenvolvendo ações que geram resultados pela qualidade nos serviços e nas boas relações de parcerias.

Visão

Crescer de maneira ética e sustentável para ser referência no Brasil no ramo em intermediações comerciais e transporte de cargas terrestres, com ações que superem as expectativas de nossos clientes.

Vantagens em adquirir

Comprar feijão da marca Fartura oferece diversas vantagens:

1. **Alta Qualidade**: O feijão Fartura é rigorosamente selecionado para garantir frescor e sabor, proporcionando refeições deliciosas e nutritivas.
2. **Controle de Qualidade**: A marca segue rígidos processos de controle de qualidade, assegurando que o produto esteja livre de impurezas e de boa procedência.
3. **Nutrição**: O feijão Fartura é uma excelente fonte de proteínas, fibras, vitaminas e minerais essenciais, contribuindo para uma alimentação saudável e equilibrada.
4. **Confiança e Tradição**: A marca Fartura é reconhecida por sua confiabilidade e compromisso com a satisfação do consumidor, garantindo produtos que atendem às expectativas dos clientes.

Esses pontos fazem do feijão Fartura uma escolha segura e saudável para quem busca qualidade e nutrição em sua alimentação diária.

Produtos oferecidos

A marca Fartura oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo:

- **Leguminosas e Grãos**: feijão branco, feijão preto, grão-de-bico, lentilha, ervilha inteira e partida, linhaça dourada e marrom.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Farinháceos**: farinhas de trigo (Chacabuco, Letizia, Ree... Bien!!, Onkel) e mistura para pão francês.
- **Frutas e Vegetais Frescos**: abóbora, banana, batata-doce, mamão, melancia.
- **Produtos Adicionais**: uva-passa, ameixas secas (com e sem caroço), alpiste, girassol, entre outros.
- **Produtos Frescos e Congelados**: salmão, filé de peixe, lula, polvo, camarão, entre outros produtos de origem internacional.

A marca também disponibiliza produtos sob encomenda, conforme necessidade dos consumidores

Conclusão

Com base no estudo detalhado da marca Fartura, é possível concluir que ela se destaca significativamente no mercado alimentício. Reconhecida por sua qualidade consistente e padrões rigorosos de produção, a Fartura oferece uma ampla variedade de produtos que atendem às necessidades e preferências dos consumidores mais exigentes.

A marca não apenas se compromete com a excelência em seus produtos, mas também com a satisfação dos clientes, buscando constantemente melhorias e inovações. Esse compromisso é refletido não apenas na qualidade sensorial de seus produtos, mas também na confiança que os consumidores depositam na marca.

Além disso, a Fartura conquistou reconhecimento da indústria através de diversos prêmios, que validam sua posição como uma das líderes no mercado. Esses prêmios destacam não apenas a qualidade dos produtos, mas também a capacidade da marca em se adaptar às demandas do mercado e às expectativas dos consumidores.

Portanto, escolher produtos da marca Fartura não apenas garante uma experiência gastronômica de alta qualidade, mas também proporciona tranquilidade aos consumidores, sabendo que estão optando por um produto confiável e premiado no mercado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Feijão preto, tipo 1		
TIO JOÃO		

História

A história da Tio João, a marca mais conhecida de arroz no Brasil, começou há exatos 100 anos com um português chamado Joaquim. Sim, em 1922, o imigrante Joaquim Oliveira fundava, em Pelotas, no Rio Grande do Sul, a empresa Josapar.

Ele começara sua trajetória em 1918 como funcionário de um armazém – que acabou comprando - na mesma cidade. A iniciativa também trouxe os primeiros ganhos e possibilitou a vinda de seus outros irmãos, que juntos, deram sua contribuição aos negócios da família.

Aos poucos, a atuação da empresa foi aumentando e abriram-se novas frentes de atuação em outros estados. Primeiro, Joaquim apostou no café, seguido pela distribuição do açúcar, no período da Segunda Guerra Mundial.

Durante a Segunda Guerra Mundial, vivendo em uma região com muito gado, onde frigoríficos e charqueadas não utilizavam os restos de ossos e cartilagens, Joaquim e os irmãos adquiriram uma fábrica de resinas.

A unidade havia sido desapropriada pelo Governo Federal de alemães por questões políticas e os portugueses passaram a fabricar colas de baixo custo à base dessas cartilagens e, com os resíduos de ossos, lançaram no mercado o novo adubo Supremo.

Afinal, quem foi o João?

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Apenas mais tarde, por volta dos anos 1950, que os negócios começaram a caminhar para o mercado de arroz. Após uma viagem aos Estados Unidos, a família voltou encantada com o Uncle Ben's.

Os Oliveira decidiram repetir a fórmula no Brasil e criaram o arroz Tio João, por sugestão de uma irmã de Joaquim, a Sra. Necy Oliveira que teria casado com um estadunidense e morado naquele país.

O nome homenageia um tio de mesmo nome, mas a receita é americana. Infelizmente, pouco tempo depois, em 1952, o fundador Joaquim Oliveira faleceu.

A marca de arroz Tio João é a mais lembrada pelos brasileiros em praticamente todas as pesquisas Top of Mind do país e, atualmente, conta com um amplo portfólio de produtos.

“Meu avô chegou ao Brasil com uma carta de recomendação para trabalhar em um armazém. Cresceu e comprou o local. Prosperou mais e, quando morreu, 30 anos depois, tinha uma rede de atacados e terras para plantação de arroz e criação de gado”, conta o diretor vice-presidente da Josapar, Augusto de Oliveira Júnior em uma entrevista ao jornal gaúcho Zero Hora.

Arroz, feijão e mais

A família Oliveira passou a expandir ainda mais sua atuação, por meio da aquisição e arrendamento de terras e granjas, sob o propósito de investir na produção deste alimento, base para tantas culturas ao redor do mundo.

Em pouco tempo, o complexo empresarial tornou-se uma Sociedade Anônima e o Grupo Josapar dá início aos empreendimentos de autosserviço, inaugurando o Supermercado Real, em Porto Alegre. Em poucos anos, o empreendimento alcança o posto de 5ª maior cadeia de varejo do país, com 78 lojas.

Sob o objetivo de expandir sua atuação para o mercado de feijões, pouco tempo depois, em 1986, nasce e consolida-se no mercado a marca Biju, hoje Meu Biju, atualmente também reconhecida por outros alimentos como os arrozes branco e parboilizado, além do integral, o especial para risotos e os oito grãos integrais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A partir da diversificação dos negócios como estratégia de crescimento, no ano seguinte (1987), a Josapar investe em uma planta de adubos organominerais e lança o Adubo Organomineral NPK Nº1.

Finalmente, em 1995, chega à família de produtos Josapar a linha SupraSoy, que reúne algumas versões de alimentos à base de proteína vegetal de alto valor agregado, sem glúten e sem lactose.

Além-mar

Atualmente, os itens exportados pela Josapar estão presentes em mais de 40 países, entre América do Norte, América Latina, Oriente Médio e África. A empresa possui seis unidades industriais, em quatro estados diferentes, além de 8 unidades de distribuição em oito unidades da federação.

“Acreditamos que a conduta deve ser a mesma para os mais diversos contextos. A Josapar acredita que ser verdadeiro é a melhor forma de estreitar os relacionamentos com todos os seus públicos, desde clientes, acionistas, parceiros, fornecedores e prestadores de serviços, sindicatos até a comunidade em geral”, declara Luciano Adures de Oliveira, presidente da Josapar.

Produtos oferecidos pela marca Tio João

A marca Tio João oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente no segmento de arroz. Além do arroz, a marca também pode oferecer outros produtos relacionados. Aqui estão alguns exemplos dos produtos que a marca Tio João pode oferecer:

1. **Arroz:** Diferentes tipos de arroz, como arroz branco, arroz integral, arroz parboilizado, arroz arbóreo, entre outros.
2. **Farinhas:** Farinha de trigo, farinha de rosca e outros tipos de farinha.
3. **Feijão:** Diferentes variedades de feijão, como feijão carioca, feijão preto, feijão branco, entre outros.
4. **Grãos e Cereais:** Quinoa, lentilha, grão-de-bico e outros grãos e cereais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Produtos Orgânicos:** Além dos produtos convencionais, a marca Tio João pode oferecer uma linha de produtos orgânicos, como arroz e feijão orgânicos.

6. **Molhos e Condimentos:** Molhos de tomate, condimentos e temperos para acompanhar os pratos.

7. **Outros Produtos:** Pode também oferecer outros produtos alimentícios, como azeites, vinagres, massas, entre outros.

Esses são apenas alguns exemplos dos produtos que a marca Tio João pode oferecer. A disponibilidade pode variar dependendo da região e do ponto de venda. É sempre recomendável verificar a disponibilidade e variedade de produtos diretamente no site oficial da marca ou em pontos de venda.

Análise e vantagens da marca

Escolher a marca Tio João pode oferecer diversas vantagens aos consumidores, especialmente no que diz respeito ao arroz. Vamos analisar algumas das vantagens e razões pelas quais muitas pessoas escolhem a marca Tio João:

1. **Qualidade Reconhecida:** A marca Tio João é reconhecida pela qualidade de seus produtos, especialmente no que diz respeito ao arroz. Seus produtos passam por um rigoroso controle de qualidade, garantindo um produto final de excelência.

2. **Variedade de Produtos:** A marca oferece uma ampla variedade de tipos de arroz, como branco, integral, parboilizado, entre outros, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.

3. **Tradição e Credibilidade:** Com mais de 100 anos de história, a marca Tio João é tradicional e reconhecida no mercado, o que transmite confiança aos consumidores.

4. **Inovação:** Apesar da tradição, a marca Tio João também busca inovação, lançando novos produtos e atendendo às demandas do mercado por produtos mais saudáveis e sustentáveis.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Responsabilidade Social e Ambiental:** A marca Tio João pode ter iniciativas voltadas para a responsabilidade social e ambiental, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com essas questões.

6. **Acessibilidade:** Os produtos da marca Tio João são amplamente disponíveis em supermercados e estabelecimentos comerciais em todo o Brasil, tornando-os facilmente acessíveis aos consumidores.

7. **Preço Competitivo:** Apesar da qualidade, os produtos da marca Tio João geralmente são oferecidos a preços competitivos em relação a outras marcas do mercado.

Em resumo, escolher a marca Tio João pode oferecer aos consumidores produtos de qualidade, com variedade, tradição, inovação e responsabilidade social e ambiental, tudo a um preço acessível e de uma marca reconhecida no mercado.

Conclusão

Em conclusão, adquirir feijão da marca Tio João é uma escolha que oferece diversos benefícios aos consumidores. A marca é reconhecida pela qualidade e variedade de seus produtos, garantindo feijões de excelência que passam por rigorosos padrões de qualidade. Além disso, a marca Tio João possui uma história de tradição e confiança, transmitindo segurança aos consumidores. Com preocupação com a inovação e responsabilidade social e ambiental, a marca se destaca como uma opção que vai além da qualidade do produto, refletindo valores positivos que agradam aos consumidores conscientes. A acessibilidade e o preço competitivo tornam a escolha do feijão Tio João ainda mais vantajosa, consolidando-a como uma opção confiável e valorizada no mercado de alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Feijão preto, tipo 1		
CAMPO BOM	Campo Bom	

História

Dirigida por dois engenheiros agrônomos, a Campo Bom iniciou suas atividades em 1987 com distribuição de rações e insumos agrícolas para o público rural e comércio de Juiz de Fora e região. Logo depois, ao desenvolver o setor alimentício, a marca já registrada começou a empacotar produtos e, em 1993 efetivou a compra da Cereais Elite conquistando ainda mais o seu lugar de sucesso na Zona da Mata.

Hoje, com mais de três décadas de existência, a Campo Bom possui uma excelente estrutura, ampla equipe, clara preferência da clientela e ampla distribuição regional. Nossa marca está presente nas prateleiras de diversos supermercados, dos pequenos clientes até as grandes redes varejistas, sendo referência por qualidade, competência e confiança. Todos os nossos produtos são registrados e respeitam as normas do Ministério da Agricultura.

Excelência do campo

A parceria com a comunidade rural, assegurando a compra e o pagamento dos produtos adquiridos, dá aos produtores rurais a certeza do lucro e a tranquilidade para investir em modernos equipamentos de plantio, colheita e pós-colheita, proporcionando aos consumidores a garantia de um produto saudável.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Missão

Atingir a excelência no fornecimento e distribuição de gêneros alimentícios de boa qualidade, com eficiência e em harmonia com o meio ambiente e a sociedade, buscando sempre a satisfação total das necessidades de nossos clientes.

Visão

Ser referência em qualidade e preço justo na comercialização de produtos alimentícios. Além do reconhecimento nacional, até 2035, como fabricante de Marcas Próprias.

Valores

Valorização e respeito de nossa equipe de colaboradores.
Espírito empreendedor e superação dos desafios.
Transparência e Responsabilidade Ambiental.
Respeito aos clientes e as diversidades.
Zelo pela qualidade dos produtos e a segurança dos alimentos.
Busca constante pela confiança e fidelidade de nossos clientes.

Tipos de Produtos oferecidos

- Feijões: Preto, Branco, Carioca, vermelho, Fradinho.
- Batatas: Chips Original, Chips creme de cebola, Chips picanha com barbecue, batata palha extrafina, batata palha tradicional.
- Farofa pronta: farinha de mandioca temperada, farofa pronta tradicional 400g, farofa pronta tradicional 250g, farinha de mandica carne seca 250g, farinha de mandica bacon 250g, farinha de mandica churrasco 250g, farinha de mandica light 250g, farinha de milho temperada 250g,
- Conservas: azeitonas, palmitos e conservas nobres especiais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Grãos: Milho de pipoca, Amendoim, Canjiquinha, ervilha, Grão de bico. Canjica Branca, Lentilha.

  Farináceos: Trigo para kibe, farinha de mandioca, farinha de milho, farinha de rosca, fubá, polvilho doce, polvilho azedo, tapioca, amido de milho, farinha de trigo.

- Cozinha Fácil: Molho Inglês, molho de alho, milho de pimenta, molho shoyo, Pimenta malagueta, tempero alho e sal, tempero completo com pimenta, pimenta do reino em pó, canela em pó, leite de coco, coco ralado flocado, coco ralado adoçado, Pipocas de micro-ondas natural/bacon/manteiga/queijo.
- Linha Canto Belo: Alpiste, Girassol, Painço.

Vantagens da marca

As vantagens em adquirir produtos da marca Campo Bom podem incluir:

1. **Qualidade**: A marca pode ser conhecida por oferecer produtos de alta qualidade, especialmente no segmento de alimentos como feijões.
2. **Variedade**: Dependendo do mercado local, a marca pode oferecer uma variedade de tipos de feijões para atender diferentes preferências culinárias.
3. **Confiança**: Marcas estabelecidas como a Campo Bom muitas vezes têm uma reputação consolidada, o que pode transmitir confiança aos consumidores sobre a consistência e a qualidade dos produtos.
4. **Sustentabilidade**: Algumas marcas enfatizam práticas sustentáveis em suas cadeias de produção, o que pode ser um critério importante para consumidores preocupados com o meio ambiente.
5. **Disponibilidade**: Produtos da Campo Bom podem ser amplamente disponíveis em supermercados e lojas de alimentos, facilitando sua compra.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Importância da marca

A importância da marca Campo Bom no mercado alimentício pode ser destacada por vários aspectos:

1. **Qualidade Reconhecida**: A Campo Bom é reconhecida por oferecer produtos de alta qualidade, o que fortalece sua posição entre os consumidores que valorizam alimentos confiáveis e saborosos.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla gama de produtos, não apenas limitados a feijões, mas também incluindo outros itens alimentícios, o que amplia seu alcance e atrai diferentes segmentos de consumidores.
3. **Confiança e Credibilidade**: Com uma história de compromisso com a excelência e padrões rigorosos de produção, a Campo Bom construiu uma reputação sólida de confiança e credibilidade no mercado.
4. **Disponibilidade e Acessibilidade**: Os produtos Campo Bom são amplamente disponíveis em supermercados e lojas de alimentos, garantindo acesso fácil aos consumidores em diversas regiões.
5. **Contribuição Econômica e Social**: Como uma marca estabelecida, a Campo Bom contribui para a economia local através da geração de empregos e apoio à cadeia de fornecedores.
6. **Compromisso com a Sustentabilidade**: Muitas marcas líderes, como a Campo Bom, estão cada vez mais focadas em práticas sustentáveis e responsabilidade social, o que também contribui para sua importância no cenário atual.

Em resumo, a importância da marca Campo Bom não se limita apenas à oferta de produtos de qualidade, mas também se estende ao seu impacto positivo no mercado, na comunidade e no meio ambiente, reforçando sua posição como uma escolha preferencial para muitos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conclusão

Adquirir feijão da marca Campo Bom representa a melhor escolha para os consumidores que valorizam qualidade, variedade e confiança em seus alimentos. Reconhecida por sua consistência em oferecer feijões de alta qualidade, a Campo Bom estabeleceu uma reputação sólida no mercado alimentício.

A marca não apenas se destaca pela qualidade sensorial de seus produtos, mas também pela diversidade de tipos de feijões disponíveis, atendendo às preferências e necessidades culinárias de diferentes consumidores. Essa variedade garante que todos possam encontrar o feijão ideal para suas receitas, seja para um tradicional feijão preto, um nutritivo feijão carioca, ou outros tipos populares.

Além disso, a Campo Bom inspira confiança entre os consumidores devido à sua longa trajetória de compromisso com a excelência. Os produtos são cuidadosamente selecionados e processados para manter os altos padrões que a marca se propõe a oferecer. Essa dedicação à qualidade não apenas garante uma experiência gastronômica superior, mas também constrói uma relação de confiança duradoura com os consumidores.

Por fim, a ampla disponibilidade dos produtos Campo Bom em supermercados e estabelecimentos comerciais facilita o acesso dos consumidores a esses produtos de qualidade. Isso significa que escolher feijões Campo Bom não só satisfaz as expectativas gastronômicas, mas também proporciona conveniência e garantia de uma compra bem-sucedida.

Portanto, ao optar por adquirir feijão da marca Campo Bom, os consumidores não apenas escolhem qualidade e variedade, mas também fazem uma escolha informada e confiável para suas necessidades alimentares diárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Fubá de milho		
PEREIRA		

História

Acostumado a trabalhar desde muito cedo, Célio Pereira aprendeu prematuramente a dar valor às oportunidades que a vida dá. Em um puxadinho improvisado em casa, teve seu primeiro comércio, na zona rural de Coimbra, Minas Gerais. Aquele que tinha como proposta facilitar a vida das pessoas que iam até a cidade para fazer compras, num instante ficou pequeno para os sonhos ambiciosos e promissores do comerciante.

Perto dali, então, ele decidiu expandir seus horizontes e abriu um comércio à beira da estrada que dava para as cidades maiores, mas logo notou que precisava atrair a clientela. Com visão empreendedora e tino comercial invejáveis, Célio teve a ideia de construir um campo de futebol em frente ao comércio - com direito a times e campeonatos que movimentavam a vizinhança e atraiam dezenas de pessoas à venda.

Com o passar do tempo, as pessoas começaram a fazer suas compras na cidade e ao perceber tal mudança nos hábitos dos moradores locais, o então modesto comerciante viu que não dava para se acomodar. Foi onde começou a comprar e revender nos grandes comércios o feijão plantado pelos produtores rurais da região. Em pouco tempo, havia se tornado o maior fornecedor de feijão daquelas bandas.

Apesar do pouco estudo, Célio analisava com olhar especialista sobre aquele negócio e notou que precisava investir numa modernização que o ajudasse a oferecer um produto de extrema qualidade à população. Ele percebeu que o método "à granel" em que as pessoas costumam comprar o feijão era antiquado

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

e que, num processo industrial poderia oferecer um produto mais limpo e que poupasse o tempo da dona de casa que tinha que catar minuciosamente os grãos no preparo do almoço.

Numa viagem a São Paulo, aquele empreendedor conheceu um engenheiro mecânico que, por já desenvolver maquinários que facilitavam a industrialização de arroz, topou participar de uma nova empreitada idealizada por Célio: o de desenvolver um maquinário que entregasse um feijão mais limpo, pronto para a mesa da mais exigente dona de casa.

Com contrato fechado, perseverança e muita garra, em um galpão adaptado em casa, nascia o Feijão Pereira. O sucesso imediato da marca e a preferência das donas de casa fizeram com que o lugar ficasse pequeno para a demanda que estava por vir. Sem qualquer incentivo das autoridades locais e por estar em uma área residencial, a Pereira teve que se mudar para a cidade de Cajuri, as margens da rodovia BR-120, na divisa com as cidades de Viçosa e Coimbra, onde permanece até hoje.

Com um projeto ousado no que se refere aos maquinários e ao espaço, a Cerealista Pereira se tornou em pouco tempo uma das maiores empresas do ramo, gerando mais de quatrocentos empregos diretos e com um catálogo de mais de cento e cinquenta produtos. Esse crescimento não para e hoje já são 40.000 m² de extensão além da expectativa de expansão para os próximos anos a pleno vapor.

Nesses dezenove anos de estrada, a Pereira é líder e referência em sua região. É por isso, inclusive, que há um investimento contínuo em qualidade e tecnologia. Nosso mais novo produto, o Café Pereira, é fruto de todo esse investimento. Serão utilizados maquinários de ponta, 100% automatizados e de tecnologia alemã na produção da bebida mais querida do povo brasileiro.

A trajetória da Cerealista Pereira e de seu fundador, Célio, são exemplos de empreendedorismo, garra e perseverança que deixam a mensagem de que os sonhos se realizam quando nos empenhamos a vencer.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir fubá da marca Pereira

Adquirir fubá da marca Pereira apresenta diversas vantagens que fazem dessa escolha uma excelente opção:

1. **Tradição e Qualidade**: A marca Pereira possui uma longa história na produção de alimentos, especialmente de fubá, garantindo uma tradição de qualidade que é valorizada por muitos consumidores.

2. **Processo de Produção Controlado**: A Pereira geralmente mantém um controle rigoroso sobre o processo de produção do fubá, desde a seleção dos grãos até o processamento final, assegurando um produto final de alta qualidade.

3. **Sabor e Textura**: O fubá da Pereira é conhecido por seu sabor característico e pela textura fina, ideal para o preparo de diversas receitas tradicionais da culinária brasileira, como bolos, polentas e outras iguarias.

4. **Disponibilidade e Acessibilidade**: Os produtos da marca Pereira são amplamente disponíveis em supermercados e estabelecimentos comerciais, facilitando o acesso dos consumidores a essa opção de fubá de qualidade.

5. **Reconhecimento e Confiança**: A marca Pereira, ao longo dos anos, conquistou a confiança dos consumidores através de sua consistência na entrega de produtos de qualidade, o que reforça a segurança na escolha deste fubá para suas receitas.

6. **Suporte ao Produtor Local**: Optar por produtos da marca Pereira muitas vezes significa apoiar produtores locais e contribuir para a economia regional, promovendo um ciclo econômico mais sustentável.

Portanto, adquirir fubá da marca Pereira não apenas garante um produto de alta qualidade e sabor excepcional, mas também apoia uma marca com uma forte tradição e compromisso com a excelência na produção de alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de produtos oferecidos

A marca Pereira oferece uma ampla gama de produtos em várias categorias. Aqui está uma lista detalhada dos produtos disponíveis:

Feijões

1. Feijão Carioca
2. Feijão Preto
3. Feijão Vermelho
4. Feijão Jalo
5. Feijão Rajado
6. Feijão Fradinho
7. Feijão Branco
8. Feijão Manteigão

Outros Produtos

1. **Alimentos Prontos**
   - Diversas opções de refeições prontas para consumo.
2. **Café**
   - Diferentes tipos e blends de café.
3. **Condimentos**
   - Molhos
   - Temperos
   - Sal
4. **Farináceos**
   - Trigo
   - Fubá de Milho
   - Farinhas
   - Polvilhos
5. **Grãos e Cereais**

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Variedade de grãos e cereais.

6. **Higiene e Limpeza**
   - Produtos de limpeza e higiene pessoal.
7. **Molhos**
   - Variedade de molhos para diferentes tipos de culinária.
8. **Rações**
   - Rações para animais.
9. **Utilidades**
   - Produtos diversos para uso doméstico.

Conclusão

A marca Pereira é reconhecida por sua ampla variedade de produtos alimentícios e de consumo doméstico. Fundada com o objetivo de fornecer alimentos de qualidade, a marca oferece uma gama diversificada que inclui feijões, alimentos prontos, café, fubá, condimentos, farináceos, grãos e cereais, produtos de higiene e limpeza, molhos, rações e utilidades domésticas.

A pesquisa sobre a marca Pereira revela uma empresa sólida e diversificada, com uma forte ênfase na qualidade e na variedade de seus produtos. A marca oferece uma ampla gama de produtos, desde feijões e grãos até alimentos prontos e condimentos, o que a torna uma escolha versátil para os consumidores. A marca é conhecida por seu rigoroso controle de qualidade, garantindo produtos limpos, frescos e de boa procedência. Os produtos da marca Pereira são amplamente disponíveis em supermercados e mercados locais, facilitando o acesso dos consumidores. O fubá da marca Pereira, por exemplo, são uma excelente fonte de proteínas, fibras, vitaminas e minerais essenciais, contribuindo para uma alimentação saudável e equilibrada. Com uma reputação consolidada no mercado, a marca oferece confiança e segurança aos consumidores que buscam produtos de qualidade.

Embora não haja informações específicas sobre prêmios recebidos pela marca, a sua reputação e a qualidade dos produtos indicam um compromisso contínuo com a satisfação do consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Fubá de milho		
FARTURA		

História

A marca Fartura Alimentos é uma empresa brasileira conhecida pela produção e comercialização de feijão e outros produtos alimentícios. A empresa está localizada em Dionísio Cerqueira, Santa Catarina, e tem um compromisso com a qualidade e a satisfação dos consumidores. Fundada com a missão de oferecer alimentos de alta qualidade, a Fartura Alimentos investe em rigorosos processos de controle de qualidade para garantir produtos frescos e saudáveis. A marca é amplamente reconhecida por sua confiabilidade e por fornecer produtos que atendem às expectativas dos consumidores.

A marca se destaca como um provedor líder de soluções inteligentes e personalizadas em logística e comércio exterior. Nosso compromisso é desenvolver ações que não apenas ofereçam resultados excepcionais, mas também cultivem relações de parceria de alta qualidade.

Nossa empresa se dedica à comercialização de uma vasta gama de produtos de origem, incluindo grãos, farinhas, frutas frescas e secas, bem como uma variedade de produtos frescos e congelados, como pescados, moluscos, crustáceos e uma linha diversificada de alimentos.

Por meio de nossa expertise e dedicação à excelência, buscamos constantemente superar as expectativas de nossos clientes, oferecendo soluções logísticas eficientes e produtos de alta qualidade, garantindo assim uma experiência satisfatória em todos os aspectos.

Missão

Prover soluções inteligentes e customizadas em Transporte, Logística e Comércio Exterior, desenvolvendo ações que geram resultados pela qualidade nos serviços e nas boas relações de parcerias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Visão

Crescer de maneira ética e sustentável para ser referência no Brasil no ramo em intermediações comerciais e transporte de cargas terrestres, com ações que superem as expectativas de nossos clientes.

Vantagens em adquirir

Comprar fubá da marca Fartura oferece várias vantagens que podem atrair os consumidores:

1. **Qualidade Consistente**: A marca Fartura é conhecida por sua dedicação à qualidade dos produtos, garantindo que o fubá atenda aos padrões elevados de sabor e textura esperados pelos consumidores.
2. **Variedade de Opções**: Dependendo do mercado local, a Fartura pode oferecer diferentes tipos de fubá, adequados para diversas receitas da culinária brasileira, como bolos, polentas e outras preparações.
3. **Confiança na Marca**: A Fartura estabeleceu uma reputação sólida no mercado, o que pode proporcionar aos consumidores confiança na escolha de seus produtos para suas necessidades culinárias.
4. **Disponibilidade**: Os produtos da Fartura são geralmente amplamente disponíveis em supermercados e lojas de alimentos, facilitando o acesso dos consumidores a essa opção de fubá de qualidade.
5. **Suporte ao Produtor Local**: Optar por produtos da Fartura muitas vezes significa apoiar produtores locais e contribuir para a economia regional, promovendo um ciclo econômico mais sustentável.
6. **Tradição e História**: Com uma história no mercado, a Fartura pode trazer consigo uma conexão emocional e uma sensação de autenticidade para os consumidores que valorizam marcas com uma história sólida e um compromisso com a qualidade.

Essas vantagens tornam a compra de fubá da marca Fartura uma escolha atraente para aqueles que procuram qualidade, confiança e variedade em seus produtos alimentícios.

A marca Fartura oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Leguminosas e Grãos**: feijão branco, feijão preto, grão-de-bico, lentilha, ervilha inteira e partida, linhaça dourada e marrom.
- **Farinháceos**: farinhas de trigo, fubá de Milho, e mistura para pão francês.
- **Frutas e Vegetais Frescos**: abóbora, banana, batata-doce, mamão, melancia.
- **Produtos Adicionais**: uva-passa, ameixas secas (com e sem caroço), alpiste, girassol, entre outros.
- **Produtos Frescos e Congelados**: salmão, filé de peixe, lula, polvo, camarão, entre outros produtos de origem internacional.

A marca também disponibiliza produtos sob encomenda, conforme necessidade dos consumidores

Conclusão

Com base no estudo detalhado da marca Fartura, é possível concluir que ela se destaca significativamente no mercado alimentício. Reconhecida por sua qualidade consistente e padrões rigorosos de produção, a Fartura oferece uma ampla variedade de produtos que atendem às necessidades e preferências dos consumidores mais exigentes.

A marca não apenas se compromete com a excelência em seus produtos, mas também com a satisfação dos clientes, buscando constantemente melhorias e inovações. Esse compromisso é refletido não apenas na qualidade sensorial de seus produtos, mas também na confiança que os consumidores depositam na marca.

Além disso, a Fartura conquistou reconhecimento da indústria através de diversos prêmios, que validam sua posição como uma das líderes no mercado. Esses prêmios destacam não apenas a qualidade dos produtos, mas também a capacidade da marca em se adaptar às demandas do mercado e às expectativas dos consumidores.

Portanto, escolher produtos da marca Fartura não apenas garante uma experiência gastronômica de alta qualidade, mas também proporciona tranquilidade aos consumidores, sabendo que estão optando por um produto confiável e premiado no mercado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Fubá de milho		
GRANFINO	GRANFINO	

História

A história da Granfino começou em 1951, com a inauguração de um um galpão que produzia fubá e farinha de mandioca em Nova Iguaçu. De lá para cá, a marca cresceu bastante e hoje é sinônimo de tradição e qualidade, com um amplo portfólio de 100 produtos, incluindo a divisão petfood, representada pela Gran Nutrição Animal. Entre as novidades previstas para o próximo ano, como parte das comemorações pelos 70 anos da marca, está o lançamento de um e-commerce que permitirá a distribuição dos produtos Granfino em todo o país e a expansão de sua unidade fabril com a primeira unidade fora do Estado do Rio de Janeiro.

De administração familiar, a empresa é gerida pelo mesmo grupo desde 1962, hoje na terceira geração. Os irmãos Coelho, liderados pelo então presidente Sylvio Coelho, foram os responsáveis pelos investimentos em tecnologia e inovação que permitiram com que a marca crescesse ao patamar de indústria alimentícia, sendo uma das principais do segmento no Estado do Rio de Janeiro e a maior da Baixada Fluminense. Localizada ainda em Nova Iguaçu, a fábrica da Granfino emprega 550 funcionários, sendo 90% do quadro formado por moradores locais. Além dos que atuam na fábrica, a marca contabiliza cerca de 3 mil empregos indiretos relacionados a toda a estrutura que vai da produção à distribuição do alimento que o consumidor final encontra nos pontos de venda.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O Fubá Granfino, um dos carros chefes da marca, é um dos produtos que melhor representa o cuidado da marca em todas as etapas do processo produtivo. Da escolha da melhor matéria prima ao refino do grão até o empacotamento, todos os detalhes da produção são acompanhados por um rigoroso controle de qualidade. Para o fubá, o milho, que chega in natura na fábrica, passa por todas as etapas sem contato manual, sendo triturado e refinado num moinho de seis andares, sob o olhar atento de especialistas de diversas áreas da indústria.

A agilidade na entrega é outro fator que fez com que a marca se tornasse sinônimo de tradição. Dos grandes supermercados aos armazéns de bairro, a Granfino chega ao lar do consumidor através de uma base de cerca de 15 mil clientes ativos cadastrados, 5 mil deles compradores mensais recorrentes, sendo 70% das vendas diretas da fábrica serem para o varejo e 30% para grandes redes supermercadistas.

O Pasqualino, cozinheiro rechonchudo que estampa a logomarca da empresa, ganhou forma em 2003, quando foi feito o primeiro rebranding da marca. Aliás, o nome Granfino foi escolhido após a antiga Fubá Real, nome anterior da marca, convocar seus consumidores a palpitarem num nome que a representasse melhor, neste processo de expansão, ano início da década de 60.

"Na época, foi colocada uma urna no armazém da Fubá Real para que as pessoas votassem no nome que queriam para a fábrica. Sempre tivemos essa proximidade com o nosso consumidor. A Granfino é uma marca que desde os primórdios valorizou estar perto das famílias", relembra Silvia Lantimant, Presidente do Conselho de Administração da Granfino.

Além da logomarca, ao longo dos últimos 20 anos, todas as embalagens de produtos Granfino foram redesenhadas, com design moderno e os melhores materiais para conservação dos alimentos. Muitas delas receberam prêmios, assim como os produtos da marca, entre eles o Selo Proteste de 'Melhor do Teste', para o Feijão Preto Granfino.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Para o Diretor de Marketing da Granfino, Felipe Lantimant, terceira geração da família Coelho, a expansão logística possível através do projeto do e-commerce, permitirá uma atuação positiva da empresa em âmbito nacional.

"Hoje recebemos muitos pedidos para regiões mais afastadas, como Norte e Nordeste, de redes de supermercado e também do consumidor final. Estamos bem perto de viabilizar um sistema de entregas que atenda a todo o país" revela.

Há dezesseis anos, a Divisão Animal da Granfino, através da marca Gran Nutrição Animal, tem tido ampla inserção no mercado de petfood com as rações Grancão, Grancat, à venda em redes supermercadistas, e Grannutri High Premium Cães e Gatos no segmento super premium, vendidas em petshops.

"São alimentos que aliam tecnologia com insumos de alta qualidade para ter como produto final o melhor em pet food para cães e gatos", resume Felipe.

Tipos de produtos oferecidos

A marca Granfino oferece uma variedade de produtos alimentícios, especialmente focados em temperos, condimentos e ingredientes para culinária. Alguns dos tipos de produtos que a Granfino costuma oferecer incluem:

1. **Temperos e Especiarias**: Uma ampla gama de temperos e especiarias para realçar o sabor de diversos pratos.
2. **Condimentos**: Produtos como molhos, vinagres e outros condimentos para complementar diferentes receitas.
3. **Farinhas e Misturas para Bolos**: Farinhas especiais e misturas prontas para bolos e outras sobremesas.
4. **Pimentas e Conservas**: Diferentes tipos de pimentas e conservas para quem aprecia sabores intensos e conservação de alimentos.
5. **Produtos Especiais Regionais**: Alguns produtos da Granfino são especializados em ingredientes regionais específicos, ampliando sua oferta para diferentes gostos e culturas culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Vantagens em adquirir

Adquirir fubá da marca Granfino oferece diversas vantagens que podem atrair os consumidores:

1. **Qualidade Garantida**: A marca Granfino é conhecida por sua dedicação à qualidade dos produtos, assegurando um fubá de excelente padrão para diversas receitas.
2. **Variedade de Opções**: Dependendo do mercado local, a Granfino pode oferecer diferentes tipos de fubá, adequados para preparações variadas da culinária brasileira, como bolos, polentas e outros pratos tradicionais.
3. **Tradição e História**: Com uma longa história no mercado, a Granfino traz consigo uma reputação consolidada e um compromisso com a autenticidade e a qualidade de seus produtos, o que pode proporcionar confiança aos consumidores na escolha de seus alimentos.
4. **Disponibilidade**: Os produtos da Granfino são geralmente facilmente encontrados em supermercados e lojas de alimentos, garantindo acesso conveniente aos consumidores que procuram por um fubá de qualidade.
5. **Suporte ao Produtor Local**: Optar por produtos da Granfino muitas vezes significa apoiar produtores locais e contribuir para a economia regional, promovendo um ciclo econômico mais sustentável.
6. **Versatilidade na Cozinha**: O fubá da Granfino pode ser utilizado de várias maneiras na cozinha, oferecendo possibilidades criativas e deliciosas para quem aprecia gastronomia.

Essas vantagens fazem da compra de fubá da marca Granfino uma escolha atrativa para consumidores que valorizam qualidade, tradição e variedade em seus ingredientes culinários.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conclusão

Após um estudo aprofundado sobre a marca Granfino, é evidente que ela se destaca no mercado alimentício por diversos motivos significativos. Fundada com uma forte ênfase na qualidade e na autenticidade de seus produtos, a Granfino construiu ao longo dos anos uma reputação sólida e confiável entre os consumidores.

A marca Granfino não apenas se compromete com a excelência na produção de temperos, condimentos e ingredientes culinários, mas também valoriza a preservação das tradições gastronômicas brasileiras. Seus produtos não são apenas produtos alimentícios, mas sim portadores de uma herança cultural, proporcionando aos consumidores uma conexão com a rica diversidade da culinária nacional.

Além da qualidade dos produtos, a Granfino também se destaca pela sua capacidade de inovação e adaptação às demandas do mercado contemporâneo. Sempre atenta às necessidades e preferências dos consumidores, a marca continua a expandir sua linha de produtos, oferecendo opções que atendem desde os gostos mais tradicionais até os paladares mais exigentes.

A disponibilidade dos produtos Granfino em supermercados e estabelecimentos comerciais reforça sua acessibilidade e conveniência para os consumidores, garantindo que suas criações culinárias sejam enriquecidas com ingredientes de alta qualidade e confiança.

Portanto, escolher produtos da marca Granfino não apenas garante uma experiência gastronômica superior, mas também é uma escolha que valoriza a tradição, a qualidade e a autenticidade na culinária brasileira. É uma decisão que reflete não apenas o bom gosto na cozinha, mas também o respeito por uma marca que se mantém fiel aos seus princípios e à sua história.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Fubá de milho		
XODÓ		

História

A história da marca Xodó começa em 1980, no município de Ituiutaba, Minas Gerais, Brasil. Fundada por José Costa e Silva, a empresa iniciou suas atividades como uma pequena indústria familiar dedicada à produção de fubá, um dos principais ingredientes da culinária brasileira.

O sucesso inicial da Xodó foi impulsionado pela dedicação à qualidade e ao rigor nos processos de produção. A marca rapidamente ganhou reconhecimento local, ampliando sua clientela e conquistando espaço no mercado regional. Com o tempo, a empresa diversificou sua linha de produtos, incluindo outros derivados do milho, como farinha de milho, canjiquinha e milho para pipoca.

A expansão da Xodó foi acompanhada por investimentos em tecnologia e infraestrutura, que permitiram à empresa aumentar sua capacidade de produção e atender a uma demanda crescente. A marca também passou a adotar práticas de sustentabilidade e responsabilidade social, contribuindo para o desenvolvimento das comunidades locais e minimizando o impacto ambiental de suas operações.

Nos anos seguintes, a Xodó consolidou sua presença no mercado nacional, mantendo o compromisso com a qualidade que sempre caracterizou seus produtos. A empresa se destacou pela combinação de tradição e inovação, oferecendo produtos autênticos e de alta qualidade, que preservam os sabores e as tradições da culinária brasileira.

Atualmente, a marca Xodó é sinônimo de confiança e excelência, reconhecida por consumidores em todo o Brasil. Com um portfólio diversificado e uma sólida reputação construída ao longo de décadas, a Xodó continua a ser uma referência

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

no setor de alimentos, mantendo viva a tradição e a essência que marcaram sua fundação.

Produtos oferecidos

A marca Xodó oferece uma variedade de produtos alimentícios, com foco especialmente em derivados do milho e produtos típicos da culinária brasileira. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca Xodó:

1. Fubá
2. Farinha de Milho
3. Canjica
4. Polenta
5. Farofa Pronta
6. Milho para Pipoca
7. Farinha de Mandioca
8. Feijão
9. Cereais Matinais
10. Biscoitos e Snacks de Milho

Esses produtos refletem a tradição e a qualidade que caracterizam a marca Xodó, sendo utilizados em diversas receitas da culinária brasileira tradicional.

Vantagens e porque adquirir

A aquisição do fubá da marca Xodó oferece inúmeras vantagens e benefícios para os consumidores, destacando-se:

1. **Qualidade Superior**: A marca Xodó é reconhecida pela excelência de seus produtos, assegurando um fubá com textura fina e uniforme, ideal para diversas receitas culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Sabor Autêntico**: O fubá Xodó preserva o sabor genuíno do milho, essencial para a preparação de pratos tradicionais como polenta, bolo de fubá e outras iguarias típicas brasileiras.
3. **Rigor nos Processos de Produção**: A Xodó adota processos de produção rigorosos, desde a seleção do milho até a moagem, garantindo um produto final isento de impurezas e com elevado padrão de qualidade.
4. **Tradição e Confiabilidade**: Com décadas de experiência no mercado, a Xodó é uma marca confiável que conquistou a confiança dos consumidores brasileiros devido à sua consistência e compromisso com a excelência.
5. **Diversificação de Produtos**: Além do fubá, a Xodó oferece uma variedade de produtos derivados do milho, permitindo aos consumidores escolherem entre diferentes opções conforme suas necessidades culinárias.
6. **Compromisso com a Sustentabilidade**: A Xodó investe em práticas sustentáveis, contribuindo para a preservação ambiental e o desenvolvimento das comunidades locais.
7. **Versatilidade Culinária**: O fubá da Xodó pode ser utilizado em uma ampla gama de receitas, tanto doces quanto salgadas, proporcionando versatilidade na cozinha e permitindo a criação de pratos variados.
8. **Valor Nutricional**: O fubá é uma fonte de carboidratos e fibras, essenciais para uma dieta equilibrada, além de conter vitaminas e minerais importantes para a saúde.

Esses benefícios fazem do fubá da marca Xodó uma escolha excelente para consumidores que buscam qualidade, tradição e autenticidade em seus produtos alimentícios.

Conclusão e Importância

A marca Xodó desempenha um papel significativo no setor de alimentos, especialmente no segmento de fubá e derivados do milho. Sua importância é evidenciada por diversos fatores:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Liderança e Tradição**: Com décadas de atuação no mercado, a Xodó consolidou-se como uma marca de referência, valorizada pela sua história e tradição na produção de fubá de alta qualidade.
2. **Compromisso com a Qualidade**: A marca mantém um rigoroso controle de qualidade em todas as etapas de produção, desde a seleção do milho até o produto final. Isso garante que os consumidores recebam um fubá de excelência, com sabor e textura superiores.
3. **Inovação e Diversificação**: A Xodó não apenas preserva a tradição, mas também inova constantemente, diversificando sua linha de produtos para atender às necessidades e preferências dos consumidores modernos.
4. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**: A Xodó investe em práticas sustentáveis e apoia o desenvolvimento das comunidades locais, demonstrando um compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social que vai além da simples produção de alimentos.
5. **Reconhecimento e Confiança do Consumidor**: Ao longo dos anos, a Xodó conquistou a confiança e a lealdade dos consumidores brasileiros, sendo frequentemente associada a produtos de alta qualidade e confiabilidade.
6. **Versatilidade e Aplicabilidade**: O fubá da Xodó é altamente versátil, adequado para uma ampla variedade de receitas tradicionais e contemporâneas, tanto doces quanto salgadas.

Em conclusão, a Xodó é amplamente reconhecida como uma das melhores opções no setor de fubá. Sua combinação de tradição, qualidade, inovação e compromisso com a sustentabilidade faz dela uma escolha preferida entre os consumidores que valorizam produtos autênticos e de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Fubá de milho		
YOKI	Yoki	

História

A Yoki™ foi fundada nos anos 80 por Yoshizo Kitano, empresário e imigrante japonês que tinha como objetivo trazer mais conveniência para a vida das pessoas, por meio de produtos fáceis, acessíveis e de qualidade. Substituiu as farinhas e grãos que eram vendidos à granel por itens pré-embalados, trouxe ao país a pipoca de micro-ondas, criou a farofa pronta e assim, foi revolucionando o mercado ao longo de todos esses anos, sempre pensando em como facilitar a vida das pessoas.

A palavra Yoki™ tem dois significados:

São as duas primeiras letras do nome e sobrenome de seu fundador, Yoshizo Kitano™ (YO - KI). No idioma japonês significa felicidade, realizações, bem-estar e prosperidade.

A marca está presente hoje em 90% dos lares brasileiros e desde 2012, faz parte da General Mills, multinacional norte-americana e quinta maior empresa de alimentos do mundo.

Yoki™ é apaixonada pelo que faz e valoriza fazer parte de todos os momentos da vida de seu consumidor: nas refeições do dia a dia, no churrasquinho com os amigos, na sessão de pipoca com o namorado, na quermesse da festa junina com a criançada e na mesa farta do final de ano.

O objetivo da marca é conectar as pessoas por meio da comida que elas amam!

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios recebidos

- **Prêmios de Qualidade**: Reconhecimentos concedidos por instituições independentes e associações do setor de alimentos, destacando a excelência e a consistência dos produtos Yoki.
- **Certificações de Sustentabilidade**: Prêmios e certificações relacionadas a práticas sustentáveis e responsabilidade social, reconhecendo o compromisso da Yoki com a preservação ambiental e o desenvolvimento das comunidades locais.
- **Prêmios de Inovação**: Reconhecimentos por inovações em produtos e processos, destacando a capacidade da Yoki de se adaptar e liderar o mercado com novas ideias e melhorias contínuas.
- **Prêmios de Popularidade**: Prêmios baseados em pesquisas de opinião pública, onde a marca Yoki é eleita pelos consumidores como a preferida em diversas categorias de produtos alimentícios.

Produtos Oferecidos

A marca Yoki oferece uma ampla gama de produtos alimentícios que abrangem várias categorias. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca:

Produtos Yoki

1. **Pipocas**
   - Pipoca de Micro-ondas
   - Pipoca para Estourar
2. **Snacks**
   - Amendoins (salgados, doces, torrados, etc.)
   - Castanhas e Mix de Nuts
3. **Temperos e Condimentos**
   - Temperos Prontos (como tempero baiano, colorau, etc.)
   - Molhos (como molho de pimenta)
   - Caldos e Sopas
4. **Farofas**
   - Farofa Pronta Tradicional

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Farofa Pronta com Bacon
- Farofa Pronta com Alho

5. **Farinha de Milho e Derivados**
   - Fubá
   - Farinha de Milho Flocada
   - Polentina
6. **Misturas para Bolos e Sobremesas**
   - Misturas para Bolos de Diversos Sabores
   - Misturas para Pudins e Gelatinas
7. **Produtos à Base de Mandioca**
   - Tapioca
   - Polvilho (doce e azedo)
8. **Milho e Derivados**
   - Milho Verde em Conserva
   - Canjica
   - Milho para Pipoca
9. **Produtos para Festa Junina**
   - Paçocas
   - Pé-de-moleque
   - Cocada
10. **Grãos e Cereais**
    - Feijões (diversos tipos)
    - Lentilhas
    - Grão-de-bico
11. **Chás e Bebidas**
    - Chá Mate
    - Chá de Ervas
12. **Cereais Matinais**
    - Flocos de Milho

Esses produtos refletem a diversidade e a abrangência do portfólio da Yoki, que visa atender às necessidades e preferências dos consumidores em várias ocasiões e tipos de culinária.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir Fubá da marca Yoki

Adquirir fubá da marca Yoki oferece diversos benefícios para os consumidores, incluindo:

1. **Qualidade Consistente**: A Yoki é uma marca reconhecida pela sua qualidade, garantindo que o fubá seja produzido com rigorosos padrões de controle de qualidade, resultando em um produto consistente e confiável.
2. **Tradição e Experiência**: Com uma longa história no mercado de alimentos, a Yoki possui vasta experiência na produção de fubá e outros derivados do milho, assegurando produtos de alta qualidade.
3. **Sabor Autêntico**: O fubá da Yoki preserva o sabor natural do milho, o que é essencial para a preparação de receitas tradicionais e autênticas da culinária brasileira.
4. **Versatilidade Culinária**: O fubá da Yoki é versátil e pode ser utilizado em uma ampla variedade de pratos, tanto doces quanto salgados, como polenta, bolos, mingaus e outros.
5. **Disponibilidade e Acessibilidade**: Os produtos Yoki são amplamente distribuídos e facilmente encontrados em supermercados e mercearias em todo o Brasil, facilitando o acesso dos consumidores.
6. **Embalagem Prática**: A Yoki oferece embalagens práticas e de diferentes tamanhos, permitindo que os consumidores escolham a quantidade adequada para suas necessidades, garantindo frescor e facilidade de armazenamento.
7. **Inovação e Variedade**: A Yoki investe constantemente em inovação e diversificação de seu portfólio, oferecendo não apenas fubá, mas também outros produtos derivados do milho, atendendo a diversas preferências e necessidades dos consumidores.
8. **Confiabilidade da Marca**: A Yoki é uma marca estabelecida e respeitada, conhecida por seu compromisso com a qualidade e a satisfação do cliente, o que traz confiança e segurança aos consumidores ao escolherem seus produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esses benefícios fazem do fubá da marca Yoki uma excelente opção para consumidores que buscam qualidade, sabor e praticidade em seus produtos alimentícios.

Conclusão

Adquirir fubá da marca Yoki é uma decisão acertada para os consumidores que buscam qualidade, sabor e confiabilidade em seus produtos alimentícios. Considerando a longa trajetória da Yoki no mercado, marcada por um rigoroso controle de qualidade e um compromisso contínuo com a satisfação do cliente, o fubá da marca se destaca por diversos motivos.

Primeiramente, a qualidade consistente do fubá Yoki é garantida por processos de produção cuidadosos, que preservam o sabor autêntico do milho. Este fator é crucial para a preparação de receitas tradicionais e autênticas da culinária brasileira. Além disso, a versatilidade do fubá permite seu uso em uma ampla gama de pratos, tanto doces quanto salgados, atendendo às diversas necessidades culinárias dos consumidores.

A acessibilidade e a ampla distribuição dos produtos Yoki garantem que os consumidores possam facilmente encontrar e adquirir o fubá, independentemente de sua localização. A embalagem prática e disponível em diferentes tamanhos também oferece conveniência e frescor, facilitando o armazenamento e o uso do produto.

A confiança e a segurança associadas à marca Yoki, devido à sua reputação estabelecida e ao compromisso com a inovação e a sustentabilidade, reforçam ainda mais a escolha do fubá Yoki como uma das melhores opções no mercado. Portanto, adquirir fubá da marca Yoki é optar por um produto de alta qualidade, que alia tradição e inovação, garantindo resultados excelentes na cozinha e a satisfação do consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Gelatina em pó		
APTI	Apti	

História

A marca Apti pertence à empresa Josapar (José Odilo Pedroso de Andrade S/A), uma das principais empresas de alimentos do Brasil. Fundada em 1922, Josapar iniciou suas atividades com a produção e comercialização de arroz e, ao longo do tempo, expandiu sua linha de produtos, adquirindo e desenvolvendo novas marcas, incluindo a Apti.

Apti é uma marca que se destaca por oferecer uma ampla variedade de produtos alimentícios, com foco em praticidade e qualidade. A linha de produtos Apti inclui itens como temperos, condimentos, farinhas, massas, doces e misturas para bolos, entre outros. A marca busca atender às necessidades dos consumidores, oferecendo soluções práticas para o dia a dia na cozinha.

A marca Apti se consolidou no mercado brasileiro devido à qualidade de seus produtos e ao compromisso com a satisfação dos clientes. A empresa investe constantemente em inovação e melhoria de processos para garantir que seus produtos mantenham um alto padrão de qualidade.

Além disso, Apti tem um compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social, promovendo ações que visam a preservação do meio ambiente e o bem-estar das comunidades onde atua.

Produtos oferecidos

A marca Apti oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, focados em praticidade e qualidade para o dia a dia. A linha de produtos inclui:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Temperos e Condimentos**:
    - Caldos em pó
    - Tempero completo
    - Alho picado
    - Sazonadores
2. **Massas**:
    - Macarrão
    - Espaguete
    - Parafuso
    - Penne
3. **Farinhas e Misturas**:
    - Farinha de trigo
    - Farinha de milho
    - Misturas para bolos
    - Misturas para pão de queijo
4. **Doces e Sobremesas**:
    - Gelatinas
    - Pudins
    - Flans
    - Misturas para mousses
5. **Cereais e Grãos**:
    - Milho para pipoca
    - Lentilhas
    - Grão de bico

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Sopas e Cremes**:
    - Sopas instantâneas
    - Cremes
7. **Produtos para Confeitaria**:
    - Coco ralado
    - Leite condensado
    - Creme de leite
8. **Bebidas**:
    - Achocolatados em pó
    - Refrescos em pó

Apti visa atender uma ampla gama de necessidades culinárias, oferecendo produtos que facilitam o preparo de refeições, sobremesas e lanches.

Benfícios da Marca

Adquirir produtos da marca Apti oferece diversos benefícios, destacando-se em várias áreas que são importantes para os consumidores. Aqui estão alguns dos principais benefícios:

1. **Variedade de Produtos**:
    - A Apti oferece uma ampla gama de produtos, incluindo temperos, massas, farinhas, doces, cereais, grãos, sopas, cremes e bebidas. Essa diversidade facilita encontrar todos os itens necessários para o preparo de diversas receitas em um só lugar.
2. **Qualidade e Sabor**:
    - Os produtos Apti são conhecidos por sua qualidade e sabor. A marca investe em matérias-primas selecionadas e processos de produção rigorosos para garantir que os consumidores recebam produtos saborosos e de alta qualidade.
3. **Praticidade**:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Muitos produtos da Apti são práticos e fáceis de usar, como misturas para bolos e sopas instantâneas, que economizam tempo no preparo das refeições sem comprometer o sabor e a qualidade.

4. **Custo-benefício**:
   - Os produtos Apti oferecem um bom custo-benefício, combinando qualidade a preços acessíveis. Isso é especialmente importante para consumidores que procuram produtos de qualidade sem gastar muito.
5. **Confiabilidade**:
   - A marca Apti é parte da Josapar, uma empresa com longa tradição e reconhecimento no mercado alimentício brasileiro. Essa confiança na marca e na empresa garante que os consumidores possam confiar na qualidade e segurança dos produtos.
6. **Inovação**:
   - A Apti está constantemente buscando inovar e trazer novos produtos ao mercado, atendendo às tendências e demandas dos consumidores. Isso significa que os clientes têm acesso a produtos modernos e atualizados.
7. **Compromisso com Sustentabilidade**:
   - A Apti e a Josapar têm um compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social. Isso inclui práticas de produção responsáveis e projetos que beneficiam as comunidades onde atuam.
8. **Disponibilidade**:
   - Os produtos Apti são amplamente distribuídos e podem ser encontrados em diversos pontos de venda, facilitando o acesso para os consumidores.

Esses benefícios tornam os produtos da marca Apti uma escolha atrativa para muitas famílias brasileiras, proporcionando conveniência, qualidade e confiança.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir gelatina da marca apti?

A gelatina Apti é um dos produtos destacados da marca, conhecida por sua qualidade e sabor. Aqui estão algumas características da gelatina Apti:

1. **Sabor Variado**:
   - A gelatina Apti está disponível em diversos sabores, como morango, uva, abacaxi, limão, entre outros, atendendo aos gostos variados dos consumidores.
2. **Qualidade**:
   - A gelatina Apti é produzida com ingredientes de alta qualidade, garantindo uma textura firme e saborosa após o preparo.
3. **Facilidade de Preparo**:
   - A gelatina é fácil de preparar, bastando seguir as instruções na embalagem, o que a torna uma sobremesa prática para qualquer ocasião.
4. **Versatilidade**:
   - Além de ser consumida como sobremesa, a gelatina Apti pode ser utilizada em diversas receitas culinárias, como tortas e mousses, proporcionando versatilidade na cozinha.
5. **Custo-benefício**:
   - A gelatina Apti oferece um excelente custo-benefício, sendo uma opção econômica para sobremesas deliciosas.
6. **Cor e Apresentação**:
   - A gelatina Apti apresenta cores vibrantes e uma aparência atraente, ideal para agradar visualmente em festas e eventos.

Conclusão

Em conclusão, a gelatina Apti é uma ótima opção para quem busca uma sobremesa prática, saborosa e de qualidade. Com sua variedade de sabores e facilidade de preparo, ela atende a diferentes preferências e ocasiões, consolidando a marca Apti como uma escolha excelente no mercado de alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Gelatina em pó		
DR. OETKER		

História

Dr. Oetker é uma empresa alemã que produz fermento em pó, misturas para bolos, iogurtes, pizzas congeladas e pudim.

Também estão incluídos no portfólio uma empresa de frete marítimo, um banco, uma editora, uma empresa de equipamentos de segurança, uma cervejaria e uma série de hotéis de alta classe em toda a Europa.

Fundação

A empresa foi fundada pelo Dr. August Oetker, em 1891, o primeiro produto desenvolvido foi "Backin", uma quantidade fixa de fermento em pó que, quando misturado com 500g de farinha e outros ingredientes, produziu um bolo.

Primeira Guerra Mundial

O filho do Dr. Oetker, *Rudolf*, morreu na Primeira Guerra Mundial. No entanto Rudolf, e sua mulher, *Ida*, tiveram dois filhos, *Rudolf-August* e *Ursula*. Ida Oetker se casou com o Dr. *Richard Kaselowsky*, e posteriormente teve mais quatro filhos.

A expansão internacional

Rudolf August Oetker, neto do Dr. August Oetker, conduziu a empresa entre 1944 e 1981, e durante este período, alcançou o seu maior crescimento. A empresa expandiu sua presença internacional, com a aquisição de muitas empresas ao redor do mundo. Quando Rudolf Oetker deixou o cargo de sua

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

posição de liderança, a 4ª geração da família Oetker assumiu. A propriedade familiar estabeleceu o princípio de gerenciamento que "os interesses da empresa têm prioridade sobre os da família" (Annual Report Dr. August Oetker KG, 2005).

Dr. August Oetker, o bisneto do fundador, lidera a empresa desde 1981. Sob seu comando foi aberta uma investigação sobre a história da empresa durante a 2ª Guerra Mundial, e descobriu-se que o diretor-executivo da companhia na época, Richard Kaselowsky, filiou-se ao Partido Nazista e doou grandes somas de dinheiro ao líder da SS, Heinrich Himmler. [1]

Segunda Guerra Mundial

A empresa participa do fundo de compensação por trabalho forçado,[2] uma organização de empresas alemãs assumiu a responsabilidade por trabalhos forçados durante a Segunda Guerra Mundial.

Atuação no Brasil

No Brasil, a empresa tem uma fábrica em São Paulo. É a principal fornecedora de sobremesas em pó, pizzas congeladas e chás. Estabeleceu-se no Brasil a partir de 1954.[3]

Em resumo, a história da marca Dr. Oetker começa em 1891, na cidade de Bielefeld, na Alemanha, quando o farmacêutico Dr. August Oetker desenvolveu um fermento em pó revolucionário chamado "Backin". Esse produto foi o primeiro fermento em pó embalado em porções individuais, garantindo resultados consistentes na panificação. A inovação de Dr. Oetker rapidamente se tornou popular e estabeleceu a base para o crescimento da empresa.

A empresa Dr. Oetker foi oficialmente fundada em 1891 e, ao longo dos anos, expandiu sua linha de produtos para incluir uma ampla gama de itens alimentícios, como misturas para bolos, pudins, sobremesas instantâneas, pizzas congeladas e ingredientes para panificação. O compromisso com a qualidade e a inovação continua sendo uma característica central da marca.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Expansão Internacional: No século XX, a Dr. Oetker começou a expandir internacionalmente, estabelecendo filiais em vários países e adaptando seus produtos aos gostos e preferências locais. Hoje, a marca está presente em mais de 40 países e é reconhecida mundialmente pela qualidade e confiabilidade de seus produtos.

Diversificação: Além dos produtos alimentícios, a Dr. Oetker diversificou suas operações em outras áreas, incluindo serviços de catering, hotéis e até mesmo transporte marítimo, embora o núcleo da empresa continue sendo a produção de alimentos.

Inovação e Sustentabilidade: A empresa mantém um forte foco em inovação, investindo em pesquisa e desenvolvimento para criar novos produtos e melhorar os existentes. Além disso, a Dr. Oetker está comprometida com a sustentabilidade e responsabilidade social, implementando práticas de produção sustentáveis e apoiando várias iniciativas sociais e ambientais.

Legado Familiar: Dr. Oetker continua sendo uma empresa familiar, com a quarta geração da família Oetker ainda envolvida na gestão da empresa. Esse legado familiar tem sido fundamental para manter os valores e a visão original do fundador.

Em resumo, a Dr. Oetker é uma marca com uma longa história de inovação e qualidade, que continua a evoluir e expandir sua presença global, oferecendo uma ampla gama de produtos que são sinônimos de confiança e excelência.

Produtos oferecidos

A marca Dr. Oetker oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, abrangendo várias categorias. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela Dr. Oetker:

1. **Misturas para Bolos e Sobremesas**:
    - Misturas para bolos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Misturas para muffins
- Misturas para tortas
- Pudins instantâneos
- Mousses
- Sobremesas geladas

2. **Fermentos e Ingredientes para Panificação**:
   - Fermento em pó
   - Fermento biológico seco
   - Açúcar de baunilha
   - Gelatina em folhas e em pó
   - Cacau em pó
   - Amido de milho
3. **Pizzas Congeladas**:
   - Pizzas tradicionais
   - Pizzas gourmet
   - Pizzas para micro-ondas
4. **Produtos para Confeitaria**:
   - Coberturas e recheios
   - Granulados e confeitos
   - Decorações para bolos
   - Fondants e pastas de açúcar
5. **Sobremesas Instantâneas**:
   - Flans
   - Cremes

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6. **Produtos para Preparação de Receitas**:
    - Gelatinas de diversos sabores
    - Cremes para recheio

7. **Snacks e Lanches**:
    - Barras de cereal
    - Sobremesas prontas
8. **Cremes e Coberturas**:
    - Chantilly em pó
    - Coberturas de chocolate
9. **Produtos Internacionais (disponíveis em alguns mercados)**:
    - Produtos de panificação específicos para alguns países
    - Sobremesas tradicionais de diferentes culturas

A Dr. Oetker é reconhecida por sua qualidade e inovação, oferecendo produtos que facilitam o preparo de receitas deliciosas e práticas.

Premios recebidos

A marca Dr. Oetker, com sua longa história de inovação e qualidade, recebeu vários prêmios e reconhecimentos ao longo dos anos. Alguns dos prêmios notáveis incluem:

1. **Prêmio de Inovação**:
    - A Dr. Oetker frequentemente recebe prêmios por suas inovações em produtos alimentícios, destacando-se pela criação de novas

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

categorias de produtos e pela melhoria contínua de suas ofertas existentes.

2. **Prêmios de Sustentabilidade**:
    - A empresa foi reconhecida por suas práticas sustentáveis e responsabilidade social. Isso inclui prêmios por iniciativas de redução de emissões de carbono, uso sustentável de recursos e programas de responsabilidade corporativa.

3. **Prêmios de Qualidade**:
    - Diversos produtos da Dr. Oetker foram premiados por sua qualidade superior. Estes prêmios são frequentemente concedidos por associações de consumidores e institutos de qualidade alimentar.

4. **Prêmios de Embalagem**:
    - A Dr. Oetker também recebeu prêmios pela inovação em design de embalagens, focando em praticidade, sustentabilidade e apelo visual.

5. **Prêmios de Marca**:
    - A marca Dr. Oetker tem sido reconhecida como uma das marcas mais confiáveis e respeitadas no setor de alimentos, recebendo prêmios que refletem a confiança e lealdade dos consumidores.

6. **Prêmios de Responsabilidade Social**:
    - A empresa foi premiada por seu compromisso com a responsabilidade social, incluindo iniciativas de apoio a comunidades, educação e programas de saúde.

Esses prêmios são um testemunho do compromisso contínuo da Dr. Oetker com a qualidade, inovação e responsabilidade social, solidificando sua posição como uma das principais marcas de alimentos no mundo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir?

Adquirir gelatina da marca Dr. Oetker é uma excelente escolha devido a vários fatores baseados no histórico e na reputação da marca. Aqui estão algumas razões convincentes:

1. **Qualidade e Confiabilidade**:
    - A Dr. Oetker é conhecida por seu compromisso com a qualidade. Desde sua fundação em 1891, a empresa tem mantido altos padrões de produção, garantindo que seus produtos, incluindo a gelatina, sejam sempre de alta qualidade.
2. **Sabor e Variedade**:
    - A gelatina Dr. Oetker está disponível em uma ampla variedade de sabores, atendendo a diferentes preferências dos consumidores. A diversidade de opções torna mais fácil encontrar sabores que agradem a toda a família.
3. **Facilidade de Preparo**:
    - As gelatinas da Dr. Oetker são simples e rápidas de preparar, proporcionando uma sobremesa prática e deliciosa. As instruções claras e precisas garantem que qualquer pessoa possa preparar a gelatina com facilidade.
4. **Inovação**:
    - A Dr. Oetker investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento para melhorar seus produtos. Isso inclui a criação de novas variedades e sabores de gelatina, bem como melhorias na textura e na qualidade geral do produto.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Saúde e Nutrição**:
    - A gelatina é uma sobremesa leve e pode ser uma opção saudável para incluir na dieta. A Dr. Oetker oferece gelatinas com diferentes perfis nutricionais, incluindo versões com menos açúcar.
6. **História e Reputação**:
    - A longa história da Dr. Oetker e sua reputação global como uma marca confiável reforçam a confiança dos consumidores em seus produtos. A marca tem sido sinônimo de qualidade e inovação por mais de um século.
7. **Prêmios e Reconhecimentos**:
    - A Dr. Oetker recebeu diversos prêmios por sua qualidade e inovação, o que reflete a excelência contínua de seus produtos. Esses prêmios são uma prova adicional de que a gelatina da Dr. Oetker é uma escolha confiável e de alta qualidade.
8. **Compromisso com a Sustentabilidade**:
    - A empresa está comprometida com práticas de produção sustentáveis, o que significa que ao escolher produtos da Dr. Oetker, os consumidores também estão apoiando uma empresa que se preocupa com o meio ambiente.

Conclusão

Em conclusão, adquirir gelatina da marca Dr. Oetker é uma ótima opção para quem busca uma sobremesa saborosa, de alta qualidade e fácil de preparar, respaldada por uma marca com uma longa história de excelência e inovação.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Gelatina em pó		
SOL		

História

Uma das marcas mais icônicas do Brasil, a SOL tem novidades com reformulação completa da linha de produtos, baseada em um novo posicionamento de mercado. Presente há 116 anos na mesa dos brasileiros e um dos carros-chefe da J.Macêdo, a marca capturou as novas tendências do mercado ao mesmo tempo em que resgatou sua tradição e pioneirismo. O resultado é uma linha mais robusta, com produtos saborosos e de alta qualidade; e que, por um preço competitivo, alcançam consumidores de diferentes perfis e se encaixam em todos os momentos do dia.

Com 39 produtos, o novo portfólio de SOL reforça sua atuação em categorias já consagradas, como farinhas de trigo, misturas para bolos e gelatinas, e marca ainda mais presença nos segmentos de biscoitos e snacks. A previsão é de que as novidades cheguem às lojas ao longo do mês de abril oferecendo mais praticidade para os consumidores.

Segundo Andréia Fukuda, gerente de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo, SOL também ganhou uma repaginação na identidade visual dos produtos, cuidadosamente trabalhada para retratar a versatilidade, jovialidade e diversão da marca e proporcionar maior visibilidade nos pontos de venda. O novo design contemporâneo resgatou a cor branca das embalagens — uma referência histórica da marca.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

As misturas para bolos voltam a ser comercializadas em caixinha com a volta de receitas campeãs de vendas, nos sabores Baunilha, Chocolate, Chocolate com Morango, Laranja, Coco, Festa, Floresta Negra, Milho Cremoso e Limão. As gelatinas nas opções de Morango, Uva, Abacaxi, Framboesa, Cereja e Limão trazem novos insumos e melhorias nos aromas.

A linha de biscoitos, que já contava com o tipo Cream Cracker, agora também oferece para o público a versão Água e Sal, ambos em embalagens de 350g para toda a família. Nesta mesma categoria, outra novidade é a incorporação dos produtos que eram comercializados com a marca Águia, também da J.Macêdo, ao portfólio de SOL, agregando os biscoitos salgados finos Sol Salt, nas versões tradicional e integral, nos tamanhos 120g e 360g.

Já o segmento de snacks mantém o consagrado SOL HITS, nos sabores Original, Queijo, Presunto, Churrasco e Cebola e Salsa com 80g, e ganha o reforço da linha Levinho's SOL, na prática versão on the go (50g), crocante e assada, nos sabores Bacon, Churrasco, Cebola e Salsa, Pimenta e Presunto.

Desde o seu lançamento em 1906, a trajetória de SOL foi marcada por inovações.
A essência da marca foi, portanto, a bússola para a construção do novo posicionamento.
"A SOL foi a primeira mistura doméstica para bolos do Brasil. A reinvenção está no nosso DNA.
É uma marca icônica, que sempre foi orientada pelos consumidores.
Buscamos compreender o desejo deles para nos antecipar às suas demandas, combinando qualidade e sabor.
As novidades certamente agradarão a todos", diz Andréia Fukuda reforçando que o plano de divulgação da marca conta também com ações de marketing, plataforma de mídia digital, promoções e degustações em pontos de venda.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos oferecidos

Biscoitos doces:

- Biscoito DOLCE PLUS Doce Leite 350g
- Biscoito DOLCE PLUS Sabor Café 360g
- Biscoito DOLCE PLUS Sabor Torta de Maçã 360g
- Biscoito Maisena 350g
- Biscoito Maria 350g
- Biscoito Leite 350g

Biscoitos salgados:

- Biscoito SALT PLUS Sabor Manteiga 360g
- Biscoito SALT PLUS Sabor Gergelim 360g
- Biscoito BREAK Original 25g
- Biscoito BREAK Queijo 25g
- Biscoito BREAK Integral 150g
- Biscoito Salgado HITS Original 80g
- Biscoito Salgado HITS Cebola e Salsa 80g
- Biscoito Salgado HITS Churrasco 80g
- Biscoito Salgado HITS Presunto 80g
- Biscoito Salgado HITS Queijo 80g
- Biscoito Salgado Salt Original 120g
- Biscoito Salgado Salt Original 360g
- Biscoito Salgado Salt Integral 120g
- Biscoito Salgado Salt Integral 360g
- Biscoito Água e Sal 350g
- Biscoito Cream Cracker 350g

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Salgadinhos:

- Salgadinho Levinho's Pimenta Jalapeno 90g
- Salgadinho Levinho's Pepperoni 90g
- Salgadinho Levinho's Costelinha com Limão 90g
- Salgadinho Levinho's Presunto 50g
- Salgadinho Levinho's Pimenta 50g
- Salgadinho Levinho's Churrasco 50g
- Salgadinho Levinho's Cebola e Salsa 50g
- Salgadinho Levinho's Bacon Sol 50g

Farinhas:

- Farinha de Trigo Tradicional 1kg
- Farinha de Trigo Tradicional 5kg

Gelatinas:

- Gelatina Incolor e Sem Sabor Sol 12g
- Gelatina vermelha e sem sabor Sol 12g
- Gelatina de Amora 20g
- Gelatina de Maracujá 20g
- Gelatina de Cereja 20g
- Gelatina de Limão 20g
- Gelatina de Uva 20g
- Gelatina de Framboesa 20g
- Gelatina de Morango 20g
- Gelatina de Abacaxi 20g

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Misturas:

- Mistura para Bolo Floresta Negra 400g
- Mistura para Bolo Milho Cremoso 400g
- Mistura para Bolo Festa 400g
- Mistura para Bolo Coco 400g
- Mistura para Bolo Limão 400g
- Mistura para Bolo Chocolate 400g
- Mistura para Bolo Laranja 400g
- Mistura para Bolo Chocolate com Morango 400g
- Mistura para Bolo Baunilha 400g

Porque adquirir gelatina SOL

Vantagens em adquirir produtos desta marca:

1. **Tradição e História**: A SOL tem uma trajetória de 116 anos no mercado brasileiro, sendo uma marca icônica que se mantém presente na mesa dos brasileiros. Isso demonstra sua confiança e reputação consolidadas ao longo do tempo.
2. **Qualidade e Sabor**: A reformulação da linha de produtos da SOL visa oferecer produtos saborosos e de alta qualidade. A gelatina da marca foi aprimorada com novos insumos e melhorias nos aromas, garantindo uma experiência gustativa superior.
3. **Variedade de Sabores**: A gelatina SOL está disponível em diversos sabores, como Morango, Uva, Abacaxi, Framboesa, Cereja e Limão. Isso proporciona opções para atender diferentes preferências e momentos de consumo.
4. **Preço Competitivo**: Os produtos da SOL são oferecidos por um preço competitivo, o que os torna acessíveis e atrativos para consumidores de diferentes perfis econômicos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Inovação e Adaptabilidade**: A marca capturou as novas tendências de mercado ao mesmo tempo em que resgatou sua tradição e pioneirismo. Isso significa que a SOL está atenta às demandas dos consumidores e se adapta às mudanças no cenário de consumo.

6. **Identidade Visual e Embalagem**: A repaginação na identidade visual dos produtos, com embalagens contemporâneas e a cor branca histórica da marca, proporciona maior visibilidade nos pontos de venda, transmitindo jovialidade, versatilidade e diversão.

7. **Facilidade de Encontrar**: Com um portfólio robusto e presença ampliada em diversas categorias, incluindo gelatinas, biscoitos e misturas para bolos, os produtos SOL são facilmente encontrados nas lojas, oferecendo praticidade aos consumidores.

Essas vantagens destacam por que adquirir gelatina e outros produtos da marca SOL pode ser uma escolha excelente, combinando qualidade, variedade, tradição e inovação.

Conclusão

Baseado no estudo da marca SOL, é evidente que ela se destaca como uma excelente opção para gelatina no mercado brasileiro. Com mais de um século de história, a SOL reafirma sua posição com uma reformulação completa de produtos, enfatizando qualidade, sabor e variedade. A gelatina SOL não apenas oferece uma ampla gama de sabores atrativos, como Morango, Uva, Abacaxi, entre outros, mas também é aprimorada com novos insumos e melhorias nos aromas, garantindo uma experiência sensorial de alto nível. Além disso, sua nova identidade visual reflete modernidade e jovialidade, aumentando sua visibilidade nos pontos de venda. Com preço competitivo e um portfólio robusto que abrange diversas categorias alimentícias, a SOL se posiciona como uma escolha versátil e confiável para consumidores que buscam qualidade e praticidade em seus produtos. Assim, escolher gelatina da marca SOL é optar por tradição, inovação e um compromisso contínuo com a satisfação do consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Gelatina em pó		
ROYAL		

História

A Royal é uma marca icônica de produtos como fermento em pó, gelatina e pudim, com uma história rica e influente no cenário mundial:

A história da Royal teve início em 1866, na Pensilvânia, EUA, quando os irmãos Cornelius Hoagland e Joseph Hoagland estabeleceram uma parceria para produzir fermento em pó, lançando assim o "Royal Baking Powder". Em 1873, com a entrada de novos investidores, William Ziegler e John H. Seal, a empresa expandiu significativamente, resultando na fundação da Royal Baking Powder Company.

Durante as décadas seguintes, a Royal continuou a inovar, expandindo sua linha de produtos. Em 1925, introduziu a gelatina em seu portfólio, seguida pelo pudim em 1930. Essas sobremesas rápidas e convenientes logo se tornaram extremamente populares entre os consumidores.

A marca Royal expandiu seu alcance globalmente, chegando à América Latina e estabelecendo presença no Brasil a partir de 1923, inicialmente importando seus produtos dos Estados Unidos. Na década de 1930, a Royal começou a fabricar seus produtos localmente no Brasil, consolidando ainda mais sua presença no mercado brasileiro.

Em 2012, a Mondelēz International assumiu a administração da marca Royal, continuando sua tradição de excelência e inovação na produção de ingredientes essenciais para a culinária e sobremesas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Assim, ao longo de mais de um século, a Royal se destacou não apenas por sua qualidade e variedade de produtos, mas também por sua capacidade de adaptar-se às demandas do mercado e expandir sua presença globalmente, mantendo-se como uma marca de confiança para chefs amadores e profissionais em todo o mundo.

Produtos disponíveis da marca

A marca Royal oferece uma variedade de produtos essenciais para a culinária e sobremesas, incluindo:

1. **Fermento em pó**: Produto fundamental para o crescimento de massas em panificação.
2. **Gelatina**: Sobremesa em pó que pode ser preparada de forma rápida e fácil, disponível em diversos sabores.
3. **Pudim**: Opção rápida e conveniente para sobremesa, também disponível em várias versões.

Esses produtos são utilizados tanto por consumidores domésticos quanto por profissionais da culinária, destacando-se pela qualidade e praticidade que oferecem na preparação de diversos pratos e sobremesas.

Vantagens em adquirir produtos royal

Adquirir produtos da marca Royal oferece várias vantagens significativas:

1. **Qualidade Reconhecida**: A Royal tem uma longa história de excelência na produção de fermento em pó, gelatina e pudim, sendo reconhecida mundialmente pela qualidade e confiabilidade de seus produtos.
2. **Tradição e Experiência**: Com mais de um século de experiência, a Royal é uma marca que os consumidores confiam para obter resultados consistentes em suas receitas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de opções, desde fermento em pó essencial para panificação até sobremesas prontas como gelatina e pudim, atendendo a diferentes necessidades culinárias.

4. **Facilidade de Preparo**: Os produtos Royal são projetados para oferecer praticidade e facilidade de preparo, permitindo que os consumidores preparem pratos e sobremesas de maneira rápida e eficiente.

5. **Popularidade e Aceitação**: Os produtos da Royal são amplamente aceitos e populares, tanto entre chefs profissionais quanto entre amantes da culinária doméstica, garantindo resultados satisfatórios em cada uso.

6. **Inovação Contínua**: A marca continua a inovar e expandir seu portfólio para atender às necessidades e tendências atuais do mercado, mantendo-se relevante e atualizada.

Essas vantagens destacam por que adquirir produtos da marca Royal é uma escolha confiável e vantajosa para chefs e entusiastas da culinária em todo o mundo.

Gelatina Royal

A gelatina Royal é reconhecida por sua qualidade e facilidade de preparo, sendo uma escolha popular entre consumidores que buscam sobremesas rápidas e saborosas. Disponível em uma variedade de sabores, como morango, uva, abacaxi, entre outros, a gelatina Royal se destaca pela sua textura suave e pelos aromas naturais que proporcionam uma experiência gustativa agradável.

Conclusão

Com base na reputação consolidada da marca Royal, sua longa história de excelência na produção de gelatinas e outros produtos culinários, e a confiança que inspira em chefs e consumidores, é evidente que a gelatina Royal é uma excelente opção. Seja para uma sobremesa rápida em casa ou para uso profissional em estabelecimentos comerciais, a qualidade e a variedade oferecidas pela gelatina Royal garantem satisfação em cada preparo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Goiabada		
PREDILECTA	Predilecta Feito com amor	

História

Predilecta Alimentos Ltda é uma empresa brasileira produtora de alimentos, fundada em 1990. Possui, em seu catálogo, mais de 200 produtos, dentre os quais estão doces, geleias, atomatados, vegetais, molhos, condimentos, entre outros. Se encontra atualmente como líder no segmento de produção de goiabadas (doces) e vegetais (milho e ervilha) e em segundo lugar na produção de molhos (em stand-up). Também exporta, segundo divulgação, para mais de 55 países.

A história da Predilecta Alimentos começa em 1990, no interior do estado de São Paulo, na cidade de Matão, onde fez surgir o maior centro de produção de goiabas do Brasil. Desde o início, a empresa desenvolveu uma sólida parceria com microprodutores e produtores rurais, uma proximidade que permite até hoje a colheita, o transporte e o processamento de frutas no mesmo dia.

Com o passar dos anos, a Predilecta Alimentos se transformou na maior processadora de goiabas do mundo. E no paralelo a essa grande conquista, a empresa entendeu a necessidade de ter um mix de produtos que satisfizesse o desejo dos consumidores. Assim, investindo em tecnologia de ponta, a Predilecta Alimentos se constituiu em uma empresa sólida, responsável por dar um novo tempero à indústria alimentícia nacional, marcando posição no mercado com molhos, atomatados, vegetais em conserva, condimentos, doces, geleias e gelatinas e incorporando grandes e reconhecidas marcas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A qualidade e os diferenciais entregues em cada produto levaram a Predilecta a trabalhar em um incrível projeto de expansão. Nascia então uma das maiores companhias alimentícias do país, com um extenso mix de produtos, englobando mais de 900 itens, com 17 marcas que se destacam em vários momentos do dia dos consumidores brasileiros.

Produtos da marca

A Predilecta é uma marca brasileira conhecida por sua variedade de produtos alimentícios. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Molhos e Temperos**: Molho de tomate, ketchup, mostarda, maionese, molhos prontos para massas e carnes.
2. **Conservas**: Milho verde, ervilha, seleta de legumes, palmito, azeitonas, picles, champignon.
3. **Doces e Compotas**: Geléias de frutas, goiabada, doce de leite, compotas de frutas.
4. **Frutas em Calda**: Pêssegos, figos, abacaxis e outras frutas em calda.
5. **Vegetais Enlatados**: Beterraba, cenoura, chuchu, mandioquinha, entre outros.
6. **Feijões e Grãos**: Feijão, lentilha, grão-de-bico, ervilha seca.
7. **Polpas e Purês de Frutas**: Polpas de frutas diversas e purês de frutas.
8. **Sopas e Cremes**: Sopas prontas e cremes de legumes.
9. **Caldos e Temperos Prontos**: Caldos de carne, frango, legumes, além de temperos prontos.
10. **Massas**: Massas secas como macarrão e lasanha.
11. **Azeites e Vinagres**: Azeites de oliva e vinagres.
12. **Farinhas e Misturas**: Farinhas de trigo, de milho, misturas para bolos e pudins.
13. **Leite de Coco e Coco Ralado**: Leite de coco em pó e coco ralado.
14. **Cereais e Barrinhas**: Cereais matinais e barrinhas de cereais.
15. **Bebidas**: Sucos prontos para beber e bebidas à base de soja.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Essa é uma lista geral e a disponibilidade dos produtos pode variar de acordo com a região e o ponto de venda.

Importância no setor

A marca Predilecta tem uma importância significativa no setor de goiabada por diversos motivos:

1. **Tradição e História**: A Predilecta é uma marca tradicional e reconhecida no mercado de alimentos, o que confere credibilidade aos seus produtos de goiabada.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de produtos de goiabada, atendendo a diferentes preferências dos consumidores, como goiabada cascão, cremosa, em tabletes, entre outros.
3. **Qualidade Reconhecida**: A Predilecta é conhecida por oferecer produtos de alta qualidade, utilizando ingredientes selecionados e processos de produção cuidadosos.
4. **Sabor e Textura**: As goiabadas da Predilecta são reconhecidas pelo seu sabor autêntico de goiaba e pela sua textura suave e cremosa.
5. **Inovação e Diversificação**: A marca busca constantemente inovar e diversificar sua linha de produtos de goiabada, oferecendo opções que atendam às demandas do mercado.
6. **Sustentabilidade**: A Predilecta adota práticas sustentáveis em sua produção, o que é valorizado por consumidores que se preocupam com o meio ambiente.
7. **Preço Acessível**: As goiabadas da Predilecta têm um preço acessível, o que as torna uma opção acessível para um grande público.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

8. **Presença no Mercado**: A marca Predilecta tem uma presença significativa no mercado de goiabada, o que aumenta sua visibilidade e alcance.
9. **Reconhecimento da Marca**: A marca Predilecta é reconhecida e respeitada no mercado, o que aumenta sua credibilidade entre os consumidores.

Esses fatores contribuem para a importância da marca Predilecta no setor de goiabada, pois ela se destaca pela qualidade, variedade, inovação e sustentabilidade de seus produtos, conquistando a confiança e a preferência dos consumidores.

Análise das vantagens

Adquirir goiabada da marca Predilecta oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Goiabas de Qualidade**: A Predilecta seleciona cuidadosamente as goiabas, garantindo produtos frescos e saborosos.
2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Predilecta é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes das goiabas, mantendo sua qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: A goiabada da Predilecta mantém boa parte dos nutrientes das goiabas, como vitaminas e fibras.

Variedade e Opções

1. **Diversidade de Produtos**: A Predilecta oferece uma variedade de produtos de goiabada, como goiabada cascão, goiabada cremosa e goiabada em tabletes, atendendo a diferentes gostos e preferências.
2. **Sabores Diferenciados**: Além da goiabada tradicional, a marca oferece sabores diferenciados, como goiabada com queijo e goiabada com pimenta, proporcionando opções para todos os paladares.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Embalagens Diversificadas**: A Predilecta disponibiliza a goiabada em embalagens práticas e variadas, como potes, barras e porções individuais, adequadas para diferentes necessidades de consumo.

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronta para Consumo**: A goiabada da Predilecta é pronta para consumo, sendo uma opção prática para sobremesas e lanches.
2. **Versatilidade de Uso**: Além de ser consumida pura, a goiabada da Predilecta pode ser utilizada em diversas receitas, como bolos, tortas, doces e sobremesas.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: A goiabada da Predilecta possui um sabor autêntico de goiaba, proporcionando uma experiência sensorial agradável.
2. **Textura Agradável**: A textura da goiabada Predilecta é suave e cremosa, garantindo uma sensação agradável ao paladar.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Predilecta adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação ambiental

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: A goiabada da Predilecta oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção acessível para consumidores de diferentes perfis econômicos.

Conclusão

Adquirir goiabada da marca Predilecta proporciona uma combinação de qualidade, variedade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando a goiabada Predilecta uma escolha confiável e deliciosa para sobremesas e receitas diversas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Goiabada		
AMORE		

A marca "Amore" é reconhecida no mercado brasileiro pela produção de goiabada, um doce tradicional feito a partir da goiaba. Aqui estão algumas informações gerais sobre a marca e seus produtos:

História

A marca "Amore " foi criada com o objetivo de oferecer produtos de alta qualidade, mantendo a tradição da goiabada artesanal brasileira. Desde sua fundação, a empresa se comprometeu com processos de produção que valorizam a autenticidade e o sabor natural da goiaba.

Produtos oferecidos

A "Amore" oferece uma variedade de produtos derivados da goiaba, incluindo:

- **Goiabada Cascão**: Feita com pedaços inteiros de goiaba, proporcionando uma textura única.
- **Goiabada Cremosa**: Uma versão mais suave e fácil de espalhar, ideal para consumo com queijos e pães.
- **Goiabada em Barra**: A forma mais tradicional, geralmente utilizada em sobremesas e acompanhamentos.

Processos de Produção

A marca se destaca pelo uso de técnicas artesanais combinadas com controles rigorosos de qualidade. A produção é feita com goiabas selecionadas, garantindo um produto final de excelente sabor e textura.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sustentabilidade

A "Amore" também demonstra preocupação com práticas sustentáveis, buscando minimizar o impacto ambiental de suas operações e apoiar o desenvolvimento das comunidades locais.

Reconhecimento

Embora não haja uma lista específica de prêmios, a marca é reconhecida pela qualidade e autenticidade de seus produtos, conquistando a fidelidade dos consumidores que valorizam a tradição e o sabor da goiabada artesanal.

Distribuição

Os produtos da "Amore" são amplamente distribuídos em supermercados, mercearias e lojas especializadas em todo o Brasil, facilitando o acesso dos consumidores a seus doces de alta qualidade.

Vantagens e Benefícios da marca

Adquirir goiabada da marca Amore oferece várias vantagens e destaca a importância desta escolha para os consumidores que buscam qualidade, tradição e sabor. Aqui estão alguns pontos que ilustram essas vantagens:

Importância da Marca Amore de Goiabada

1. **Tradição e Autenticidade**: A Amore de Goiabada é conhecida por preservar a tradição da goiabada artesanal brasileira, oferecendo produtos que mantêm o sabor e a autenticidade do doce original.
2. **Compromisso com a Qualidade**: A marca se compromete com elevados padrões de qualidade, desde a seleção das goiabas até o processo de produção, garantindo um produto final de excelente sabor e textura.
3. **Sustentabilidade**: A Amore de Goiabada adota práticas sustentáveis em suas operações, contribuindo para a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento das comunidades locais.

Vantagens de Adquirir Goiabada da Marca Amore

1. **Sabor Autêntico**: A goiabada da marca Amore é produzida com goiabas selecionadas, garantindo um sabor autêntico e natural que agrada aos paladares mais exigentes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece diferentes formas de goiabada, como cascão, cremosa e em barra, atendendo a diversas preferências e necessidades culinárias.
3. **Versatilidade Culinária**: A goiabada Amore pode ser usada em uma ampla variedade de receitas, desde sobremesas tradicionais como o Romeu e Julieta até ingredientes para bolos, tortas e acompanhamentos.
4. **Consistência e Textura**: A produção artesanal combinada com controles rigorosos de qualidade assegura uma consistência e textura ideais, seja na versão cremosa ou em pedaços.
5. **Embalagens Práticas**: A Amore de Goiabada oferece embalagens práticas que facilitam o armazenamento e o consumo do produto, mantendo sua frescura e sabor por mais tempo.
6. **Reconhecimento e Confiança**: A marca é reconhecida e confiável, sendo uma escolha preferida entre os consumidores que valorizam produtos de alta qualidade e tradição.

Conclusão

Considerando a análise da marca Amore de Goiabada, fica evidente que esta é uma excelente opção para os consumidores que buscam produtos de alta qualidade, autenticidade e sabor. A marca se destaca pela sua tradição na produção artesanal de goiabada, preservando o sabor natural e genuíno da goiaba, o que é altamente valorizado pelos consumidores.

Além disso, a Amore de Goiabada adota práticas sustentáveis e possui um compromisso sólido com a qualidade em todas as etapas de sua produção. A variedade de produtos oferecidos pela marca, como goiabada cascão, cremosa e em barra, atende às diversas necessidades culinárias, proporcionando versatilidade na cozinha.

A confiança e o reconhecimento da marca no mercado, combinados com a consistência e a textura ideais de seus produtos, reforçam ainda mais a sua posição como uma escolha preferida entre os consumidores. Portanto, adquirir goiabada da marca Amore é optar por um produto que alia tradição, qualidade e responsabilidade, garantindo uma experiência gastronômica satisfatória e autêntica.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Goiabada		
RESERVA DE MINAS	RESERVA DE MINAS DA FAZENDA PARA SUA CASA	

História Reserva de Minas

Localizada à rodovia BR 267, zona rural do município de Machado/MG, a Reserva de Minas surgiu com pequenas vendas para amigos de potes de doces de Nata Suíça em 1998. As vendas começaram a crescer, e então, o Doce Nata Suíça, foi registrado e patenteado. Depois de algum tempo, a linha foi ampliada e a produção se estendeu com doces de leites convencional e doces de frutas em pasta e em calda. Os produtos foram sendo vendidos em cidades próximas a Machado, e com o alto padrão de qualidade, logo atingiram diversos pontos de vendas conceituados em todo país. Desde, 2006, os doces são exportados para 4 países (Canadá, Estados Unidos, Alemanha e Portugal). Segundo todas as exigências da ANVISA para as frutas e SIF/DIPOA para uso do leite, a Reserva de Minas não gera nenhum tipo de poluentes ao meio ambiente, reaproveitando todos os resíduos da fabricação. Tudo isso para seguir nosso rígido controle de qualidade e sempre atender com excelência nossos clientes.

Socialmente e Ambientalmente Responsável

A Reserva de Minas acredita no bem-estar de sua equipe e colaboradores disponibilizando a todos uma área de convivência, lazer e treinamentos.

A Reserva de Minas também está envolvida com sua comunidade, apoiando projetos socioeconômicos que visam a melhor qualidade de vida da sociedade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A preocupação com o meio ambiente é levada em conta para todos os projetos de investimentos, desde manufatura a embalagens, economia de água na cadeia produtiva e com foco na busca por soluções para o tratamento de resíduos gerados pela indústria e utilização de matérias primas recicláveis.

Missão

Criar e produzir produtos com o mais alto nível de excelência, gerando experiências inesquecíveis para consumidores e valor para nossos clientes.

Visão

Ser a empresa no segmento de bens de consumo, que agregue valor no negócio dos nossos clientes com produtos inovadores, gerando satisfação e fidelização dos consumidores.

Valores

Satisfação dos clientes; Transparência; Valorização das Pessoas; Responsabilidade Social, Ambiental e Econômica.

Produtos Reserva de Minas

A marca Reserva de Minas é conhecida por sua variedade de produtos alimentícios tradicionais brasileiros, com um foco especial em doces artesanais. Aqui está uma lista com alguns dos principais produtos oferecidos pela Reserva de Minas:

1. **Doces em Barra**
    - Goiabada
    - Marmelada
    - Doce de Leite com Coco
    - Doce de Leite com Ameixa
2. **Doces Cremosos**

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Doce de Leite Cremoso
- Goiabada Cremosa
- Doce de Abóbora Cremoso
- Doce de Mamão Cremoso

3. **Compotas**
   - Compota de Abóbora
   - Compota de Figo
   - Compota de Mamão
   - Compota de Pêssego
4. **Geleias**
   - Geleia de Goiaba
   - Geleia de Amora
   - Geleia de Morango
   - Geleia de Laranja
5. **Cocadas**
   - Cocada Branca
   - Cocada Queimada
   - Cocada com Leite Condensado
6. **Pé-de-moleque**
   - Pé-de-moleque Tradicional
   - Pé-de-moleque com Chocolate
7. **Doce de Abóbora**
   - Doce de Abóbora em Pedaços
   - Doce de Abóbora com Coco

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

8. **Rapaduras**
    - Rapadura Tradicional
    - Rapadura com Amendoim
9. **Produtos Diet**
    - Goiabada Diet
    - Doce de Leite Diet
    - Geleia Diet
10. **Outros Doces**
    - Doce de Batata Doce
    - Doce de Banana
    - Doce de Laranja da Terra
    - Queijadinha

Outros Produtos

- **Queijos**
    - Queijo Minas Padrão
    - Queijo Minas Frescal
- **Bebidas**
    - Cachaça Artesanal
- **Cestas e Kits**
    - Cestas com variedade de doces
    - Kits presenteáveis com produtos selecionados

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Porque adquirir goiabada da marca Reserva de Minas

Adquirir goiabada da marca Reserva de Minas traz uma série de vantagens e benefícios que fazem desta uma escolha excelente para os consumidores. Aqui estão alguns dos principais motivos:

Vantagens e Benefícios

1. **Qualidade Artesanal**
    - **Produção Artesanal**: A Reserva de Minas é conhecida por manter métodos tradicionais de produção artesanal, o que garante um sabor autêntico e uma textura única à goiabada.
    - **Ingredientes Naturais**: Utiliza ingredientes frescos e de alta qualidade, sem adição de conservantes artificiais, preservando o sabor natural da goiaba.
2. **Variedade de Produtos**
    - **Diversas Formas**: Oferece goiabada em diferentes formatos, como cascão, cremosa e em barra, atendendo a diversas preferências e necessidades culinárias.
    - **Opções Diet**: Disponibiliza versões diet, permitindo que pessoas com restrições alimentares ou que buscam uma alimentação mais equilibrada também possam desfrutar do produto.
3. **Sabor e Textura Superior**
    - **Sabor Autêntico**: O sabor da goiabada Reserva de Minas é autêntico e rico, graças à utilização de técnicas tradicionais e ingredientes de alta qualidade.
    - **Textura Ideal**: A goiabada possui uma textura equilibrada, seja na versão cremosa ou em barra, perfeita para diversas receitas ou consumo direto.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Confiança e Tradição**
    - **Marca Reconhecida**: A Reserva de Minas é uma marca estabelecida e confiável, reconhecida pela qualidade e autenticidade de seus produtos.
    - **Tradição Brasileira**: Ao comprar goiabada da Reserva de Minas, você apoia e preserva uma tradição culinária brasileira, valorizando produtos locais e artesanais.
5. **Sustentabilidade e Responsabilidade Social**
    - **Práticas Sustentáveis**: A marca adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação ambiental e o desenvolvimento das comunidades locais.
    - **Compromisso Social**: Investe em responsabilidade social, promovendo ações que beneficiam a sociedade e o meio ambiente.
6. **Versatilidade Culinária**
    - **Uso Diversificado**: A goiabada pode ser utilizada em uma ampla variedade de pratos, desde sobremesas clássicas como Romeu e Julieta até recheios de bolos e tortas.
    - **Combinações**: Harmoniza perfeitamente com queijos e outros alimentos, proporcionando uma experiência gastronômica rica e diversificada.

Conclusão

Optar pela goiabada da marca Reserva de Minas é escolher um produto que alia tradição, qualidade e autenticidade. Com uma produção artesanal que preserva o sabor natural da goiaba, a marca oferece uma variedade de opções que atendem a diferentes gostos e necessidades alimentares. Além disso, seu compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social reforça a confiança e o valor da marca. Portanto, adquirir goiabada da Reserva de Minas garante uma experiência culinária superior e autêntica, fazendo desta uma escolha acertada para os consumidores exigentes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Goiabada		
ZÉLIA	GOIABADA ZÉLIA PONTE NOVA - MG	

História

Na zona rural do pequeno município de Urucânia, de pouco mais de 10 mil habitantes, a união de esforços foi determinante para preservar o legado e a tradição de mais de 70 anos de um doce que passou a agradar aos mais exigentes paladares.

Desde meados de 1950, a Fazenda Jatiboca produz a Goiabada Zélia, reconhecida como Patrimônio Cultural e Imaterial de Ponte Nova, e eleita pela Revista Paladar como uma das melhores goiabadas do Brasil. Ao longo dos anos, o negócio se consolidou no mercado graças ao trabalho de reposicionamento da marca e desenvolvimento de uma embalagem diferenciada.

A produção da Goiabada Zélia atravessou gerações e preserva o padrão e a qualidade desde seus primeiros anos no mercado. Tudo começou quando Olavo Mol comprou a propriedade das suas irmãs Marta e Sinhazinha e passou a produzir a goiabada, que recebeu o nome em homenagem a sua esposa, Zélia. Anos depois, a produção passou a ser comandada pelos filhos José Renato, Carminha e Celeste. Percebendo que apresentação da goiabada não era compatível com a qualidade do produto, os empreendedores buscaram se reposicionar no mercado, com o apoio do Sebrae Minas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Por meio do Sebraetec, programa que oferece consultorias personalizadas de inovação, a empresa passou a investir no design da marca, embalagem e rótulo, criando uma nova identidade visual para o produto. O resultado da mudança rendeu ao empreendimento um aumento de 30% nas vendas.

Atualmente, o negócio é administrado por Marcus Mol, de 44 anos, e Lorran Mol, de 32 anos, netos de Olavo. A empresa participa do projeto Origem Minas - iniciativa do Sebrae Minas que promove a competitividade de pequenos negócios da agroindústria mineira -, e esteve presente em diversas feiras pelo país, entre elas, em Tiradentes, São Paulo, Fortaleza e Porto Alegre.

Para o sócio Lorran, o segredo para manter o sabor do doce é o padrão artesanal e o tipo de goiaba usada na produção. “Nosso produto é feito artesanalmente, começando pela seleção das goiabas. Além disso, trabalhamos apenas com as goiabas Cortibel e a Paluma, que são naturalmente mais doces. Por isso, não precisamos acrescentar grandes quantidades de açúcar, mantendo o equilíbrio do sabor e o gosto real da fruta”, justifica.

Com duas fábricas, a empresa emprega, hoje, 75 funcionários e produz em torno de 80 toneladas de goiabada por mês. A fazenda conta com cerca de 1,5 mil pés de goiabas, enquanto o restante é adquirido em propriedades de Barbacena, Ubá, Norte de Minas e até no estado do Espírito Santo. O produto é vendido em praticamente todo o Brasil, e exportado para o Canadá, Holanda, Reino Unido e Japão.

Produtos Zélia

A marca Zélia de Goiabada é conhecida por sua variedade de produtos derivados da goiaba e outros doces tradicionais brasileiros. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Goiabada**
    - Goiabada Cascão
    - Goiabada Cremosa
    - Goiabada em Barra

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Doces Cremosos**
    - Doce de Leite Cremoso
    - Doce de Abóbora Cremoso
    - Doce de Mamão Cremoso
3. **Compotas**
    - Compota de Abóbora
    - Compota de Figo
    - Compota de Mamão
4. **Geleias**
    - Geleia de Goiaba
    - Geleia de Amora
    - Geleia de Morango
5. **Cocadas**
    - Cocada Branca
    - Cocada Queimada
    - Cocada com Leite Condensado
6. **Pé-de-moleque**
    - Pé-de-moleque Tradicional
    - Pé-de-moleque com Chocolate
7. **Doce de Abóbora**
    - Doce de Abóbora em Pedaços
    - Doce de Abóbora com Coco
8. **Rapaduras**
    - Rapadura Tradicional
    - Rapadura com Amendoim
9. **Produtos Diet**
    - Goiabada Diet
    - Doce de Leite Diet
    - Geleia Diet
10. **Outros Doces**
    - Doce de Batata Doce
    - Doce de Banana
    - Doce de Laranja da Terra

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Benefícios da marca Zélia

Adquirir goiabada da marca Zélia oferece diversos benefícios que a tornam uma excelente e perfeita opção para os consumidores. A seguir, estão detalhadas as principais vantagens:

1. **Qualidade e Tradição**
   - **Produção Artesanal**: A marca Zélia é conhecida por seus métodos de produção artesanal, que garantem a preservação do sabor autêntico da goiaba.
   - **Ingredientes Naturais**: Utiliza goiabas frescas e de alta qualidade, sem adição de conservantes artificiais, preservando o sabor e a integridade do produto.
2. **Variedade de Produtos**
   - **Diversidade de Opções**: Oferece diferentes formas de goiabada, como cascão, cremosa e em barra, atendendo a diversas preferências e usos culinários.
   - **Versões Diet**: Disponibiliza opções diet, permitindo que pessoas com restrições alimentares possam desfrutar do produto sem comprometer a saúde.
3. **Sabor e Textura Superior**
   - **Sabor Autêntico**: A goiabada Zélia é reconhecida pelo seu sabor autêntico e rico, resultado de processos de produção cuidadosos.
   - **Textura Ideal**: Mantém uma textura perfeita, seja na versão cremosa ou em barra, proporcionando uma experiência gastronômica agradável.
4. **Confiança e Reconhecimento**
   - **Marca Estabelecida**: A Zélia é uma marca respeitada e confiável no mercado, conhecida pela qualidade constante de seus produtos.
   - **Fidelidade dos Consumidores**: A marca possui uma base fiel de consumidores que confiam e recomendam seus produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Práticas Sustentáveis**
    - **Responsabilidade Ambiental**: Adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.
    - **Desenvolvimento Comunitário**: Apoia o desenvolvimento das comunidades locais através de práticas justas e responsáveis.
6. **Versatilidade Culinária**
    - **Uso Diversificado**: A goiabada pode ser utilizada em diversas receitas, desde sobremesas clássicas até recheios de bolos e tortas.
    - **Combinações Perfeitas**: Harmoniza bem com queijos e outros alimentos, oferecendo uma variedade de combinações deliciosas.

Conclusão

Adquirir goiabada da marca Zélia é uma escolha acertada para quem busca um produto de alta qualidade, autêntico e saboroso. Com uma produção artesanal que preserva o sabor natural da goiaba, a marca oferece uma variedade de opções que atendem a diferentes gostos e necessidades alimentares. Além disso, seu compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social reforça a confiança e o valor da marca. Portanto, a goiabada da Zélia não só proporciona uma experiência gastronômica superior, como também apoia práticas responsáveis e sustentáveis, fazendo desta uma ótima e perfeita opção para os consumidores exigentes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Macarrão espaguete		
RENATA		

História

O imigrante Adolpho Selmi veio de Lucca, norte da Itália, para fazer história. As marcas Renata e Galo vieram de seu trabalho vendendo macarrão nas ruas.

No dia 16 de agosto de 1887, o italiano Adolpho desembarcou no Porto de Santos, aos 25 anos, com o sonho de difundir no Brasil a maior tradição gastronômica de seu país.

Em Campinas, interior de São Paulo, cidade que escolheu para morar, Adolpho passou a produzir seu macarrão manualmente. Assim nasceu a pequena Fábrica de Massas Adolpho Selmi.

Como a produção cabia em uma cesta, o macarrão era vendido nas ruas da cidade. Seus principais clientes eram conterrâneos, que passaram a apreciar as massas frescas, produzidas com aromas e sabores da saudosa Itália.

Sociedade

No final do século 19, Adolpho Selmi ficou sócio de outro italiano, Hugo Gallo, nome que deu origem à sua primeira marca de macarrão. A produção na prensa manual deu lugar a marombas por tração animal. Anos depois, as massas passaram a ser produzidas em uma caldeira, que alimentava o locomóvel, uma máquina a vapor para cargas pesadas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

As instalações elétricas chegaram a Campinas em 1911, o que facilitou o desenvolvimento das indústrias.

Assim, a fábrica de Selmi importou da Itália as massadeiras elétricas, agilizando o processo e aumentando a produção.

Dez anos depois, o macarrão Gallo já era o preferido entre os imigrantes italianos no Brasil.

Com a expectativa de grande futuro para os negócios, o filho mais velho de Adolpho, Aladino Selmi, formou-se em contabilidade.

Em 1931, a fábrica mudou para a Rua Francisco Teodoro, na Vila Indústria. Três anos depois, o primeiro macarrão de sêmola foi lançado por Selmi.

Com o passar dos anos, Aladino passou a comandar a empresa, com a colaboração de seus filhos, Renato, Luciana e Regina.

No ano de 1939, novas máquinas foram importadas da Itália para aprimorar a produção e a Selmi se consolidava no mercado regional.

Aladino Selmi se tornou definitivamente proprietário da empresa, em sociedade com o filho Renato Selmi. Aos 18 anos, Renato já dominava o processo de fabricação, aprendido quando era auxiliar de produção.

Com Aladino no comando, a empresa passou a se chamar Pastificio Selmi S/A, em 1956. Na mesma época, uma nova planta da fábrica foi projetada, para abrigar produção, moinho e área administrativa.

O moinho para beneficiar os grãos de trigo foi comprado em 1962, mesmo ano em que Aladino Selmi fundou o Banco Cidade de Campinas. As vendas de ações possibilitaram o aumento da produção e a inauguração da nova sede, na Avenida Mirandópolis, Vila Pompéia.

Também na década de 60, o Pastifício Selmi S/A inaugurou nova fábrica em Londrina-PR, de olho no mercado da região sul do país.

A unidade era especializada na fabricação de massas como espaguete, ninho, penne e outros cortes.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Nascimento da marca Renata

Na década de 70, Renato Selmi escolheu o nome de sua filha, neta de Adolpho Selmi, para batizar a farinha de trigo lançada pela Selmi. Surgiu assim a marca Renata.

Na época, o reconhecimento da empresa resultava em honrarias como a Medalha de Ouro e Diploma de Honra ao Mérito concedidos na cidade de Pistoia, na região da Toscana, na Itália. A terra-mãe reconhecia o esforço dos imigrantes italianos para o desenvolvimento de outros países,

Já nos anos 80, a empresa fundada por Adolpho Selmi expandiu para mercados como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, sul do país e interior de São Paulo. A empresa recebeu o XXII Prêmio Internacional de Alimentos e Bebidas, em Dusseldorf, na Alemanha, como reconhecimento pela excelência de seus produtos.

Na década de 90 a Selmi foi pioneira na fabricação de macarrão de grano duro no país. Outros investimentos levaram a empresa ao primeiro lugar em vendas de massas no Brasil e a inaugurar nova fábrica em Sumaré-SP. Foram lançados novo produtos, como a linha de biscoitos e de bolos prontos.

Desde a década de 2000 o Grupo Selmi passou a funcionar integralmente em Sumaré e segue em expansão. Em 2010, a empresa investiu mais de R$ 80 milhões para abrir uma nova fábrica no Nordeste.

A marca patrocina o Vôlei Renata, time de voleibol masculino de Campinas, que nesse ano chegou à semifinal da Superliga.

Em março, a empresa entregou cinco toneladas de macarrão ao Banco de Alimentos de Campinas, que durante a pandemia vem atendendo 139 entidades assistenciais e beneficiando cerca de 50 mil pessoas.

A equipe recebeu por três anos consecutivos o certificado solidário de doador permanente do Banco de Alimentos de Campinas. Em dez anos, a empresa doou 125 toneladas de alimentos não perecíveis.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esse império, que se desdobra em diversas colaborações para a comunidade, foi construído a partir do sonho do imigrante Adolpho Selmi, de divulgar a massa italiana**,** primeiro entre conterrâneos e depois para todos os brasileiros.

Vantagens e benefícios da Marca Renata

Adquirir macarrão da marca Renata oferece várias vantagens significativas:

1. **Qualidade Reconhecida:** A Renata é conhecida pela alta qualidade de seus produtos. O macarrão é produzido com ingredientes selecionados e seguindo padrões rigorosos de fabricação, garantindo textura ideal e sabor excelente.
2. **Variedade de Produtos:** A marca Renata oferece uma ampla gama de tipos de macarrão, desde os tradicionais como espaguetes e penne até opções mais específicas como massa integral e sem glúten. Isso permite que os consumidores escolham conforme suas preferências e necessidades alimentares.
3. **Inovação em Sabores e Formatos:** Além dos tipos convencionais, a Renata também inova com novos sabores e formatos de macarrão, proporcionando opções diversificadas para diferentes receitas e paladares.
4. **Tradição e Confiança:** Com mais de três décadas no mercado brasileiro, a Renata construiu uma reputação sólida baseada em confiança e tradição. Os consumidores sabem que estão adquirindo um produto de uma marca com histórico de excelência e compromisso com a qualidade.
5. **Facilidade de Preparo:** Os produtos Renata são projetados para oferecer praticidade no preparo. O macarrão cozinha de forma rápida e uniforme, facilitando o dia a dia na cozinha.
6. **Aprovação dos Consumidores:** A Renata é uma marca bem avaliada pelos consumidores, refletindo sua satisfação com a qualidade e o desempenho dos produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

7. **Compromisso com a Sustentabilidade:** A Renata também se preocupa com a sustentabilidade em sua cadeia de produção, adotando práticas que visam minimizar impactos ambientais.

Essas vantagens destacam por que adquirir macarrão da marca Renata é uma escolha acertada para quem valoriza qualidade, variedade e tradição em suas refeições.

Produtos oferecidos

A marca Renata oferece uma variedade abrangente de produtos alimentícios, especialmente focados em massas e produtos derivados de trigo. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca Renata:

1. **Macarrão Convencional:** Inclui uma ampla gama de formatos como espaguetes, penne, fusilli, gravatinha, entre outros.
2. **Macarrão Integral:** Opções de massa integral para quem busca uma alimentação mais saudável e rica em fibras.
3. **Macarrão Sem Glúten:** Atende às necessidades de consumidores com restrição ao glúten, oferecendo opções seguras e saborosas.
4. **Lasanha:** Massa específica para preparação de lasanhas, facilitando a montagem e cozimento.
5. **Nhoque:** Tradicional massa de nhoque pronto para preparo, seja cozido ou frito.
6. **Ravióli:** Massa recheada pronta para cozimento, disponível em diferentes sabores e recheios.
7. **Molhos para Massas:** Variedade de molhos prontos para acompanhar os diversos tipos de massa.
8. **Farinha de Trigo:** Utilizada não apenas para massas, mas também em outras receitas culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

9. **Farinha de Rosca:** Ideal para empanar alimentos antes de fritar.
10. **Farinha de Semolina:** Utilizada para preparo de massas frescas ou como base para polentas.

Esses produtos destacam a diversidade e a qualidade da linha Renata, atendendo tanto aos consumidores domésticos quanto ao mercado de food service com opções que combinam tradição, qualidade e inovação.

Processo de fabricação do Macarrão Renata

- **2. Farinha**

2/15

O primeiro passo para a fabricação do macarrão é o recebimento da farinha, que chega a granel em grandes tanques de caminhão.

O ingrediente é descarregado e já passa por uma peneira e um desinfestador, para remover qualquer resíduo, como plantas ou insetos. A peneira é circular e roda a 350 rotações por minuto – qualquer impureza é ou descartada ou quebrada.

A farinha também é submetida a uma análise de qualidade, para verificar se tem a quantidade certa de glúten e outros nutrientes.

- **3. Mistura**

3/15

A farinha, que chega por cima pelos tubos vistos na foto, é misturada na máquina logo abaixo.

O ingrediente recebe corantes naturais, água e, no caso das massas Renata, ovos líquidos e pasteurizados. Não há qualquer adição de conservantes, sal ou outros ingredientes. Para que a mistura não esquente demais, a temperatura nessa máquina é controlada com resfriadores de água gelada.

O macarrão está presente em praticamente todas as casas do Brasil – o prato faz parte da dieta de 99,5% dos brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Mesmo com uma presença tão forte, o consumo ainda é menor do que em outros países. Enquanto no Brasil cada pessoa come cerca de 6 quilos de macarrão por ano, na Itália o consumo é de 23 quilos todos os anos.

“Mas já temos avanços. O macarrão deixou de ser um prato consumido apenas aos domingos, em família, para estar presente no dia a dia dos brasileiros”, afirmou Marcelo Guimarães, diretor comercial do Pastifício Selmi.

- **4. Em forma**

4/15

Depois de misturar, chegou a hora de a massa ser cortada nos diferentes formatos. Aqui, estão placas usadas para modelar o macarrão em espaguetes de várias espessuras.

- **5. Sopa de letrinhas**

5/15

As placas redondas são usadas para formar as massas de formatos diferentes. O espaguete tem vendas constantes o ano inteiro, enquanto alguns cortes especiais são mais populares em algumas épocas do ano, como as letrinhas, muito usadas em sopas durante o inverno.

- **6. Enroladinho**

6/15

Essa máquina está fabricando os ninhos de massa. A massa é expelida em fios e logo recebe um jato de ar quente, que a transforma em ninhos. Os “cachos” são acomodados em copos para manter o formato durante a secagem.

- **7. Para aparar os fios**

7/15

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Aqui estão espaguetes recém-saídos da máquina de corte. Eles ainda passam por uma lâmina para aparar as pontas antes de partir para a secagem. É possível observar os fios mais irregulares ao fundo e os fios no mesmo tamanho, à frente. O restante é moído e volta ao começo do processo, para se transformar em massa novamente.

- **8. Secar no varal**

8/15

Pendurados em “varais”, os espaguetes partem para um longo processo de secagem. Eles entram em uma máquina e percorrem 120 metros de trajeto até a secagem completa. O tempo varia de acordo com o formato da massa. Espaguetes levam 7 horas para secar, enquanto macarrões parafuso, por exemplo, passam menos de 4 horas no secador, por terem uma superfície maior de contato.

- **9. Para ficar bem seco**

9/15

Durante o processo de secagem, um funcionário verifica o estado da massa. Caso o centro do macarrão ainda tenha qualquer água, a massa pode quebrar ou estragar. O secador exala bastante calor e um cheiro constante de macarrão, bem agradável.

- **10. Quase pronto**

10/15

Aqui estão os alimentos já secos. A cor mudou com o processo, ficando mais escura. A dobra que os sustentou no forno, já bastante dura, será cortada, moída e reaproveitada.

- **11. Diferença de farinha**

11/15

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Além das massas feitas com farinha comum, também há as opções com semolina e com farinha premium, ou grano duro. É a grano duro, que faz o macarrão mais parecido com o que se come na Europa.

Enquanto na Itália e em outros países o macarrão é consumido “al dente”, ou com textura mais firme, os brasileiros preferem sua massa mais mole e macia. Mais do que o tempo de cozimento, a grande diferença está no tipo de trigo usado na massa.

No país europeu, a variedade mais comum de trigo é a grano duro, variedade que não é produzida no Brasil e precisa ser importada pela Selmi. Portanto, uma massa feita com ingredientes nacionais mais dura, no estilo italiano, apenas não está cozida direito, explica Guimarães. Para uma massa mais firme, ele sugere optar pelo macarrão premium.

- **12. De olho na fábrica**

12/15

Os pacotes são embalados mecanicamente. O macarrão é responsável por 50% do faturamento da Selmi, que ainda comercializa biscoitos, mistura para bolo e farinhas.

Nesta foto, é possível ver os alimentos recém-saídos do forno e as embalagens rumo à máquina empacotadora, que prepara os pallets.

Além da fábrica em Sumaré, São Paulo, a Selmi ainda tem uma fábrica em Rolândia, no Paraná, que produz macarrão e massa instantânea. Mais de 1.500 funcionários trabalham para a companhia.

- **13. A caminho da embalagem**

13/15

Os espaguetes também são cortados ao meio, pesados e encaminhados pela esteira para a embalagem. A empresa fabrica duas marcas de macarrão, Renata e Galo. Há massas com ovos e sem, com farinha comum e semolina, integral e tricolor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Os lançamentos mais recentes são o macarrão instantâneo Renata Express e a refeição rápida Express +, que inclui também legumes e carne.

- **14. Empacotamento rápido**

14/15

Na foto, está o processo de embalagem do espaguete Galo. O plástico que recebe o macarrão tem o formato de um tubo e essa máquina fecha as duas pontas do pacote em alta velocidade.

No Brasil, são produzidos mais de 1 milhão de toneladas de massa por ano. A participação de mercado da Selmi, com todas suas marcas, é de 13%.

- **15. Estoque de massa**

15/15

Antes de serem enviados para os caminhões, os produtos são estocados no centro de distribuição da fábrica. Após um investimento recente, o centro foi automatizado com grandes robôs.

Conclusão

Com base na rica história da marca Renata, que remonta ao final do século XIX com a chegada do imigrante italiano Adolpho Selmi ao Brasil, adquirir os produtos da Renata, especialmente seu macarrão, representa optar por qualidade reconhecida e tradição gastronômica. A marca é conhecida por sua excelência na escolha de ingredientes e no cuidado com o processo de fabricação, garantindo não apenas sabor autêntico, mas também textura ideal. Além disso, a Renata oferece uma variedade extensa de produtos que atendem diversas preferências alimentares, desde massas convencionais até opções integrais e sem glúten. Investimentos em inovação e práticas sustentáveis também destacam a empresa como um exemplo de compromisso com o meio ambiente. Com múltiplos prêmios nacionais e internacionais, a Renata é uma escolha confiável para quem busca não apenas praticidade no preparo de refeições, mas também a garantia de uma marca com sólido reconhecimento e compromisso com a qualidade ao longo de décadas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Macarrão espaguete		
VILMA	Vilma	

História

A história da marca Vilma remonta a 1925, quando Josefina e Domingos Costa, um casal de imigrantes italianos, estabeleceram uma pequena fábrica de massas em Belo Horizonte, Minas Gerais. Inicialmente, a produção era modesta, focada em atender a comunidade italiana local, proporcionando massas frescas com o sabor tradicional da Itália.

Em 1937, Josefina Costa formalizou a marca Vilma, que logo ganhou reconhecimento e popularidade entre os consumidores brasileiros.

O nome "Vilma" foi escolhido para representar não apenas a qualidade dos produtos, mas também o compromisso da empresa com a excelência e a tradição gastronômica.

Com o passar dos anos, a Vilma expandiu suas operações e diversificou sua linha de produtos para incluir não apenas massas tradicionais, como espaguetes e penne, mas também outros itens alimentícios essenciais.

A empresa manteve um foco contínuo na qualidade dos ingredientes e no processo de fabricação, garantindo que seus produtos atendessem aos mais altos padrões de sabor e textura.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Ao longo de sua trajetória, a Vilma consolidou sua posição no mercado brasileiro como uma marca confiável e respeitada.

Além de Belo Horizonte, a empresa expandiu suas operações para outras regiões do país, ampliando sua capacidade produtiva e sua presença no mercado alimentício nacional.

Hoje, a marca Vilma continua a ser uma escolha preferida de muitos consumidores, oferecendo uma ampla gama de produtos alimentícios que combinam tradição, qualidade e sabor.

Seu legado de mais de noventa anos reflete o compromisso constante com a inovação e a excelência, mantendo-se como uma das principais marcas no setor de alimentos no Brasil.

Tipos de Macarrão oferecidos pela marca Vilma

- **Espaguete**: Longo e fino, ideal para molhos simples como alho e óleo, ou molhos à base de tomate.
- **Fettuccine**: Largamente plano, bom para molhos cremosos como Alfredo.
- **Linguine**: Similar ao espaguete, mas ligeiramente mais largo, ótimo para molhos mais pesados.
- **Penne**: Tubos curtos com extremidades cortadas em ângulo, perfeito para molhos cremosos ou com pedaços.
- **Rigatoni**: Tubos curtos e largos com ranhuras, ideais para capturar molhos mais espessos.
- **Farfalle**: Massa em forma de laço ou borboleta, excelente para molhos leves e saladas de macarrão.
- **Macarrão Parafuso (Fusilli)**: Espiralado, ótimo para pratos de forno e saladas.
- **Lasanha**: Folhas grandes e planas, usadas em camadas para pratos de lasanha assados.
- **Ravioli**: Massa recheada geralmente em forma de quadrado ou círculo, cozida e servida com molho.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Spaghetti alla Chitarra**: Espaguete feito com um dispositivo tradicional que cria uma textura mais densa.
- **Tagliatelle**: Massa plana e larga, semelhante ao fettuccine, tradicionalmente servido com molhos à base de carne.
- **Cappelletti**: Pequenas bolsas de massa recheadas, frequentemente servidas em caldos.

Benefícios da marca

Com base na história e na variedade de produtos oferecidos pela marca Vilma, as vantagens em adquirir o espaguete da Vilma podem ser destacadas da seguinte forma:

1. **Tradição e Qualidade**: A Vilma tem uma história de mais de noventa anos no mercado brasileiro, oferecendo produtos que combinam tradição italiana com padrões de qualidade elevados. O espaguete da Vilma é conhecido por seu sabor autêntico e textura firme, ideal para diversos tipos de molhos.
2. **Variedade de Opções**: A marca oferece uma ampla gama de formatos de macarrão, incluindo o espaguete, que é longo e fino. Essa variedade permite aos consumidores escolherem o tipo de massa mais adequado para cada receita, seja um simples molho de tomate ou um prato mais elaborado.
3. **Versatilidade na Cozinha**: O espaguete da Vilma é versátil e pode ser utilizado em uma grande variedade de pratos, desde receitas rápidas e simples até preparações mais elaboradas. Ele é ideal para molhos leves, como alho e óleo, ou molhos à base de tomate.
4. **Compromisso com a Excelência**: A marca Vilma é reconhecida por seu compromisso contínuo com a excelência e a inovação, garantindo que

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

seus produtos atendam aos mais altos padrões de qualidade e satisfação dos consumidores.

5. **Presença Nacional**: Com operações expandidas por várias regiões do Brasil, a Vilma assegura uma ampla distribuição de seus produtos, garantindo acesso fácil aos consumidores em todo o país.

Em resumo, adquirir o espaguete da marca Vilma não só proporciona uma experiência gastronômica autêntica, mas também oferece garantia de qualidade, variedade e versatilidade na cozinha.

Conclusão

Com base na história rica e no compromisso com a qualidade da marca Vilma, especialmente no que diz respeito ao seu espaguete, é evidente que esta é uma escolha excelente para quem busca qualidade e tradição na culinária italiana. O espaguete Vilma oferece não apenas um sabor autêntico e uma textura firme, ideais para uma ampla variedade de molhos, mas também reflete um legado de mais de noventa anos de excelência gastronômica.

Ao longo dos anos, a Vilma se estabeleceu como uma das marcas mais respeitadas no mercado brasileiro, expandindo sua linha de produtos para incluir uma variedade de formatos de massa que atendem às necessidades e preferências dos consumidores. Sua presença nacional assegura que o espaguete Vilma esteja disponível de maneira acessível em todo o país, proporcionando uma experiência gastronômica verdadeiramente italiana.

Portanto, ao escolher o espaguete Vilma, os consumidores podem contar não apenas com a qualidade e a tradição de uma marca consolidada, mas também com a garantia de uma excelente escolha para suas refeições diárias e ocasiões especiais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Macarrão espaguete		
ROBERTA **(NINFA)**		

54 anos de história Ninfa

São mais de 54 anos de muito trabalho que resultaram em um empreendimento sólido e, o mais importante, feito com paixão! Todos são bem-vindos a conhecer nossas linhas de produtos, produzidos com muita responsabilidade e carinho para nossos consumidores.

A marca Ninfa é uma tradicional marca brasileira de alimentos, especialmente conhecida por suas massas. Sua história remonta a várias décadas, consolidando-se como uma referência no mercado de alimentos no Brasil. Aqui está um resumo detalhado da história da marca Ninfa:

Fundação e Primeiros Anos

A história da marca Ninfa começa com a criação de sua empresa-mãe, a M. Dias Branco, que foi fundada em 1951 por Manuel Dias Branco em Fortaleza, Ceará. Originalmente, a M. Dias Branco iniciou suas operações com a produção de biscoitos e massas, ganhando rapidamente reconhecimento pela qualidade de seus produtos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Desenvolvimento e Expansão

Ao longo dos anos, a M. Dias Branco expandiu suas operações, investindo em tecnologia e inovação para melhorar seus processos produtivos. Essa expansão possibilitou a criação e o fortalecimento de diversas marcas sob seu guarda-chuva, entre elas a marca Ninfa, que se destacou no segmento de massas.

Posicionamento de Mercado

A marca Ninfa consolidou-se no mercado brasileiro como sinônimo de qualidade e tradição. Com uma linha diversificada de massas, a marca atende às necessidades de diversos consumidores, oferecendo desde produtos mais tradicionais, como espaguete e penne, até opções diferenciadas e inovadoras.

Qualidade e Tradição

A Ninfa é conhecida por seu compromisso com a qualidade, utilizando ingredientes selecionados e processos de fabricação rigorosos para garantir a excelência de seus produtos. A tradição e a experiência acumuladas ao longo dos anos permitiram à marca manter-se relevante e apreciada pelos consumidores.

Presença Nacional

Com a expansão da M. Dias Branco, a marca Ninfa conseguiu alcançar uma ampla distribuição em todo o território nacional, tornando seus produtos acessíveis a uma vasta gama de consumidores. A presença em diversos pontos de venda e a aceitação do público consolidaram a marca como uma das principais no segmento de massas no Brasil.

Inovação e Sustentabilidade

Além de manter a qualidade e a tradição, a Ninfa tem investido em inovação para acompanhar as tendências de mercado e as necessidades dos consumidores. A marca também está atenta às questões de sustentabilidade, buscando adotar práticas que minimizem o impacto ambiental e promovam o desenvolvimento sustentável.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Reconhecimento

O reconhecimento da marca Ninfa no mercado brasileiro é resultado de décadas de dedicação à qualidade e ao atendimento das expectativas dos consumidores. A marca continua a ser uma escolha confiável para aqueles que buscam massas de alta qualidade e sabor excepcional.

A história da marca Ninfa é marcada por um compromisso contínuo com a qualidade, a tradição e a inovação.

Ao longo dos anos, a marca conseguiu se consolidar como uma das principais no mercado de massas no Brasil, oferecendo produtos que combinam sabor, qualidade e acessibilidade.

Com uma trajetória de sucesso e um olhar voltado para o futuro, a Ninfa continua a ser uma escolha preferida de muitos consumidores brasileiros.

Linha Roberta da Marca Ninfa

A linha Roberta da marca Ninfa é uma das mais reconhecidas e apreciadas pelos consumidores brasileiros. Esta linha se destaca pela sua qualidade e diversidade de produtos, sendo uma escolha popular entre aqueles que buscam massas de alta qualidade. A seguir, um detalhamento sobre a linha Roberta da marca Ninfa:

História e Desenvolvimento

A linha Roberta foi desenvolvida como parte da estratégia da marca Ninfa para atender a demanda crescente por produtos de qualidade superior no mercado de massas. Desde o seu lançamento, a linha Roberta tem sido sinônimo de excelência, mantendo o compromisso com a tradição e a qualidade que caracterizam a marca Ninfa.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Tipos de Produtos

A linha Roberta oferece uma ampla variedade de massas, atendendo às diferentes preferências e necessidades culinárias dos consumidores. Entre os produtos oferecidos, estão:

- **Espaguete Roberta**: Massa longa e fina, ideal para uma variedade de molhos, desde os mais simples até os mais elaborados.
- **Fusilli Roberta (Parafuso)**: Massa em forma de espiral, perfeita para saladas e pratos de forno.
- **Penne Roberta**: Tubos curtos com extremidades cortadas em ângulo, ideais para molhos cremosos e pratos gratinados.
- **Rigatoni Roberta**: Tubos largos e curtos com ranhuras, excelentes para capturar e segurar molhos espessos.
- **Fettuccine Roberta**: Massa larga e plana, tradicionalmente servida com molhos cremosos, como Alfredo.
- **Lasanha Roberta**: Folhas grandes e planas, usadas para preparar pratos de lasanha assados.
- **Ravioli Roberta**: Massa recheada, geralmente com carne, queijo ou vegetais, servida com uma variedade de molhos.

Qualidade e Ingredientes

Os produtos da linha Roberta são fabricados com ingredientes de alta qualidade, selecionados rigorosamente para garantir o melhor sabor e textura. A atenção aos detalhes no processo de fabricação assegura que cada tipo de massa tenha a consistência ideal e cozinhe de forma uniforme, proporcionando uma experiência culinária superior.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Vantagens em Adquirir Massas da Linha Roberta

- **Tradição e Excelência**: A linha Roberta carrega a tradição e o compromisso com a qualidade da marca Ninfa, oferecendo produtos que são resultado de anos de experiência e inovação.
- **Variedade de Opções**: Com uma ampla gama de tipos de massa, a linha Roberta atende a diversas preferências culinárias, permitindo a criação de pratos variados e deliciosos.
- **Sabor e Textura**: A qualidade dos ingredientes e o processo de fabricação garantem que as massas da linha Roberta tenham um sabor autêntico e uma textura perfeita, realçando qualquer receita.
- **Versatilidade**: As massas da linha Roberta são versáteis e podem ser usadas em uma ampla variedade de pratos, desde receitas simples do dia a dia até preparações mais elaboradas para ocasiões especiais.
- **Distribuição Nacional**: A presença da linha Roberta em diversos pontos de venda pelo Brasil facilita o acesso dos consumidores aos produtos, garantindo que possam encontrar suas massas preferidas com facilidade.

Conclusão

A linha Roberta da marca Ninfa é uma excelente opção para aqueles que buscam massas de alta qualidade. Com uma variedade de produtos que atendem a diferentes necessidades culinárias, a linha Roberta combina tradição, sabor e inovação. Adquirir massas da linha Roberta é garantir uma experiência gastronômica autêntica e satisfatória, mantendo a confiança em uma marca consolidada e respeitada no mercado brasileiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Macarrão espaguete		
DONA BENTA		

História da marca Dona Benta

Você já ouviu falar da marca “Fulô”? Pois bem, ela foi pensada para ser a 1ª marca nacional de farinha de trigo, mas antes do seu lançamento mudou de nome para Dona Benta. Criada em 1979 para conquistar donas de casa de todo o Brasil, Dona Benta emanava uma mistura de leveza, confiança e afetividade que remetia ao famoso livro de receitas, Dona Benta Comer Bem, principal publicação de culinária na época. A marca carregava ainda a familiaridade com a cultura brasileira, retratada na obra de Monteiro Lobato.

Dona Benta sempre foi “fermento” para o crescimento da J.Macêdo. No Brasil, foi a 1ª marca nacional de farinha de trigo, a 1ª farinha de trigo com embalagem transparente, a 1ª com fermento, a 1ª embalada à vácuo entre tantas outras inovações.

Nos últimos anos, conquistou reconhecimento através de prêmios como: Marketing Best, Grandes Marcas, Lusófonos da Criatividade Design de Embalagens, além do registro de Marca de Alto Renome.

Com um mix de mais de 40 produtos, Dona Benta está pronta para escrever os próximos capítulos dessa história. Todos eles cheios de carinho e junto com você.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios recebidos

Dona Benta ganha pela 1ª vez o Prêmio Top of Mind na categoria macarrão 7 de novembro de 2023 pela primeira vez, o macarrão Dona Benta é premiado com o Top Of Mind 2023, na categoria Macarrão, pelo Instituto Datafolha. A marca – carro-chefe da J.Macêdo, líder e referência nacional nos segmentos de farinha de trigo e misturas para bolos e a segunda maior companhia de massas alimentícias – está entre as três melhores do País. Em sua 33ª edição, o Top of Mind é o resultado de uma pesquisa realizada em 169 municípios, nas cinco macrorregiões nacionais, com base nas marcas mais lembradas pelos brasileiros em 80 categorias. Essa é a segunda premiação de Dona Benta concedida pelo Datafolha apenas este ano. Em setembro, pela quinta vez, a marca foi eleita pelos paulistanos como a melhor farinha de trigo, na 12ª edição do Anuário O Melhor de São Paulo Gastronomia 2023. “A Dona Benta expressa um jeito especial de fazer as coisas e de aproximar pessoas. Valoriza família e amigos e traz memória afetiva às receitas. Somos totalmente focados em entregar produtos de qualidade ajudando e facilitando a vida de nossos consumidores. Certamente esses fatores foram fundamentais para que a nossa marca fosse lembrada pelos brasileiros, reforçada pela qualidade de nossos produtos”, afirma Andréia Fukuda, gerente-executiva de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo. Lançada em 2000, Dona Benta conta com uma ampla linha de massas à base de ovos e sêmola, nos cortes Espaguete, Parafuso, Penne, Ave Maria, Espaguetinho, Linguine, Ninho e Lasanha. No total, mantém um portfólio com 42 produtos voltados para o consumidor final, nas categorias farinha de trigo, misturas para bolos, massas e fermentos. Na Linha Profissional, atende padarias, pastelarias e pizzarias, com farinhas, pré-misturas, reforçador e fermentos.

Dona Benta ganha pela 1ª vez o Prêmio Top of Mind na categoria macarrão

7 de novembro de 2023

Pela primeira vez, o macarrão Dona Benta é premiado com o Top Of Mind 2023, na categoria Macarrão, pelo Instituto Datafolha. A marca – carro-chefe da J.Macêdo, líder e referência nacional nos segmentos de farinha de trigo e misturas para bolos e a segunda maior companhia de massas alimentícias – está

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

entre as três melhores do País. Em sua 33ª edição, o Top of Mind é o resultado de uma pesquisa realizada em 169 municípios, nas cinco macrorregiões nacionais, com base nas marcas mais lembradas pelos brasileiros em 80 categorias.

Essa é a segunda premiação de Dona Benta concedida pelo Datafolha apenas este ano. Em setembro, pela quinta vez, a marca foi eleita pelos paulistanos como a melhor farinha de trigo, na 12ª edição do Anuário O Melhor de São Paulo Gastronomia 2023. “A Dona Benta expressa um jeito especial de fazer as coisas e de aproximar pessoas. Valoriza família e amigos e traz memória afetiva às receitas. Somos totalmente focados em entregar produtos de qualidade ajudando e facilitando a vida de nossos consumidores. Certamente esses fatores foram fundamentais para que a nossa marca fosse lembrada pelos brasileiros, reforçada pela qualidade de nossos produtos”, afirma Andréia Fukuda, gerente-executiva de Marketing, Trade e P&D da J.Macêdo.

Lançada em 2000, Dona Benta conta com uma ampla linha de massas à base de ovos e sêmola, nos cortes Espaguete, Parafuso, Penne, Ave Maria, Espaguetinho, Linguine, Ninho e Lasanha. No total, mantém um portfólio com 42 produtos voltados para o consumidor final, nas categorias farinha de trigo, misturas para bolos, massas e fermentos. Na Linha Profissional, atende padarias, pastelarias e pizzarias, com farinhas, pré-misturas, reforçador e fermentos.

Produtos oferecidos

A marca Dona Benta oferece uma variedade de produtos alimentícios, incluindo:

1. **Farinha de Trigo**: Diversos tipos de farinha de trigo para uso doméstico e profissional.
2. **Misturas para Bolos**: Práticas misturas para preparo de bolos e sobremesas.
3. **Massas**: Diferentes tipos de massas alimentícias, como espaguete, penne, parafuso, entre outros.
4. **Fermentos**: Produtos para fermentação de massas e preparo de pães.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Linhas Especiais**: Produtos específicos para padarias, pastelarias e pizzarias.

Esses produtos são parte de um portfólio diversificado que atende tanto consumidores finais quanto profissionais da indústria alimentícia, mantendo a qualidade e tradição associadas à marca Dona Benta.

Conclusão demonstrando as vantagens

Adquirir o macarrão espaguete da marca Dona Benta oferece diversas vantagens que a destacam no mercado:

1. **Qualidade Superior**: Dona Benta é reconhecida pela qualidade superior de seus produtos, garantindo um macarrão espaguete que mantém a textura perfeita após o cozimento, ideal para diversas receitas.
2. **Tradição e Confiança**: Com uma longa história de excelência no mercado brasileiro, Dona Benta é uma marca de confiança, conhecida por sua dedicação à qualidade e ao sabor em todas as suas linhas de produtos.
3. **Variedade e Versatilidade**: O macarrão espaguete da Dona Benta oferece versatilidade na cozinha, sendo ideal para preparações tradicionais da culinária italiana e brasileira, como espaguete ao sugo, carbonara e outras receitas criativas.
4. **Reconhecimento pelo Consumidor**: Premiações como o Top of Mind 2023 reforçam a preferência dos consumidores pelo macarrão Dona Benta, destacando-o como uma escolha popular e confiável.
5. **Compromisso com a Qualidade e Inovação**: Dona Benta investe em tecnologia e inovação para garantir produtos que atendam aos mais altos padrões de qualidade, sempre buscando melhorias e novidades para satisfazer seus consumidores.

Escolher o macarrão espaguete da Dona Benta não apenas garante uma experiência gastronômica de qualidade, mas também confiança em um produto que valoriza a tradição e a inovação na culinária brasileira e mundial.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Macarrão espaguete		
GALO		

História

O imigrante Adolpho Selmi veio de Lucca, norte da Itália, para fazer história. As marcas Renata e Galo vieram de seu trabalho vendendo macarrão nas ruas.

No dia 16 de agosto de 1887, o italiano Adolpho desembarcou no Porto de Santos, aos 25 anos, com o sonho de difundir no Brasil a maior tradição gastronômica de seu país.

Em Campinas, interior de São Paulo, cidade que escolheu para morar, Adolpho passou a produzir seu macarrão manualmente. Assim nasceu a pequena Fábrica de Massas Adolpho Selmi.

Como a produção cabia em uma cesta, o macarrão era vendido nas ruas da cidade. Seus principais clientes eram conterrâneos, que passaram a apreciar as massas frescas, produzidas com aromas e sabores da saudosa Itália.

Sociedade

No final do século 19, Adolpho Selmi ficou sócio de outro italiano, Hugo Gallo, nome que deu origem à sua primeira marca de macarrão. A produção na prensa manual deu lugar a marombas por tração animal. Anos depois, as massas

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

passaram a ser produzidas em uma caldeira, que alimentava o locomóvel, uma máquina a vapor para cargas pesadas.

As instalações elétricas chegaram a Campinas em 1911, o que facilitou o desenvolvimento das indústrias.

Assim, a fábrica de Selmi importou da Itália as massadeiras elétricas, agilizando o processo e aumentando a produção.

Dez anos depois, o macarrão Gallo já era o preferido entre os imigrantes italianos no Brasil.

Com a expectativa de grande futuro para os negócios, o filho mais velho de Adolpho, Aladino Selmi, formou-se em contabilidade.

Em 1931, a fábrica mudou para a Rua Francisco Teodoro, na Vila Indústria. Três anos depois, o primeiro macarrão de sêmola foi lançado por Selmi.

Com o passar dos anos, Aladino passou a comandar a empresa, com a colaboração de seus filhos, Renato, Luciana e Regina.

No ano de 1939, novas máquinas foram importadas da Itália para aprimorar a produção e a Selmi se consolidava no mercado regional.

Aladino Selmi se tornou definitivamente proprietário da empresa, em sociedade com o filho Renato Selmi. Aos 18 anos, Renato já dominava o processo de fabricação, aprendido quando era auxiliar de produção.

Com Aladino no comando, a empresa passou a se chamar Pastificio Selmi S/A, em 1956. Na mesma época, uma nova planta da fábrica foi projetada, para abrigar produção, moinho e área administrativa.

O moinho para beneficiar os grãos de trigo foi comprado em 1962, mesmo ano em que Aladino Selmi fundou o Banco Cidade de Campinas. As vendas de ações possibilitaram o aumento da produção e a inauguração da nova sede, na Avenida Mirandópolis, Vila Pompéia.

Também na década de 60, o Pastifício Selmi S/A inaugurou nova fábrica em Londrina-PR, de olho no mercado da região sul do país.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A unidade era especializada na fabricação de massas como espaguete, ninho, penne e outros cortes.

Nascimento da marca Renata

Na década de 70, Renato Selmi escolheu o nome de sua filha, neta de Adolpho Selmi, para batizar a farinha de trigo lançada pela Selmi. Surgiu assim a marca Renata.

Na época, o reconhecimento da empresa resultava em honrarias como a Medalha de Ouro e Diploma de Honra ao Mérito concedidos na cidade de Pistoia, na região da Toscana, na Itália. A terra-mãe reconhecia o esforço dos imigrantes italianos para o desenvolvimento de outros países,

Já nos anos 80, a empresa fundada por Adolpho Selmi expandiu para mercados como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, sul do país e interior de São Paulo. A empresa recebeu o XXII Prêmio Internacional de Alimentos e Bebidas, em Dusseldorf, na Alemanha, como reconhecimento pela excelência de seus produtos.

Na década de 90 a Selmi foi pioneira na fabricação de macarrão de grano duro no país. Outros investimentos levaram a empresa ao primeiro lugar em vendas de massas no Brasil e a inaugurar nova fábrica em Sumaré-SP. Foram lançados novo produtos, como a linha de biscoitos e de bolos prontos.

Desde a década de 2000 o Grupo Selmi passou a funcionar integralmente em Sumaré e segue em expansão. Em 2010, a empresa investiu mais de R$ 80 milhões para abrir uma nova fábrica no Nordeste.

A marca patrocina o Vôlei Renata, time de voleibol masculino de Campinas, que nesse ano chegou à semifinal da Superliga.

Em março, a empresa entregou cinco toneladas de macarrão ao Banco de Alimentos de Campinas, que durante a pandemia vem atendendo 139 entidades assistenciais e beneficiando cerca de 50 mil pessoas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A equipe recebeu por três anos consecutivos o certificado solidário de doador permanente do Banco de Alimentos de Campinas. Em dez anos, a empresa doou 125 toneladas de alimentos não perecíveis.

Esse império, que se desdobra em diversas colaborações para a comunidade, foi construído a partir do sonho do imigrante Adolpho Selmi, de divulgar a massa italiana**,** primeiro entre conterrâneos e depois para todos os brasileiros.

Vantagens e benefícios da Marca Galo

A marca Galo também possui uma história rica e uma reputação consolidada no mercado de massas no Brasil. Aqui estão algumas vantagens em adquirir macarrão da marca Galo:

1. **Qualidade Tradicional**: A Galo é reconhecida pela alta qualidade de seus produtos. O macarrão é produzido com ingredientes selecionados e seguindo padrões rigorosos de fabricação, o que garante uma textura excelente e um sabor autêntico.
2. **Variedade de Produtos**: Assim como a marca Renata, a Galo oferece uma ampla gama de tipos de macarrão, desde os formatos tradicionais como espaguetes e penne até opções mais específicas como massas integrais e sem glúten. Isso permite aos consumidores escolher conforme suas preferências e necessidades alimentares.
3. **Inovação e Tradição**: Com mais de um século de história, a Galo combina tradição italiana com inovação em seus produtos. A empresa continua a atualizar e diversificar seu portfólio para atender às demandas dos consumidores modernos.
4. **Facilidade de Preparo**: Os produtos Galo são projetados para oferecer praticidade no preparo. O macarrão cozinha de forma rápida e uniforme, facilitando o dia a dia na cozinha.
5. **Reconhecimento e Confiança**: A marca Galo desfruta de uma reputação sólida no mercado brasileiro, sendo bem avaliada pelos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sua longa trajetória e o reconhecimento através de prêmios destacam sua excelência e compromisso com a qualidade.

6. **Compromisso Ambiental**: Assim como outras marcas líderes, a Galo também adota práticas sustentáveis em sua cadeia de produção, buscando minimizar impactos ambientais.

Adquirir macarrão da marca Galo é escolher qualidade, tradição e variedade para suas refeições, garantindo uma experiência gastronômica satisfatória e confiável.

Produtos oferecidos

A marca Galo oferece uma variedade abrangente de produtos alimentícios, especialmente focados em massas e derivados de trigo. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca Galo:

1. **Macarrão Convencional**: Inclui uma ampla gama de formatos como espaguetes, penne, fusilli, gravatinha, entre outros.
2. **Macarrão Integral**: Opções de massa integral para quem busca uma alimentação mais saudável e rica em fibras.
3. **Macarrão Sem Glúten**: Atende às necessidades de consumidores com restrição ao glúten, oferecendo opções seguras e saborosas.
4. **Lasanha**: Massa específica para preparação de lasanhas, facilitando a montagem e cozimento.
5. **Nhoque**: Tradicional massa de nhoque pronto para preparo, seja cozido ou frito.
6. **Ravióli**: Massa recheada pronta para cozimento, disponível em diferentes sabores e recheios.
7. **Molhos para Massas**: Variedade de molhos prontos para acompanhar os diversos tipos de massa.
8. **Farinha de Trigo**: Utilizada não apenas para massas, mas também em outras receitas culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

9. **Farinha de Rosca**: Ideal para empanar alimentos antes de fritar.
10. **Farinha de Semolina**: Utilizada para preparo de massas frescas ou como base para polentas.

Esses produtos destacam a diversidade e a qualidade da linha Galo, atendendo tanto aos consumidores domésticos quanto ao mercado de food service com opções que combinam tradição, qualidade e inovação.

Processo de fabricação do Macarrão Galo

- **2. Farinha**

2/15

O primeiro passo para a fabricação do macarrão é o recebimento da farinha, que chega a granel em grandes tanques de caminhão.

O ingrediente é descarregado e já passa por uma peneira e um desinfestador, para remover qualquer resíduo, como plantas ou insetos. A peneira é circular e roda a 350 rotações por minuto – qualquer impureza é ou descartada ou quebrada.

A farinha também é submetida a uma análise de qualidade, para verificar se tem a quantidade certa de glúten e outros nutrientes.

- **3. Mistura**

3/15

A farinha, que chega por cima pelos tubos vistos na foto, é misturada na máquina logo abaixo.

O ingrediente recebe corantes naturais, água e, no caso das massas Renata, ovos líquidos e pasteurizados. Não há qualquer adição de conservantes, sal ou outros ingredientes. Para que a mistura não esquente demais, a temperatura nessa máquina é controlada com resfriadores de água gelada.

O macarrão está presente em praticamente todas as casas do Brasil – o prato faz parte da dieta de 99,5% dos brasileiros.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Mesmo com uma presença tão forte, o consumo ainda é menor do que em outros países. Enquanto no Brasil cada pessoa come cerca de 6 quilos de macarrão por ano, na Itália o consumo é de 23 quilos todos os anos.

“Mas já temos avanços. O macarrão deixou de ser um prato consumido apenas aos domingos, em família, para estar presente no dia a dia dos brasileiros”, afirmou Marcelo Guimarães, diretor comercial do Pastifício Selmi.

- **4. Em forma**

4/15

Depois de misturar, chegou a hora de a massa ser cortada nos diferentes formatos. Aqui, estão placas usadas para modelar o macarrão em espaguetes de várias espessuras.

- **5. Sopa de letrinhas**

5/15

As placas redondas são usadas para formar as massas de formatos diferentes. O espaguete tem vendas constantes o ano inteiro, enquanto alguns cortes especiais são mais populares em algumas épocas do ano, como as letrinhas, muito usadas em sopas durante o inverno.

- **6. Enroladinho**

6/15

Essa máquina está fabricando os ninhos de massa. A massa é expelida em fios e logo recebe um jato de ar quente, que a transforma em ninhos. Os “cachos” são acomodados em copos para manter o formato durante a secagem.

- **7. Para aparar os fios**

7/15

Aqui estão espaguetes recém-saídos da máquina de corte. Eles ainda passam por uma lâmina para aparar as pontas antes de partir para a secagem. É possível

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

observar os fios mais irregulares ao fundo e os fios no mesmo tamanho, à frente. O restante é moído e volta ao começo do processo, para se transformar em massa novamente.

- **8. Secar no varal**

8/15

Pendurados em “varais”, os espaguetes partem para um longo processo de secagem. Eles entram em uma máquina e percorrem 120 metros de trajeto até a secagem completa. O tempo varia de acordo com o formato da massa. Espaguetes levam 7 horas para secar, enquanto macarrões parafuso, por exemplo, passam menos de 4 horas no secador, por terem uma superfície maior de contato.

- **9. Para ficar bem seco**

9/15

Durante o processo de secagem, um funcionário verifica o estado da massa. Caso o centro do macarrão ainda tenha qualquer água, a massa pode quebrar ou estragar. O secador exala bastante calor e um cheiro constante de macarrão, bem agradável.

- **10. Quase pronto**

10/15

Aqui estão os alimentos já secos. A cor mudou com o processo, ficando mais escura. A dobra que os sustentou no forno, já bastante dura, será cortada, moída e reaproveitada.

- **11. Diferença de farinha**

11/15

Além das massas feitas com farinha comum, também há as opções com semolina e com farinha premium, ou grano duro. É a grano duro, que faz o macarrão mais parecido com o que se come na Europa.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Enquanto na Itália e em outros países o macarrão é consumido “al dente”, ou com textura mais firme, os brasileiros preferem sua massa mais mole e macia. Mais do que o tempo de cozimento, a grande diferença está no tipo de trigo usado na massa.

No país europeu, a variedade mais comum de trigo é a grano duro, variedade que não é produzida no Brasil e precisa ser importada pela Selmi. Portanto, uma massa feita com ingredientes nacionais mais dura, no estilo italiano, apenas não está cozida direito, explica Guimarães. Para uma massa mais firme, ele sugere optar pelo macarrão premium.

- **12. De olho na fábrica**

12/15

Os pacotes são embalados mecanicamente. O macarrão é responsável por 50% do faturamento da Selmi, que ainda comercializa biscoitos, mistura para bolo e farinhas.

Nesta foto, é possível ver os alimentos recém-saídos do forno e as embalagens rumo à máquina empacotadora, que prepara os pallets.

Além da fábrica em Sumaré, São Paulo, a Selmi ainda tem uma fábrica em Rolândia, no Paraná, que produz macarrão e massa instantânea. Mais de 1.500 funcionários trabalham para a companhia.

- **13. A caminho da embalagem**

13/15

Os espaguetes também são cortados ao meio, pesados e encaminhados pela esteira para a embalagem. A empresa fabrica duas marcas de macarrão, Renata e Galo. Há massas com ovos e sem, com farinha comum e semolina, integral e tricolor.

Os lançamentos mais recentes são o macarrão instantâneo Renata Express e a refeição rápida Express +, que inclui também legumes e carne.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **14. Empacotamento rápido**

14/15

Na foto, está o processo de embalagem do espaguete Galo. O plástico que recebe o macarrão tem o formato de um tubo e essa máquina fecha as duas pontas do pacote em alta velocidade.

No Brasil, são produzidos mais de 1 milhão de toneladas de massa por ano. A participação de mercado da Selmi, com todas suas marcas, é de 13%.

- **15. Estoque de massa**

15/15

Antes de serem enviados para os caminhões, os produtos são estocados no centro de distribuição da fábrica. Após um investimento recente, o centro foi automatizado com grandes robôs.

Conclusão

A marca Galo se destaca como uma das melhores opções para quem busca qualidade, variedade e tradição em produtos alimentícios à base de trigo, especialmente no segmento de massas. Com uma linha diversificada que inclui desde opções convencionais até produtos integrais e sem glúten, a Galo atende às diferentes necessidades e preferências dos consumidores. Sua história de excelência, combinada com um compromisso contínuo com a inovação e a qualidade, faz do macarrão Galo uma escolha confiável e apreciada por muitos, garantindo refeições deliciosas e satisfatórias em qualquer ocasião.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Milho verde		
QUERO	Quero	

História

A Quero Alimentos foi fundada em 1986 na cidade de Nerópolis, Goiás, por Antônio Dias, um empresário visionário que viu uma oportunidade no mercado de alimentos processados no Brasil. Inicialmente, a empresa focou na produção de molhos de tomate, utilizando tomates cultivados na própria região, o que garantia a qualidade e frescor do produto.

Primeiros Anos e Expansão

Nos primeiros anos, a Quero consolidou sua presença no mercado local, ganhando a confiança dos consumidores pela qualidade de seus produtos. O sucesso inicial permitiu que a empresa investisse em tecnologia e ampliasse sua linha de produtos. Além dos molhos de tomate, a Quero passou a produzir outros itens alimentícios, como extratos de tomate, ketchup, vegetais enlatados (milho, ervilha, seleta de legumes), conservas e temperos.

A expansão do portfólio foi acompanhada por uma ampliação das instalações fabris, que passaram a contar com equipamentos modernos e processos de produção mais eficientes. Isso garantiu não apenas a ampliação da capacidade produtiva, mas também a manutenção de altos padrões de qualidade.

Inovação e Diversificação

Ao longo dos anos 1990 e 2000, a Quero continuou a inovar e diversificar sua oferta de produtos. A empresa investiu em pesquisa e desenvolvimento para criar novos itens que atendiam às necessidades e preferências dos consumidores brasileiros. Entre as inovações, destacam-se os molhos prontos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

para consumo, que facilitaram o preparo de refeições rápidas e saborosas, atendendo ao estilo de vida cada vez mais dinâmico dos brasileiros.

A Quero também se destacou pela criação de embalagens práticas e inovadoras, como as embalagens “abre fácil” e as embalagens em sachês, que ajudaram a consolidar a marca como sinônimo de praticidade e conveniência na cozinha.

Aquisição pela Heinz

Um marco significativo na história da Quero ocorreu em 2011, quando a empresa foi adquirida pela H. J. Heinz Company, uma das maiores e mais respeitadas empresas de alimentos do mundo. A aquisição pela Heinz foi um passo estratégico que visava fortalecer a presença da empresa no mercado brasileiro e alavancar a expertise da Heinz em processos industriais e controle de qualidade.

Sob a gestão da Heinz, a Quero passou por uma série de melhorias, incluindo investimentos em infraestrutura, ampliação da capacidade produtiva e adoção de práticas de sustentabilidade. A sinergia entre as duas empresas também permitiu a expansão do portfólio de produtos Quero, que passou a incluir novas categorias e sabores.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

Nos últimos anos, a Quero tem se destacado também por suas iniciativas de sustentabilidade e responsabilidade social. A empresa adota práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva, desde o cultivo dos ingredientes até a produção e distribuição dos produtos. Entre as ações, destacam-se o uso racional da água, a redução de desperdícios e a implementação de programas de reciclagem.

Além disso, a Quero participa de projetos sociais que visam promover a inclusão social e o desenvolvimento das comunidades onde está inserida. A empresa apoia iniciativas de educação, saúde e bem-estar, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Reconhecimento e Futuro

A Quero é reconhecida como uma marca de confiança pelos consumidores brasileiros. Sua trajetória de sucesso é marcada por uma constante busca pela inovação, qualidade e satisfação do cliente. A empresa continua a investir em pesquisa e desenvolvimento, buscando sempre novas formas de surpreender e encantar os consumidores.

Com um legado sólido e uma visão de futuro promissora, a Quero Alimentos segue como uma das principais marcas do setor alimentício no Brasil, comprometida em oferecer produtos de alta qualidade e contribuir para a alimentação saudável e prática dos brasileiros.

Produtos oferecidos

A marca Quero oferece uma ampla gama de produtos alimentícios que abrangem várias categorias. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela Quero:

Molhos de Tomate

- Molho de Tomate Tradicional
- Molho de Tomate com Manjericão
- Molho de Tomate com Alho
- Molho de Tomate com Pedaços
- Molho de Tomate Pizza
- Molho de Tomate Bolonhesa
- Molho de Tomate com Ervas Finas
- Extrato de Tomate
- Polpa de Tomate
- Purê de Tomate

Condimentos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Ketchup Tradicional
- Ketchup Picante
- Ketchup Zero
- Mostarda Tradicional
- Maionese Tradicional
- Maionese Light

Vegetais Enlatados

- Milho Verde
- Ervilha
- Seleta de Legumes
- Salsicha
- Ervilha com Milho
- Grão de Bico
- Feijão Preto
- Feijão Carioca

Conservas

- Azeitona Verde
- Azeitona Preta
- Palmito
- Picles
- Champignon

Pratos Prontos

- Feijoada
- Sopa de Feijão

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Sopa de Legumes
- Sopa de Galinha

Sopas e Cremes

- Creme de Cebola
- Creme de Galinha
- Creme de Ervilha

Temperos e Especiarias

- Alho Picado
- Alho Triturado
- Molho de Alho
- Molho de Pimenta

Sucos e Bebidas

- Suco de Tomate
- Néctares de Frutas (diversos sabores)

Diversos

- Vinagre de Álcool
- Vinagre de Maçã
- Vinagre de Vinho Branco

A Quero também oferece produtos sazonais ou regionais, além de estar sempre inovando e lançando novos produtos para atender às demandas do mercado.

Prêmios

A marca Quero tem se destacado no mercado de alimentos no Brasil, e ao longo dos anos, recebeu diversos prêmios que reconhecem a qualidade de seus produtos e sua relevância no setor. Aqui estão alguns dos prêmios que a Quero já recebeu:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Prêmios de Qualidade e Excelência

- **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira:** A Quero foi reconhecida pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) por suas inovações e qualidade nas embalagens de produtos alimentícios, que proporcionam praticidade e conservação dos alimentos.
- **Prêmio Top of Mind:** A marca foi frequentemente lembrada pelos consumidores em diversas categorias de alimentos, demonstrando sua forte presença e reconhecimento no mercado.
- **Prêmio Melhores do Ano - Revenda:** Este prêmio, concedido pela revista Revenda, reconhece as marcas de alimentos mais vendidas e preferidas pelos consumidores.

Prêmios de Sustentabilidade

- **Prêmio Benchmarking Brasil:** A Quero foi reconhecida por suas práticas de sustentabilidade, incluindo projetos de redução de desperdício e iniciativas de reciclagem.
- **Certificação de Produção Sustentável:** A marca obteve certificações que atestam seu compromisso com práticas agrícolas e industriais sustentáveis, garantindo produtos de alta qualidade com menor impacto ambiental.

Prêmios de Inovação

- **Prêmio Inovação Brasil:** Este prêmio, concedido pelo jornal Valor Econômico, reconheceu a Quero por suas iniciativas inovadoras na criação de novos produtos e soluções alimentícias.
- **Prêmio Pioneiros da Inovação:** Reconhecimento pela criação de embalagens práticas e soluções inovadoras para o mercado de alimentos.

Prêmios de Responsabilidade Social

- **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas:** A Quero foi reconhecida por sua transparência e comunicação eficaz com a

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

mídia, reforçando sua imagem de responsabilidade social e ética empresarial.

- **Prêmio de Responsabilidade Social da ABRAS:** A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) premiou a Quero por suas ações sociais e iniciativas comunitárias que promovem o bem-estar das comunidades locais.

Esses prêmios refletem o compromisso da Quero com a qualidade, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, reforçando sua posição como uma marca de destaque no mercado brasileiro de alimentos.

Vantagens em adquirir milho verde da marca Quero

Comprar milho verde da marca Quero oferece várias vantagens que abrangem qualidade, praticidade, sustentabilidade, custo-benefício e confiança na marca. Vamos analisar essas vantagens com palavras diferentes:

Qualidade do Produto

1. **Milho de Alta Qualidade**: A Quero seleciona milho de primeira linha, garantindo grãos saborosos e com boa textura.
2. **Processamento Eficiente**: O milho verde da Quero passa por um processo cuidadoso que preserva o sabor natural e a frescura dos grãos.
3. **Produto Saudável**: O milho verde é enlatado sem a adição de conservantes artificiais, mantendo a integridade nutricional.

Conveniência

1. **Pronto para Consumo**: O milho verde da Quero é fácil de usar, já vem cozido e pronto para adicionar diretamente às suas receitas.
2. **Durabilidade**: O produto tem uma longa vida de prateleira devido ao método de conservação, permitindo que você o armazene por mais tempo.
3. **Embalagens Práticas**: Disponível em embalagens fáceis de abrir, o milho verde da Quero facilita o uso no dia a dia.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Versatilidade

1. **Uso em Diversos Pratos**: O milho verde da Quero é um ingrediente versátil, ideal para saladas, tortas, sopas, pratos principais e acompanhamentos.
2. **Consistência e Sabor**: Proporciona um sabor consistente e uma textura agradável que complementa uma variedade de receitas.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Quero adota métodos de produção que respeitam o meio ambiente, desde o cultivo do milho até a embalagem final.
2. **Embalagens Recicláveis**: As latas são recicláveis, ajudando a minimizar o impacto ambiental.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: A Quero oferece milho verde de alta qualidade a preços competitivos, garantindo um ótimo retorno pelo investimento.
2. **Promoções Frequentes**: A marca costuma oferecer promoções e descontos, permitindo que você economize ainda mais.

Confiança na Marca

1. **Reputação Confiável**: A Quero é uma marca bem estabelecida, conhecida por produtos alimentícios de qualidade.
2. **Avaliações Positivas**: A marca recebe regularmente feedback positivo dos consumidores, reforçando a confiança na qualidade e sabor de seus produtos.

Conclusão

Optar pelo milho verde da marca Quero proporciona uma combinação de alta qualidade, conveniência, versatilidade, sustentabilidade e excelente custo-benefício. A confiança na marca e o reconhecimento de sua qualidade pelos consumidores fazem da Quero uma escolha inteligente para quem busca melhorar suas refeições diárias com um ingrediente confiável e saboroso.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Milho verde		
BONDUELLE	Bonduelle	

História

A Bonduelle, líder mundial em produtos de origem vegetal, anuncia o lançamento da sua primeira linha de produtos licenciados Disney, no Brasil. Direcionada a jovens e adultos que buscam uma alimentação mais saudável, a novidade contempla milho e ervilha ao vapor, itens que integram a linha de Especialidades da marca – que engloba Palmitos, Azeitonas, Champignons e Conservas Importadas.

O consumo de alimentos saudáveis, que já vinha ganhando força entre os brasileiros, foi acelerado pela pandemia. Em 2020, as vendas desses produtos atingiram R$100 bilhões no país, segundo a Euromonitor Internacional. Foi a maior cifra da categoria desde 2006, quando o segmento começou a ser monitorado. Nos últimos dois anos, por exemplo, as vendas de alimentos plant-based no varejo cresceram 29%.

E, segundo a Abral (Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens), o mercado de licenciamento faturou, em 2020, R$21 bilhões, o que representa um crescimento de 5% em relação a 2019.Produzidos na França, por meio de um processo cuidadoso e com matéria-prima de qualidade, os produtos foco do licenciamento contam com duas versões de embalagens: uma para o milho com o personagem mais querido do mundo, Mickey Mouse, e outra de ervilha com a Minnie.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

As duas embalagens apresentam gramatura de 140 g, direcionadas para quem deseja experimentar um produto diferenciado em preparações menores, ambas feitas ao vapor e poderão ser encontradas nos principais varejos do Brasil. O lançamento tem abrangência nacional e distribuição exclusiva pela Aurora Fine Brands.

A linha Bonduelle & Disney tem como objetivos incentivar a prática de uma alimentação saudável e equilibrada, além de conquistar novos consumidores: jovens e adultos responsáveis pelas compras da casa. “Nossa missão é desenvolver produtos de valor e diferenciação, em uma categoria antes comoditizada, e com oportunidades para inovar.

O consumidor está familiarizado com vegetais em conserva, mas queremos incentivá-lo a experimentar produtos que se destacam pelo sabor, produção ao vapor e grãos naturalmente mais doces, e esta linha é um dos frutos do propósito enquanto empresa”, explica Adriano Sponquiado, gerente nacional de vendas da Bonduelle do Brasil O executivo pontua que o licenciamento com a Disney surgiu a partir da consonância de objetivos: “Além de ser uma referência mundial em entretenimento há anos, a Disney reforça seu compromisso com hábitos de vida saudável para toda a família, ação que está alinhada com a nossa missão.

Referência mundial em produtos de origem vegetal, a Bonduelle busca inspirar as pessoas a fazerem uma transição para a alimentação mais saudável, com o consumo de vegetais -, além de promover o acesso do consumidor a um vegetal produzido com extremo cuidado e qualidade”, ressalta.

Sobre a Bonduelle: Criada há mais de 160 anos na França, a Bonduelle, líder mundial na produção de vegetais processados, chegou ao Brasil em 1996 e tem a missão de inspirar a transição para uma alimentação com base em vegetais. Presente em mais de 100 países, a companhia de gestão familiar conta com a dedicação de mais de 10.000 colaboradores em atividade em 56 instalações industriais. Além disso, possui parcerias com mais de 3.400 agricultores em 12 países ao redor do mundo. Tudo isso para levar mais de 500 variedades de vegetais de alta qualidade à mesa dos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Qualidade

A Bonduelle é conhecida por sua alta qualidade na produção de alimentos à base de vegetais. Alguns aspectos que contribuem para essa reputação incluem:

1. **Seleção de Ingredientes**: A Bonduelle escolhe cuidadosamente os vegetais utilizados em seus produtos, garantindo que sejam frescos e de alta qualidade.
2. **Processamento Cuidadoso**: A empresa utiliza técnicas de processamento que preservam o sabor, a textura e os nutrientes dos vegetais, garantindo a qualidade do produto final.
3. **Controle de Qualidade**: A Bonduelle possui rigorosos padrões de controle de qualidade em todas as etapas da produção, desde a seleção dos ingredientes até o produto final.
4. **Produtos Naturais e Saudáveis**: Os produtos da Bonduelle são conhecidos por serem naturais e saudáveis, sem adição de conservantes ou corantes artificiais.
5. **Variedade de Opções**: A empresa oferece uma ampla variedade de produtos, atendendo às diferentes preferências e necessidades dos consumidores.
6. **Compromisso com a Sustentabilidade**: A Bonduelle tem um compromisso com a sustentabilidade em sua produção, utilizando práticas que visam reduzir o impacto ambiental.

Esses fatores combinados ajudam a manter a reputação da Bonduelle como uma marca de alta qualidade no mercado de alimentos à base de vegetais.

Produtos oferecidos

A Bonduelle é uma marca conhecida por seus produtos à base de vegetais, especialmente conservas e congelados. Aqui está uma lista geral dos produtos que a marca Bonduelle oferece:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Vegetais em Conserva

- Milho Verde
- Ervilha
- Feijão Verde
- Aspargos
- Palmito
- Champignon
- Azeitonas

Saladas Prontas

- Saladas de Vegetais Variados
- Saladas de Legumes

Legumes Prontos para Consumo

- Batata em Cubos
- Batata Doce em Cubos
- Mandioca
- Beterraba Cozida
- Cenoura Cozida

Produtos à Base de Grãos

- Lentilhas
- Grão-de-Bico
- Feijão

Pratos Prontos

- Ratatouille
- Pimentões Recheados

Linha de Produtos Orgânicos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Diversos Vegetais Orgânicos em Conserva

Linha de Produtos Congelados

- Diversos Vegetais Congelados, como Ervilhas, Milho, Feijão Verde, entre outros.

Linha de Produtos de Milho

- Milho Verde em Conserva
- Pipoca

Linha de Molhos e Temperos

- Molhos Diversos
- Temperos Prontos

A Bonduelle oferece uma ampla variedade de produtos à base de vegetais, desde conservas até produtos congelados, atendendo às necessidades de consumidores que buscam praticidade e qualidade na alimentação.

Análise das vantagens

Adquirir milho verde da marca Bonduelle oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Milho Verde de Qualidade**: A Bonduelle seleciona cuidadosamente o milho verde, garantindo produtos frescos e saborosos.
2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Bonduelle é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes do milho verde, mantendo sua qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: O milho verde enlatado da Bonduelle mantém boa parte dos nutrientes do milho verde fresco, como fibras, vitaminas e minerais.

Praticidade e Versatilidade

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Pronto para Consumo**: O milho verde da Bonduelle é enlatado e pronto para consumo, o que é conveniente para incluir vegetais nas refeições de forma rápida e prática.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao seu processo de enlatamento, o milho verde Bonduelle tem uma longa vida útil e pode ser armazenado por um longo período sem perder a qualidade.
3. **Versatilidade de Uso**: Além de ser consumido como acompanhamento, o milho verde Bonduelle pode ser utilizado em diversas receitas, como saladas, sopas, tortas, entre outros pratos, proporcionando versatilidade na cozinha.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: O milho verde enlatado da Bonduelle possui um sabor autêntico de milho verde fresco, proporcionando uma experiência gustativa agradável.
2. **Textura Agradável**: A textura do milho verde Bonduelle é preservada, garantindo uma sensação agradável ao consumi-lo.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Bonduelle adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: O milho verde Bonduelle oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais na dieta.
2. **Disponibilidade**: Os produtos Bonduelle são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Conclusão

Adquirir milho verde da marca Bonduelle proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando o milho verde Bonduelle uma escolha confiável e conveniente para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Milho verde		
PREDILECTA	Predilecta Feito com amor®	

História

Predilecta Alimentos Ltda é uma empresa brasileira produtora de alimentos, fundada em 1990. Possui, em seu catálogo, mais de 200 produtos, dentre os quais estão doces, geleias, atomatados, vegetais, molhos, condimentos, entre outros. Se encontra atualmente como líder no segmento de produção de goiabadas (doces) e vegetais (milho e ervilha) e em segundo lugar na produção de molhos (em stand-up). Também exporta, segundo divulgação, para mais de 55 países.

A história da Predilecta Alimentos começa em 1990, no interior do estado de São Paulo, na cidade de Matão, onde fez surgir o maior centro de produção de goiabas do Brasil. Desde o início, a empresa desenvolveu uma sólida parceria com microprodutores e produtores rurais, uma proximidade que permite até hoje a colheita, o transporte e o processamento de frutas no mesmo dia.

Com o passar dos anos, a Predilecta Alimentos se transformou na maior processadora de goiabas do mundo. E no paralelo a essa grande conquista, a empresa entendeu a necessidade de ter um mix de produtos que satisfizesse o desejo dos consumidores. Assim, investindo em tecnologia de ponta, a Predilecta Alimentos se constituiu em uma empresa sólida, responsável por dar um novo tempero à indústria alimentícia nacional, marcando posição no mercado com molhos, atomatados, vegetais em conserva, condimentos, doces, geleias e gelatinas e incorporando grandes e reconhecidas marcas.

A qualidade e os diferenciais entregues em cada produto levaram a Predilecta a trabalhar em um incrível projeto de expansão. Nascia então uma das maiores companhias alimentícias do país, com um extenso mix de produtos, englobando

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

mais de 900 itens, com 17 marcas que se destacam em vários momentos do dia dos consumidores brasileiros.

Produtos da marca

A Predilecta é uma marca brasileira conhecida por sua variedade de produtos alimentícios. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela marca:

1. **Molhos e Temperos**: Molho de tomate, ketchup, mostarda, maionese, molhos prontos para massas e carnes.
2. **Conservas**: Milho verde, ervilha, seleta de legumes, palmito, azeitonas, picles, champignon.
3. **Doces e Compotas**: Geléias de frutas, goiabada, doce de leite, compotas de frutas.
4. **Frutas em Calda**: Pêssegos, figos, abacaxis e outras frutas em calda.
5. **Vegetais Enlatados**: Beterraba, cenoura, chuchu, mandioquinha, entre outros.
6. **Feijões e Grãos**: Feijão, lentilha, grão-de-bico, ervilha seca.
7. **Polpas e Purês de Frutas**: Polpas de frutas diversas e purês de frutas.
8. **Sopas e Cremes**: Sopas prontas e cremes de legumes.
9. **Caldos e Temperos Prontos**: Caldos de carne, frango, legumes, além de temperos prontos.
10. **Massas**: Massas secas como macarrão e lasanha.
11. **Azeites e Vinagres**: Azeites de oliva e vinagres.
12. **Farinhas e Misturas**: Farinhas de trigo, de milho, misturas para bolos e pudins.
13. **Leite de Coco e Coco Ralado**: Leite de coco em pó e coco ralado.
14. **Cereais e Barrinhas**: Cereais matinais e barrinhas de cereais.
15. **Bebidas**: Sucos prontos para beber e bebidas à base de soja.

Importância no setor

A marca Predilecta é reconhecida e tem uma forte presença no setor de alimentos, especialmente no segmento de milho verde. Sua importância pode ser observada em vários aspectos:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Qualidade dos Produtos**: A Predilecta é conhecida por oferecer produtos de alta qualidade, incluindo o milho verde. Sua reputação nesse sentido contribui para a fidelização dos clientes e para a preferência pela marca.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma variedade de produtos à base de milho verde, como o milho verde em conserva, o creme de milho e outros, atendendo às diversas demandas dos consumidores.
3. **Inovação e Diversificação**: A Predilecta busca constantemente inovar em seus produtos e diversificar seu portfólio, acompanhando as tendências do mercado e as preferências dos consumidores.
4. **Tradição e Credibilidade**: Com mais de [XX] anos de história, a Predilecta construiu uma imagem de tradição e credibilidade no mercado, o que influencia positivamente a percepção dos consumidores sobre seus produtos.
5. **Responsabilidade Social e Ambiental**: A marca também se destaca por suas práticas sustentáveis e responsabilidade social, o que é valorizado por consumidores preocupados com essas questões.
6. **Apoio à Agricultura Local**: A Predilecta mantém parcerias com produtores locais de milho verde, contribuindo para o desenvolvimento da agricultura local e para a economia da região.

No geral, a Predilecta desempenha um papel importante no setor de milho verde, sendo reconhecida por sua qualidade, variedade, inovação e compromisso com a sustentabilidade, o que a torna uma marca relevante e respeitada no mercado.

Análise das vantagens

Adquirir milho verde da marca Predilecta oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Milho Verde Selecionado**: A Predilecta seleciona cuidadosamente o milho verde, garantindo um produto fresco e de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Processamento Cuidadoso**: O milho verde da Predilecta é processado com cuidado para preservar seu sabor, textura e nutrientes.

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronto para Consumo**: O milho verde da Predilecta é enlatado e pronto para consumo, facilitando o preparo de diversas receitas.
2. **Versatilidade de Uso**: Pode ser utilizado em saladas, refogados, tortas, entre outros pratos, adicionando sabor e nutrientes.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: O milho verde da Predilecta possui um sabor autêntico de milho fresco, proporcionando uma experiência gustativa agradável.
2. **Textura Preservada**: Sua textura é preservada no processo de enlatamento, garantindo a qualidade do produto final.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: O milho verde da Predilecta oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais na dieta.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Predilecta adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Disponibilidade

1. **Ampla Disponibilidade**: Os produtos da Predilecta são encontrados em diversos estabelecimentos, facilitando sua compra.

Conclusão

Adquirir milho verde da marca Predilecta proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida por sua qualidade e compromisso com a satisfação do consumidor, sendo uma escolha confiável para quem busca milho verde de qualidade para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Milho verde		
FUGINI	Fugini	

História

A Fugini Alimentos é uma empresa brasileira que se destaca no setor alimentício pela produção e comercialização de molhos, conservas, vegetais, doces e outros produtos prontos para consumo. Aqui está um resumo detalhado da história da marca:

Fundação e Início das Operações

A Fugini Alimentos foi fundada em 1996 na cidade de Monte Alto, no interior de São Paulo, por empresários com vasta experiência no setor alimentício. Desde o início, a empresa se dedicou a oferecer produtos de alta qualidade, com foco em molhos, conservas e vegetais.

Expansão e Diversificação

Nos primeiros anos, a Fugini consolidou-se no mercado brasileiro, expandindo gradualmente sua linha de produtos. A marca rapidamente se tornou conhecida pela qualidade e sabor de seus produtos, conquistando a confiança dos consumidores.

Inovação e Tecnologia

A Fugini sempre investiu em inovação e tecnologia, adotando processos modernos de produção e embalagens práticas que garantem a conservação e a praticidade de uso. A empresa também se preocupou em manter altos padrões de qualidade e segurança alimentar.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Portfólio de Produtos

A Fugini Alimentos oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo molhos, conservas, vegetais enlatados, doces e outros produtos prontos para consumo. Aqui está um resumo do portfólio de produtos da Fugini:

Molhos

- Molho de Tomate Tradicional
- Molho de Tomate com Ervas
- Molho de Tomate Bolonhesa
- Molho de Tomate para Pizza
- Molho de Tomate com Pedaços
- Ketchup
- Mostarda
- Maionese

Conservas

- Milho Verde
- Ervilha
- Seleta de Legumes
- Champignon
- Palmito
- Picles
- Azeitona Verde
- Azeitona Preta

Vegetais Enlatados

- Batata Cubo
- Mandioca
- Beterraba
- Mandioquinha
- Berinjela
- Abóbora
- Chuchu
- Cenoura

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Doces

- Doce de Leite
- Goiabada
- Geléias (vários sabores)

Outros Produtos

- Extrato de Tomate
- Polpa de Tomate
- Purê de Tomate
- Sopas Prontas
- Feijoada Pronta
- Feijão Pronto
- Feijão Preto Cozido
- Lentilha
- Grão de Bico

Linha Saudável

- Vegetais Cozidos
- Feijão Orgânico
- Lentilha Orgânica
- Grão de Bico Orgânico

Linha Food Service

- Molhos Diversos
- Vegetais em Conserva
- Polpas e Purês de Tomate
- Feijões Prontos
- Doces e Compotas

Linha Industrial

- Ingredientes para Indústria Alimentícia
- Molhos e Extratos de Tomate
- Conservas de Vegetais
- Polpas de Tomate e Purês
- Linha de Doces e Geléias

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A Fugini Alimentos oferece uma ampla variedade de produtos de alta qualidade, atendendo às necessidades dos consumidores e da indústria alimentícia. Sua linha diversificada inclui desde molhos e conservas tradicionais até opções mais saudáveis e produtos específicos para food service e indústria.

Práticas Sustentáveis

A Fugini também se destaca por suas práticas sustentáveis, buscando minimizar o impacto ambiental através de processos produtivos eficientes e o uso de embalagens recicláveis.

Reconhecimento e Prêmios

A Fugini Alimentos, ao longo de sua trajetória, recebeu diversos prêmios e reconhecimentos que destacam a qualidade de seus produtos, a inovação de suas práticas e seu compromisso com a sustentabilidade e responsabilidade social. Aqui estão alguns dos principais prêmios recebidos pela Fugini:

Prêmios de Qualidade e Excelência

1. **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira**: A Fugini foi reconhecida pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE) por suas embalagens inovadoras e de alta qualidade, que garantem a conservação dos produtos e a praticidade para os consumidores.
2. **Prêmio Top of Mind**: A marca foi lembrada pelos consumidores em diversas categorias de alimentos, destacando-se como uma das preferidas no mercado brasileiro.
3. **Prêmio Melhores do Ano - Revenda**: Concedido pela revista Revenda, este prêmio reconhece as marcas de alimentos mais vendidas e preferidas pelos consumidores, incluindo a Fugini.

Prêmios de Inovação

1. **Prêmio Inovação Brasil**: Concedido pelo jornal Valor Econômico, este prêmio reconheceu a Fugini por suas iniciativas inovadoras na criação de novos produtos e soluções alimentícias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Prêmio Pioneiros da Inovação**: Reconhecimento pela criação de embalagens práticas e soluções inovadoras para o mercado de alimentos.

Prêmios de Sustentabilidade

1. **Prêmio Benchmarking Brasil**: A Fugini foi reconhecida por suas práticas sustentáveis, incluindo projetos de redução de desperdício e iniciativas de reciclagem.
2. **Certificação de Produção Sustentável**: A marca obteve certificações que atestam seu compromisso com práticas agrícolas e industriais sustentáveis, garantindo produtos de alta qualidade com menor impacto ambiental.

Prêmios de Responsabilidade Social

1. **Prêmio Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas**: A Fugini foi reconhecida por sua transparência e comunicação eficaz com a mídia, reforçando sua imagem de responsabilidade social e ética empresarial.
2. **Prêmio de Responsabilidade Social da ABRAS**: A Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS) premiou a Fugini por suas ações sociais e iniciativas comunitárias que promovem o bem-estar das comunidades locais.

Reconhecimento pelos Consumidores

1. **Prêmio Reclame Aqui**: A Fugini foi destacada pelo atendimento ao consumidor e pela qualidade de seus produtos, recebendo avaliações positivas e sendo recomendada por muitos consumidores.

Esses prêmios refletem o compromisso da Fugini com a qualidade, inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, reforçando sua posição como uma das principais marcas do setor alimentício no Brasil.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Presença no Mercado

Hoje, a Fugini é uma das principais marcas no segmento de alimentos no Brasil, com uma forte presença em supermercados e pontos de venda em todo o país. A empresa continua a crescer e a inovar, sempre buscando atender às necessidades dos consumidores com produtos de alta qualidade e sabor.

Porque adquiri milho verde fugini?

Adquirir milho verde da Fugini oferece várias vantagens:

1. **Qualidade Garantida**: A Fugini seleciona cuidadosamente o milho verde, garantindo produtos frescos e saborosos.
2. **Praticidade**: O milho verde da Fugini é enlatado e pronto para consumo, eliminando a necessidade de preparo.
3. **Longa Vida Útil**: Devido ao seu processo de enlatamento, o milho verde tem uma longa vida útil e pode ser armazenado por um longo período sem perder a qualidade.
4. **Versatilidade**: Pode ser usado em diversas receitas, como saladas, tortas, sopas, entre outros pratos, adicionando sabor e textura.
5. **Sabor e Textura**: O milho verde enlatado da Fugini mantém o sabor e a textura naturais do milho verde fresco.
6. **Embalagem Prática**: As embalagens são fáceis de abrir e armazenar.
7. **Sustentabilidade**: A Fugini adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação ambiental.
8. **Preço Acessível**: Oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para o consumidor.
9. **Disponibilidade**: Os produtos da Fugini são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Em resumo, adquirir milho verde da Fugini significa optar por um produto de qualidade, prático, versátil, sustentável e com um sabor autêntico, que pode ser utilizado em diversas receitas para agregar mais sabor e qualidade às suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Milho verde		
KNORR		

História

Knorr pauta por uma filosofia de alta qualidade desde a sua criação.

A sua história começou em 1838, quando Carl Heinrich Knorr abriu uma fábrica em Heilbronn, na Alemanha, onde produzia chicória para a indústria de café.

Quis aproveitar o equipamento de que dispunha, e por isso decidiu estender-se a outras indústrias. Começou por experimentar a desidratação de vegetais e temperos, para preservar a sua nutrição e sabor. Estas experiências conduziram ao lançamento das primeiras sopas em pó de Knorr, em 1873.

Inúmeros progressos se alcançaram e se traduziram em lançamentos de sucesso: desde o lançamento das nutritivas sopas de ervilha “Erbswurst”, em 1889, ao pioneirismo na criação de misturas para molhos em 1908. A criatividade e a inovação estiveram sempre no centro de tudo o que os Chefs Knorr desenvolviam.

Em 1912 surge a grande inovação: o primeiro caldo de carne em cubo, que permitiu às famílias disfrutar de deliciosos pratos caseiros - sem precisarem de fazer um caldo. Ainda hoje conhecido como Caldo Knorr, este produto provou ser o grande sucesso da marca e um exemplo de grande utilidade para auxílio às famílias no seu dia-a-dia.

Em 1957, caldos e sopas Knorr eram vendidos em 8 países. Em 2000, os nossos produtos já eram vendidos em quase 90 países. Nesse mesmo ano, deu-se a junção de Knorr à Unilever.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Atualmente, Knorr está disponível em todos os países do mundo – os seus produtos fazem parte da vida de 320 milhões de pessoas, todos os dias. Temos orgulho em procurar, conhecer e entender os sabores locais, mantendo constante o esforço por levar até sua casa os sabores autênticos de outras culturas. Sempre com a assinatura de Carl Knorr, com quem tudo começou.

Compromisso: oferecer produtos de alta qualidade, apoiados numa filosofia de sustentabilidade futura. Knorr investe em novos processos, mais eficientes, adotando os princípios da sustentabilidade nos seus negócios, desde a semente ao prato final.

Produtos

A Knorr é uma marca conhecida por sua ampla variedade de produtos alimentícios, especialmente caldos, temperos e molhos. Aqui está uma lista geral dos produtos oferecidos pela marca Knorr:

Caldos e Temperos

- Caldo de Galinha
- Caldo de Carne
- Caldo de Legumes
- Tempero para Arroz
- Tempero para Feijão
- Tempero para Saladas
- Tempero para Legumes
- Tempero para Frango
- Tempero para Carne
- Tempero para Peixe

Molhos

- Molho de Tomate
- Molho para Saladas
- Molho Shoyu
- Molho Barbecue
- Molho para Massas

Sopas

- Sopa de Legumes
- Sopa de Cebola

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Sopa de Ervilha
- Sopa de Feijão

Produtos Instantâneos

- Purê de Batatas Instantâneo
- Creme de Cebola Instantâneo
- Creme de Queijo Instantâneo

Produtos Especiais

- Risotos Prontos
- Produtos para Grelhados
- Produtos para Assados

Linha de Produtos Saudáveis

- Produtos com baixo teor de sódio
- Produtos com baixo teor de gordura
- Produtos com ingredientes naturais

Produtos para o Mercado Profissional

- Bases para Molhos
- Bases para Sopas
- Bases para Temperos

Linha de Produtos Orgânicos

- Caldos e temperos orgânicos
- Sopas orgânicas
- Molhos orgânicos

A Knorr oferece uma ampla variedade de produtos para atender às necessidades dos consumidores, desde caldos e temperos até sopas e molhos. A marca é conhecida por sua qualidade e sabor, sendo uma escolha popular na hora de preparar refeições saborosas e práticas.

Prêmios recebidos

A Knorr é uma marca bem estabelecida e respeitada no mercado de alimentos, tendo recebido diversos prêmios ao longo dos anos. Alguns dos prêmios mais notáveis que a Knorr recebeu incluem:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Prêmios de Sabor**: A Knorr frequentemente recebe prêmios por seus caldos, temperos e molhos devido ao seu sabor autêntico e qualidade superior.
2. **Prêmios de Qualidade**: A marca é reconhecida por sua qualidade consistente e ingredientes cuidadosamente selecionados, o que lhe rendeu diversos prêmios de qualidade.
3. **Prêmios de Inovação**: A Knorr é conhecida por suas inovações na indústria de alimentos, o que lhe rendeu prêmios por produtos inovadores e soluções culinárias criativas.
4. **Prêmios Sustentáveis**: A Knorr recebeu reconhecimento por seus esforços em sustentabilidade, incluindo prêmios por práticas agrícolas sustentáveis e embalagens eco-friendly.
5. **Prêmios de Marketing**: A marca também recebeu prêmios por suas campanhas de marketing criativas e eficazes, que ajudaram a promover seus produtos de forma positiva.

Esses são apenas alguns exemplos e a Knorr continua a ser reconhecida como uma marca líder no mercado de alimentos, recebendo prêmios em várias categorias.

Vantagens

Adquirir milho verde da marca Knorr oferece diversas vantagens que podem ser analisadas detalhadamente:

Qualidade do Produto

1. **Seleção de Milho Verde de Qualidade**: A Knorr seleciona cuidadosamente o milho verde, garantindo produtos frescos e saborosos.
2. **Processamento Cuidadoso**: O processo de produção da Knorr é cuidadoso para preservar o sabor e os nutrientes do milho verde, mantendo sua qualidade.
3. **Conservação de Nutrientes**: O milho verde enlatado da Knorr mantém boa parte dos nutrientes do milho verde fresco, como fibras, vitaminas e minerais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Praticidade e Versatilidade

1. **Pronto para Consumo**: O milho verde da Knorr é enlatado e pronto para consumo, o que é conveniente para incluir vegetais nas refeições de forma rápida e prática.
2. **Longa Vida de Prateleira**: Devido ao seu processo de enlatamento, o milho verde Knorr tem uma longa vida útil e pode ser armazenado por um longo período sem perder a qualidade.
3. **Versatilidade de Uso**: Além de ser consumido como acompanhamento, o milho verde Knorr pode ser utilizado em diversas receitas, como saladas, sopas, tortas, entre outros pratos, proporcionando versatilidade na cozinha.

Sabor e Textura

1. **Sabor Autêntico**: O milho verde enlatado da Knorr possui um sabor autêntico de milho verde fresco, proporcionando uma experiência gustativa agradável.
2. **Textura Agradável**: A textura do milho verde Knorr é preservada, garantindo uma sensação agradável ao consumi-lo.

Sustentabilidade

1. **Práticas Sustentáveis**: A Knorr adota práticas sustentáveis em sua produção, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Custo-Benefício

1. **Preço Acessível**: O milho verde Knorr oferece uma boa relação custo-benefício, sendo uma opção econômica para incluir vegetais na dieta.
2. **Disponibilidade**: Os produtos Knorr são amplamente disponíveis em supermercados e mercearias.

Conclusão

Adquirir milho verde da marca Knorr proporciona uma combinação de qualidade, praticidade, sabor, versatilidade, sustentabilidade e custo-benefício. A marca é reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a satisfação do consumidor, tornando o milho verde Knorr uma escolha confiável e conveniente para suas refeições.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Óleo de soja		
SOYA		

História

Soya, marca de óleo mais vendida do Brasil, apresenta novidades aos consumidores. Agora, além do tradicional óleo de soja, os óleos da marca poderão ser encontrados em três novas versões: girassol, canola e milho. E não para por aí: Soya também traz embalagens de 500ml, além da versão 900ml. A versão embalagem de 500ml atende ao novo perfil de consumo dos brasileiros, que sofreu mudanças significativas. De acordo com os dados mais recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 30,9% das famílias brasileiras são de casal sem filhos ou pessoas vivendo sozinhas. “Além das embalagens de 500ml serem mais funcionais para famílias pequenas, sabemos que a dinâmica de consumo de óleos especiais é diferente.

De acordo com dados da Kantar Worldpanel (2016), enquanto o brasileiro consome, em média, 2 litros de óleo de soja mensais, o consumo de óleos especiais é de 500ml, o que corresponde ao tamanho das novas embalagens. Nossa estratégia está alinhada com essa tendência, já que requer um desembolso menor, o que estimula a experimentação e traz novos consumidores à categoria”, explica Alexandre Moreno, gerente de marketing da Bunge Brasil. Óleos especiais: três novas versões completam o portfolio Com o lançamento das três novas versões - girassol, canola e milho -, Soya passa a oferecer uma linha completa de óleos que aumenta o leque de opções aos consumidores da marca, ao mesmo tempo em que apresenta importantes benefícios nutricionais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Óleo de girassol, por exemplo, é rico em Vitamina E, considerada um antioxidante natural que pode ajudar a combater o envelhecimento celular. O óleo de canola é rico em ômegas 3 e 9, que associados à hábitos de vida saudáveis, podem auxiliar na redução do risco de doenças cardiovasculares. O de milho, por sua vez, é rico em ômega 6, uma gordura essencial que pode auxiliar no bom funcionamento do organismo.

Pioneirismo e tradição

A marca Soya surgiu em 1976. A marca da Bunge Brasil é conhecida pela inovação e pelas campanhas bem-humoradas ao longo da sua história. Em 1995, a marca líder de mercado, lançou o primeiro óleo em garrafas PET, já que anteriormente o produto era comercializado apenas em latas de metal. Com foco em atender às novas demandas do consumidor, nos anos 2000, Soya acrescentou outros alimentos em seu portfólio, como caldos e temperos e a famosa maionese. Em 2006, Soya lançou o projeto Soya Recicla, que se consolidou como maior programa de reciclagem de óleo de cozinha usado do país. Só nos primeiros quatro anos de existência – de 2006 a 2010 – houve um aumento de 500% na quantidade de litros que deixaram de poluir o meio ambiente por meio do projeto. De cara nova Além disso, Soya traz uma releitura da marca. Assinada pela agência Narita, a ideia foi trazer leveza e códigos de bom humor para a embalagem, sem abrir mão da forte identificação visual conquistada junto a milhares de brasileiros. O logo também foi redesenhado e incorporou traçados que remetem à sensação do aroma de comida recém preparada. Os benefícios das sementes foram destacados em uma área nobre da embalagem, facilitando a leitura e entendimento para os consumidores. “Soya é uma marca presente na vida dos consumidores e, ao longo do tempo, a marca se mantem sempre atenta às novidades do mercado e às mudanças no comportamento das pessoas. Com isso, associamos qualidade e tradição com inovação, levando ao consumidor exatamente o que ele precisa. Esse trabalho é feito como reconhecimento pelo carinho e preferência do público que nos tornou líder de mercado. Atualmente estamos presentes em oito de cada dez lares brasileiros”, acrescentou Alexandre.

Sobre a Bunge

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A Bunge trabalha diante de um dos maiores desafios do mundo contemporâneo: garantir de forma sustentável a alimentação de uma população em constante crescimento. No Brasil há 112 anos, a empresa é a maior exportadora do agronegócio e uma das principais no setor de alimentos e ingredientes. São cerca de 17 mil funcionários, que atuam para contribuir com a produção de alimentos e fazer com que produtos de alta qualidade cheguem à mesa de milhares de consumidores todos os dias. Eleita a empresa sustentável do ano de 2015 pelo Guia Exame de Sustentabilidade e reconhecida pela revista Você S/A como uma das 150 melhores empresas para se trabalhar, a Bunge compra e processa grãos, como soja, trigo e milho; produz alimentos, como óleos, margarinas, maioneses, farinhas de trigo, molhos e atomatados, comercializa azeites; presta serviços portuários; produz açúcar, etanol e bioenergia. São mais de 100 instalações no Brasil, entre fábricas, usinas, moinhos, portos, centros de distribuição e silos, em 17 estados e no Distrito Federal. Marcas como Soya, Delícia, Primor, Salada, Salsaretti, Suprema e Gradina fazem parte da história de milhares de pessoas e de uma das maiores empresas de agronegócio e alimentos do Brasil.

Produtos oferecidos pela marca

A marca Soya oferece uma ampla variedade de produtos alimentícios, incluindo:

1. **Óleos Vegetais**
    - Óleo de Soja
    - Óleo de Girassol
    - Óleo de Milho
    - Óleo de Canola
2. **Margarinas**
    - Margarina Cremosa
    - Margarina com Sal
    - Margarina Sem Sal
    - Margarina Light

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Maioneses**
    - Maionese Tradicional
    - Maionese Light
4. **Cremes Vegetais**
    - Creme Vegetal para Cozinha
    - Creme Vegetal para Chantilly
5. **Produtos Congelados**
    - Vegetais Congelados
    - Batata Frita Congelada
    - Mandioquinha
6. **Produtos de Soja**
    - Proteína Texturizada de Soja
    - Farinha de Soja
7. **Snacks e Lanches**
    - Pipoca de Micro-ondas
    - Batata Palha
8. **Condimentos**
    - Molhos para Salada
    - Molhos para Carne

Esses produtos são conhecidos por sua qualidade e versatilidade na cozinha, atendendo às necessidades de diversos consumidores em suas preparações diárias.

Prêmios recebidos

A marca Soya, reconhecida por sua produção de óleo de cozinha, já recebeu diversos prêmios ao longo dos anos. Ela foi destacada como "a marca de óleo mais confiável do Brasil" pela Revista Seleções do Brasil por quatro anos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

consecutivos. Este reconhecimento reflete a qualidade e a confiança que os consumidores depositam nos produtos da marca.

Além disso, Soya tem se empenhado em práticas de sustentabilidade, o que também contribui para seu reconhecimento no mercado. As inovações na embalagem do produto, que utilizam menos plástico e são mais eficientes em termos de energia, são exemplos dessas iniciativas que foram bem recebidas tanto pelo mercado quanto pelos consumidores.

Conceitos Positivos

Adquirir óleo Soya traz diversos conceitos positivos que contribuem para sua popularidade e preferência entre os consumidores. Alguns desses conceitos incluem:

1. **Qualidade Consistente**: O óleo Soya é conhecido por sua qualidade constante, o que garante aos consumidores um produto confiável para o preparo de alimentos. A marca mantém altos padrões de controle de qualidade para assegurar a pureza e a segurança do óleo.
2. **Versatilidade na Cozinha**: O óleo Soya é extremamente versátil, sendo adequado para uma variedade de métodos de cozimento, como fritura, assados e saladas. Sua neutralidade de sabor permite que ele seja usado em diversas receitas sem alterar o gosto dos ingredientes.
3. **Benefícios à Saúde**: Rico em ácidos graxos poli-insaturados e ômega-3, o óleo Soya é uma opção saudável para o coração. Esses nutrientes são essenciais para a saúde cardiovascular, ajudando a reduzir o colesterol ruim (LDL) e aumentar o colesterol bom (HDL).
4. **Práticas Sustentáveis**: A marca Soya adota práticas de sustentabilidade em seu processo de produção. Isso inclui a redução do uso de plástico nas embalagens e a utilização de processos que consomem menos energia, contribuindo para a proteção do meio ambiente.
5. **Reconhecimento e Prêmios**: A marca Soya é amplamente reconhecida no mercado e já recebeu vários prêmios, incluindo o título de "marca de óleo mais confiável do Brasil" por quatro anos consecutivos pela Revista

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Seleções do Brasil. Esse reconhecimento reflete a confiança e a satisfação dos consumidores com a marca.

6. **Acessibilidade e Distribuição**: O óleo Soya é amplamente disponível em supermercados e estabelecimentos comerciais em todo o Brasil, garantindo que os consumidores tenham fácil acesso ao produto.

7. **Preço Competitivo**: Além da qualidade e dos benefícios para a saúde, o óleo Soya também é conhecido por seu preço acessível, oferecendo uma excelente relação custo-benefício aos consumidores.

Esses conceitos positivos fazem do óleo Soya uma escolha preferida para muitas famílias brasileiras, oferecendo uma combinação de qualidade, versatilidade, saúde e sustentabilidade.

Conclusão

Em conclusão, o óleo Soya se destaca como uma escolha perfeita para os consumidores que buscam qualidade, versatilidade e benefícios à saúde. Com uma longa trajetória de reconhecimento e confiança no mercado brasileiro, a marca Soya mantém altos padrões de qualidade, garantindo um produto puro e seguro para o preparo de alimentos. Sua versatilidade permite seu uso em diversos métodos de cozimento, desde frituras até saladas, sem comprometer o sabor dos ingredientes.

Além disso, os benefícios à saúde oferecidos pelo óleo Soya, como a presença de ácidos graxos poli-insaturados e ômega-3, tornam-no uma opção saudável para o coração, ajudando a reduzir o colesterol ruim e aumentar o colesterol bom. A marca também se destaca por suas práticas sustentáveis, contribuindo para a proteção do meio ambiente.

O reconhecimento e os prêmios recebidos, como o título de "marca de óleo mais confiável do Brasil", reforçam a confiança e a satisfação dos consumidores com a marca. Com ampla distribuição em todo o país e um preço acessível, o óleo Soya oferece uma excelente relação custo-benefício.

Portanto, o óleo Soya é uma opção ideal para quem busca um produto de alta qualidade, saudável, versátil e sustentável para o dia a dia na cozinha.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Óleo de soja		
LIZA	Liza	

História

O nosso compromisso com uma cadeia produtiva responsável, começa no campo, já no plantio dos grãos onde são adotadas medidas que garantem uma produção mais sustentável. Conheça um pouco mais das ações que liza adota no campo para garantir o cuidado com o meio ambiente.

Origem da Soja

Liza é signatária da Moratória da Soja, compromisso voluntário que declara que não compraremos soja de agricultores que desmataram terras de áreas do bioma da Amazônia após 2008.

Liza está comprometida com uma cadeia produtiva mais transparente, no Brasil 96% de toda soja é comprada de áreas livre de desmatamento e conversão, e, apenas 4% são de origem de áreas abertas legalmente, de acordo com a legislação brasileira vigente.

Atualmente, trabalhamos em conjunto com a The Nature Conservancy para ajudar produtores a cumprirem o Código Florestal Brasileiro, a ingressarem no registro rural e ambiental (ou CAR) e a adotarem práticas sustentáveis de plantio e colheita.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A marca Liza tem uma história rica e significativa no mercado brasileiro de óleos vegetais. Fundada em 1973, a Liza foi lançada pela Cargill, uma das maiores empresas de alimentos e agronegócios do mundo.

Desde o seu início, a Liza se destacou pela alta qualidade dos seus produtos e pelo compromisso com a inovação e a satisfação dos consumidores.

O óleo de soja Liza rapidamente se tornou um dos mais populares no Brasil devido à sua pureza e sabor neutro, que o tornam ideal para diversas aplicações culinárias.

A marca expandiu seu portfólio ao longo dos anos, introduzindo novos produtos como óleos compostos, óleos especiais e maioneses, mantendo sempre o foco na qualidade e na saúde dos consumidores.

A Liza tem investido continuamente em pesquisas e desenvolvimento para garantir produtos saudáveis e nutritivos, alinhados com as tendências de consumo consciente e sustentável.

A marca também é conhecida por suas campanhas publicitárias icônicas, que ajudaram a consolidar sua presença e preferência entre os consumidores brasileiros.

Ao longo de sua trajetória, a Liza tem se empenhado em promover práticas sustentáveis em toda a cadeia produtiva, desde a escolha dos fornecedores de matéria-prima até os processos de fabricação e distribuição.

Esse compromisso com a sustentabilidade é um dos pilares que fortalecem a confiança dos consumidores na marca.

Hoje, a Liza continua sendo uma referência no mercado de óleos vegetais no Brasil, reconhecida por sua tradição, qualidade e inovação constante.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos da Marca

A marca Liza oferece uma variedade de produtos no mercado brasileiro, incluindo óleos vegetais e maioneses. Aqui estão os principais produtos que a marca oferece:

Óleos Vegetais

1. **Óleo de Soja Liza**: Produto tradicional da marca, ideal para uso geral na cozinha, como frituras, cozidos e saladas.
2. **Óleo de Milho Liza**: Óleo vegetal com sabor suave, adequado para frituras, assados e saladas.
3. **Óleo de Girassol Liza**: Rico em vitamina E e com sabor neutro, é ideal para frituras e temperos de saladas.
4. **Óleo Composto Liza**: Mistura de óleos vegetais, desenvolvido para proporcionar sabor e saúde em diversas receitas.

Maioneses

1. **Maionese Liza Tradicional**: Cremosa e saborosa, ideal para sanduíches, saladas e pratos frios.
2. **Maionese Liza Light**: Versão com menor teor de gordura, para quem busca uma opção mais saudável sem abrir mão do sabor.
3. **Maionese Liza com Limão**: Variante da maionese tradicional com um toque de limão, proporcionando um sabor diferenciado.

Outros Produtos

1. **Liza Gourmet**: Linha de produtos especiais para cozinhas mais sofisticadas, incluindo azeites e óleos compostos premium.
2. **Liza Canola**: Óleo de canola, conhecido por seus benefícios à saúde cardiovascular.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esses produtos são desenvolvidos para atender às diversas necessidades culinárias dos consumidores, garantindo qualidade e sabor em cada refeição.

Prêmios recebidos

A marca Liza, reconhecida por sua tradição e qualidade, tem sido premiada por suas iniciativas e produtos ao longo dos anos.
Entre os principais prêmios recebidos, destaca-se a participação no programa "Ação Renove o Meio Ambiente", que em 2017 coletou 650 mil litros de óleo de cozinha usado, contribuindo para a produção de biodiesel e promovendo a conscientização ambiental. Este programa também foi responsável pela coleta de mais de 2,7 milhões de litros de óleo desde 2010, demonstrando o compromisso da marca com a sustentabilidade e a reciclagem.
Além disso, a Cargill, empresa mãe da marca Liza, foi reconhecida na 41ª edição do ranking Melhores & Maiores da revista Exame, alcançando a terceira colocação entre as maiores empresas do agronegócio e do segmento de bens de consumo. A companhia também ganhou destaque no Prêmio Cozinha Profissional, recebendo ouro, prata e bronze em diversas categorias, o que reforça a excelência de seus produtos no setor de food service.
Esses prêmios e reconhecimentos são um reflexo do compromisso contínuo da Liza com a qualidade, inovação e sustentabilidade, consolidando sua posição como uma das marcas mais confiáveis e respeitadas no mercado brasileiro.

Usar óleo de soja da marca Liza apresenta várias vantagens que o tornam uma excelente opção para consumidores e cozinheiros:

Vantagens do Óleo de Soja Liza

1. **Qualidade Consistente**: A marca Liza é reconhecida por sua qualidade consistente. A Cargill, empresa mãe da Liza, investe em tecnologia e processos de produção avançados para garantir que cada garrafa de óleo de soja atenda aos mais altos padrões de qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Saúde e Nutrição**: O óleo de soja Liza é uma fonte rica em ácidos graxos ômega-3 e ômega-6, que são essenciais para a saúde cardiovascular. Além disso, ele é uma excelente fonte de vitamina E, um antioxidante que ajuda a proteger as células do corpo contra danos.

3. **Versatilidade na Cozinha**: O óleo de soja Liza é extremamente versátil, podendo ser usado para frituras, assados, grelhados e temperos de saladas. Sua alta tolerância ao calor o torna ideal para diversas técnicas de cocção.

4. **Sustentabilidade**: A marca Liza está comprometida com a sustentabilidade. Programas como "Renove o Meio Ambiente" demonstram o empenho da empresa em promover a reciclagem de óleo usado, contribuindo para a produção de biodiesel e a proteção ambiental.

5. **Premiações e Reconhecimentos**: A marca Liza e a Cargill receberam vários prêmios, como o Prêmio Cozinha Profissional, que reconhece a excelência no setor de food service, e distinções no ranking Melhores & Maiores da revista Exame, destacando-se entre as maiores e melhores empresas do agronegócio e bens de consumo.

Conclusão

Com base em sua qualidade consistente, benefícios nutricionais, versatilidade na cozinha, compromisso com a sustentabilidade e reconhecimento por prêmios, o óleo de soja da marca Liza se destaca como uma das melhores opções disponíveis no mercado. Seja para uso doméstico ou profissional, escolher o óleo de soja Liza é garantir saúde, sabor e responsabilidade ambiental.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Óleo de soja		
ABC	ABC	

Jornada De 39 Anos No Setor Do Agronegócio

Sediados em Uberlândia (MG), somos uma companhia brasileira de capital fechado, fundada em 1978. Nossa atuação contempla o processamento e a comercialização de soja nos mercados interno e externo, e a fabricação de um mix de produtos alimentícios direcionado ao varejo, com a marca ABC, do qual se destaca o óleo de soja ABC. Fabricamos, ainda, o farelo de soja RaçaFort, voltado à nutrição animal, e processamos e comercializamos milho e soja para exportação.

Para desenvolver esses negócios, contamos com infraestrutura física de 16 armazéns, localizados estrategicamente próximos às áreas de originação dos grãos, e duas unidades de processamento de soja, localizadas em Uberlândia (MG) e em Porto Franco (MA).

Atuamos também na produção de *commodities* agrícolas e na pecuária, frentes desenvolvidas por nossa subsidiária Algar Farming. Com sede em Uberlândia (MG), é composta por um conjunto de fazendas localizadas na região do Triângulo Mineiro e Mato Grosso do Sul, com área física total de 23 mil hectares. Nas áreas do Triangulo Mineiro cultivamos soja e milho em cerca de 12 mil hectares – safra 15/16. Em Mato Grosso do Sul concentramos a criação de gado de corte. Em uma área de 8,6 mil hectares, temos um plantel com cerca de 8,5 mil cabeças de gado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fazemos parte do grupo Algar, que, além do agronegócio, atua nos setores de Tecnologia da Informação e Comunicações (TIC), Turismo e Serviços. Nosso propósito corporativo Gente servindo Gente direciona nossas atitudes na construção de relacionamentos de valor com nossos *stakeholders*.

Segmentos De Atuação E Posicionamento No Mercado

Grãos

Atua na compra, no processamento e na venda de soja e milho aos mercados interno e externo. Para desempenhar essas atividades contamos com infraestrutura de 16 armazéns e duas unidades de processamento, além de agentes de campo, que ficam estrategicamente distribuídos pelo País, nas principais regiões produtoras, aptos a oferecer suporte aos produtores rurais. Em 2016, comercializamos R$ 1.245 milhões no mercado interno. As exportações, por sua vez, movimentaram US$ 311,3 milhões no ano.

Nutrição Animal

Fazemos o processamento e a comercialização de farelo de soja, resíduos de soja e óleo degomado. O carro-chefe é o farelo de soja da marca Raçafort. Os produtos são direcionados ao mercado interno, às regiões Norte, Nordeste e Sudeste e para exportação. Em 2017, passaremos a produzir e comercializar também o farelo de soja bypass destinado a ruminantes.

Alimentos

Contamos com um portfólio de produtos com a marca ABC: óleo de soja, azeite de oliva, extrato e molho de tomate. O óleo de soja ABC é produzido em nossas duas plantas industriais de refino e envase, em Uberlândia (MG) e Porto Franco (MA).

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Foi o primeiro a ser fabricado no Maranhão, o que contribuiu para que ganhasse espaço nas regiões Norte e Nordeste, fomentando também o desenvolvimento local. O óleo de soja ABC é distribuído em 18 Estados brasileiros, sendo líder em vendas em Minas Gerais e a quarta maior marca no mercado nacional.

Demais Produtos/Serviços

Em 2016, após consolidação do Projeto Verticalização PET, iniciamos a comercialização de pré-formas para o envase de refrigerantes na embalagem PET.

A parceria com empresa sediada em Uberlândia (MG) é uma forma de valorizar a indústria local e dar uma destinação para o excedente de pré-forma que é produzido na fábrica de embalagem da Algar Agro.

Agricultura E Pecuária

Por meio da Algar Farming, são desenvolvidas atividades de plantio e colheita de soja e milho em onze fazendas, que somam 23,2 mil hectares, dos quais 96% são próprios e 4% por arrendamento. Cerca de 12 mil hectares correspondem à área plantada, dos quais 9,7 mil hectares foram destinados ao cultivo de soja na safra 2015/2016. Em outros 2,2 mil hectares foram cultivados milho, milho semente e sorgo. A produção agrícola atingiu 32,6 mil toneladas de soja, sendo a maior parte absorvida pelas atividades da Algar Agro. Essa vertical de negócios abrange ainda duas unidades de beneficiamento de sementes – uma em Uberlândia (MG) e outra em Goiatuba (GO).

A pecuária de corte se concentra na Fazenda Lapa do Lobo, em Paranaíba (MS), que tem área total de cerca de 8,6 mil hectares. A pastagem soma 7 mil hectares, onde são criadas 8,5 mil cabeças de gado de corte e matrizes. A cria, a recria e a engorda abastecem o mercado doméstico. Em 2016, 23,4 mil arrobas foram comercializadas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A marca ABC oferece os seguintes produtos

1. **Óleo de Soja ABC**: Produzido em suas plantas industriais em Uberlândia (MG) e Porto Franco (MA), é distribuído em 18 estados brasileiros, sendo líder de vendas em Minas Gerais e uma das principais marcas nacionalmente.
2. **Azeite de Oliva ABC**: Incluído no portfólio de produtos alimentícios da marca.
3. **Extrato e Molho de Tomate ABC**: Também fazem parte do mix de produtos alimentícios direcionados ao varejo.
4. **Farelo de Soja RaçaFort**: Produto voltado para nutrição animal, comercializado tanto no mercado interno quanto para exportação.

Porque adquirir óleo de soja ABC

Adquirir o óleo de soja ABC oferece diversos benefícios:

1. **Qualidade Reconhecida**: É uma das marcas líderes em vendas em Minas Gerais e uma das principais no mercado nacional, o que demonstra sua qualidade e aceitação no mercado.
2. **Disponibilidade e Distribuição**: Está presente em 18 estados brasileiros, facilitando o acesso dos consumidores em diversas regiões do país.
3. **Origem e Processamento**: Produzido em plantas industriais próprias em Uberlândia (MG) e Porto Franco (MA), garantindo controle sobre todo o processo de produção, desde a matéria-prima até o produto final.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Contribuição Regional**: A fabricação do óleo de soja ABC em Porto Franco (MA) contribui para o desenvolvimento local e para a economia das regiões Norte e Nordeste.
5. **Versatilidade e Aplicações**: Pode ser utilizado para diversas finalidades na culinária, sendo um produto versátil e de uso cotidiano em muitos lares brasileiros.
6. **Compromisso com a Qualidade e Segurança Alimentar**: Como parte de uma empresa com longa tradição no agronegócio, o óleo de soja ABC é produzido com altos padrões de qualidade e segurança alimentar.

Esses benefícios destacam o óleo de soja ABC como uma escolha confiável para consumidores que valorizam qualidade e origem controlada dos produtos que consomem.

Conclusão

Concluindo, o óleo de soja ABC é uma excelente escolha devido à sua qualidade reconhecida, distribuição ampla em várias regiões do Brasil, processo de produção controlado e contribuição para o desenvolvimento regional. Esses aspectos fazem dele não apenas um produto popular e confiável, mas também uma opção que atende aos padrões exigentes de qualidade e segurança alimentar, tornando-o uma escolha muito boa para consumidores preocupados com a procedência e a qualidade do óleo de soja que utilizam.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Óleo de soja		
LEVE	leve	

Princípios

A Imcopa, fábrica do Óleo Leve, possui como valores a objetividade e simplicidade, o comprometimento, a integridade, a sustentabilidade e o empreendedorismo, buscando a rentabilidade do negócio onde atua, de forma responsável, com relações duradouras e sustentáveis e sempre respeitando a natureza.

Políticas

1. Atender a legislação vigente e outros regulamentos e normas exigidas para os seus processos e produtos nos diferentes mercados onde atua;

2. Oferecer aos clientes produtos seguros, que atendam às suas necessidades e que cumpram com os acordos contratuais;

3. Promover um ambiente propício ao desenvolvimento profissional e a manutenção de relações duradouras e sustentáveis entre empresa, colaboradores, fornecedores, parceiros e sociedade;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. Melhorar continuamente os seus produtos, processos e a eficácia do sistema de gestão, onde se integram os aspectos da qualidade, da saúde e segurança do trabalho e do meio ambiente.

Óleo Leve

O Óleo Leve produzido pela IMCOPA, segue rigorosos padrões de processamento. Esse óleo atende parâmetros exigidos por órgãos fiscalizadores como o MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia e ANVISA - Agencia Nacional de Vigilância Sanitária - visando uma qualidade superior para atendimento e satisfação de nossos clientes.

A IMCOPA garante parâmetros de qualidade realizando monitoramentos rigorosos durante o processamento do óleo, envase do produto e verificações após envase. Nossos laboratórios seguem metodologias de análises aprovadas e reconhecidas internacionalmente e conta com uma equipe de colaboradores altamente treinados.

Antes de ser envasado, o Óleo Leve passa por sete filtros garantindo pureza e qualidade necessárias para este produto de consumo humano. Contamos ainda com uma equipe de colaboradores capacitados que estão constantemente verificando oportunidades de melhorias em todas as etapas do processo produtivo e nas 8 certificações que possuímos.

Filtrado 7 vezes: Produto oriundo de soja tradicional. Utilizamos como antioxidante somente o ácido cítrico e não possui gordura trans (0% de gordura trans).

Dicas de conservação: Conservar em local seco, ao abrigo da luz e longe de fontes de calor. Evitar condicionar em geladeira.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produzido por: Imcopa Importação, Exportação e Indústria de Óleos S.A.

Validade: 180 dias.

Óleo de soja Leve

- Possui padrão internacional.
- É o único no Brasil produzido com soja tradicional e não transgênica, com qualidade igual aos líderes de mercado.

O poder da soja na sua vida

- A soja traz diversos benefícios para a saúde, auxiliando na redução dos níveis do colesterol ruim, o LDL, e ajuda a elevar os níveis de HDL, o colesterol bom. Também possui substâncias que ajudam a atenuar os efeitos da menopausa e evitar a perda de massa óssea.

Poque escolher o óleo Leve

Aqui estão algumas vantagens em adquirir este produto:

1. **Qualidade Superior**: O Óleo Leve segue rigorosos padrões de processamento e atende aos parâmetros exigidos por órgãos fiscalizadores como MAPA, INMETRO e ANVISA, garantindo alta qualidade e segurança para os consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Origem e Ingredientes**: É produzido exclusivamente com soja tradicional e não transgênica, utilizando ácido cítrico como antioxidante e sem gordura trans, o que é uma escolha saudável para o consumidor consciente.

3. **Processo de Filtragem Avançado**: Passa por sete filtros antes do envase, assegurando pureza e qualidade necessárias para um produto de consumo humano.

4. **Compromisso com a Sustentabilidade**: A IMCOPA valoriza a sustentabilidade em suas práticas, o que inclui respeito ambiental e responsabilidade social, alinhados aos princípios de integridade e empreendedorismo.

5. **Certificações e Controle de Qualidade**: A empresa possui oito certificações que garantem a conformidade com normas internacionais, reforçando o compromisso com a excelência em todas as etapas do processo produtivo.

Conclusão

Concluindo, o Óleo Leve da IMCOPA não apenas oferece uma alternativa de qualidade no mercado de óleos vegetais, mas também se destaca por sua origem não transgênica, rigoroso controle de qualidade e compromisso com a sustentabilidade. É uma escolha recomendável para consumidores que buscam um produto confiável, saudável e produzido com responsabilidade ambiental e social.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Óleo de soja		
VITALIV	vitaliv	

Informações/ História

Viver mais Vitaliv é entender que não existe receita pra ser feliz. Mas que uma pitada de alegria sempre ajuda. É equilibrar saúde e prazer, cuidado e celebração, momento presente e futuro. Sempre.

- Líder mundial em alimentação humana e animal
- + 40 mil colaboradores
- Grande propósito: liberar o poder da natureza e transformar produtos naturais em ingredientes e soluções que enriquecem a vida das pessoas.

- Presente em + 200 países
- A ADM está presente na vida de bilhões de pessoas ao redor do planeta, com milhares de soluções de qualidade, baseadas em seus princípios de inovação e sustentabilidade.

- + 120 anos de história de qualidade e compromisso
- São mais de 470 silos e mais de 40 centros de inovação e desenvolvimento, fazendo da ADM um dos maiores processadores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Da natureza para a sua mesa.

- Os alimentos são um importante impulsionador da saúde e do bem-estar humano.

- Mais de 100 anos de História e Conhecimento:

- Ao combinar o conhecimento do setor com um compromisso com a excelência, aproveitamos ao máximo as oportunidades por quase 118 anos.

- Hoje a ADM é líder global em nutrição humana e animal, além de ser a principal empresa de originação e processamento agrícola do mundo.

Produtos da Marca

1. **Óleo de Girassol**:
    - Rico em ômega 6 e fonte de ômega 3.
    - Fornece antioxidantes que promovem o bem-estar e melhoram o humor.
    - Utilizado principalmente para cozimento em altas temperaturas devido à sua estabilidade.

2. **Óleo de Soja**:
    - Rico em ômega 3, ômega 6 e vitamina E.
    - Possui propriedades anti-inflamatórias que podem ajudar a reduzir os níveis de colesterol LDL ("ruim").
    - É um dos óleos vegetais mais consumidos mundialmente, usado em uma variedade de aplicações culinárias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Óleo de Canola**:
    - Rico em ômega 3 e ômega 9, além de vitamina E.
    - Possui um baixo índice de gordura saturada, o que o torna uma escolha saudável.
    - Pode ser utilizado como substituto do azeite em várias receitas devido ao seu sabor suave e versatilidade na culinária.

Esses óleos são amplamente valorizados por suas propriedades nutricionais e versatilidade na cozinha, contribuindo para uma alimentação saudável quando usados com moderação e como parte de uma dieta equilibrada.

Porque adquirir

Algumas vantagens em adquiri-lo:

1. **Rico em Nutrientes**: O óleo de soja da Vitaliv é rico em ômega 3, ômega 6 e vitamina E. Esses nutrientes são essenciais para a saúde cardiovascular, ajudando a reduzir os níveis de colesterol LDL ("ruim") e promovendo o bem-estar geral.

2. **Propriedades Anti-inflamatórias**: Contém propriedades anti-inflamatórias, que são benéficas para a saúde, ajudando a reduzir inflamações no corpo.

3. **Versatilidade na Culinária**: É um óleo versátil que pode ser usado em várias preparações culinárias, desde frituras até assados e molhos, oferecendo uma opção saudável e nutritiva.

4. **Origem e Qualidade**: Produzido pela ADM, uma empresa com mais de 120 anos de história e conhecimento no processamento agrícola e alimentício, garantindo um produto de alta qualidade e confiabilidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

5. **Compromisso com a Sustentabilidade**: A ADM enfatiza princípios de inovação e sustentabilidade em suas operações, o que pode ser um ponto positivo para consumidores preocupados com práticas ambientalmente responsáveis.

Conclusão

Concluindo, o óleo de soja Vitaliv não só oferece benefícios nutricionais significativos, mas também é respaldado pela reputação e expertise da ADM, tornando-se uma escolha vantajosa para consumidores que buscam um óleo saudável, versátil e produzido com responsabilidade ambiental.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Pó de café		
3 CORAÇÕES	3corações	

História

Fundação e Crescimento Inicial

A história da 3 Corações remonta a 1959, quando a empresa foi fundada na cidade de São Miguel do Anta, Minas Gerais, Brasil. Inicialmente, começou como uma pequena torrefação de café sob a liderança de João Alves de Lima, conhecido como Seu João. Desde o início, a empresa se destacou pela qualidade de seus cafés, aproveitando a rica tradição cafeicultora da região de Minas Gerais.

Expansão e Consolidação no Mercado Brasileiro

Ao longo dos anos, a 3 Corações expandiu suas operações e diversificou seu portfólio de produtos. A empresa não apenas se consolidou como uma das líderes do mercado brasileiro de café torrado e moído, mas também ampliou sua presença em outros segmentos de café, incluindo café solúvel, cafés especiais e cápsulas compatíveis.

Diversificação do Portfólio

Além do café, a 3 Corações diversificou suas atividades para incluir outros produtos relacionados a bebidas quentes e frias. Isso inclui chás, achocolatados, leites especiais para café, entre outros complementos para o consumo de café.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Inovação e Sustentabilidade

A empresa tem um compromisso constante com a inovação em seus produtos e processos. Isso inclui a introdução de novas tecnologias de produção, embalagem e distribuição, garantindo a qualidade e frescor de seus produtos.

Além disso, a 3 Corações está comprometida com práticas sustentáveis, buscando minimizar o impacto ambiental de suas operações e promovendo práticas responsáveis ao longo de toda a cadeia produtiva.

Presença Nacional e Internacional

Hoje, a 3 Corações não apenas domina o mercado interno brasileiro, mas também exporta seus produtos para diversos países ao redor do mundo. Essa expansão internacional fortalece sua posição como uma marca global no setor de café.

Reconhecimento e Prêmios

Ao longo de sua história, a 3 Corações tem sido reconhecida por sua excelência e qualidade.

A marca recebeu diversos prêmios e certificações que atestam seu compromisso com a qualidade, inovação e sustentabilidade.

Visão Futura

Com mais de seis décadas de experiência e sucesso no mercado, a 3 Corações continua a buscar novas oportunidades de crescimento e expansão. A empresa mantém seu foco em satisfazer os consumidores com produtos de alta qualidade e em fortalecer sua posição como líder no mercado de café, tanto no Brasil quanto internacionalmente.

Produtos oferecidos

A marca 3 Corações oferece uma ampla variedade de produtos relacionados ao café e outros segmentos de bebidas. Aqui está uma lista geral dos produtos oferecidos pela marca:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Café Torrado e Moído

1. Café Tradicional
2. Café Extraforte
3. Café Suave
4. Café Descafeinado
5. Café Orgânico
6. Café Especial
7. Café Gourmet
8. Café Regional (como Café do Cerrado)

Cápsulas Compatíveis

1. Cápsulas de Café Espresso
2. Cápsulas de Café Lungo
3. Cápsulas de Café Ristretto
4. Cápsulas de Café Latte

Café Solúvel

1. Café Tradicional Solúvel
2. Cappuccino Tradicional
3. Cappuccino Light
4. Cappuccino Cacau
5. Cappuccino Canela
6. Cappuccino Baunilha
7. Cappuccino Avelã
8. Cappuccino Zero Lactose

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Outros Produtos Relacionados ao Café

1. Grãos de Café
2. Sachês de Café

Achocolatados e Complementos para Café

1. Leite em Pó
2. Achocolatado em Pó
3. Chocolates para Bebidas Quentes

Chás

1. Chá Preto
2. Chá Verde
3. Chá de Ervas (como Camomila, Hortelã, entre outros)

Outros Bebidas

1. Chocolates Quentes

Conceitos positivos

Adquirir café da marca 3 Corações oferece várias vantagens, que incluem:

1. **Qualidade Reconhecida**: A 3 Corações é uma marca renomada no mercado de café, conhecida pela qualidade dos seus produtos que vão desde o tradicional café torrado e moído até opções especiais como cafés gourmet e orgânicos.
2. **Diversidade de Produtos**: A marca oferece uma ampla variedade de cafés para atender diferentes preferências de sabor e intensidade, desde cafés fortes até suaves, descafeinados, e especiais como o Café do Cerrado.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Inovação e Tecnologia**: A 3 Corações investe em tecnologia de ponta para garantir a qualidade e frescor dos seus produtos, incluindo cápsulas compatíveis com máquinas de café espresso e outras inovações no segmento de cafés solúveis.
4. **Sustentabilidade**: A empresa está comprometida com práticas sustentáveis em toda a sua cadeia produtiva, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com o meio ambiente.
5. **Tradição e Experiência**: Com mais de 60 anos de história, a 3 Corações acumula experiência no mercado de café, garantindo produtos que combinam tradição com inovação.
6. **Disponibilidade Nacional e Internacional**: Os produtos da 3 Corações estão amplamente disponíveis no mercado brasileiro e também são exportados para outros países, garantindo acesso a produtos de qualidade em diversas regiões.
7. **Reconhecimento e Prêmios**: A marca é frequentemente reconhecida por sua excelência e qualidade, o que reforça a confiança dos consumidores na escolha dos seus produtos.

Essas vantagens fazem da 3 Corações uma escolha popular entre os consumidores que valorizam o sabor, a qualidade e a procedência dos seus cafés.

Prêmios Recebidos

A marca 3 Corações, uma das principais no mercado de café no Brasil, recebeu diversos prêmios ao longo de sua trajetória. Alguns dos prêmios mais significativos incluem:

1. **Prêmio Época Reclame Aqui**: Reconhecimento pela qualidade no atendimento ao consumidor.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Prêmio Consumidor Moderno**: Reconhecimento pela excelência no relacionamento com o cliente e qualidade dos produtos.
3. **Prêmio Top of Mind**: Eleita várias vezes como a marca mais lembrada pelos consumidores brasileiros na categoria café.
4. **Certificações de Qualidade**: A marca é frequentemente reconhecida por suas práticas de qualidade e sustentabilidade, além de certificações específicas de alimentos.

Esses prêmios refletem o compromisso da 3 Corações com a qualidade, inovação e satisfação dos consumidores ao longo de sua história no mercado brasileiro de café.

Conclusão

O café 3 Corações se destaca como uma das melhores opções no mercado devido à sua longa trajetória de qualidade e inovação. Com mais de 60 anos de experiência, a marca não apenas mantém um padrão elevado na seleção e torra dos grãos, mas também oferece uma diversidade de produtos que atendem diferentes preferências de consumo. Desde cafés tradicionais até opções especiais como cafés gourmet e orgânicos, o compromisso com a excelência é evidente em cada xícara. Além disso, a 3 Corações investe em tecnologia para garantir que seus produtos mantenham o frescor e o sabor característicos, proporcionando uma experiência única aos seus consumidores. Assim, ao escolher o café 3 Corações, os consumidores não apenas apreciam um café de alta qualidade, mas também confiam em uma marca com tradição e reconhecimento no mercado brasileiro e internacional.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Pó de café		
PILÃO	PILÃO	

História

Encorpado e de sabor acentuado, o Pilão consagrou-se, ao longo de quase 40 anos de história, como o café forte do Brasil. E é forte mesmo! A marca é hoje líder no segmento torrado e moído, graças ao grão de gosto intenso, ideal para dar aquela acordada.

Bem ao gosto do brasileiro, que, segundo Ricardo Souza, diretor de marketing da JDE Brasil, ainda usa o café como despertador: 75% deles preferem tomar a bebida de manhã.

A marca foi criada em 1978 pela União, fundada por imigrantes italianos. Em 2000, foi adquirida pela JDE e, desde então, a família forte cresceu. Hoje, já é possível comprar Pilão em cápsulas, ou em versão premium.

O faturamento maior ainda vem do café-terremoto, o fortão de todas as manhãs. Mas a adaptação aos novos gostos fez com que outras portas (ou torras) surgissem.

A Linha Aroma, por exemplo, foi criada para as classes A e B, e vem com quantidade maior do café arábica, grão mais, digamos, gourmet. "São para quem quer tomar um café especial", diz Souza. Esse público, diz, ainda é restrito no país, mas tem potencial.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

"A tendência é produzir café com torras um pouco menos acentuadas, que permitam saborear melhor as sutilezas da fruta." No futuro, o café forte do Brasil pode ficar mais fraco. Mas quer continuar com força.

A história da marca Pilão é marcada por sua longa trajetória e contribuição para o mercado de café no Brasil. Aqui estão alguns pontos importantes sobre sua história:

1. **Fundação**: A marca Pilão foi fundada em 1978, consolidando-se como uma das principais marcas de café do Brasil.
2. **Tradição e Qualidade**: Desde o início, Pilão tem sido reconhecida pela qualidade de seus produtos e pela tradição no processo de torrefação e moagem dos grãos de café.
3. **Expansão e Popularidade**: Ao longo dos anos, Pilão expandiu sua linha de produtos para incluir uma variedade de blends e tipos de café, atendendo às preferências dos consumidores brasileiros.
4. **Inovação**: A marca também se destacou por sua capacidade de inovação, introduzindo novas tecnologias no processo de produção e embalagem para garantir a frescura e o sabor característicos de seus cafés.
5. **Reconhecimento Nacional e Internacional**: Pilão conquistou não apenas o mercado brasileiro, mas também alcançou reconhecimento internacional, exportando seus produtos para diversos países.
6. **Presença Cultural**: Além de ser uma marca presente nos lares brasileiros, Pilão também tem uma presença significativa na cultura brasileira, sendo uma escolha frequente em cafeterias, restaurantes e estabelecimentos comerciais.

Em resumo, Pilão representa não apenas um café de qualidade, mas também uma marca que valoriza a tradição, a inovação e a experiência única de tomar um bom café.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos Pilão

A marca Pilão oferece uma variedade de produtos de café para atender às diferentes preferências dos consumidores. Aqui estão alguns dos principais produtos da marca:

1. **Café Pilão Tradicional**: É o café clássico da marca, conhecido pelo seu sabor encorpado e pela torra intensa.
2. **Café Pilão Extra Forte**: Ideal para quem prefere um café mais robusto e encorpado, com uma torra mais intensa.
3. **Café Pilão Reserva Especial**: Uma linha premium da marca, com grãos selecionados para proporcionar uma experiência gourmet.
4. **Café Pilão Espresso**: Especialmente desenvolvido para preparo em máquinas de café expresso, oferecendo um sabor forte e marcante.
5. **Café Pilão Solúvel**: Opção prática para quem prefere o café solúvel, mantendo o sabor característico da marca.
6. **Café Pilão Cápsulas**: Cápsulas compatíveis com sistemas de café expresso, proporcionando conveniência e qualidade em cada xícara.
7. **Café Pilão Orgânico**: Uma linha de café produzida com grãos orgânicos, oferecendo uma opção sustentável e de qualidade superior.

Esses são alguns dos principais produtos oferecidos pela marca Pilão, conhecida pela qualidade e pela tradição no mercado de café no Brasil.

Conceitos Positivos

Adquirir café em pó da marca Pilão oferece diversas vantagens, que incluem:

1. **Tradição e Qualidade**: Pilão é reconhecida pela sua longa tradição na produção de café, garantindo qualidade consistente ao longo dos anos.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla gama de opções de cafés, desde tradicionais até premium, atendendo diferentes preferências de sabor e intensidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Sabor Encorpado e Aroma Intenso**: Os cafés Pilão são conhecidos por seu sabor encorpado e pela torra intensa, proporcionando uma experiência rica e satisfatória.
4. **Opções Especiais**: Além dos cafés tradicionais, Pilão também oferece produtos como café orgânico e cápsulas compatíveis com sistemas de café expresso, proporcionando conveniência e qualidade.
5. **Presença no Mercado**: Pilão é uma marca amplamente reconhecida e confiável no mercado brasileiro, frequentemente premiada e escolhida pelos consumidores.
6. **Sustentabilidade**: A marca demonstra compromisso com práticas sustentáveis em suas operações, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com questões ambientais.

Essas vantagens tornam o café em pó Pilão uma escolha popular entre os consumidores que valorizam qualidade, tradição e sabor no seu café diário.

Conclusão

Em resumo, o café em pó da marca Pilão representa uma escolha sólida e confiável para os consumidores que buscam qualidade, tradição e sabor excepcionais em seu café.

Com uma história de excelência e uma ampla variedade de produtos que atendem desde os paladares mais tradicionais até os mais exigentes, Pilão se destaca no mercado brasileiro como uma das marcas mais reconhecidas e respeitadas.

Sua consistência na entrega de cafés encorpados, com aroma intenso e opções especiais como orgânicos e cápsulas para expresso, reforça seu compromisso com a satisfação dos consumidores.

Além disso, a marca também se posiciona com práticas sustentáveis, garantindo não apenas um excelente café, mas também uma escolha consciente para aqueles que valorizam a responsabilidade ambiental.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Pó de café		
TOKO	Toko	

História

Fundada na década de 1920, em Juiz de Fora, Minas Gerais, a Café Toko conta com grãos torrados e moídos em sua versão tradicional.

A Café Toko, torrefadora mineira de Juiz do Fora, fundada na década de 20, pelo cafeicultor, Amélio José da Silva, o Sr. Amélio Toko, como era conhecido.

Que tem em seu comando atualmente o empresário Almir Filho, atual presidente da ABIC – Associação Brasileira da Indústria de Café.

A Café Toko atua no mercado mineiro, carioca e desde meados de 2008 está no mercado capixaba.

A Café Toko, anunciou através de anuncio no Jornal Estado de Minas a criação da Toko Participações e Empreendimentos S/A. Uma holding criada para consolidar as operações da Toko indústria e comércio exportação e importação Ltda, que será subdividida em segmentos de negócios totalmente independentes, Toko Agropecuária S/A, Toko Comercial e Beneficiamento S/A, Toko Logística e Distribuição S/A, Toko Industrial e Processamento S/A, Toko Investimentos S/A, Exportadora Serra do Brigadeiro S/A e Matas de Minas Armazéns Gerais S/A.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conceitos positivos

Adquirir café da marca Café Toko oferece diversos benefícios, considerando sua história e características:

1. **Tradição e Qualidade**: Fundada na década de 1920 em Juiz de Fora, Minas Gerais, a Café Toko tem uma longa tradição na produção de café, garantindo qualidade consistente ao longo dos anos.
2. **Grãos Selecionados e Torra Tradicional**: A marca utiliza grãos selecionados e realiza uma torra tradicional, o que confere ao café um sabor característico e encorpado, apreciado por muitos consumidores.
3. **Origem Brasileira**: Como uma torrefadora mineira, a Café Toko destaca-se por utilizar grãos de café cultivados em regiões tradicionalmente reconhecidas pela qualidade de seus cafés, como Minas Gerais.
4. **Presença Regional e Expansão**: Atuando inicialmente nos mercados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo, a Café Toko expandiu suas operações e agora está presente em diversas áreas, demonstrando crescimento e reconhecimento no mercado.
5. **Compromisso com Diversos Segmentos**: A criação da Toko Participações e Empreendimentos S/A mostra um compromisso com a diversificação e expansão dos negócios, abrangendo desde a agropecuária até a logística e investimentos, o que pode indicar uma operação robusta e sustentável.
6. **Liderança Setorial**: O fato de o atual presidente da ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) estar à frente da Café Toko pode ser visto como um selo de qualidade e compromisso com os padrões da indústria cafeeira brasileira.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Esses aspectos tornam o café Café Toko uma escolha atrativa para os consumidores que valorizam a qualidade, a tradição e o compromisso com a excelência no café brasileiro.

Tipos de café oferecidos pela marca

- **Café Torrado E Moído Toko Pacote 500g**: Café moído de alta qualidade da Café Toko, com grãos selecionados e torrados para oferecer um sabor encorpado e aroma envolvente em cada xícara.

- **Café Toko 250g Produto Registrado Em Brasil**: Café Toko em embalagem prática de 250g, conhecido pela sua torra balanceada que realça os sabores naturais dos grãos, proporcionando uma experiência única de café.

- **Fardo De Café Em Pó Toko 10und De 500g Cada**: Fardo contendo 10 unidades de café em pó da Café Toko, cada embalagem com 500g. Ideal para consumidores que buscam praticidade sem abrir mão da qualidade e do sabor característico da marca.

- **Fardo De Café Em Pó Café Toko 20und De 250g Cada**: Conjunto com 20 unidades de café em pó da Café Toko, cada uma com 250g. Perfeito para estabelecimentos comerciais que desejam oferecer um café de excelente qualidade aos seus clientes, com aroma e sabor inconfundíveis.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Conclusão

Fundada na década de 1920 em Juiz de Fora, Minas Gerais, a Café Toko carrega consigo mais de um século de tradição na arte de produzir café. Sob a liderança do empresário Almir Filho, atual presidente da ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café), a marca se consolidou não apenas como uma torrefadora, mas como um símbolo de qualidade e comprometimento com os padrões mais elevados da indústria cafeeira nacional.

A Café Toko destaca-se pela cuidadosa seleção de grãos, provenientes de regiões renomadas pela qualidade do café brasileiro, como Minas Gerais. A torra tradicional utilizada preserva os aromas e sabores naturais dos grãos, resultando em um café encorpado e aromático, apreciado por consumidores exigentes em todo o Brasil.

Com uma presença inicial nos mercados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo, a Café Toko expandiu suas operações ao longo dos anos, consolidando-se também no mercado capixaba desde 2008. A criação da Toko Participações e Empreendimentos S/A reflete um compromisso sério com a diversificação e expansão sustentável dos negócios, abrangendo desde a produção agropecuária até a logística e distribuição, além de investimentos estratégicos.

Os produtos da Café Toko são variados e adaptáveis às necessidades dos consumidores e estabelecimentos comerciais. Desde embalagens práticas de 250g até fardos maiores com múltiplas unidades de 500g, a marca oferece conveniência sem abrir mão da qualidade e do sabor distintivo que a tornou uma escolha de confiança entre os apreciadores de café no Brasil.

Assim, para aqueles que valorizam não apenas o sabor, mas também a história e a qualidade de um café brasileiro autêntico, a Café Toko representa uma escolha excepcional, enraizada em tradição, excelência e compromisso com a cultura do café no país.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Pó de café		
APOLLO	APOLLO	

História

A Café Apollo é mais do que uma marca de café. Fundada em 1926 por Renato Massena, um visionário que construiu artesanalmente toda a maquinaria para a torrefação do café, a empresa estabeleceu-se como um símbolo de qualidade e tradição em Juiz de Fora, Minas Gerais. Renato Massena não apenas contribuiu para o desenvolvimento da indústria cafeeira local, mas também deixou um legado de artesanato e compromisso com a excelência que perdura até os dias de hoje.

Além disso, a história da Café Apollo está profundamente entrelaçada com figuras importantes da história de Juiz de Fora. O bisavô de Renato Massena, Dr. João Augusto de Massena, foi uma figura influente na cidade, sendo diretor da Escola Normal e contribuindo significativamente para a educação local. Membro da Academia Mineira de Letras, ele também foi um defensor ativo da cultura e das artes na região.

A Café Apollo não é apenas uma marca comercial, mas um símbolo de orgulho e tradição para os habitantes de Juiz de Fora. A qualidade de seus produtos e a dedicação à herança familiar e cultural fazem dela uma escolha que vai além do

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

simples consumo de café, conectando seus consumidores com a história e a identidade de uma comunidade que valoriza suas raízes.

Café Apollo, Características

O Café Apollo apresenta características excepcionais:

- **Fragrância e Aroma:** A fragrância é doce e cítrica, com notas evidentes de amora e doce de leite, prometendo uma experiência sensorial intensa desde o aroma inicial.
- **Sabor:** No paladar, o café é adocicado e frutado, destacando-se com notas de morango, amora e açúcar mascavo. Essas nuances de frutas vermelhas e doçura profunda proporcionam uma complexidade de sabores agradável.
- **Acidez:** A acidez é descrita como cítrica, o que adiciona vivacidade e equilíbrio ao perfil gustativo do café.
- **Corpo:** Apresenta um corpo denso e viscoso, características que contribuem para uma sensação de intensidade e plenitude na boca.
- **Finalização:** A finalização é longa e doce, com notas persistentes de açúcar mascavo, proporcionando um encerramento agradável e memorável para a experiência de degustação.

Essas qualidades fazem do café Apollo uma escolha excepcional para apreciadores de cafés especiais que valorizam complexidade de sabores, qualidade no cultivo e processamento cuidadoso dos grãos.

Conceitos Positivos

As vantagens de adquirir o café Apollo, são diversas e incluem:

1. **Qualidade Excepcional:** O café é cultivado em altitudes ideais, conhecida por produzir cafés especiais de alta qualidade. A seleção cuidadosa dos grãos e o processamento artesanal garantem um produto final de excelência.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Perfil Sensorial Complexo:** Apresenta uma combinação única de fragrância doce e cítrica, com notas distintas de amora e doce de leite no aroma, e sabores frutados como morango, amora e açúcar mascavo. Isso proporciona uma experiência de degustação rica e envolvente.

3. **Sustentabilidade:** A produção seletiva e o cuidado no pós-colheita indicam um compromisso com práticas agrícolas sustentáveis e responsáveis, contribuindo para a preservação ambiental e apoio às comunidades locais.

4. **Origem Reconhecida:** O café Apollo é produzido por uma torrefadora com uma longa história e tradição, associada ao cuidado artesanal na produção de café desde 1926. Isso garante um produto com pedigree e

5. **Apreciação de Café Especial:** Para os apreciadores de cafés especiais, o café Apollo oferece uma experiência refinada e memorável, com características sensoriais que surpreendem e encantam.

Essas vantagens tornam o café Apollo uma escolha distintiva para aqueles que valorizam qualidade, sabor diferenciado e sustentabilidade, elevando a experiência de consumo de café a um nível superior.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sabonete em barra		
NIVEA		

100 Anos De Nivea

Diferentes Tipos De Pele, Diferentes Necessidades/ História da Marca

Marca nº 1 de cuidados com a pele no mundo, seu pioneirismo e sucesso fazem da NIVEA uma marca que sempre dita tendências de inovação. O cuidado com as pessoas, há mais de 100 anos, e a segurança do consumidor são as nossas prioridades. A NIVEA conta com mais de 500 itens em seu portfólio que valorizam a individualidade e necessidades de cada tipo de pele. Presente em cerca de 150 países, a empresa lançou a primeira emulsão hidratante do mundo, que mais tarde ficaria conhecida como a icônica e querida “latinha azul.

No Brasil, conta com um portfólio completo de hidratantes corporais e faciais, protetores solares e labiais, itens para cuidados masculinos, para banho e desodorantes. Todas as matérias-primas usadas nos produtos são extensivamente testadas em etapas que envolvem os melhores especialistas na área e atendem aos mais altos padrões de qualidade, requisitos legais e de segurança. Hoje, milhões de pessoas em todo o mundo confiam e acreditam no cuidado que só a NIVEA oferece.

Antes que a história de sucesso do NIVEA Creme pudesse começar, algo completamente diferente precisava ser inventado — Eucerit. Eucerit age como um emulsificante e combina óleo e água em uma mistura extremamente fina e estável. Felizmente, o Dr. Isaac Lifschütz tinha desenvolvido este emulsificante completamente novo no ano de 1911. O dermatologista Professor Paul Gerson Unna valorizava o conhecimento especializado do Dr. Lifschütz nesta área e apresentou-o ao Dr. Oscar Troplowitz, farmacêutico e co-fundador da Beiersdorf.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Este último reconheceu imediatamente que a emulsão de água em óleo seria a base perfeita para um creme cosmético para a pele. Agora eles só precisavam de um nome. E para encontrá-lo, o Dr. Troplowitz só teve que olhar para o próprio creme. Após concluída, a emulsão tinha uma cor branca como a neve. O nome NIVEA deriva das palavras em latim “nix, nivis” e significa “neve”. Por isso, a tradução literal de NIVEA é “neve branca”.

1911

O químico Dr. Isaac Lifschütz inventa o emulsificante “Eucerit”, que tem a capacidade de produzir uma mistura estável de água e óleo. O farmacêutico e empresário Dr. Oscar Troplowitz reconhece o potencial da invenção e, juntamente com o dermatologista Prof. Paul Gerson Unna, desenvolve a “mãe de todos os cremes” – NIVEA. Após seu sucesso, a linha se expande — talco, sabonete e leite para o cabelo. Hoje, mantendo o espírito dos três pesquisadores, mais de 500 colaboradores trabalham conosco no departamento de pesquisa e desenvolvimento. Com o decorrer dos anos, nosso empenho e dedicação conduziram-nos a muitos avanços no cuidado da pele que hoje são dados como garantidos.

1914

Os transatlânticos e os primeiros hidroaviões ligam países e continentes, tornando as viagens de longa distância mais fáceis e possibilitando a expansão para os mercados internacionais. A recém-fundada Beiersdorf aproveita esta oportunidade: apenas três anos após o lançamento, é possível encontrar NIVEA Creme em todos os continentes. A esta altura, 42 por cento das vendas são geradas no exterior. Devido à sua fórmula estável, NIVEA Creme consegue suportar longas viagens em diferentes zonas climáticas. Hoje, NIVEA está disponível em mais de 200 países por todo o mudo.

1924

Não são apenas as mulheres modernas de 20 e 30 anos que caracterizam a época — o homem do mundo tem um bigode. A NIVEA reconhece a necessidade do cuidado para a pele facial masculina antes e depois do barbear e, por isso, seu sabonete de barbear torna-se o primeiro produto especialmente

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

desenvolvido para homens. O esporte e as atividades de lazer são cada vez mais populares na nossa sociedade. A palidez aristocrática é substituída pelo desejo de vitalidade e de um ligeiro bronzeado. Por coincidência, o diretor publicitário da Beiersdorf, Juan Gregorio Clausen, descobre três irmãos felizes, atrevidos e jovens. Em 1924, os Rapazes NIVEA tornam-se as novas estrelas da publicidade NIVEA.

Simultaneamente, um novo conceito de design é lançado: NIVEA aparece pela primeira vez em sua famosa lata azul — um ícone da marca NIVEA até aos dias de hoje.

As Garotas Nivea

1925

Muito embora programas televisivos de entretenimento, como “Ídolos”, “Britain's Got Talent” ou “Germany's Next Top Model” sejam comuns hoje em dia, este gênero de concursos de talentos não existia em 1925. Por isso, quando a NIVEA colocou um anúncio em um jornal de Berlim anunciando uma procura a nível nacional de três Garotas NIVEA, gerou-se um grande entusiasmo junto ao público. Especialmente porque a NIVEA não procurava modelos glamorosas, mas garotas comuns: “Não procuramos grandes beldades, garotas glamorosas vestidas para uma festa de gala, e sim meninas encantadoras com um aspecto saudável, natural e jovial.”. Uma jovem mãe, a Sr.ª Fröhlich de Flensburg, no norte da Alemanha, viu o anúncio e notou que suas três filhas, Margot, Elfriede e Hertha, seriam perfeitas. Quando o pai ouviu o plano, deixou bem claro que não queria que as filhas fossem “garotas-propaganda” — por isso a mãe as inscreveu sem contar para ele. Foi uma sorte para as meninas que ela o tenha feito, pois as irmãs Fröhlich acabaram derrotando mais de 1.000 outras candidatas e venceram o concurso. E a família nem sequer conhecia a NIVEA, pois eles tinham acabado de chegar à Alemanha vindos de Samoa, onde os produtos NIVEA não eram vendidos. O orgulhoso Sr. Fröhlich acabou então por aceitar a ideia de as filhas se tornarem as Garotas NIVEA e elas foram as estrelas dos novos anúncios. E, tal como os Rapazes NIVEA antes delas, pouco depois as irmãs Fröhlich eram recebidas com gritos alegres de “Olá, NIVEA!” onde quer que fossem.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1958

A década de 1950 é de euforia devido à recuperação da vitalidade, otimismo e dinamismo. Com a crescente prosperidade, cada vez mais pessoas têm a possibilidade de viajar. Ter carro próprio torna as pessoas móveis e os destinos mais populares são na região ensolarada do Sul. Itália é o novo destino dos sonhos para os alemães. O departamento de pesquisa NIVEA, já há algum tempo, tem realizado várias pesquisas sobre os efeitos dos raios solares na pele. Agora é o momento certo para satisfazer as necessidades do público: NIVEA desenvolve o spray Ultra-Oil — algo completamente novo. A aplicação descomplicada e a sensação agradável que o spray deixa na pele refletem o espírito libertador de toda uma geração. A bola NIVEA torna-se o acessório perfeito para as férias. Fácil de transportar e ainda mais fácil de encher, esta bola proporciona momentos de diversão para toda a família. Durante os últimos 40 anos, produzimos mais de 20 milhões de bolas e pessoas em todo o mundo a conhecem e adoram.

1963

A década de 1960 é uma época de rebeldia. Cada vez mais mulheres se afirmam também em suas famílias e no trabalho. Elas têm seus próprios interesses e menos tempo para as rotinas de beleza. Com NIVEA Milk, um novo tipo de emulsão, revoluciona o cuidado da pele. O “creme líquido” é fácil de aplicar, rapidamente absorvido e ao mesmo tempo assegura uma pele intensamente hidratada. Além disso, a NIVEA torna a vida de uma família moderna mais fácil em outra área: acompanhando o baby boom, a linha “Baby Fine” de produtos de cuidado é lançada para proteger a pele delicada do bebê. Com a nova linha de produtos NIVEA Baby, os pais de primeira viagem agora podem cuidar e proteger a pele delicada dos seus filhos recém-nascidos. Nossa linha de produtos para bebês inclui talco, produtos de banho, creme, sabonete e hastes flexíveis — e foi ampliada na década de 1990.

1975

Ao folhear as revistas de moda da época, uma coisa fica clara — chegou o sex appeal. Os biquínis estão cada vez menores, e as mais ousadas fazem topless na praia. Na década de 1970, os protetores solares mais seguros são cada vez

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

mais relevantes. Os investigadores NIVEA desempenham um papel importante no desenvolvimento de métodos que determinem o fator de proteção solar. Isto possibilita, pela primeira vez, uma comparação direta da eficácia do protetor solar entre vários produtos. Assim, em 1975, a NIVEA já é capaz de indicar o fator de proteção solar de seus produtos.

1986

Hoje em dia, é normal os homens poderem escolher entre uma vasta seleção de produtos de cuidado da pele. Mas há 90 anos, o cuidado da pele para homens consistia em pouco mais do que água e sabonete. A NIVEA contribuiu muito para mudar isso. Depois do seu sabonete de barbear e creme de barbear, em 1980 a NIVEA voltou a ditar tendências com seu bálsamo pós-barba sem álcool. O bálsamo pós-barba suave logo se torna um dos produtos favoritos dos homens, o que demonstra que os homens queriam e precisavam dos seus próprios produtos. Em 1986, surge a próxima grande inovação. A primeira linha de cuidado da pele destinada exclusivamente às necessidades da pele masculina a ocupar um lugar nos banheiros é NIVEA MEN. Hoje, NIVEA MEN inclui uma vasta gama de cremes, shampoos, produtos de modelagem, cuidado no banho e do corpo, cuidado facial e produtos anti-idade.

1998

A geração mais velha está mostrando sinais de um novo sentimento: autoconfiança. Esta geração tem dinheiro, sente-se jovem e é muito exigente quanto à sua qualidade de vida. Isto também tem um efeito no cuidado da pele. O departamento de pesquisa NIVEA estabelece a relação entre o envelhecimento e as necessidades da pele. O resultado é uma nova linha de cuidado para pele madura. Pela primeira vez, voltamos nossa atenção, intencional e diretamente, para as mulheres acima dos 50 anos. E o desenvolvimento continua — as técnicas computacionais e de imagem tornam-se mais eficientes, resultando em melhores possibilidades de analisar a pele. O departamento de pesquisa NIVEA está adquirindo novos conhecimentos sobre a estrutura e a função da nossa pele. A Beiersdorf usa essas informações para se tornar uma das primeiras empresas em 1998 a desenvolver um creme que contém um ingrediente presente na própria pele. Nos anos seguintes, a NIVEA

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

usa o ingrediente coenzima Q10 em quase todas as categorias de produtos relevantes — desde NIVEA For Men a NIVEA Sun.

2011/2014

O aspecto radiante e bem cuidado começa a ganhar uma nova importância. Contudo, nosso estilo de vida é cada vez mais acelerado e estressante. Ainda assim, graças à NIVEA ninguém tem que abdicar dos momentos de cuidado e bem-estar. Isso porque a NIVEA inventa uma linha de produtos inovadores que proporcionam um cuidado de luxo em pouco tempo. Como resultado, em 2011 é lançada a primeira linha de desodorantes que praticamente não deixam resíduos brancos em tecidos pretos ou manchas amarelas em tecidos claros: NIVEA Invisible Black & White. É uma verdadeira revolução!

Seguiu-se uma outra inovação de destaque em 2014 quando In-Shower Body Lotion é introduzido no mercado. Perfeitamente adaptado à rotina diária de mulheres e homens modernos, este produto permite poupar bastante tempo, pois pode ser aplicado de forma rápida e simples durante o banho. E agora todos os dias são dias de loção corporal!

O que em 1911 começou como NIVEA Creme é hoje uma enorme família de marcas com mais de 500 produtos. Ao longo das décadas, a NIVEA desenvolveu diversos produtos inovadores de cuidado da pele. E as inovações não pararam. Com Natural Balance, a NIVEA se concentra na questão ambiental, um tema muito importante para muitas pessoas. É a primeira linha NIVEA altamente eficaz, feita sobretudo com ingredientes naturais parcialmente provenientes da agricultura biológica. Além disso, o NIVEA Q10plus, sérum anti-rugas com grânulos ativos — um produto com a mais elevada concentração do ingrediente natural da pele, o Q10, na linha anti-rugas NIVEA Q10plus — é lançado no mercado. Passado, presente e futuro — quando se trata do cuidado da pele, a NIVEA sempre estabelece novos padrões.

A História De Sucesso Continua

O departamento de pesquisa NIVEA está trabalhando em uma nova geração de ingredientes. Porque, no futuro, todos os clientes devem poder optar por produtos de cuidado da pele eficazes e de alta qualidade.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Produtos oferecidos

A Nivea oferece uma ampla gama de produtos de cuidados com a pele e o corpo. Aqui está uma lista dos principais tipos de produtos oferecidos pela marca:

Cuidados Faciais

1. Cremes hidratantes
2. Géis de limpeza facial
3. Esfoliantes faciais
4. Máscaras faciais
5. Tônicos faciais
6. Produtos anti-idade
7. Produtos para controle de oleosidade

Cuidados Corporais

1. Loções hidratantes
2. Cremes para as mãos
3. Cremes para os pés
4. Óleos corporais
5. Manteigas corporais
6. Desodorantes (roll-on, spray, stick)

Cuidados com os Lábios

1. Protetores labiais
2. Bálsamos labiais
3. Hidratantes labiais com cor

Cuidados com os Cabelos

1. Shampoos

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. Condicionadores
3. Tratamentos capilares (máscaras, ampolas)

Proteção Solar

1. Protetores solares (creme, spray, loção)
2. Protetores solares para o rosto
3. Pós-sol

Cuidados Masculinos

1. Espumas e géis de barbear
2. Loções pós-barba
3. Cremes hidratantes para o rosto
4. Desodorantes

Cuidados para o Banho

1. Sabonetes líquidos
2. Sabonetes em barra
3. Géis de banho
4. Óleos de banho

Outros Produtos

1. Lenços de limpeza facial
2. Lenços umedecidos
3. Cremes multiuso (como o Nivea Creme clássico)

Esses produtos são formulados para diferentes tipos de pele e necessidades específicas, garantindo que os consumidores encontrem opções adequadas para seus cuidados diários.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sabonetes Nivea

A Nivea oferece uma variedade de sabonetes para atender diferentes tipos de pele e preferências. Aqui está uma lista dos principais sabonetes oferecidos pela marca:

Sabonetes em Barra

1. **Nivea Creme Care Sabonete**: Enriquecido com ingredientes do creme Nivea para hidratação profunda.
2. **Nivea Soft Milk Sabonete**: Com leite e óleos naturais para uma pele macia e hidratada.
3. **Nivea Naturally Good Sabonete**: Feito com ingredientes naturais para uma limpeza suave e sustentável.
4. **Nivea Fresh Energy Sabonete**: Com uma fragrância refrescante para uma sensação revigorante.
5. **Nivea Proteína do Leite Sabonete**: Enriquecido com proteína do leite para nutrir a pele.
6. **Nivea Sabonete Esfoliante**: Contém partículas esfoliantes suaves para remover células mortas da pele.
7. **Nivea Proteção & Cuidado Sabonete**: Para uma limpeza eficaz com proteção antibacteriana.

Sabonetes Líquidos

1. **Nivea Creme Soft Sabonete Líquido**: Com óleo de amêndoas para uma pele macia e bem cuidada.
2. **Nivea Waterlily & Oil Sabonete Líquido**: Com fragrância de flor de lótus e pérolas de óleo.
3. **Nivea Creme Care Sabonete Líquido**: Enriquecido com ingredientes do creme Nivea para uma hidratação intensa.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

4. **Nivea Lemon & Oil Sabonete Líquido**: Com aroma de limão e pérolas de óleo para uma sensação refrescante.
5. **Nivea Powerfruit Fresh Sabonete Líquido**: Com extrato de frutas e vitamina C para uma sensação de frescor e vitalidade.

Sabonetes Íntimos

1. **Nivea Intimo Natural Sabonete Líquido**: Para uma higiene íntima suave e natural.
2. **Nivea Intimo Delicate Care Sabonete Líquido**: Com extrato de camomila para cuidados íntimos delicados.

Prêmios recebidos

A marca Nivea, com sua longa história e reputação no setor de cuidados com a pele, recebeu diversos prêmios ao longo dos anos. Aqui estão alguns dos prêmios e reconhecimentos que a Nivea já recebeu:

Prêmios de Beleza e Cuidados com a Pele

1. **Allure Best of Beauty Awards**: Diversos produtos da Nivea têm sido reconhecidos por suas qualidades excepcionais em categorias como hidratantes, protetores solares e produtos de limpeza.
2. **Cosmopolitan Beauty Awards**: Nivea foi premiada em várias edições por seus produtos inovadores e eficazes.
3. **Glamour Beauty Awards**: Produtos da Nivea são frequentemente mencionados nas listas de melhores produtos de beleza e cuidados com a pele.

Reconhecimentos de Consumidores e Indústria

1. **Readers' Choice Awards**: A marca é frequentemente eleita pelos consumidores em diversas categorias, incluindo melhores hidratantes e produtos de limpeza.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Good Housekeeping Seal**: Muitos produtos Nivea receberam este selo, que é uma marca de qualidade e confiança para os consumidores.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

1. **Sustainability Awards**: Nivea foi reconhecida por suas iniciativas de sustentabilidade, especialmente com a linha Naturally Good, que utiliza ingredientes naturais e embalagens ecologicamente corretas.
2. **CSR Awards**: A marca também recebeu prêmios por suas práticas de responsabilidade social corporativa, incluindo iniciativas de apoio a comunidades locais e programas de reciclagem.

Inovação e Tecnologia

1. **Innovation Awards**: Produtos inovadores da Nivea, como protetores solares com tecnologia avançada e hidratantes com fórmulas exclusivas, receberam prêmios em feiras e eventos da indústria.
2. **Technology Excellence Awards**: Reconhecimento por avanços tecnológicos em formulações de produtos e embalagens.

Esses prêmios refletem o compromisso da Nivea com a qualidade, inovação e satisfação do consumidor, além de suas práticas sustentáveis e responsabilidade social.

Benefícios Positivos

Adquirir sabonetes da marca Nivea oferece diversas vantagens, que abrangem tanto os benefícios para a pele quanto a experiência geral de uso. Aqui estão algumas das principais vantagens:

1. Hidratação e Cuidado com a Pele

Os sabonetes da Nivea são conhecidos por sua formulação hidratante, muitas vezes enriquecida com ingredientes como óleos naturais, proteínas do leite e extratos de plantas, que ajudam a manter a pele macia e bem hidratada.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. Fragrâncias Agradáveis

Os sabonetes da Nivea possuem fragrâncias agradáveis e suaves que proporcionam uma sensação de frescor e bem-estar durante e após o banho.

3. Variedade de Opções

A Nivea oferece uma ampla gama de sabonetes, incluindo opções em barra, líquidos, esfoliantes e específicos para a higiene íntima. Isso permite que os consumidores escolham o produto que melhor atende às suas necessidades e preferências.

4. Ingredientes de Qualidade

Os produtos da Nivea são formulados com ingredientes de alta qualidade, garantindo uma limpeza eficaz sem ressecar a pele.

5. Suavidade para a Pele

Os sabonetes da Nivea são geralmente suaves e adequados para diferentes tipos de pele, incluindo pele sensível. Eles ajudam a manter o equilíbrio natural da pele, evitando irritações.

6. Confiança e Reputação da Marca

Nivea é uma marca globalmente reconhecida e respeitada, com uma longa história de desenvolvimento de produtos de cuidados com a pele. Isso oferece aos consumidores confiança na eficácia e segurança dos produtos.

7. Benefícios Adicionais

Alguns sabonetes da Nivea oferecem benefícios adicionais, como proteção antibacteriana, ação esfoliante suave, ou ingredientes naturais, que atendem a necessidades específicas da pele.

8. Disponibilidade e Acessibilidade

Os sabonetes da Nivea são amplamente disponíveis em farmácias, supermercados e lojas online, facilitando a sua aquisição.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

9. Sustentabilidade

Algumas linhas de produtos, como a Naturally Good, são formuladas com ingredientes naturais e embalagens sustentáveis, atendendo a consumidores preocupados com o meio ambiente.

Essas vantagens tornam os sabonetes da Nivea uma escolha popular entre os consumidores que buscam produtos eficazes e confiáveis para os cuidados diários com a pele.

Conclusão

A marca Nivea, com sua extensa gama de produtos de alta qualidade para cuidados com a pele e o corpo, se destaca como a melhor opção no mercado.

Os produtos Nivea são formulados com ingredientes premium que oferecem hidratação profunda, suavidade e proteção para todos os tipos de pele.

Além disso, a marca tem uma forte reputação global, sustentada por inúmeros prêmios e reconhecimentos, incluindo os prestigiados Allure Best of Beauty Awards e Cosmopolitan Beauty Awards.

A Nivea também se compromete com práticas sustentáveis e responsabilidade social, evidenciadas pelas suas iniciativas ecológicas e programas de apoio às comunidades.

Com uma história rica em inovação tecnológica e um compromisso contínuo com a excelência, a Nivea proporciona aos consumidores confiança, eficácia e uma experiência de cuidado excepcional.

Em suma, a Nivea é a escolha ideal para quem busca produtos confiáveis, eficazes e sustentáveis para os cuidados diários com a pele e o corpo.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sabonete em barra		
LUX	LUX	

História

LUX é uma marca de sabonetes pertencente ao grupo Unilever.

O primeiro sabonete LUX de produção em massa foi lançado no mercado americano em 1924. Desde então, a marca se expandiu a outros segmentos, incluindo sabonetes líquidos e em barra. Atualmente os produtos LUX são comercializados em mais de cem países, dentre os quais o Brasil, onde a marca é líder de mercado.

As campanhas publicitárias para a marca costumam envolver mulheres famosas. Atrizes e modelos de grande apelo ao público, como Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Demi Moore, Catherine Zeta-Jones e Gisele Bündchen, já estrelaram campanhas da LUX.

A marca Lux, conhecida globalmente por seus produtos de cuidados pessoais, tem uma rica história que remonta a mais de um século. Aqui está um resumo da história da marca:

Fundação e Primeiros Anos

- **1899**: Lux foi introduzida pela Lever Brothers, que mais tarde se tornou parte da Unilever. Originalmente, a marca começou com um sabão em pó para lavar roupas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **1924**: Lux lançou seu primeiro sabonete de beleza, Lux Toilet Soap, que foi um grande sucesso e ajudou a consolidar a marca no mercado de cuidados pessoais.

Crescimento e Popularidade

- **Décadas de 1930 a 1950**: Lux expandiu sua linha de produtos e começou a ser conhecida como a "marca das estrelas de cinema". A marca fez campanhas publicitárias com atrizes famosas de Hollywood, como Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor e Audrey Hepburn, o que aumentou sua popularidade globalmente.
- **1950**: Lux foi a primeira marca a usar celebridades em suas campanhas publicitárias, estabelecendo uma tendência que continuaria por décadas.

Expansão Global

- **Décadas de 1960 a 1990**: A marca continuou a crescer e expandir internacionalmente, lançando novos produtos e entrando em novos mercados. Lux se tornou sinônimo de glamour e beleza em muitos países.
- **1992**: Lux introduziu a linha de sabonetes líquidos, ampliando ainda mais sua oferta de produtos.

Inovação e Diversificação

- **Anos 2000**: Lux diversificou sua linha de produtos para incluir não apenas sabonetes em barra e líquidos, mas também gel de banho, cremes hidratantes e outros produtos de cuidados pessoais. A marca continuou a inovar com novas fragrâncias e fórmulas que atendem às necessidades dos consumidores modernos.

Lux Hoje

- **Presente**: Lux continua a ser uma marca líder no setor de cuidados pessoais, conhecida por seus produtos de alta qualidade e campanhas publicitárias icônicas. A marca se adapta constantemente às novas tendências de beleza e bem-estar, mantendo seu compromisso com a qualidade e a sofisticação.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Compromisso com a Sustentabilidade

- Lux, como parte da Unilever, está comprometida com práticas sustentáveis, incluindo o uso de ingredientes responsáveis e embalagens recicláveis, contribuindo para um futuro mais sustentável.

A marca Lux, com sua história rica e contínua inovação, permanece como uma das principais opções para consumidores que buscam produtos de beleza e cuidados pessoais de qualidade.

Produtos oferecidos

A marca Lux oferece uma variedade de produtos de cuidados pessoais, conhecidos por suas fragrâncias luxuosas e ingredientes de alta qualidade. Aqui está uma lista dos principais produtos oferecidos pela marca:

Sabonetes em Barra

1. **Lux Soft Touch**: Com óleos essenciais de rosas francesas.
2. **Lux Velvet Touch**: Com óleos de amêndoas e jasmim.
3. **Lux Fresh Splash**: Com fragrância refrescante de água de coco e flores aquáticas.
4. **Lux Charming Magnolia**: Com essência de magnólia.
5. **Lux Strawberry & Cream**: Com extratos de morango e creme hidratante.

Sabonetes Líquidos

1. **Lux Soft Touch Body Wash**: Com óleos essenciais de rosas francesas.
2. **Lux Velvet Touch Body Wash**: Com óleos de amêndoas e jasmim.
3. **Lux Fresh Splash Body Wash**: Com fragrância de água de coco e flores aquáticas.
4. **Lux Magical Spell Body Wash**: Com óleos essenciais de orquídea negra e jasmim.

Géis de Banho

1. **Lux Soft Touch Shower Gel**: Para uma pele suave e perfumada.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Lux Velvet Touch Shower Gel**: Para uma pele aveludada e hidratada.
3. **Lux Fresh Splash Shower Gel**: Para uma sensação de frescor prolongada.
4. **Lux Botanicals Shower Gel**: Com extratos botânicos e fragrâncias naturais.

Loções Corporais

1. **Lux Soft Touch Lotion**: Com óleos de rosas francesas para hidratação intensa.
2. **Lux Velvet Touch Lotion**: Com óleos de amêndoas e jasmim para pele macia e suave.

Outros Produtos

1. **Lux Body Scrub**: Esfoliante corporal com ingredientes naturais para uma pele renovada.
2. **Lux Perfumed Body Mist**: Spray corporal perfumado para um toque de frescor durante o dia.

A linha de produtos Lux é conhecida por suas fragrâncias sofisticadas e suas fórmulas que proporcionam cuidados intensivos e luxuosos para a pele.

Prêmios recebidos

A marca Lux, conhecida por seus produtos de alta qualidade e fragrâncias sofisticadas, tem recebido diversos prêmios e reconhecimentos ao longo dos anos. Esses prêmios refletem a excelência e a popularidade da marca no mercado de cuidados pessoais. Aqui estão alguns dos prêmios e reconhecimentos que a marca Lux já recebeu:

Prêmios de Beleza e Cuidados Pessoais

1. **Cosmopolitan Beauty Awards**: Lux foi premiada em várias edições por seus produtos inovadores e eficazes.
2. **Elle Beauty Awards**: A marca recebeu prêmios por suas fórmulas de sabonetes e produtos de banho.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Marie Claire Beauty Awards**: Produtos da Lux foram reconhecidos pela sua qualidade e popularidade entre os consumidores.

Reconhecimentos de Consumidores e Indústria

1. **Readers' Choice Awards**: Diversos produtos da Lux foram escolhidos pelos consumidores como os melhores em suas categorias.
2. **Good Housekeeping Seal**: Lux recebeu este selo de aprovação, que é uma marca de qualidade e confiança para os consumidores.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

1. **Sustainability Awards**: Lux foi reconhecida por suas iniciativas de sustentabilidade e práticas responsáveis, especialmente no uso de ingredientes e embalagens ecológicas.

Inovação e Tecnologia

1. **Innovation Awards**: Lux recebeu prêmios por seus avanços tecnológicos em formulações de produtos e fragrâncias.
2. **Technology Excellence Awards**: Reconhecimento por suas embalagens inovadoras e fórmulas eficazes que proporcionam uma experiência de banho luxuosa.

Campanhas Publicitárias e Branding

1. **Advertising Excellence Awards**: As campanhas publicitárias icônicas de Lux, frequentemente estreladas por celebridades, receberam vários prêmios por sua criatividade e impacto.

Esses prêmios destacam o compromisso da Lux com a qualidade, inovação e satisfação do consumidor, consolidando sua posição como uma das marcas líderes no setor de cuidados pessoais.

Porque adquirir sabonete Lux

Adquirir sabonetes em barra da marca Lux oferece diversas vantagens, que abrangem desde os benefícios para a pele até a experiência sensorial proporcionada pelo produto. Aqui estão algumas das principais vantagens:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. Fragrâncias Sofisticadas

Os sabonetes em barra Lux são conhecidos por suas fragrâncias luxuosas e duradouras, desenvolvidas em colaboração com perfumistas renomados. Isso proporciona uma experiência de banho prazerosa e deixa a pele perfumada por mais tempo.

2. Hidratação e Cuidado com a Pele

Lux formula seus sabonetes com ingredientes hidratantes, como óleos essenciais, extratos naturais e proteínas do leite, que ajudam a manter a pele macia, suave e bem cuidada.

3. Variedade de Opções

A marca oferece uma ampla gama de sabonetes em barra, cada um com ingredientes e benefícios específicos. Isso permite que os consumidores escolham o sabonete que melhor atende às suas necessidades e preferências.

4. Qualidade e Confiança

Lux é uma marca de longa data, reconhecida mundialmente por seus produtos de alta qualidade. A confiança na marca é reforçada pela consistência e eficácia dos seus produtos.

5. Experiência Sensorial

Os sabonetes em barra Lux proporcionam uma experiência sensorial completa, combinando textura cremosa, espuma rica e fragrâncias envolventes, tornando o banho um momento de indulgência.

6. Acessibilidade

Apesar de sua qualidade premium, os sabonetes em barra Lux são acessíveis e amplamente disponíveis em farmácias, supermercados e lojas online.

7. Embalagens Atraentes

Lux investe em embalagens elegantes e atraentes, que agregam valor ao produto e proporcionam uma apresentação bonita para qualquer banheiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

8. Reconhecimento e Prêmios

A marca Lux é frequentemente premiada e reconhecida por sua excelência em produtos de beleza e cuidados pessoais, o que atesta sua qualidade e inovação contínua.

9. Ingredientes Naturais

Muitas variantes dos sabonetes Lux são enriquecidas com ingredientes naturais e extratos botânicos, proporcionando benefícios adicionais para a pele, como propriedades calmantes e revitalizantes.

10. Sustentabilidade

Lux tem feito esforços para melhorar a sustentabilidade de seus produtos, incluindo o uso de ingredientes responsáveis e embalagens recicláveis, alinhando-se às preocupações ambientais dos consumidores modernos.

Essas vantagens tornam os sabonetes em barra Lux uma excelente escolha para quem busca uma combinação de qualidade, cuidado com a pele e uma experiência de banho agradável e luxuosa.

Conclusão

Com base no estudo da marca Lux, é evidente que ela se destaca como uma excelente opção para sabonetes, oferecendo uma combinação única de qualidade, inovação e cuidado com a pele. Lux não apenas possui uma história rica e uma reputação consolidada no mercado de cuidados pessoais, mas também se diferencia pela variedade de produtos, fragrâncias sofisticadas e compromisso com a sustentabilidade. Sua capacidade de proporcionar uma experiência sensorial luxuosa e eficaz, aliada a ingredientes naturais e práticas responsáveis, faz da Lux uma escolha confiável e indulgente para consumidores que valorizam o bem-estar e a excelência em cuidados pessoais.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sabonete em barra		
PALMOLIVE	PALMOLIVE	

Conhecida mais por seus tradicionais sabonetes, a marca PALMOLIVE desenvolve produtos que inspiram o cuidado com a pele e os cabelos, deixando-os macios, hidratados e bonitos.

Além disso, a marca cuida muito bem de sua casa com produtos de limpeza que deixam um cheirinho inconfundível no ar e as louças sempre brilhando.

A história

A história começou em 1864 quando o visionário Caleb Johnson abriu uma fábrica para produzir sabonetes e velas na cidade de Milwaukee, estado americano do Wisconsin.

A partir da introdução no mercado do sabonete em barra branco, a empresa B.J. Johnson Soap Co.

Cresceu devido a extrema popularidade do produto. Nos anos seguintes a empresa, que havia ficado famosa pela alta qualidade de seus produtos, se tornou uma das principais fabricantes de sabonetes em barras do mercado americano.

O sucesso de seu principal produto era tanto, que em 1894 passou somente a fabricar sabonetes em barra, abandonando a produção de velas.

Sua história começou a mudar em 1898, quando Caleb Johnson desenvolveu uma fórmula de um novo sabonete feito à base dos óleos de palmeira (palm) e oliva (olive).

Batizou o novo produto de PALMOLIVE (união das palavras em inglês dos dois principais ingredientes do sabonete), que rapidamente se tornou um enorme sucesso entre as famílias americanas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A partir de 1902, a empresa investiu maciçamente em publicidade, o que resultou em elegantes filmes comerciais dos sabonetes palmolive, que enfatizavam a pureza de seus ingredientes e os benefícios do produto para a pele.

Rapidamente o sabonete começou a ser exportado para vários países e se tornou o mais vendido do mundo. Em 1916, devido ao enorme sucesso de seu principal produto, a empresa mudou seu nome para PALMOLIVE COMPANY.

Em 1926, a PALMOLIVE se uniu a PEET BROTHERS, uma próspera fábrica de sabão em pó da cidade de Kansas, para formar uma nova empresa batizada de *Palmolive-Peet*.

Mas a nova denominação não durou muito, apenas dois anos. Em 1928 foi realizada a fusão entre a Colgate (tradicional fabricante de pasta de dente) e a PALMOLIVE.

A nova empresa passou a ser chamada de *Colgate-Palmolive Peet Company*. Porém isso até a crise de 1929, quando os Peet e B.J. Jonhson saíram de cena.

A família Colgate assumiu então o controle da empresa, retirando o nome dos irmãos Peet (em 1953), mas resolvendo manter PALMOLIVE em virtude da popularidade da marca do sabonete.

Ainda na década de 1920, no Brasil, o produto teve extensa comercialização nacional, levando a empresa a inaugurar uma fábrica em São Paulo para a fabricação do sabonete.

Em 1949, a marca introduziu no mercado uma versão maior e mais econômica de seu sabonete em barra, para ser especialmente utilizado em banheiras.

Em 1966, a empresa iniciou a extensão da marca PALMOLIVE para outras categorias de produtos com o lançamento no mercado do detergente para lavar louça, hoje comercializado em mais de 35 países ao redor do mundo.

O produto foi um sucesso imediato, pois fazia mais espuma e limpava sem deixar praticamente nenhum resíduo.

Além disso, em 1967 a PALMOLIVE foi responsável pelo início de uma das campanhas mais longevas da história da publicidade, que se estendeu até 1991.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A atriz Jan Miner interpretava o papel icônico da manicure Madge em uma série de comerciais de televisão para os detergentes da marca, onde ela trabalhava em um salão de beleza e mergulhava as unhas das clientes na água com detergente PALMOLIVE.

O slogan da campanha era *"Palmolive softens hands while you do the dishes"* (algo como *"Palmolive suaviza as mãos, enquanto você lava louça"*). Na campanha, veiculada em vários países, a personagem ganhou outros nomes, como por exemplo, na França, (Françoise), na Alemanha, Suíça e Áustria (Tilly) e na Finlândia (como Marissa).

Os tempos estavam mudando e com ele a forma como as pessoas lavavam louças.

Um boom nas vendas de máquinas de lavar louça inspirou, em 1986, a criação do PALMOLIVE AUTOMATIC DISHWASHING LIQUID.

A aquisição de uma fábrica de sabonetes líquidos em 1987 possibilitou a empresa lançar no mercado, nos anos seguintes, uma completa linha dos sabonetes PALMOLIVE na versão líquida.
Em 1996 a marca lançou no mercado uma de suas linhas de maior sucesso: PALMOLIVE NATURALS, sabonetes com ingredientes naturais.
Com a chegada do novo milênio, a marca PALMOLIVE foi estendida a uma completa linha de produtos para o cuidado do corpo.
A partir de então novos produtos foram introduzidos no mercado como cremes de barbear (2000); sabonetes em barra transparentes; PALMOLIVE AROMATHERAPHY, uma linha composta por sabonetes (líquido e barra) e xampus com fórmulas exclusivas à base de óleos essenciais naturais e fragrâncias que estimulam os sentidos causando uma sensação de bem-estar e relaxamento, introduzida em 2003; sabonetes líquidos para o banho enriquecidos com extrato de orquídea e óleos de rosa e jasmim, introduzidos em 2004; PALMOLIVE KIDS, uma linha de xampus, condicionadores e cremes para pentear especialmente desenvolvida para crianças a partir de 4 anos, que lavavam brincando, deixando os cabelos macios, perfumados e fáceis de pentear; e PALMOLIVE FOR MEN, xampu anti-caspa/anti-queda especialmente desenvolvido para homens.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O ano de 2006 foi marcado por duas grandes novidades: os lançamentos do PALMOLIVE ILUMINADOR, uma linha composta por xampu, condicionador, creme para pentear e creme de tratamento intensivo para reavivar a cor dos cabelos; e PALMOLIVE NUTRI-MILK, uma linha elaborada com proteínas do leite e composta por sabonetes hidratantes em barra e versões líquidas para as mãos e corpo.

Em 2007 a marca lançou a linha PALMOLIVE AMAZÔNIA (inicialmente composta por sabonetes líquidos e em barra), que foi buscar nas riquezas da flora brasileira ingredientes com propriedades nutritivas para melhor cuidar do corpo, como guaraná, andiroba, Castanha do Pará, semente de linhaça e manteiga de cupuaçu.

Pouco depois, em 2008, a marca lançou, inicialmente no mercado americano, o detergente líquido PALMOLIVE ECO, totalmente livre de fosfato.

Mais recentemente, no mercado americano, onde por incrível que pareça, a marca somente comercializa sua linha de detergentes líquidos, foi lançado o ULTRA PALMOLIVE BABY, um detergente de última geração cuja fórmula (hipoalergênica, sem aromas pesados e corantes) foi especificamente desenvolvida para limpar delicadamente mamadeiras, chupetas, brinquedos e utensílios de bebês e crianças.

A linha de detergentes líquidos vendida no mercado americano conta com inúmeras versões, como por exemplo, original, antibactericida, concentrado (lançado em 1994), Oxy (para lavar as louças mais difíceis) e até com agentes hidratantes para as mãos (introduzido em 2013).

A evolução visual

A identidade visual da marca PALMOLIVE sofreu algumas alterações ao longo dos anos.

Na última delas, ocorrida anos atrás, o logotipo ganhou uma nova tipografia de letra, um novo tom de verde e um retângulo com detalhes em cinza.

Já a linha de detergentes líquidos tem uma identidade visual diferente (cujo símbolo é uma mão levantando uma taça de cristal), que também evoluiu ao longo dos anos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Dados corporativos

- Origem: Estados Unidos
- Lançamento: 1898
- Criador: Caleb Johnson
- Sede mundial: New York City, New York, Estados Unidos
- Proprietário da marca: Colgate-Palmolive Company
- Capital aberto: Não
- CEO: Ian Cook
- Faturamento: Não divulgado
- Lucro: Não divulgado
- Presença global: + 88 países
- Presença no Brasil: Sim
- Segmento: Cuidados e higiene
- Principais produtos: Sabonetes, xampus e detergentes líquidos
- Ícones: Os sabonetes em barra

A marca no mundo

Atualmente a marca PALMOLIVE, que engloba produtos para o cuidado da pele e cabelos (sabonetes, sabonetes hidratantes, gel para banho, xampus e condicionadores) e limpeza (detergentes e lava-louças), está presente em quase 90 países ao redor do mundo.

- Hoje em dia, a tradicional linha de sabonetes da marca possui 54 variantes no mundo todo.
- A partir de 1985 as mãos que apareciam no rótulo dos detergentes da marca eram da modelo Elizabeth Barbour.

Produtos oferecidos

A marca Palmolive oferece uma variedade de produtos de cuidados pessoais, incluindo sabonetes, shampoos, condicionadores e produtos de higiene bucal. Aqui estão alguns dos principais produtos oferecidos pela marca:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

1. **Sabonetes:**
   - Palmolive Naturals: Sabonetes com ingredientes naturais, como oliva e aloe vera, para uma pele suave e hidratada.
   - Palmolive Naturals Nutri-Milk: Sabonetes enriquecidos com leite e extratos naturais para nutrir e suavizar a pele.
   - Palmolive Aromatherapy: Sabonetes com fragrâncias relaxantes de óleos essenciais, como lavanda e camomila.
2. **Shampoos:**
   - Palmolive Naturals Shampoo: Shampoos com ingredientes naturais para diferentes tipos de cabelo, como camomila para cabelos claros e óleo de argan para cabelos secos.
   - Palmolive Nutritivo: Shampoos enriquecidos com nutrientes para fortalecer e revitalizar os cabelos.
3. **Condicionadores:**
   - Palmolive Naturals Condicionador: Condicionadores que complementam os shampoos da linha Naturals para um cuidado completo do cabelo.
   - Palmolive Nutritivo: Condicionadores nutritivos para cabelos macios e sedosos.
4. **Higiene Bucal:**
   - Palmolive Expert Proteção Total: Creme dental com flúor para proteção completa dos dentes e gengivas.
   - Palmolive Expert White: Creme dental para branqueamento suave dos dentes.
   - Palmolive Expert Complete: Creme dental para cuidado bucal diário.
5. **Outros Produtos:**
   - Palmolive Shower Gel: Gel de banho com fragrâncias refrescantes para uma experiência revitalizante.
   - Palmolive Men: Produtos de cuidado pessoal formulados especificamente para as necessidades dos homens, como sabonetes e shampoos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Benefícios da Marca

As vantagens em adquirir sabonetes da marca Palmolive incluem:

1. **Fórmulas Suaves e Hidratantes:** Os sabonetes Palmolive são conhecidos por suas fórmulas suaves que limpam delicadamente a pele sem ressecar, mantendo-a hidratada.
2. **Variedade de Opções:** A marca oferece uma ampla gama de sabonetes com diferentes ingredientes naturais, fragrâncias e benefícios específicos para atender às necessidades individuais de cada tipo de pele.
3. **Ingredientes Naturais:** Muitos sabonetes Palmolive são enriquecidos com ingredientes naturais como aloe vera, oliva, camomila e leite, que proporcionam benefícios adicionais para a pele.
4. **Fragrâncias Agradáveis:** Os sabonetes Palmolive estão disponíveis em diversas fragrâncias, proporcionando uma experiência sensorial agradável durante o banho.
5. **Preço Acessível:** Apesar da qualidade e dos benefícios oferecidos, os sabonetes Palmolive são geralmente acessíveis e podem ser encontrados em supermercados e farmácias.
6. **Reconhecimento Global:** Como parte da Colgate-Palmolive, uma empresa reconhecida globalmente, os sabonetes Palmolive são fabricados com altos padrões de qualidade e segurança.
7. **Compromisso com a Sustentabilidade:** A Colgate-Palmolive tem iniciativas voltadas para a sustentabilidade, buscando reduzir o impacto ambiental de seus produtos e embalagens.

Conclusão

Adquirir sabonetes Palmolive é uma excelente escolha devido à sua longa tradição de qualidade e inovação. Fundada em 1898, a marca é conhecida por sua eficácia e suavidade na pele, usando ingredientes naturais como aloe vera e oliva para hidratação. Além de acessíveis, os produtos Palmolive oferecem uma experiência sensorial agradável e são fabricados com um compromisso com a sustentabilidade, tornando-os uma opção confiável para cuidados diários.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sabonete em barra		
FLOR DO IPÊ	Flor de Ypê	

História

A marca Flor do Ypê tem uma história interessante que se entrelaça com o crescimento e desenvolvimento da indústria brasileira de produtos de limpeza e higiene pessoal. Aqui está um resumo completo da história da marca:

A Flor do Ypê foi fundada em 1950 na cidade de Amparo, interior de São Paulo, Brasil, por Waldyr Beira. Inicialmente, a empresa começou suas atividades com a fabricação de sabonetes em barra, utilizando processos simples e buscando atender às necessidades locais de higiene pessoal.

Ao longo das décadas seguintes, a Flor do Ypê expandiu sua linha de produtos para incluir uma variedade de itens de limpeza doméstica, como detergentes, desinfetantes e produtos multiuso. A empresa se destacou no mercado não apenas pela qualidade de seus produtos, mas também por seu compromisso com a sustentabilidade e práticas de fabricação responsáveis.

A marca Flor do Ypê é especialmente reconhecida por seus sabonetes, que combinam eficácia na limpeza com cuidado suave para a pele. Os sabonetes da linha Flor Ypê são conhecidos por suas fragrâncias agradáveis e formulações que proporcionam uma sensação de frescor e bem-estar durante o uso.

Além disso, a Flor do Ypê em se dedicado a iniciativas de responsabilidade social e ambiental, implementando práticas sustentáveis em suas operações e apoiando projetos comunitários nas regiões onde está presente. Esses esforços reforçam a posição da Flor do Ypê como uma marca comprometida com o desenvolvimento sustentável e o cuidado com o meio ambiente.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Nos últimos anos, a Flor do Ypê continuou a expandir sua presença no mercado brasileiro e internacional, mantendo-se como uma das principais marcas no setor de produtos de limpeza e higiene. Sua história de sucesso é um reflexo do compromisso contínuo com a inovação, qualidade e responsabilidade social, valores fundamentais que orientam suas operações desde sua fundação.

Produtos oferecidos

A marca Flor do Ypê oferece uma variedade de produtos de higiene pessoal, especialmente sabonetes. Alguns dos produtos oferecidos pela marca incluem:

1. **Sabonetes em Barra**:
    - Diversas variantes com diferentes fragrâncias e formulações para atender às necessidades de diferentes tipos de pele.
2. **Sabonetes Líquidos**:
    - Opções de sabonetes líquidos para banho, com fragrâncias variadas e formulações que promovem limpeza e hidratação.
3. **Outros Produtos**:
    - A linha pode incluir outros produtos de higiene pessoal, como géis de banho e produtos para cuidados específicos da pele.

Esses produtos são conhecidos por suas fragrâncias agradáveis e formulações que visam proporcionar uma experiência de cuidado pessoal eficaz e agradável.

Benefícios da Marca

Algumas das vantagens de adquirir seus sabonetes incluem:

1. **Tradição e Qualidade**: Fundada em 1950, a Flor do Ypê possui uma longa história de compromisso com a qualidade e inovação em seus produtos de higiene pessoal. Isso garante uma experiência de uso confiável e eficaz.
2. **Variedade de Produtos**: A marca oferece uma ampla gama de sabonetes em barra e líquidos, com diferentes fragrâncias e formulações para atender às diversas necessidades e preferências dos consumidores.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Cuidado com a Pele**: Os sabonetes da Flor do Ypê são conhecidos por suas formulações que proporcionam limpeza suave e cuidadosa, mantendo a pele hidratada e perfumada durante e após o uso.
4. **Compromisso com Sustentabilidade**: A marca implementa práticas sustentáveis em suas operações, o que pode ser um diferencial para consumidores preocupados com o meio ambiente.
5. **Preço Acessível**: Tradicionalmente, os produtos da Flor do Ypê têm um bom custo-benefício, oferecendo qualidade a um preço acessível.
6. **Disponibilidade no Mercado**: Com sua ampla presença no mercado brasileiro, os produtos da Flor do Ypê são facilmente encontrados em supermercados e lojas de todo o país, garantindo conveniência na compra.

Essas vantagens combinadas fazem da Flor do Ypê uma escolha popular entre os consumidores que buscam qualidade, variedade e cuidado com a pele em seus sabonetes.

Conclusão

Com base na história e nos produtos oferecidos pela Flor do Ypê, pode-se concluir que a marca é uma excelente opção para quem busca qualidade, variedade e cuidado com a pele em produtos de higiene pessoal. Fundada em 1950 e com um compromisso contínuo com a inovação e a responsabilidade social, a Flor do Ypê se destacou no mercado brasileiro e internacional não apenas pela eficácia de seus sabonetes, mas também pela sua dedicação à sustentabilidade ambiental e ao desenvolvimento comunitário. A ampla gama de sabonetes em barra e líquidos, com fragrâncias variadas e formulações que combinam limpeza suave com cuidado da pele, atende às diversas necessidades dos consumidores. Além disso, a marca mantém um bom custo- benefício, tornando seus produtos acessíveis e amplamente disponíveis em supermercados e lojas por todo o país. Assim, a Flor do Ypê se posiciona como uma escolha confiável e preferida por muitos, refletindo seu compromisso com a qualidade, inovação e sustentabilidade, valores que continuam a orientar suas operações e a cativar os consumidores ao longo dos anos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sabonete em barra		
DOVE	Dove	

História da Marca

Dove é uma marca de produtos de higiene pessoal pertencente à companhia Unilever. A marca abrange, porém, outros produtos, tais como xampus, condicionadores e hidratantes.

Durante a Segunda Guerra Mundial, o exército dos Estados Unidos utilizou uma fórmula diferente para tratar de seus ferimentos, fórmula esta que deu origem a um sabonete que tempos depois recebeu a pomba (símbolo da paz) como o símbolo de sua marca, exposta ao mercado americano em 1957.

Levado ao Brasil em 1992, a marca obteve expressiva aceitação, e em pouco mais do que uma década no país, tornou-se o quinto maior mercado internacional da marca. Seu apelo publicitário era de que o sabonete continha loção hidratante.

Com bons resultados, a marca diversificou os produtos, e a tornaram uma das marcas referências de higiene, beleza e cuidados pessoais do Brasil. Em 1999 foi lançado no Brasil primeiro produto que deu origem a diversificação da marca, o desodorante Dove. Em 2001 foram lançadas loções hidratantes e em 2002 os primeiros produtos para cabelos de seu portfólio.

Em 2002, os resultados expressivos se tornaram interessantes para a abertura, no Brasil, de uma das únicas três fábricas do produto no mundo, localizada em Valinhos, próximo a Campinas. A inauguração da fábrica acrescentou 60 empregos diretos à região e mais algumas centenas de empregos indiretos, principalmente em fornecedoras de matérias-primas.

O símbolo da empresa é uma pomba, que representa a paz, uma vez que inicialmente a marca era exclusiva dos militares.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sabonete Dove: o primeiro grande produto da Marca

Sabonete Dove

O produto pioneiro desta marca foi o sabonete Dove, e por esse motivo, a marca ainda é percebida por grande parcela do mercado como sendo o nome de um único tipo de produto: o sabonete Dove. Ao serem perguntadas, no Brasil, sobre o que é Dove, a maior parte das pessoas respondem que Dove é a marca de um sabonete. Podemos então considerá-lo, dentro dos conceitos de *marketing*, como sendo o principal produto (carro chefe) do portifólio da marca.

Por causa do apelo publicitário em relação à loção hidratante integrada ao sabonete, esse tipo de sabonete é associado a categoria de "extra-macio" pelos consumidores.

Devido à sua consistência, sua durabilidade é geralmente menor que os tipos de sabonetes mais comuns. Mercadologicamente falando, o sabonete Dove é um produto direcionado a uma classe diferenciada da população, com pouca sensibilidade a características como durabilidade e preço, e sensíveis a associação da marca à "maciez da pele".

Cronologia do desenvolvimento da marca

Associação da marca com o leite

Para atingir a percepção do consumidor, quanto a diferenciação de sua fórmula, no seu lançamento para o mercado, as campanhas publicitárias associavam constantemente sua fórmula ao leite ou loções hidratantes.

- 1995 - Lançamento do primeiro *Sabonete Dove* no território brasileiro
- 1996 - Lançamento do sabonete *Baby Dove*, destinado a crianças;
- 1997 - Lançamento do *Dove Shower Liquid*, sabonete líquido;
- 1999 - Início da diversificação da marca, com o lançamento dos *Desodorantes Antitranspirantes Dove*. Que a exemplo do sabonete, inovou ao oferecer ingredientes antitranspirantes combinados com a quarta parte de creme hidratante;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- 2000 - Lançamento de *Dove Light*, sabonete em barra com ¼ de loção hidratante;
- 2001 - Mais um novo produto lançado. Diversificação da marca com as loções hidratantes *Dove NutriCare* (pele seca), e *Dove Hydra Intense* (pele normal);
- Maio de 2002 - Renovação da linha de desodorantes com os *Antitranspirantes Dove Sensitive*, com uma fragrância suave para peles delicadas;
- Junho de 2002 - Inauguração da unidade de produção dos sabonetes da marca *Dove*, pela Unilever, no Brasil;
- Julho de 2002 - Nova diversificação, com o lançamento dos xampus, condicionadores e creme de tratamento *Dove*;
- Outubro de 2002 - Lançamento de uma linha especial, denominada *Dove Verão*, com adição de óleo de girassol a sua fórmula, objetivando tratamento intensivo e manutenção do bronzeado por muito mais tempo.
- Janeiro de 2003 - Lançamento dos desodorantes *Dove Sem Perfume*, e reformulação dos outros itens da linha de desodorantes com o acréscimo de nutrientes a sua fórmula;
- Março de 2003 - Nova diversificação, com o lançamento da loção "firmadora" *Dove Firm Intense*. A sua formulação contem colágeno e vitaminas essenciais, com o objetivo de hidratar, dar mais elasticidade a pele proporcionando uma aparência mais jovem.
- Maio de 2003 - Nova inovação, com o acréscimo funcional de *esfoliação* a linha de sabonetes com o sabonete *Dove Esfoliação Diária*.
- Julho de 2003 - Renovação da linha de desodorantes, com o lançamento de *Dove Fresh*, com uma nova embalagem em bisnaga para os desodorantes em creme.
- Setembro de 2003 - Lançamento da linha de *cremes para pentear Dove*, para os cabelos secos e tingidos, com uma moderna embalagem pump que facilita a aplicação do produto.
- Novembro de 2003 - para o verão de 2004, relançamento da linha "Dove Verão", com nova fórmula. Enriquecimento com Vitamina E, para os sabonetes e Betacaroteno para as loções hidratantes. A linha ficou disponível durante todo o verão, até Abril de 2004.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Março de 2004 - Renovação da linha de *cuidados para os cabelos*, com a criação de duas linhas para os cabelos secos e danificados. Lançamento da *Dove Essential Care* e *Dove Therapy*. Revitalização da marca, com a renovação do rótulo dos demais produtos para os cabelos, tornando-os mais coloridos para ajudar a diferenciar suas variantes e intensidade de tratamento.
- Julho de 2004 - Renovação da linha de sabonetes, com o lançamento de *Dove Firming*, para manter a pele com a aparência firme.
- Setembro de 2004 - Lançamento de novas loções hidratantes Dove: *Dove Nutrição Delicada* (pele sensível), *Dove Tratamento Nutritivo* (pele extra-seca), *Dove Nutrição Intensiva* (pele seca), *Dove Nutrição Balanceada* (pele normal) e *Dove Nutrição Firmadora* para tratar a elasticidade da pele. A inovação desta linha trouxe novos conceitos ao mercado de loções hidratantes, agregando mais de uma funcionalidade ao produto,com a hidratação e nutrição.

Campanha publicitária

Com uma campanha incomum, em 2004 e 2005 a marca obteve um crescimento histórico de cerca de 700% nas vendas mundiais. Dove, através de uma campanha criada pela agência Ogilvy, conquistou o interesse do público ao colocar "mulheres reais" para anunciar produtos de beleza. A campanha intitulada de "Real Curves", em português foi chamada de "Real Beleza". Inovadora, foi muito celebrada nos anos de 2004 e 2005, não somente pela direção de arte ou produção milionária. A campanha é referência pela autenticidade e pela exploração com perfeição do termo publicitário "PR Stunt", voltada para a promoção da auto-estima das mulheres. A campanha ainda permanece em 2006 e 2007.

Como resultado esperado, a campanha gerou uma série de divulgações, polêmicas, comentários e debates na imprensa. A mídia espontânea gerada pela campanha pôde ser alcançada em grande parte, devido a ousadia de desafiar o idílico, constantemente explorado pelos publicitários.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Campanha Dove Real Beleza

Como parte da campanha, a empresa encomendou uma pesquisa de comportamento, realizada em 10 países com três mil mulheres. Segundo a pesquisa, somente 2% das mulheres pesquisadas se auto definem como sendo bonitas, 75% das mulheres definem sua beleza como sendo mediana e 50% entendem que seu peso esta acima do ideal.

Top of Mind

No ano de 2003, a categoria "sabonetes" retornou às pesquisas do Top of Mind. Nesse ano Dove e Palmolive empataram com 12% de lembrança, e no desempate por "awareness" Palmolive foi considerado o mais lembrado entre os dois. Neste ano, a marca Lux foi a mais lembrada, com 34% das respostas, mesmo patamar da última vez em que a pesquisa havia sido feita, em 1994. Dove, se comparado com Lux, é a marca mais antiga e tradicional fabricada pela Unilever. A marca Lux já é fabricada há 71 anos e registrava no ano de 2003, segundo a AC Nilsen, 23% de participação no mercado.

Em 2004, o Top of Mind mostrou um fato interessante. A marca Dove obteve 14% de lembrança das mulheres, significativamente mais lembrada para elas do que para os homens. Quando perguntados sobre uma marca de desodorante, apenas 4% deles responderam Dove. Neste ano, na categoria Sabonetes, após uma campanha com a consagrada fórmula de apresentar estrelas de TV, Lux subiu 14% na lembrança das pessoas, alcançando a marca de 47%. Dove, permaneceu com 12% de lembrança, mas neste ano Palmolive caiu para 9%.

No Top of Mind de 2005, Dove atingiu a marca de 13% das citações em resposta a pergunta que busca obter do consumidor qual a marca mais lembrada de sabonete. Dentro de uma margem de erro, Dove e Palmolive ficaram empatados, a primeira com 13% e a segunda com 10%. No critério de desempate, por "awareness", no entanto, Palmolive foi o mais lembrado nas respostas sobre a pergunta "De quais outras marcas você se lembra?", na qual Palmolive obteve 33% de respostas enquanto Dove obteve 29%.

Dove ficou então atrás de Lux com 47% e Palmolive, pelo critério de desempate, sendo a terceira marca mais lembrada neste país.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em 2006, a marca Dove fica posicionada em Terceiro lugar no Top Feminino como marca mais lembrada, ficou em terceiro lugar com 9% na preferência por desodorante e segundo lugar na preferência sabonete com 15% da preferência.

Prêmios recebidos

A marca Dove recebeu vários prêmios ao longo dos anos, reconhecendo sua inovação, qualidade e impacto positivo. Alguns dos prêmios mais notáveis incluem:

1. **Prêmio de Inovação de Beleza da Allure (Allure Beauty Innovation Award)**: Dove recebeu este prêmio por suas formulações inovadoras que beneficiam a pele.
2. **Prêmio Women's Choice Award**: Dove é frequentemente reconhecida com este prêmio, que celebra as marcas preferidas por mulheres consumidoras.
3. **Prêmio de Sustentabilidade da Business Intelligence Group**: Reconhecimento por práticas sustentáveis e compromisso com a responsabilidade corporativa.

Esses prêmios destacam a marca Dove não apenas pela qualidade de seus produtos, mas também pelo seu compromisso com a inovação e sustentabilidade.

Produtos Dove

Aqui está uma lista com alguns dos produtos da marca Dove:

1. **Sabonetes em Barra**:
   - Dove Original Beauty Cream Bar
   - Dove Sensitive Skin Beauty Bar
   - Dove Gentle Exfoliating Beauty Bar
   - Dove Pink Beauty Cream Bar
   - Dove Purely Pampering Shea Butter Beauty Bar
   - Dove Go Fresh Revive Beauty Bar

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2. **Sabonetes Líquidos**:
    - Dove Deep Moisture Nourishing Body Wash
    - Dove Sensitive Skin Body Wash
    - Dove Gentle Exfoliating Body Wash
    - Dove Go Fresh Revitalize Body Wash
    - Dove Purely Pampering Shea Butter with Warm Vanilla Body Wash
3. **Desodorantes**:
    - Dove Advanced Care Antiperspirant Deodorant
    - Dove Go Fresh Antiperspirant Deodorant
    - Dove Men+Care Antiperspirant Deodorant
4. **Hidratantes Corporais**:
    - Dove DermaSeries Fragrance-Free Body Lotion
    - Dove Go Fresh Nourishment Body Lotion
    - Dove Cream Oil Intensive Body Lotion
5. **Cuidados Capilares**:
    - Dove Nutritive Solutions Shampoo and Conditioner
    - Dove Men+Care 2 in 1 Shampoo and Conditioner
6. **Produtos para Cuidados Faciais**:
    - Dove DermaSeries Gentle Cleansing Face Bar
    - Dove Men+Care Face Wash

Esses são alguns dos produtos mais populares da Dove, conhecidos por sua qualidade e foco no cuidado com a pele e cabelos.

Benefícios da Marca Dove

Adquirir sabonetes Dove oferece uma série de vantagens que fazem da marca uma escolha popular entre os consumidores:

1. **Hidratação Intensa**: Os sabonetes Dove são conhecidos por sua fórmula única que contém 1/4 de creme hidratante, proporcionando uma limpeza suave e eficaz sem ressecar a pele.
2. **Cuidado Dermatológico**: Dove é recomendado por dermatologistas devido à sua formulação suave, que ajuda a manter o equilíbrio natural da pele.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Fragrâncias Agradáveis**: Os sabonetes Dove estão disponíveis em uma variedade de fragrâncias delicadas, oferecendo uma experiência sensorial agradável durante o banho.
4. **Tradição e Confiança**: Com décadas de história e inovação, Dove é uma marca reconhecida mundialmente por sua qualidade e compromisso com o cuidado da pele.
5. **Acessibilidade**: Os produtos Dove são amplamente disponíveis em supermercados e farmácias, tornando-os facilmente acessíveis aos consumidores.
6. **Compromisso com Sustentabilidade**: Dove tem iniciativas sólidas de sustentabilidade, buscando reduzir seu impacto ambiental e apoiar comunidades ao redor do mundo.

Essas vantagens combinadas tornam os sabonetes Dove uma excelente escolha para quem valoriza cuidado eficaz, qualidade e bem-estar da pele.

Conclusão

Com base na extensa pesquisa sobre a marca Dove e seus produtos, podemos concluir de maneira abrangente que adquirir sabonetes Dove representa não apenas uma escolha de qualidade, mas também uma decisão consciente em termos de cuidados pessoais. Dove se destaca não apenas pela sua fórmula única com 1/4 de creme hidratante, que oferece uma hidratação intensa e suave para a pele, mas também por sua reputação consolidada de confiança e inovação.

Ao longo dos anos, Dove tem se comprometido não apenas em oferecer produtos eficazes, mas também em promover uma mensagem de beleza real e inclusiva, como demonstrado pela icônica campanha "Real Beleza". A marca é reconhecida por suas fragrâncias agradáveis, acessibilidade nos pontos de venda e por seu compromisso contínuo com práticas sustentáveis e responsabilidade corporativa.

Portanto, escolher Dove não só garante uma experiência de banho agradável e eficaz, mas também apoia uma marca que valoriza o cuidado com a pele, a sustentabilidade e a promoção da autoestima. Dove continua a ser uma escolha preferida por consumidores que valorizam qualidade, tradição e compromisso com o bem-estar pessoal e ambiental.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sal branco iodado		
CISNE	CISNE® Puro bom gosto.	

Com sua elegância, o Cisne evoca a intuição, a pureza, a leveza e a fidelidade. Esse animal muito frequentemente é monogâmico, permanecendo, ao longo de toda a sua vida, com seu (sua) companheiro(a). Além disso, sua imagem traz a beleza, deslizando pelas águas, elegantemente em equilíbrio. Não à toa, o Cisne tem protagonizado mitos, balés, poesias e outras tantas formas artísticas e que povoam o nosso imaginário.

Ademais, a existência desses seres abriga outros refinamentos: eles alcançam voos altos e cantam. São adaptáveis a multidões, mas conseguem voltar-se a si mesmos, arraigados em sua intuição e equilíbrio entre o espaço coletivo e o interior.

Assim, ele nos inspira a prestar atenção aos instintos, à fidelidade, à parceria e à união. Há 70 anos essa simbologia do Cisne serve de inspiração e guia nossos princípios de inovação, pioneirismo, qualidade, ética, lealdade e respeito às pessoas, o que define o que fomos, o que somos e o que seremos.

O ínicio da produção de sal no brasil

A primeira grande salina brasileira foi instalada no Brasil em 1828, em Cabo Frio, por um adido militar alemão, após obter uma concessão de terras do imperador Pedro I.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

No início do séc. XX, houve um grande incremento de áreas de extração a partir da vinda de salineiros portugueses, impulsionados pelo interesse em produzir sal na região para o abastecimento do mercado interno brasileiro.

Várias salinas se estabeleceram na região e, assim, começou a produção de sal no Brasil.

- **1949 -** O grande salto tecnológico na fabricação de sal no brasil: o início da construção de uma fábrica de sal evaporado;
- **1951 -** O primeiro registro de propriedade da marca cisne;

- **1951 -** A inovação desde as primeiras embalagens: sal cisne é o primeiro a oferecer aos consumidores sal em embalagens de 1kg;
- **1968 -** O lançamento dos ícones da marca: criação dos saleiros ovo e cozinha;
- **1968 -** A aquisição de novas salinas na região de cabo frio: as salinas viveiros;
- **1972 -** A ampliação da produção através da construção de 90 mil m² de tanques para armazenamento de salmoura;
- **1974 -** Os investimentos em equipamentos evaporadores para nova ampliação da produção;
- **1986 -** O lançamento dos primeiros comerciais de televisão da marca;
- **1987 -** A construção de nova unidade para a fabricação de sal tradicional refinado;
- **1997 -** O lançamento do sal light e a construção de uma unidade especial de fabricação para sal com reduzido teor de sódio;
- **2002 -** A modernização do processo de secagem com a instalação de equipamentos com controles eletrônicos, únicos no país;
- **2003 -** O lançamento do sal em sachê com fabricação própria, para assegurar a qualidade Cisne;
- **2003 -** A inauguração de nova planta para produção de produtos especiais, consolidando a proposta de fabricar sal para todas as ocasiões;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **2004 -** O lançamento do Cisne Líquido, revolucionando a forma de aplicar sal nos alimentos;
- **2004 -** A reforma do laboratório de análises, possibilitando o atendimento de requisitos industriais ainda mais exigentes;
- **2004 -** O lançamento do sal light mais, uma evolução do sal light com a inclusão de minerais essenciais em sua fórmula;
- **2005 -** A produção de sal especializado para a indústria farmacêutica, garantindo a qualidade exigida pela farmacopeia brasileira para produção de insumos farmacêuticos;
- **2011 -** Um importante e esperado passo: a construção de uma nova planta, mais moderna e tecnológica, garantindo a perpetuidade da marca;
- **2016 -** O lançamento do Cisne Aqua – pastilhas de sal de alta pureza para tratamento de águas industriais;
- **2018 -** O lançamento do Salinas da Lagoa – produção artesanal, revisitando nossas origens;
- **2022** - Lançamento flor de sal cisne – elegante e brasileira, uma flor de sal 100% brasileira e com a qualidade da marca cisne;
- **2023** - Lançamento sal cisne parrilla – quatro novas maneiras diferentes de você fazer churrasco,

A refinaria nacional de sal hoje

A Refinaria conta com um quadro de aproximadamente 500 funcionários e uma capacidade produtiva de 20.000 toneladas/mês.

A marca Cisne é conhecida e reconhecida como referência em sal no mercado brasileiro, pelos consumidores e seus clientes industriais. Além disso, exportamos nossos produtos para diferentes países.

Prêmios recebidos

- **Prêmios Melhor Sal Grosso**

Instituto Datafolha

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

2018 / 2019

- **Prêmio Melhor Sal**

Instituto Datafolha

2016

- **Prêmio Cozinha Profissional**

Marcas de destaque

2010

- **Prêmio Gestão Ambiental**

Firjan

2016

- **Prêmio Embalagem Inovadora Abmn**

2004

Processo do Sal Cisne

Já em 1951, começamos nossa jornada fabricando um sal com uma tecnologia diferenciada, instalando uma planta para produzir sal a vácuo às margens da lagoa de Araruama.

Desde então esse espírito de inovação e pioneirismo tornou-se uma forma de conduta permanente, e seguimos nesse caminho, investindo em novas tecnologias e sempre atentos às oportunidades de inovação.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A proposta continua sendo oferecer aos consumidores e à indústria um produto de qualidade diferenciada, superior, aliando a riqueza que a natureza oferece à tecnologia de ponta, respeitando o meio ambiente e preservando integralmente as características do sal.

1 – Oceano Atlântico

As águas do Oceano Atlântico fluem, naturalmente, para a Lagoa de Araruama.

2 – Lagoa de Araruama

A água da Lagoa de Araruama é bombeada para as salinas.

3 – Salinas

Nas salinas, a água da lagoa, através da evaporação natural da água (sol e ventos), se transforma em salmora saturada.

4 – Evaporadores

Nos evaporadores temos a continuidade acelerada e controlada da evaporação da água, dando origem aos cristais de sal, os quais são separados para secagem.

5 – Secagem

Na secagem, ocorre a remoção total da água, resultando em um sal de coloração branca e com excelente fluidez.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

6 – Embalagem

O sal é embalado de maneira automática, sem contato manual.

7 – Armazenamento

O sal é embalado e mantido em um ambiente adequado, para conservar a qualidade do sal até o seu envio para os clientes.

Conclusão

Com base na análise detalhada da marca Cisne e seus produtos ao longo dos anos, é evidente que adquirir o sal Cisne não é apenas escolher um produto comum, mas sim optar por uma tradição de qualidade, inovação e compromisso ambiental. Desde sua fundação em 1951, a marca tem sido pioneira em tecnologias avançadas de produção de sal, combinando a riqueza natural da Lagoa de Araruama com processos de fabricação modernos e sustentáveis.

Diversas Vantagens

As vantagens de adquirir o sal Cisne são diversas:

1. **Qualidade Superior**: A marca se destaca pela produção de sal de alta pureza, garantindo um produto final branco, com excelente fluidez e adequado para diversos usos, desde o doméstico até aplicações industriais.

2. **Inovação Contínua**: Ao longo dos anos, o Cisne tem investido em pesquisa e desenvolvimento, introduzindo novos produtos como o sal light, sal líquido, sal para churrasco e a recente flor de sal brasileira. Essa constante inovação atende às demandas do mercado por opções mais saudáveis e especializadas.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

3. **Compromisso Ambiental**: Com processos que respeitam o meio ambiente, a Cisne preserva integralmente as características naturais da Lagoa de Araruama, utilizando tecnologias que minimizam o impacto ambiental durante a produção.

4. **Reconhecimento e Confiança**: A marca é amplamente reconhecida no mercado brasileiro e internacional pela sua qualidade superior, recebendo diversos prêmios ao longo dos anos, como os prêmios de Melhor Sal Grosso e Melhor Sal do Instituto Datafolha, entre outros.

5. **Variedade de Produtos**: Desde o sal tradicional até opções especializadas como o sal light e a flor de sal, a Cisne oferece uma gama completa de produtos para atender a diferentes necessidades e preferências dos consumidores.

6. **Tecnologia de Ponta**: Com instalações modernas e equipamentos avançados, a marca garante um processo de produção eficiente e seguro, assegurando a qualidade desde a evaporação da salmoura até a embalagem final automatizada.

7. **Tradição e História**: Com mais de sete décadas de experiência, a Cisne não apenas oferece um produto, mas também uma história de comprometimento com a qualidade e com seus consumidores, refletindo valores como ética, lealdade e respeito.

Em resumo, escolher o sal Cisne não é apenas uma decisão de compra, mas sim um investimento em qualidade, confiança e sustentabilidade. A marca continua a ser uma escolha preferida por consumidores que valorizam não apenas o produto em si, mas também a história e os princípios que a sustentam ao longo dos anos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sal branco iodado		
SOSAL	Sosal Sal marinho	

Origem Do Sal

Podemos constatar a importância do papel desempenhado pelo sal, através dos registros da história da humanidade. A sua produção e utilização podem ser encontrados em ilustrações e escritos que datam do início da civilização.

A salga dos alimentos já era um costume bastante difundido no Egito, cerca de 4.000 anos antes da era Cristã, os gregos e os romanos utilizavam o sal também como moeda para suas operações de compra e venda. A palavra latina "salário" deriva do sal, uma vez que em sal se pagava uma parte do ganho das legiões romanas. Ainda hoje um dos principais acessos de Roma se chama "Via Salaria", pois era por esse caminho que chegavam as caravanas trazendo sal para a capital do império.

Até o século 18, a ordem de precedência dos comensais num banquete era indicada em relação ao saleiro de prata maciça colocado na mesa. À cabeceira, acima do sal, sentavam-se o anfitrião e os convidados mais ilustres. Os menos nobres ficavam abaixo do sal, mais distantes do anfitrião.

No final do século 19 e começo do século 20, o sal, além de ser usado como condimento e produto medicinal, passou a ser uma das matérias-primas essenciais para a indústria química e têxtil. O seu emprego hoje é extremamente variado. É utilizado para a produção de cloro, soda cáustica, barrilhas, ácido

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

clorídrico, vidro, alumínio, plásticos, borracha, hidrogênio, celulose e outras centenas de produtos das indústrias químicas, metalúrgicas, de alimentos e diversas outras.

Desde a Idade Média os Europeus fizeram fortunas com o tempero e introduziram o hábito de consumi-lo no Brasil.

Processo De Produção

A salina utiliza água do mar como matéria-prima, um recurso renovável e inesgotável. A água do mar é captada do Rio Mossoró e bombeada para dentro de uma seqüência de evaporadores e concentradores, onde a evaporação solar aumenta gradativamente a concentração de sais, até o ponto em que a salmora está saturada de cloreto de sódio. Neste momento é transferida para os cristalizadores onde a precipitação do sal ocorre antes de haver a cristalização dos sais que possam contaminar o produto.

Este sal cristalizado é posteriormente colhido, lavado para retirada de impurezas e estocado em pilhas, ficando pronto para ser beneficiado e apresentando a seguinte composição média:

Composição Média Do Sal

Discriminação	Mínimo (Em %)	Máximo (Em %)
Umidade	1,00	2,30
Insolúvel	0,04	0,08
Cálcio	0,04	0,07
Magnésio	0,03	0,05
Sulfato	0,14	0,22

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O sal beneficiado e empacotado na CIMSAL é totalmente automatizado, sem nenhum contato manual, com qualidade de alto padrão distinta de acordo com sua finalidade.

Linha	Tipo	Embalagem
Food-Service	Refinado.	Sachet 1g
Consumo Humano	Refinado, Moído E Grosso Para Churrasco.	10x1 Kg - 30x1 Kg
Consumo Industrial	Grosso, Moído, Triturado, Peneirado, Granulado E Micronizado.	25 Kg - 50 Kg - Big-Bag

Os equipamentos utilizados no beneficiamento do sal são totalmente construídos em aço inoxidável, instalados em duas refinarias com capacidade de produção de 30 ton/hora.

Delimitação De Nova Área Para Replantio De Mangue.

Consolidando as práticas de preservação e recuperação das áreas de manguezal no âmbito da “Proposta de Recuperação de Áreas Degradadas do Manguezal no Estuário de Rio Apodi-Mossoró (RN)”, a CIMSAL delimitou mais uma área para plantio de espécies de mangue, localizada à margem da BR 110, Km 07, próximo a bomba elevatória nº 02 (B-2). Com duração de 4 horas, a Cimsal, desde 2004, treinou aproximadamente 1.000 colaboradores dentro do programa de Educação Ambiental.

Os trabalhos de recuperação da área já foram iniciados, sendo plantadas as

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

seguintes espécies de mangue: *Avicennia germinans* e *Laguncularia racemosa*. Nessa mesma área também serão abertos canais para melhorar o fluxo e o refluxo da maré, propiciando um ambiente mais favorável para o desenvolvimento das espécies.

A Comissão Interna de Meio Ambiente (CIMA) vem acompanhando esse trabalho de perto, apoiando esta ação de suma importância para a preservação da biodiversidade desse ambiente hiper-salino, como comenta o Vice-Presidente da CIMA Alison Bruno Borges de Sousa: “A CIMSAL, através desse projeto de recuperação do manguezal, mostra a sua preocupação com o meio ambiente no qual está inserida, destacando-se como uma das empresas que preserva a natureza”.

Preservar e recuperar as áreas de manguezal é o grande desafio lançado para esta geração; a CIMSAL vem desenvolvendo seus projetos para vencer esse desafio.

- Educação Ambiental

Com duração de 4 horas, a Cimsal, desde 2004, treinou aproximadamente 1.000 colaboradores dentro do programa de Educação Ambiental.
O curso abrange temas diretamente ligados à preservação do meio ambiente abordando a importância do manejo ecológico de salinas, resolução de problemas ambientais globais e locais, bem como explanação das novas perspectivas nas explorações nas salinas.

- Ser SUSTENTÁVEL

Muito além de conscientizar a população sobre a importância de proteger e fazer o uso sustentável dos recursos naturais, a proposta maior da educação ambiental é a construção de sociedades sustentáveis. É preciso despertar em todos a consciência de que o ser humano é parte do meio ambiente. Estamos falando aí da sua capacidade de transformar o meio em que vive, mudando o seu comportamento e fazendo escolhas conscientes. Isso faz a diferença no impacto ambiental, social e econômico.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

É com esse propósito que a Cimsal vem trabalhando e buscando mecanismos, praticando uma série de atividades e ações em prol a preservação do meio ambiente visando à melhoria da qualidade de vida da população e em especial de seus colaboradores, familiares e comunidades adjacentes as suas unidades.

Desde o ano de 2003 a Cimsal vem aplicando em suas unidades, medidas de melhoria contínua do ECOSSISTEMA, como um todo, não somente no processo produtivo em si, mas com uma visão mais globalizada.

Entre elas destacamos:

- Toda a salmoura utilizada no processo de lavagem mecânica do sal colhido é reutilizada dentro de suas próprias áreas de fabricação, ou seja, as mesmas são misturadas a outras salmouras, em etapas anteriores aos cristalizadores;
- Grande parte das salmouras de dreno dos cristalizadores são misturadas ao processo de fabricação do sal, diminuindo muito o volume de efluentes líquidos, que são drenados para o rio Mossoró, local natural de descartes dessas águas mãe, pelas salinas da nossa região;
- Os copos descartáveis utilizados pela empresa, são reutilizados na primeira etapa do programa de preparação de mudas de mangues, para reflorestamento das margens do rio Mossoró, em frente às salinas de sua propriedade. Mais de 10.000 mudas já foram preparadas e plantadas nas margens do rio;
- Utilização de pneus velhos na proteção de paredes internas das salinas, evitando a erosão das mesmas. Já utilizamos cerca de 7.500 pneus dos mais variados tamanhos entre de carros pequenos e de caminhões;
- Contratação de empresa especializada em gerenciamento ambiental para dar apoio, suporte, sugestões, treinamentos etc. tanto aos funcionários como à direção da empresa, visando não só se adequar às exigências requeridas como também trabalhar em melhoramentos outros na área ambiental.
- Não desperdice, reuse

A palavra de ordem no mundo hoje é a sustentabilidade. A ideia é reutilizar e, por meio do lixo, recriar vidas, pois com a reciclagem temos uma fonte geradora de

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

emprego, renda e promotora de cidadania.

A ação do projeto, com total apoio e acompanhamento da Diretoria da Cimsal, trabalha o processo de reaproveitamento da seguinte forma:

- A água de chuva, coletada pelas calhas nos telhados, é armazenada em uma cisterna no subsolo. Atualmente a mesma é exclusivamente utilizada nas lavagens de máquinas e veículos;

- Os copos descartáveis utilizados pela empresa são reutilizados no processo de preparação de mudas de mangues para reflorestamento do Rio Mossoró;

- A salmoura utilizada no processo de lavagem mecânica do sal colhido é reutilizada no processo de fabricação do sal, diminuindo dessa forma a quantidade de águas-mães que são descartadas para o Rio Mossoró quando a mesma apresenta-se em maré alta;

- Reutilização de sucata nobre de ferro;

- Resíduos de plásticos e papel avariados são coletados mensalmente por empresa de reciclagem;

- Óleos lubrificantes usados são armazenados em reservatórios de 200 litros onde são coletados por empresa especializada em reciclagem licenciada pelo IDEMA – Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente;

- Reutilização dos depósitos de óleos lubrificantes para confecção de coletores de lixos;

- Reutilização de chapas de forro de PVC para confecção de placas de sinalização e informações;

- Reutilização dos tecidos de manta de polipropileno dos big-bags nas cercas de contenção de espumas nos paredões da salina;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- Verde que te quero verde

A Cimsal atendendo a parceria formalizada entre o Ministério Público e IDEMA está inserida no Projeto Margem Viva que visa recuperar as áreas de mata ciliar nas margens do Rio Mossoró.

Oficialmente posto em prática desde Janeiro de 2011, para o enquadramento do projeto foi assinado entre a empresa e os referidos Órgãos o Termo de Ajuste de Conduta (TAC) em razão da compensação ambiental por Área de Preservação Permanente (APP).

Mudas das mais variadas espécies dentre elas Carnaúba (Copernicia Speciosa), Oiticica (Licania rígida), Angico (Anadenanthera sp.), Sabiá (Mimosa caelsalpiniifolia), Juazeiro (Sizyphus joazeiro) e mais 11 tipos serão replantas em caráter prioritário pela Cimsal em aproximadamente 14,5 há correspondendo a cerca de 18.000 mudas.

Para o Diretor-Presidente da Cimsal, Herbert Vieira, esta realização reforça a imagem da empresa como referência nacional no ramo salineiro, contribuindo para que o nosso planeta gire sempre na direção de um futuro cada vez mais verde e promissor. “A atenção que a Cimsal dedica ao futuro está relacionada às pessoas que vão viver neste futuro: nossos filhos, netos, bisnetos e todas as gerações seguintes”. Ressalta.

Consumo Industrial

A crescente necessidade e preocupação do homem, para manter alimentos em bom estado levou-o a perceber, que o uso de sal era um dos métodos que permitiam conservar os alimentos e evitar a sua degradação. A aplicação do sal na indústria também é diversa: química, salga de peixe, panificação, lacticínios, curtumes, plásticos, saboaria. Outras indústrias também o utilizam, mas em menor quantidade: tabacos, explosivos, cerâmica, gelo, tratamentos de águas, têxteis, etc.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Indústria Química Transformadora

Alguns dos produtos fabricados na indústria, que utilizam o sal como matéria-prima são o carbonato de sódio, a soda cáustica e o sulfato de sódio. O carbonato de sódio tem aplicação nas indústrias do vidro, de drogas, do sabão, do papel, de cerâmica, têxtil, metalúrgica, do petróleo, de curtumes, de corantes, etc. A soda cáustica tem aplicação no fabrico de sabões, de corantes, de papel, de drogas, de borracha e na indústria têxtil, metalúrgica e de refinação de petróleo. O sulfato de sódio aplica-se na indústria do vidro, em medicina e no fabrico de outros compostos de sódio.

Indústria De Salga De Peixe

A salga é o processo mais antigo de conservação do peixe devido possuir forte influência na sua conservação.

Indústria De Conservas

Os produtos geralmente utilizados em conserva são o peixe, a carne e os vegetais. O sal atua como agente de conservação e como condimento. Quanto ao peixe, a quantidade a empregar varia sensivelmente com o tipo de conserva. Em média, para a sardinha em molhos, aplica-se à razão e 130 gramas de conserva e, para o peixe em salmoura, cerca de 450 gramas por igual quantitativo. O consumo referente à conserva de carnes agrupam-se os produtos da indústria propriamente dita, a salga de suínos nas grandes casas de lavoura e em pequenas propriedades rurais para consumo próprio. Entre os produtos vegetais que se consomem em conserva pelo sal destaca-se a azeitona.

Indústria Da Panificação

O pão é constituído fundamentalmente pela farinha, pela água e pelo sal. A incorporação do sal ao pão, confere qualidades sem as quais se tornaria impróprio para o consumo, pois o mesmo regula a fermentação que efetua na massa, melhorando as suas características e influindo, durante o processo de fabricação, na coloração da crosta.

Indústria De Lacticínios

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O queijo e a manteiga exigem sal marinho para a conservação.

Indústria De Curtumes

A salga ainda é um processo de conservação mais utilizado no processo de secagem dos couros e das peles. O sal é salpicado a seco e não deve ser reutilizada. A aplicação insuficiente de cloreto de sódio, em qualidade e quantidade, pode produzir defeitos que desvalorizam os couros e peles, ou mesmo ocasionarem o início da sua decomposição.

Indústria De Plásticos

O cloreto de sódio é matéria-prima de primeira grandeza e insubstituível no fabrico de uma série de produtos plásticos de reconhecida importância.

Indústria De Sabões

Na indústria de sabão o sal comporta-se como carga ou funciona como agente da relargagem. A carga destina-se a dar maior consistência ao produto e, por vezes, a aumentar-lhe o poder detergente. A relargagem consiste na separação da glicerina e das impurezas contidas nas matérias-primas do sabão propriamente dito. Os produtos relargados empregam-se geralmente no fabrico de sabonetes.

Alimentação Dos Animais

O sal além de constituir um bom condimento, estimula a secreção dos sucos digestivos, aumentando a capacidade de trabalho e a resistência às doenças dos animais. As quantidades de sal necessárias para as espécies pecuárias, segundo os especialistas, por dia são as seguintes:

Porco..... 4g
Carneiro..... 8g
Ovelha 6g
Vacaleiteira 60g
Cavalo..... 20 g

Através de revistas da especialidade colheram-se as seguintes curiosas informações:

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- As misturas de sal com antibióticos reduzem as perdas dos carneiros por mortalidade;
- O sal com iodo evita a papeira nos cães;
- O Departamento da Agricultura dos Estados Unidos da América do Norte recomenda o emprego de sal nas rações dos coelhos;
- As soluções de sal tornam a carne de vaca macia;
- Usa-se o sal para atrair as grandes peças de caça, serve de isco aos alces e aos veados das montanhas;
- O sal dado aos pintos evita que eles se comam uns aos outros;
- A salmoura mata o piolho dos frangos;
- O sal ajuda a aumentar o número de peixes existentes em lagos de herdades.

O Sal Na Agricultura

Em alguns países o sal é aplicado diretamente como fertilizante, em formato de adubo nas terras de cultivo. Na cultura de beterraba, açucareira, da cevada, do trigo, da aveia e do coqueiro os resultados revelaram aumento de produção e melhoria das qualidades organolépticas dos produtos. Nos estados Unidos da América do Norte utiliza-se o sal como teste para verificação da humidade do feno a ensilar e do trigo a ceifar.

Produtos Sosal

- **Sal Marinho Refinado Sosal**

Produzido com o mais alto padrão de qualidade, o Sal Marinho Refinado Sosal confere mais sabor a sua comida.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Sal Marinho Natural Moído Sosal**

O Sal Marinho Natural Moído Sosal é obtido naturalmente pela evaporação da água do mar e são riquíssimos em traços minerais com Cálcio e Magnésio.

- **Sal Marinho Natural Grosso Para Churrasco Sosal**

O Sal Marinho Natural Grosso para Churrasco Sosal possui alto poder realçante de proporcionar e garantir mais sabor as carnes, isentando desta forma a aplicação de outros temperos.

- **Sosal Light**

Sosal Light é uma forma fácil de administrar sua dieta, podendo ser usado na preparação dos alimentos para toda a família sem perder ou alterar o sabor dos alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Sachê 1g Sosal**

Confere ao alimento o tempero perfeito na porção desejada.

Conclusão

Adquirir sal da marca Sosal é uma excelente escolha por diversas razões que fazem dela uma líder no mercado. Primeiramente, a marca é reconhecida pela sua alta qualidade e pureza do sal. Cada cristal de sal Sosal é cuidadosamente selecionado e processado para garantir uma experiência culinária superior, agregando sabor sem igual aos seus pratos.

Além da qualidade, a marca Sosal se destaca pelo compromisso com a sustentabilidade ambiental. Seu processo de produção é pautado por práticas responsáveis que minimizam o impacto no meio ambiente, desde a extração até a embalagem. Isso não só preserva os recursos naturais, como também contribui para um futuro mais sustentável.

A segurança alimentar é outra vantagem significativa ao escolher o sal da Sosal. O sal é um ingrediente essencial em muitas cozinhas, e a Sosal garante que seu produto seja livre de impurezas, atendendo aos mais altos padrões de segurança e qualidade alimentar. Você pode confiar que está utilizando um sal que não apenas realça o sabor dos alimentos, mas também cuida da saúde da sua família.

Em resumo, optar pelo sal da marca Sosal é escolher não apenas um condimento de excelência para suas receitas, mas também contribuir para um ambiente mais saudável e sustentável. Com Sosal, você está investindo em qualidade, pureza e comprometimento com o meio ambiente, tornando cada refeição uma experiência ainda mais gratificante e consciente.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sal branco iodado		
SAL LEBRE	SAL LEBRE	

Sal Lebre é uma linha de produtos da Norsal, uma das maiores refinadoras de sal marinho do Brasil e da América Latina. Só a Norsal está presente nos quatro cantos do Brasil, com um portfólio amplo e estrutura única.

Somos os maiores especialistas em sal e estamos no dia a dia de milhões de brasileiros. Nossas marcas atendem os mais variados setores do mercado e fazem sucesso nos quatro cantos do Brasil.

Cuidado E Dedicação Na Produção De Cada Cristal De Sal.

Nosso processo de fabricação é feito de forma rigorosa, em várias etapas, assegurando as características originais do sal.

Qualidade

Somos referência na produção e distribuição de sal. A primeira salineira, no Brasil, a conquistar o selo ISO 22000, com qualidade reconhecida internacionalmente.

Uma Das Maiores Salinas Da América Latina.

No nosso caso, tamanho faz toda a diferença. A salina Miramar fica em Areia Branca, Rio Grande do Norte, e produz centenas de milhares de toneladas de sal, por ano.

A NORSAL está presente em todos os lugares. Desde entregas a food service, varejo, atacado, até os mais diversos tipos de indústrias.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

360 Milhões De Quilos De Sal Por Ano.

Temos uma salina com uma grande capacidade de produção, que nos permite distribuir o portfólio mais variado de produtos para os nossos consumidores.

A Produção

Compromisso Com A Natureza

Nosso cuidado vai muito além do sal.
Além de um processo de produção totalmente natural, desenvolvemos diversos programas socioambientais.

Projetos

Distribuição Para Todo O Brasil

Estamos presentes nos quatro cantos do Brasil. Utilizamos malhas rodoviárias, ferroviárias, além de serviços marítimos de cabotagem em transporte de containers, para que você receba nossos produtos onde quer que esteja.

Mais De Quatro Décadas De Expertise.

Investimos pesado em pesquisa, tecnologia e inovação, para entregar sempre o melhor sal para nossos consumidores.

Produção De Sal Do Jeito Mais Natural.

Nosso processo de produção de sal é totalmente natural, e com o mínimo de emissões de CO^2.

A salina Miramar, onde é feito o Sal Lebre, produz anualmente 360 milhões de quilos de sal.

Do Mar Até Sua Mesa.

Para que o Sal Lebre tenha o máximo de pureza e cause o mínimo de impacto no meio ambiente, todo o processo de produção do nosso sal marinho é realizado de forma natural.

- **Extração Das Águas.**

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A primeira parte do nosso processo é captar as águas do Oceano Atlântico, chamadas também de águas virgens.

- **Caminho Das Águas.**

Os tanques das salinas são abastecidos com a água do mar, formando o caminho das águas.

- **A Evaporação.**

Toda a evaporação da água é feita naturalmente, pelo sol e pelo vento. Ao percorrer os tanques da salina, ganha concentração até virar uma salmoura.

- **A Filtragem Biológica.**

Criamos a Artêmia na água da salina, um crustáceo que remove microrganismos, agindo como um verdadeiro filtro biológico.

- **A Cristalização.**

Quando a salmoura atinge a saturação, a água é transferida para os cristalizadores, onde ocorre a precipitação dos cristais de sal.

- **A Colheita.**

Após a precipitação do sal, é feita a colheita, a lavagem, a centrifugação e o empilhamento para posterior refino e consumo.

O Sal Que Está Na Mesa De Todo Brasileiro.

Utilizamos a malha rodoviária, ferroviária e vias marítimas para levar nosso sal aos 4 cantos do Brasil. Somos a única marca de sal com distribuição em todo o país.

Mais Saudável Porque Tem Mais Qualidade.

A pureza do Sal Lebre é incomparável porque é feito com cristais de sal marinho, obtido de maneira natural.

Tem Sempre Um Sal Ideal Para Cada Receita.

Sal Lebre é a linha com maior variedade de produtos do mercado brasileiro. Saiba qual tipo de Sal Lebre combina mais com sua receita.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Lebre É Norsal.

Referência Em Sal Na América Latina.

Sal Lebre é uma marca de sal pertencente à Norsal, a maior especialista em sal de alto padrão do Brasil. Sediada na Salina Miramar, localizada em Areia Branca, RN, a Norsal tem um padrão de qualidade incomparável, com produtos que vão além do sal de cozinha. É a única refinadora de sal que está presente de norte a sul do país.

Quatro Décadas De Tradição E Expertise.

Para a Norsal, produzir o melhor sal é uma verdadeira paixão e tradição, que você confere nos melhores mercados, desde 1973.

360 Milhões De Quilos De Sal Por Ano.

A Sal Lebre tem sua origem na salina Miramar, onde construiu uma estrutura capaz de atender consumidores de norte a sul do país.

Todos os anos são feitas pesquisas para aprimorar os processos de produção de sal, treinamentos, controle de qualidade e modernização de equipamentos.

Produtos Sal Lebre

- **Sal Lebre Marinho Refinado**

O sal número UMMMMM do Brasil, feito com cristais de sal marinho. Cai bem em qualquer receita e faz sucesso em todo o país. Tem altíssima qualidade e fluidez.

Embalagens

Saleiro de 100 g para mesa

Pacote de 1 kg para cozinha

- **Sal Lebre Light**

Criado especialmente para aqueles que querem reduzir o consumo de sódio, sem perder a pureza e a fluidez.

Embalagens

Saleiro de 100 g para mesa

Pacote de 500 g para cozinha

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

- **Sal Lebre Marinho Churrasco**

O brasileiro ama churrasco, e a Sal Lebre tem o sal perfeito para isso. Nosso sal tem granulação ideal para grelhados e outras receitas que pedem sal grosso.

Embalagens

Pacote de 1 kg

- **Sal Lebre Sachê**

O sal ideal para restaurantes, hotéis, lanchonetes, entre outros. Reduz o desperdício e garante satisfação e higiene aos clientes. Tudo isso sem abrir mão da qualidade Sal Lebre.

Embalagens

Sachê de 0,8g em caixas com 1 mil unidades

- **Sal Lebre Gourmet Para Parrilla**

O sal perfeito para aquele seu prato digno de chef. É formado por pequenos cristais granulados do mais puro sal marinho, garantindo um toque único para sua receita.

Embalagens

Pacote de 500 g

- **Sal Lebre Gourmet Do Himalaia**

Rico em minerais que dão a ele seu famoso tom rosado, é o tipo de sal perfeito para dar aquela pitada de elegância em qualquer receita.

Embalagens

Pacote de 500 g

- **Sal Lebre Gourmet Do Himalaia Grosso E Iodado**

Um sal natural que se formou naturalmente por milhares de anos, agregando nutrientes e minerais extremamente benéficos ao organismo.

Embalagens

Pacote de 500 g

- **Flor De Sal Lebre**

Flor de Sal é o primeiro sal que se forma no processo da cristalização. Produzido artesanalmente, leva crocância e sabor aos pratos e fica ótimo na finalização de aperitivos, pratos principais e sobremesas.

Embalagens

Pote de 250 g

- **Sal Lebre Do Himalaia Saleiro**

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sal proveniente de minas localizadas na cordilheira do Himalaia, contém maiores quantidades de minerais como cálcio, ferro, magnésio e potássio e manganês.

Embalagens

Saleiro de 100 g para mesa

Conclusão

Baseado nas informações sobre o Sal Lebre da Norsal, é possível concluir que adquirir seus produtos é uma excelente escolha por diversas razões:

1. **Qualidade Reconhecida**: A Norsal é pioneira no Brasil a obter o selo ISO 22000, garantindo padrões internacionais de qualidade na produção de sal marinho. Isso assegura que cada cristal de sal Lebre seja produzido de forma rigorosa para manter suas características originais.
2. **Ampla Capacidade de Produção**: Com a salina Miramar localizada em Areia Branca, Rio Grande do Norte, a Norsal produz 360 milhões de quilos de sal por ano. Isso garante que seus produtos atendam de forma consistente tanto o varejo quanto a indústria em todo o Brasil.
3. **Compromisso Socioambiental**: Além de seguir um processo de produção natural, a Norsal desenvolve programas socioambientais, mostrando preocupação com o meio ambiente e a comunidade.
4. **Variedade de Produtos**: A linha Sal Lebre oferece uma vasta gama de produtos que atendem a diferentes necessidades culinárias, desde sal marinho refinado tradicional até opções gourmet como Flor de Sal e Sal do Himalaia. Isso proporciona ao consumidor a escolha ideal para cada tipo de receita.
5. **Distribuição Nacional**: Com uma infraestrutura que utiliza malhas rodoviárias, ferroviárias e marítimas, a Norsal assegura que seus produtos cheguem a todos os cantos do Brasil, garantindo acesso fácil e rápido aos consumidores.

Em resumo, escolher Sal Lebre da Norsal é optar por qualidade, sustentabilidade e variedade, tornando-o uma excelente opção para consumidores que buscam o melhor em sal marinho no mercado brasileiro.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS NOS ITENS DAS CESTAS BÁSICAS		
Ref: Sal branco iodado		
FINOSAL	SAL FinoSal Um mar de sabores	

Sobre

O sal é uma substância essencial ao homem e indispensável a todos os tipos de vida animal. Podemos constatar a importância do papel desempenhado pelo sal, através dos registros da história da humanidade.

O Rio Grande do Norte é o estado que tem a maior produção de sal do Brasil devido ao recorte litorâneo, à intensa insolação e atuação dos ventos, que contribuem com a evaporação. No dia 21/04/2011, o Globo Mar exibiu uma matéria muito interessante sobre a extração deste importante recurso mineral.

História do Sal

A palavra sal vem do vocabulário grego hals, halos, que tanto significam sal como mar. Da mesma raiz se deriva a palavra halita, dada ao Cloreto de Sódio encontrado em depósitos naturais.O Cloreto de Sódio, que existe abundantemente na natureza, é conhecido como sal comum. O Sal é de uso antiguíssimo. Os Romanos consideravam-no como símbolo de sabedoria. Ainda hoje, um dos principais acessos de Roma chama-se "Via Salaria", era por esse caminho que chegavam as caravanas trazendo sal para a capital do Império. Eram as medidas de sal que se pagavam o trabalho dos obreiros, donde a palavra salário, usada ainda entre nós.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

A palavra sal vem do vocabulário grego hals, halos, que tanto significam sal como mar. Da mesma raiz se deriva a palavra halita, dada ao Cloreto de Sódio encontrado em depósitos naturais, que é o sal gema.

As Jazidas de sal gema descobertas no Brasil, encontram-se nos Estados de Sergipe, Alagoas e Amazonas. Todos os mares do mundo contêm Cloreto de Sódio em solução, misturado com outros sais, dos quais os principais são: Sulfato de Cálcio, Sulfato de Magnésio, Carbonato de Cálcio; Cloreto de Magnésio, Cloreto de Potássio, Brometo de Potássio. Para se construir uma salina são necessárias três condições básicas que são estas: Proximidade contígua ao mar, topografia adequada, condições climáticas favoráveis.

Podemos citar pontos mais remotos da sua utilização, como informam alguns autores, secundados por boa documentação, o que o seu uso na Europa data de mais de cinco mil anos, tendo sido utilizado inicialmente no preparo do trigo e do centeio. O seu comércio foi objeto de legislações especiais na Ásia e na África. Na China, há cerca de quatro mil anos, era ele considerado como de extraordinária expressão para o interesse da coletividade. A primeira fortuna capitalista, a dos Stroganon, teve como base a exploração, no século XVI, das jazidas de sal de Moscovia. Homero conta de Nereus, rei do Mar, deu sal como presente de casamento a Peleus.

Desde a antiguidade, esta dádiva dos deuses está associada tanto à religião quanto à bruxaria. No Velho Testamento, o Livro dos Reis vangloria as qualidades purificadoras do sal. Entretanto, o sal também trazia desgraça - um salmo relata que Deus podia transformar rios em desertos e terra fértil em pântano de sal, como castigo pela crueldade dos seus habitantes. E em Juizes, 9:44, Albimilech capturou a cidade de Shechem, matou as pessoas que ali se encontravam, arrasou a cidade e semeou-a de sal. E, ainda transformou a mulher de Lot em estátua de sal quando esta se voltou para olhar a destruição de Sodoma e Gomorra.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O Novo Testamento apresenta o sal de modo mais positivo. No Sermão da Montanha. Jesus declara que vós sois o sal da terra; mas se o sal tiver perdido o seu sabor, com o que haveremos de salgar? Então não serve para nada. senão para ser jogado fora. Os Livros de Mateus e Marcos fazem alusão ao sal como dádiva da terra. Na Idade Média, os alquimistas usavam o sal como elemento entre o Mercúrio e o Enxofre e era, portanto, essencial à transmutação de metais. O sal também tinha o poder de manter afastados o demônio e as bruxas. Na verdade, uma pessoa que comia alimentos sem sal era considerada altamente suspeita. A Última Ceia, de Da Vinci, retrata um saleiro derramado perto de Judas, apontando a sua traição. Quando o homem neolítico decidiu cozinhar a sua carne e adicionar vegetais e mingau de aveia à sua dieta básica, ele teve que adicionar sal para compensar o sal que existe naturalmente em carnes cruas.

Os povos neolíticos não tinham técnicas de mineração, porém, o sal era fácil de ser encontrado. Por volta de 800 anos antes de Cristo, a civilização Halstatt, na Áustria de hoje, escavava sal e o comércio desse produto primário muito necessário se espalhou por toda a Europa Central. Na África do Norte, durante o mesmo perÍodo, o sal era extraído de lagos salgados, utilizando-se de técnicas que ainda hoje são usadas. Na Idade Média, o sal era essencial para a preservação dos alimentos, portanto, foi o freezer de nossos ancestrais. Muito antes, pescadores Holandeses tinham aprendido a usar sal para preservar o arranque, proporcionando, desse modo, uma fonte de peixe durante o ano inteiro para as populações européias. Pouco tempo depois, apareceu o bacalhau salgado. Já que era tão precioso quando vital, o sal tornou-se um meio de controle político e econômico.

Em 1340, Phillippe VI, da França, criou um monopólio estatal para o sal e instituiu o odiado gabelle, imposto sobre o sal que era aplicado de modo injusto - a taxa variava de 1 a 20, dependendo da região. O imposto terminou sendo abolido em 1791. Não haveria vida humana sem Cloreto de Sódio (Sal de Cozinha). Escavado desde os tempos neolíticos, o sal emergiu rapidamente como poderoso instrumento econômico e político. Hoje em dia, é uma das matérias-primas mais corriqueiras e abundantes da terra. Encontra-se no mar, na terra e

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

em Pântanos, e pode até mesmo ser fabricado. Já foram contados 14 mil usos de sal, sem incluir o seu papel simbólico no inconsciente coletivo.

O Brasil, em 1937, era um dos maiores produtores de sal do mundo. Entre nós, já era conhecido de várias tribos Indígenas, mas o seu consumo somente tomou vulto a partir dos fins do século XVII, como reflexo das atividades da mineração e o desenvolvimento da pecuária. Vale lembrarmos que em nossa História, tivemos o ciclo de couro, e que o sal está muito ligado a ele. As salinas de Mossoró e do Ceará, só foram descobertas durante a Guerra Holandesa. Em São Paulo, por vista de 1710, Bartolomeu de Faria, indignado com a exploração dos comerciantes de sal, assaltou os depósitos do produto de Santos, apoderando-se da mercadoria e vendendo-a a todos que desejavam comprá-la, por preço justo na época, depois pagando honestamente, aos ambiciosos proprietários (contratadores). Nessa época, nas zonas de mineração, os brasileiros chegaram a pagar 500$000 por alqueire de sal, quando igual quantidade em Portugal custava apenas 53 réis. Já foram criados no Brasil vários órgãos, através dos tempos, com a finalidade de organizar e ordenar a sua comercialização, preço, qualidade, etc. Citaremos alguns, como: Repartição, que foi importante na época (1641). Essa instituição foi extinta de 1852; Instituto Brasileiro do Sal; Comissão Executiva do Sal, das quais nenhuma existe mais.

O emprego do sal, hoje, é extremamente variado. É utilizado para produção de cloro, soda cáustica, barrilha, ácido clorídrico, vidro, alumínio, plásticos, têxteis, borracha, hidrogênio, celulose e muitos outros produtos químicos. está presente a composição de 104 dos 150 produtos químicos mais importantes.

Produção do Sal

O SAL é um produto mineral extraído das águas salinas do mar, onde podem ser utilizados vários processos de extração, um deles é por EVAPORAÇÃO NATURAL.

Decantaçãos Das Águas Do Mar - Fase 1

As águas salinas antes de chegarem até os decantadores, passam por canais que normalmente são abertos por máquinas de grande porte, e em muitas vezes,

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

são feitos por bombeamento. Nos decantadores, as águas passam grandes períodos de tempo para que haja decantação de impurezas e para que seu grau de salinidade se eleve.

Dos Decantadores Aos Cristalizadores - Fases 2 E 3

Após terem atingido um grau de salinidade desejada, as águas salinas são transferidas para os cristalizadores, os mesmos, por sua vês, se encarregam de elevar a temperatura das águas, havendo assim a sua evaporação, após a evaporação completa das águas, os cristalizadores criam uma lâmina de sal, que são extraídos por grandes máquinas, tais como enchedeiras e tratores, etc.

Lavagem E Armazenamento - Fases 4 E 5

Após a suas extração, o sal passa por um processo de lavagem, para que todas as impurezas sejam eliminadas, utilizam-se grandes lavadores com capacidade de até 500 toneladas/hora, após sua lavagem são armazenados em grandes serrotes, onde podem passam vários anos sem que haja comprometimento na sua qualidade.

Transportando Até A Refinaria - Fases 6 E 7

O sal é transportado dos serrotes à grandes indústrias de refino, este transporte é realizado por caçambas e graneleiros, a distância entra os dois pontos podem chegar até a 150 Km.

O Processo Da Refinação - Fase 8

Após a entrada do sal bruto na empresa, o mesmo é analisado e selecionado para beneficiamento, no caso do sal refinado, o sal passa por fornos contínuos com até 500 oC, para que seja extraída toda umidade, logo após o sal é moído em renares de alta potência e em seguida peneirado, para que tenha no final do processo uma granulometria ideal, e consequentemente a qualidade desejada.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em seguida, o sal é transportado até às máquinas empacotadeiras, que no caso, se encarregam pelo controle de embalagem, peso e enfardamento do sal. Após esta tarefa, o sal fica pronto para seguir viagem até você.

Transportando O Sal Até Você - Fases 9 E 10

O sal já beneficiado é transportado para todo o Brasil por carretas transportadoras até seu ponto de destino, que podem ser, supermercados e grandes distribuidores, assim chega em nossas mesas, O SAL NOSSO DE CADA DIA.

Utilidade do Sal

O SAL é um produto mineral extraído das águas salinas do mar, onde podem ser utilizados vários processos de extração, um deles é por EVAPORAÇÃO NATURAL.

Nos Alimentos

Biscoitos, Temperos, conservas, pipocas, macarrão, queijos, iogurtes, carne, presuntos, charques, condimentos, etc.

Nos Animais

Bovino leiteiro, Bovino de corte, eqüinos, muares e assinos, ovinos, caprinos, aves.

No Lar

O sal não é somente tempero que estimula o apetite. O sal de cozinha tem ainda outras inúmeras aplicações no lar, das quais citamos algumas a seguir:

Colheres de Prata

Para limpá-las - Esfregar sal umedecido. Esperar alguns minutos e depois esfregar outra vez, e lavá-las com água morna e sabão;

Ferrugem

O sal de cozinha adicionado de suco de limão serve para tirar ferrugem da roupa ao sol;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Fogão

Para Limpá-los - O vinagre aquecido é misturado com sal de cozinha, é excelente para limpar frigideiras e fogão engordurado;

Gorduras

Manchas - É muito fácil tirar manchas de gordura de qualidade tecido, quando são recentes. Fazer o seguinte: por em cima delas, imediatamente, um pouco de sal fino, deixar assim alguns minutos, depois bater e escovar. O sal absorverá toda a parte de gordura e as manchas acabarão desaparecendo, seja qual for o tecido;

Limão

Limões conservam-se frescos por muito tempo dentro do sal;

Manchas amarelas

Pedras de mármore que se tornam amareladas. Para limpar passa-se um pouco de caldo de limão com sal de cozinha;

Verduras

Uma solução salina regada sobre as verduras, conserva-lhe a frescura;

Mãos

Nas mãos o sal tira o cheiro da gasolina e da benzina;

Queijo

Quando fica seco - Enrole-o num guardanapo molhado em vinho branco, de preferência, ou água com um pouco de sal. Ele ficará bom;

Sal

Com sal pode-se apagar óleo inflamado; Sal em demasia - Se, ao preparar um prato, achar que pôs sal demais, ponha na panela um pouco de açúcar e deixe-a na geladeira por 20 minutos. O excesso de sal desaparecerá;

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sangue

Trata-se com uma solução de amoníaco fraquíssima, e em caso de tecidos muito finos, espalha-se um pouco de amido sobre a mancha. Se os tecidos descoram, convém empregar uma solução de 3% de sal em água morna;

Tornozelos

Cuidados - Se seus tornozelos estão inchados depois de uma longa caminhada, banhe-os em água salgada (um punhado de sal grosso para cada litro de água). A seguir faça massagens

Velas de Filtro

Para as velas de filtro quando estão recobertas de limo barrento, o sal esfregado nelas, contribui para uma limpeza perfeita;

Certificado

A busca pela qualidade foi encarada pela FINOSAL como um objetivo de garantir um melhor desempenho no resultado da produção e, dessa forma, atender e satisfazer a clientela.A certificação pela Norma NBR ISO-9001, se destaca entre as ações praticadas para alcançar esse objetivo. A FINOSAL em parceria com a Refinaria de Sal Garça, alcançou essa importante etapa do seu projeto de aperfeiçoamento na modernização de sua linha de produção. Com isso, o principal beneficiado é você, nosso cliente, parceiro que somos na busca pela qualidade, que passa a contar com uma série de vantagens em ter um fornecedor certificado, tendo com isso, a certeza de que está adquirindo um produto com um padrão de qualidade garantido.

Política da Qualidade

A busca constante da plena satisfação e fidelização dos nossos clientes, fizeram com que colocássemos de forma pioneira e com muita ousadia, a aplicação de uma série de ações, entre elas, cursos de capacitação dirigidos a todos os níveis

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

hierárquicos da nossa empresa, cuja principal filosofia de gestão é alicerçada no investimento em pessoas. Exemplo mais real disso, foi à implantação da ISO 9001/2000 e o seu acompanhamento períodico através de uma assessoria especializada. Iniciativa essa que estaremos trabalhando com atenção redobrada durante todo o ano de 2013.

Legislação

Regulamentação Do Sal E Iodo

Decreto nº 75.697, de 6 de maio de 1975

Aprova padrões de identidade e qualidade para o sal destinado ao consumo humano.

Lei nº 9.005, de 16 de março de 1995

Altera disposições das Leis nºs 6.150, de 3 de dezembro de 1974, e 6.437, de 20 de agosto de 1977, que dispõem sobre a obrigatoriedade da iodação do sal destinado ao consumo humano, seu controle pelos órgãos sanitários e dá outras providências.

Resolução ANVISA - RDC nº 130, de 26/05/2003

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, no uso da atribuição que lhe confere o art. 11, inciso IV, do Regulamento da ANVISA aprovado pelo Decreto nº 3.029, de 16 de abril de 1999, c/c o art. 111, inciso I, alínea "b", § 1º do Regimento Interno aprovado pela Portaria nº 593, de 25 de agosto de 2000, republicada no D.O.U. de 22 de dezembro de 2000, em reunião realizada em 21 de maio de 2003,

É considerado próprio para o consumo humano, o sal com teor igual ou superior a 20mg de iodo por quilograma do produto, até o limite máximo de 60mg de iodo por quilograma do produto, conforme regulamentação do Ministério da Saúde.

Regulamento Técnico Para Rotulagem De Alimentos Embalados

Resolução - RDC nº 259, de 20 de setembro de 2002

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

O presente Regulamento Técnico se aplica à rotulagem de todo alimento que seja comercializado, qualquer que seja sua origem, embalado na ausência do cliente, e pronto para oferta ao consumidor.

Naqueles casos em que as características particulares de um alimento requerem uma regulamentação específica, a mesma se aplica de maneira complementar ao disposto no presente Regulamento Técnico.

Regulamentação De Verificação Das Boas Práticas De Fabricação

Resolução - RDC nº 28, de 28 de março de 2000

Dispõe sobre os procedimentos básicos de Boas Práticas de Fabricação em estabelecimentos beneficiadores de sal destinado ao consumo humano e o roteiro de inspeção sanitária em indústrias beneficiadoras de sal.

Resolução - RDC nº 215, de 01 de agosto de 2002

Dispõe sobre o prazo de adequação ao Regulamento Técnico de Procedimentos Básicos de Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Beneficiadores de Sal destinado ao Consumo Humano.

Resolução - RDC nº 275, de 21 de outubro de 2002

Dispõe sobre o Regulamento Técnico de Procedimentos Operacionais Padronizados aplicados aos Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos e a Lista de Verificação das Boas Práticas de Fabricação em Estabelecimentos Produtores/Industrializadores de Alimentos.

Inmetro - Sal Refinado

Resumo da Análise, Normas e Documentos de Referência

O sal destinado ao consumo humano é um produto de consumo universal, razão pela qual, na quase totalidade dos países, é adotado como veículo para a adição de iodo, assumindo, assim, um importante papel no contexto social.

Instruções Normativia - Aup (Autorização De Uso De Produtos)

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Instrução Normativa Nº 08, de 16 de janeiro de 2002

Aprova as Instruções para Autorização de Uso de Produtos - AUP, a serem utilizados nos Estabelecimentos de Produtos de Origem Animal, sob Inspeção Federal do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Detalhe Para O Anexo Iii - Instruções Operacionais Para A Obtenção

Da Autorização De Uso De Produtos (Aup)

12. Será emitida uma única AUP para diferentes marcas comerciais de um mesmo produto elaborado por um determinado fabricante, ainda que este produto apresente, eventualmente, diferenças de granulometria entre as referidas marcas comerciais.

Nossos Produtos

O sal FINOSAL tem o privilégio de, há mais de 40 anos, fazer parte da vida do brasileiro.

Todos os dias, seja onde for neste país, ele está presente, temperando as refeições de nossas famílias.

Sal Para Consumo Humano

Sal Refinado Finosal +Sabor

Produto industrializado por um processo totalmente mecanizado, atendendo as mais rigorosas exigências do controle de qualidade. Produzido em fardos de 10x1 Kg e 30x1 Kg.

Sal Para Churrasco Picanha Grill

Número 1, em todo Brasil, o Sal Grosso Para Churrasco PICANHA GRILLé marca registrada da FINOSAL. Diante da responsabilidade e confiança colocada

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

em nossas mãos, garantimos a seus consumidores um produto com elevado índice de qualidade. Produzido em fardos de 10x1 Kg e 30x1 Kg.

Sal Para Consumo Industrial

Sal Refinado Finosal Iodado

É um sal de qualidade assegurada e alta pureza. É recomendado para diversas aplicações industriais onde um sal de qualidade superior é exigido. O sal está presente em diversos segmentos industriais. Seus cristais entram na produção de tecidos, enlatados, papel, cosméticos, tintas, produtos farmacêuticos, filmes fotográficos, tinturas, adesivos, dentre outros. Embalado em sacos valvulados de polietileno com a capacidade de 25 Kg.

Sal Refinado Finosal Não Iodado

Sal de grau alimentício de altíssima pureza, constituído por cristais de cloreto de sódio de granulometria regular e isento de aditivos. O sal está presente em diversos segmentos industriais. Seus cristais entram na produção de tecidos, enlatados, papel, cosméticos, tintas, produtos farmacêuticos, filmes fotográficos, tinturas, adesivos, dentre outros. Embalado em sacos valvulados de polietileno com a capacidade de 25 Kg.

Sal Refinado Finosal Em Big-Bag

Produto adequado para indústrias com elevado consumo de sal, onde sua qualidade superior é exigido. O sal está presente em diversos segmentos industriais. Seus cristais entram na produção de tecidos, enlatados, papel, cosméticos, tintas, produtos farmacêuticos, filmes fotográficos, tinturas, adesivos, dentre outros. Embalado big-bag com a capacidade de até 1200 Kg.

Sal Micronizado Finosal

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Sal de alto grau de pureza, com ou sem iodo, constituído por cristais de cloreto de sódio de granulometria reduzida. O sal refinado FINOSAL Micronizado é recomendado nas mais diversas aplicações alimentícias e químicas nas quais um sal micronizado de qualidade e granulometria especial é exigido. Embalado em sacos valvulados de polietileno com a capacidade de 25 Kg.

Sal Granulado Finosal

Sal de alto grau de qualidade, com ou sem iodo, constituído por cristais de cloreto de sódio de granulometria média. Ideal para a indústria alimentícia, destaca-se pela superioridade da sua pureza. Embalado em sacos valvulados de polietileno com a capacidade de 25 Kg.

Sal Extra-Fino Finosal

Sal de alto grau de pureza, iodado, constituído por cristais de cloreto de sódio de granulometria reduzida. Obtido através de moagem especial do sal in natura. Embalado em sacos de polipropileno (ráfia) com a capacidade de 25 Kg.

Sal Para Consumo Animal

Sal Moído Fortboi

Sal de alto grau de pureza, iodado, constituído por cristais de cloreto de sódio de granulometria regular. Obtido através da moagem do sal in natura.Embalado em sacos de polipropileno (ráfia) com a capacidade de 25 Kg.

Sal Para Exportação - Degelo

Sal A Granel

A Finosal tem se destacado como um dos maiores produtores de sal do Brasil, e destina uma porcentagem de sua produção de sal para o mercado exterior. Exportando para países da America do Norte, Europa e África. Com padrões de

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

qualidade que atende o mercado de consumo de diversas áreas, tais como industrias químicas e alimentícia, sal para degelo e refinação.

Tendo uma logística eficiente começando por sua matriz de escoamento, situada na Salina de Peixe Boi (Porto do Mangue – RN) localizada estrategicamente no Oceano Atlântico, Possui uma ampla área de armazenagem e um píer de embarque e desembarque rápido de sal, de onde o sal é levado por embarcações próprias para O Porto Ilha, que de lá é exportado para todo o mundo.

Conclusão

A marca destacada nesse contexto sobre o sal é a **FINOSAL**. Ela se destaca pela busca contínua pela qualidade, com certificação pela Norma NBR ISO-9001, refletindo seu compromisso em oferecer um produto de alto padrão aos seus clientes.

Concluindo, o sal FINOSAL se destaca como uma excelente opção no mercado devido à sua qualidade superior e às certificações que garantem padrões rigorosos de produção. Certificado pela ISO-9001, o FINOSAL oferece aos consumidores a confiança de um produto que atende aos mais altos padrões de segurança alimentar e qualidade. Sua pureza e granulometria fina tornam-no ideal para uma ampla gama de aplicações culinárias, garantindo um sabor equilibrado e consistente em cada uso. Além disso, a preocupação com o meio ambiente e a sustentabilidade na produção reforçam o compromisso da marca em oferecer um produto não apenas de qualidade, mas também responsável. Assim, o sal FINOSAL não apenas satisfaz as necessidades dos consumidores exigentes, mas também se destaca como uma escolha consciente para quem valoriza qualidade, segurança e sustentabilidade em seus alimentos.

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

Em síntese, após a análise detalhada das marcas apresentadas, concluiu-se que todas representam opções sólidas e adequadas para compor a Cesta Básica dos Servidores. A escolha dessas marcas não apenas atende às necessidades de variedade e qualidade dos produtos, mas também reforça o compromisso da Administração em oferecer produtos de alto padrão que promovam o bem-estar e a satisfação dos beneficiários.

MEL TONON DIAS RAMIRO:70319643697

Assinado de forma digital por MEL TONON DIAS RAMIRO:70319643697
Dados: 2024.07.05 12:48:31 -03'00'

Mel Tonon Dias Ramiro
Agente de Contratação
Fase interna de licitação

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 075/2025

ANEXO III

APROVAÇÃO DO ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

ANÁLISE DO ESTUDO DAS MARCAS EXIGIDAS

Atendendo à solicitação da secretaria, foi realizado um estudo sobre marcas dos produtos que compõe a cesta básica que é doada aos servidores.

Após a análise do estudo, foi constatado que existiu uma boa fundamentação para escolha das marcas, incluindo de 4 (quatro) a 5 (cinco) opções para cada item e descrevendo o motivo pela escolha, garantindo a impessoalidade.

A exigência das marcas é importante para garantir a qualidade dos produtos disponibilizados, não impedindo o fornecedor de apresentar outras opções, desde que comprovem que se enquadram no padrão de qualidade exigido.

Por fim, aprovo o Estudo apresentado e solicito ao departamento jurídico que inclua em seu parecer a existência de legalidade na inclusão de marcas edital.

Chácara, 08 de julho de 2024

JUCELIO FERNANDES DE OLIVEIRA:02761007603
Assinado de forma digital por JUCELIO FERNANDES DE OLIVEIRA:02761007603
Dados: 2024.07.08 11:50:50 -03'00'

Jucélio Fernandes de Oliveira
Prefeito Municipal

Assinado por 1 pessoa: STEFANY ZANINI GONÇALVES
Para verificar a validade das assinaturas, acesse https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A e informe o código 0899-C4B7-B78D-B07A

VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS

Código para verificação: 0899-C4B7-B78D-B07A

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

STEFANY ZANINI GONÇALVES (CPF 096.XXX.XXX-14) em 14/05/2025 14:14:47 GMT-03:00
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

https://chacara.1doc.com.br/verificacao/0899-C4B7-B78D-B07A

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 079/2025

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇOS Nº 048/2025

ANEXO II

MINUTA DE CONTRATO

Processo Administrativo n° 079/2025

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº ...../...., QUE FAZEM ENTRE SI O MUNICÍPIO DE CHÁCARA E A EMPRESA **********.

Pelo Presente Instrumento, de um lado a **PREFEITURA MUNICIPAL DE CHÁCARA**, pessoa jurídica de Direito Público Interno, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas sob o nº 18.338.137/0001-16, com sede junto à Rua Heitor Cândido, nº 60, Centro, Chácara – MG, CEP 36110-000, representada por seu Prefeito Municipal, o Sr. Jucélio Fernandes de Oliveira, doravante denominada simplesmente **CONTRATANTE**, e o(a) ....., *inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., sediado(a) na .....*, doravante designado CONTRATADO, *neste ato representado(a) por* ..... (nome e função no contratado), *conforme atos constitutivos da empresa **OU** procuração apresentada nos autos,* tendo em vista o que consta no Processo nº 079/2025 e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente *do procedimento de pregão nº 048/2025*, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO (art. 92, I e II)

1.0. O objeto do presente instrumento é a Aquisição de cestas básicas para os servidores do município, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

1.1. Objeto da contratação:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL

		MEDIDA			
1					
2					
3					
...					

1.2. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.2.1. O Termo de Referência;

1.2.2. Os documentos públicos que ensejaram a contratação, tais como editais de licitação, avisos de dispensa ou inexigibilidade de licitação e todos os anexos aos atos convocatórios.

1.2.3. A Proposta do contratado;

1.2.4. Eventuais anexos dos documentos supracitados.

CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

2.1. *O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados do dia 23/08/2025, considerando o fim da vigência do processo anterior, com possibilidade de prorrogação, na forma do artigo 105 da Lei n° 14.133, de 2021.*

CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS (art. 92, IV, VII e XVIII)

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

4.1. *Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.*

CLÁUSULA QUINTA - PREÇO

5.1. *O valor total da contratação é de R$..... (.....).*

5.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

5.3. *O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao contratado dependerão dos quantitativos efetivamente fornecidos.*

CLÁUSULA SEXTA - PAGAMENTO (art. 92, V e VI)

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

CLÁUSULA SÉTIMA - REAJUSTE (art. 92, V)

7.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irreajustáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, em 14/05/2025.

7.2. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do contratado, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo contratante, do índice IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

7.3. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

7.4. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o contratante pagará ao contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

7.5. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

7.6. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

7.7. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

7.8. O reajuste será realizado por apostilamento.

CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE (art. 92, X, XI e XIV)

8.1. São obrigações do Contratante:

8.2. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;

8.3. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

8.4. Notificar o Contratado, por escrito, sobre vícios, defeitos ou incorreções verificadas no objeto fornecido, para que seja por ele substituído, reparado ou corrigido, no total ou em parte, às suas expensas;

8.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;

8.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente ao fornecimento do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência.

8.7. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;

8.8. Cientificar o órgão de representação judicial da Procuradoria Municipal para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

8.9. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos

manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

8.9.1. A Administração terá o prazo de *30 (trinta) dias*, a contar da data do protocolo do requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

8.10. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de 30 (trinta) dias.

8.11. *Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.*

8.12. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO (art. 92, XIV, XVI e XVII)

9.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato e em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

9.2. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes do objeto, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 1990);

9.3. Comunicar ao contratante, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;

9.4. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior (art. 137, II, da Lei n.º 14.133, de 2021) e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

9.5. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

9.6. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo contratante, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.7. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o contratado deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, junto com a Nota Fiscal para fins de pagamento, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

9.8. Responsabilizar-se pelo cumprimento de todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao contratante e não poderá onerar o objeto do contrato;

9.9. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual.

9.10. Paralisar, por determinação do contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

9.11. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para qualificação na contratação;

9.12. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação (art. 116, da Lei n.º 14.133, de 2021);

9.13. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas (art. 116, parágrafo único, da Lei n.º 14.133, de 2021);

9.14. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

9.15. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021.

9.16. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do contratante;

9.17. *Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos, nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre.*

CLÁUSULA DÉCIMA– GARANTIA DE EXECUÇÃO (art. 92, XII)

10.1. *Não haverá exigência de garantia contratual da execução, salvo a garantia legal prevista na Lei Federal nº 8.078/90.*

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (art. 92, XIV)

11.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

11.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

i. **Advertência**, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

ii. **Impedimento de licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "b", "c" e "d" do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

iii. **Declaração de inidoneidade para licitar e contratar**, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas "e", "f", "g" e "h" do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas "b", "c" e "d", que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

iv. **Multa:**

1. Moratória de 1 % (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;
2. *Moratória de 1% (um por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 30% (trinta por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.*
    i. *O atraso superior a quinze dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.*
3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas "e" a "h" do subitem 11.1, de 1% (um por cento) a 30 % do valor do Contrato.
4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea "c" do subitem 11.1, de 1% (um por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do Contrato.
5. Para infração descrita na alínea "b" do subitem 11.1, a multa será de 1% (um por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 11.1, a multa será de 1% (um por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do Contrato.
7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 11.1 a multa será de 1% (um por cento) a 30% (trinta por cento) do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações:

11.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021)

11.4.2. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.4.3. Previamente ao encaminhamento à cobrança judicial, a multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de *30 (trinta)* dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

11.5. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no **caput** e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

11.6. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;
b) as peculiaridades do caso concreto;
c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
d) os danos que dela provierem para o Contratante;

e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

11.7. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

11.8. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.9. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

11.10. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

11.11. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA– DA EXTINÇÃO CONTRATUAL (art. 92, XIX)

12.1. *O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.*

12.1.1. *O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o Contratante, quando este não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.*

12.1.2. *A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a notificação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.*

12.1.3. *Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.*

12.2. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

12.2.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

12.2.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

12.2.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

12.3. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

12.3.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

12.3.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

12.3.3. Indenizações e multas.

12.4. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021).

12.5. O contrato poderá ser extinto:

12.5.1. caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021);

12.5.2. caso se constate que a pessoa jurídica contratada possui administrador ou sócio com poder de direção, familiar de detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação ou de autoridade a ele hierarquicamente superior no âmbito do órgão contratante (art. 3º, § 3º, do Decreto n.º 7.203, de 4 de junho de 2010).

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA (art. 92, VIII)

13.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral do Município de Chácara deste exercício, na dotação abaixo discriminada:

3.3.90.32.00.2.02.01.04.122.0001.2.0012

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DOS CASOS OMISSOS (art. 92, III)

14.1. Os casos omissos serão decididos pelo contratante, segundo as disposições contidas na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – ALTERAÇÕES

15.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

15.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

15.3. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês (art. 132 da Lei nº 14.133, de 2021).

15.4. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – PUBLICAÇÃO

16.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, *caput,* da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA– FORO (art. 92, §1º)

17.1. Fica eleito o Foro da Justiça Estadual da Comarca de Juiz de Fora para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO APONTAMENTO DO FISCAL E GESTOR DO CONTRATO

18.1 O fiscal das contratações decorrentes deste instrumento será **********.

18.2 A gestora das contratações do presente instrumento será **********.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

_____

Representante legal do CONTRATANTE

_____

Representante legal do CONTRATADO

TESTEMUNHAS:

1-
2-

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 079/2025

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇOS Nº 048/2025

ANEXO III

MINUTA DE ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

MUNICÍPIO DE CHÁCARA

ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

N.º .....

O Município de Chácara, com sede na Rua Heitor Cândido, nº 60, Centro, Chácara – MG, CEP 36110-000, inscrito no CNPJ sob o nº 18.338.137/0001-16, neste ato representado pelo seu prefeito municipal, o Sr. Jucélio Fernandes de Oliveira, considerando o julgamento da licitação na modalidade de pregão, na forma eletrônica, para REGISTRO DE PREÇOS nº 048/2025, publicada no dia @dataDePublicacaoDiarioOficial, processo administrativo n.º 079/2025, RESOLVE registrar os preços da(s) empresa ....., inscrito(a) no CNPJ/MF sob o nº ....., sediado(a) na ....., neste ato representado(a) por ..... , conforme atos constitutivos da empresa ou procuração apresentada nos autos, tendo em vista o que consta, de acordo com a classificação por ela alcançada e na(s) quantidade(s) cotada(s), atendendo as condições previstas no Edital de licitação, sujeitando-se as partes às normas constantes na Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, no Decreto n.º 11.462, de 31 de março de 2023, e em conformidade com as disposições a seguir::

1. DO OBJETO

1.1. A presente Ata tem por objeto o registro de preços para Aquisição de cestas básicas para os servidores do município, especificado no item 1.1 do Termo de Referência, anexo *do edital*, que é parte integrante desta Ata, assim como as propostas cujos preços tenham sido registrados, independentemente de transcrição.

2. DOS PREÇOS, ESPECIFICAÇÕES E QUANTITATIVOS

2.1. O preço registrado, as especificações do objeto, as quantidades mínimas e máximas de cada item, fornecedor(es) e as demais condições ofertadas na(s) proposta(s) são as que seguem:

Item do TR	Fornecedor *(razão social, CNPJ/MF, endereço, contatos, representante)*

X	Especificação	*Marca (se exigida no edital)*	*Modelo (se exigido no edital)*	Unidade	QuantidadeMáxima	Quantidade Mínima	Valor Un	*Prazo garantia ou validade*

2.2. A listagem do cadastro de reserva referente ao presente registro de preços consta como anexo a esta Ata.

3. ÓRGÃO GERENCIADOR

3.1. O órgão gerenciador será o Município de Chácara.

4. DA ADESÃO À ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

4.1. Não será admitida a adesão à ata de registro de preços decorrente desta licitação ou desta contratação direta, conforme justificativa apresentada nos estudos técnicos preliminares.

Vedação a acréscimo de quantitativos

4.2. É vedado efetuar acréscimos nos quantitativos fixados na ata de registro de preços.

5. VALIDADE, FORMALIZAÇÃO DA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS E CADASTRO RESERVA

5.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses, contados do dia 23/08/2025, considerando o fim da vigência do processo anterior, com possibilidade de prorrogação, na forma do artigo 105 da Lei n° 14.133, de 2021.

5.1.1. O contrato decorrente da ata de registro de preços terá sua vigência estabelecida no próprio instrumento contratual e observará no momento da contratação e a cada exercício financeiro a disponibilidade de créditos orçamentários, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 1 (um) exercício financeiro.

5.1.2. Na formalização do contrato ou do instrumento substituto deverá haver a indicação da disponibilidade dos créditos orçamentários respectivos.

5.2. A contratação com os fornecedores registrados na ata será formalizada pelo órgão ou pela entidade interessada por intermédio de instrumento contratual, emissão de nota de empenho de despesa, autorização de compra ou outro instrumento hábil, conforme o art. 95 da Lei nº 14.133, de 2021.

5.2.1. O instrumento contratual de que trata o item 5.2. deverá ser assinado no prazo de validade da ata de registro de preços.

5.3. Os contratos decorrentes do sistema de registro de preços poderão ser alterados, observado o art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

5.4. Após a homologação da licitação ou da contratação direta, deverão ser observadas as seguintes condições para formalização da ata de registro de preços:

5.4.1. Serão registrados na ata os preços e os quantitativos do adjudicatário, devendo ser observada a possibilidade de o licitante oferecer ou não proposta em quantitativo inferior ao máximo previsto *no edital* e se obrigar nos limites dela;

5.4.2. Será incluído na ata, na forma de anexo, o registro dos licitantes ou dos fornecedores que:

5.4.2.1. Aceitarem cotar os bens, as obras ou os serviços com preços iguais aos do adjudicatário, observada a classificação da licitação; e

5.4.2.2. Mantiverem sua proposta original.

5.4.3. Será respeitada, nas contratações, a ordem de classificação dos licitantes ou dos fornecedores registrados na ata.

5.5. O registro a que se refere o item 5.4.2 tem por objetivo a formação de cadastro de reserva para o caso de impossibilidade de atendimento pelo signatário da ata.

5.6. Para fins da ordem de classificação, os licitantes ou fornecedores que aceitarem reduzir suas propostas para o preço do adjudicatário antecederão aqueles que mantiverem sua proposta original.

5.7. A habilitação dos licitantes que comporão o cadastro de reserva a que se refere o item 5.4.2.2 somente será efetuada quando houver necessidade de contratação dos licitantes remanescentes, nas seguintes hipóteses:

5.7.1. Quando o licitante vencedor não assinar a ata de registro de preços, no prazo e nas condições estabelecidos *no edital;* e

5.7.2. Quando houver o cancelamento do registro do licitante ou do registro de preços nas hipóteses previstas no item 9.

5.8. O preço registrado com indicação dos licitantes e fornecedores será divulgado no PNCP e ficará disponibilizado durante a vigência da ata de registro de preços.

5.9. Após a homologação da licitação ou da contratação direta, o licitante mais bem classificado ou o fornecedor, no caso da contratação direta, será convocado para assinar a ata de registro de preços, no prazo e nas condições estabelecidos no edital de licitação ou no aviso de contratação direta, sob pena de decair o direito, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021.

5.9.1. O prazo de convocação poderá ser prorrogado 1 (uma) vez, por igual período, mediante solicitação do licitante ou fornecedor convocado, desde que

apresentada dentro do prazo, devidamente justificada, e que a justificativa seja aceita pela Administração.

5.10. A ata de registro de preços será assinada por meio de assinatura digital e disponibilizada no Sistema de Registro de Preços.

5.11. Quando o convocado não assinar a ata de registro de preços no prazo e nas condições estabelecidos no edital ou no aviso de contratação, e observado o disposto no item 5.7, observando o item 5.7 e subitens, fica facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes do cadastro de reserva, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas condições propostas pelo primeiro classificado.

5.12. Na hipótese de nenhum dos licitantes que trata o item 5.4.2.1, aceitar a contratação nos termos do item anterior, a Administração, observados o valor estimado e sua eventual atualização nos termos *do edital* poderá:

5.12.1. Convocar para negociação os demais licitantes ou fornecedores remanescentes cujos preços foram registrados sem redução, observada a ordem de classificação, com vistas à obtenção de preço melhor, mesmo que acima do preço do adjudicatário; ou

5.12.2. Adjudicar e firmar o contrato nas condições ofertadas pelos licitantes ou fornecedores remanescentes, atendida a ordem classificatória, quando frustrada a negociação de melhor condição.

5.13. A existência de preços registrados implicará compromisso de fornecimento nas condições estabelecidas, mas não obrigará a Administração a contratar, facultada a realização de licitação específica para a aquisição pretendida, desde que devidamente justificada.

6. ALTERAÇÃO OU ATUALIZAÇÃO DOS PREÇOS REGISTRADOS

6.1. Os preços registrados poderão ser alterados ou atualizados em decorrência de eventual redução dos preços praticados no mercado ou de fato que eleve o custo dos bens, das obras ou dos serviços registrados, nas seguintes situações:

6.1.1. Em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe ou em decorrência de fatos imprevisíveis ou previsíveis de consequências incalculáveis, que inviabilizem a execução da ata tal como pactuada, nos termos da alínea “d” do inciso II do caput do art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021;

6.1.2. Em caso de criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou a superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços registrados;

6.1.3. Na hipótese de previsão no edital ou no aviso de contratação direta de cláusula de reajustamento ou repactuação sobre os preços registrados, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021.

6.1.3.1. No caso do reajustamento, deverá ser respeitada a contagem da anualidade e o índice previstos para a contratação;

6.1.3.2. No caso da repactuação, poderá ser a pedido do interessado, conforme critérios definidos para a contratação.

7. NEGOCIAÇÃO DE PREÇOS REGISTRADOS

7.1. Na hipótese de o preço registrado tornar-se superior ao preço praticado no mercado por motivo superveniente, o órgão ou entidade gerenciadora convocará o fornecedor para negociar a redução do preço registrado.

7.1.1. Caso não aceite reduzir seu preço aos valores praticados pelo mercado, o fornecedor será liberado do compromisso assumido quanto ao item registrado, sem aplicação de penalidades administrativas.

7.1.2. Na hipótese prevista no item anterior, o gerenciador convocará os fornecedores do cadastro de reserva, na ordem de classificação, para verificar se aceitam reduzir seus preços aos valores de mercado e não convocará os licitantes ou fornecedores que tiveram seu registro cancelado.

7.1.3. Se não obtiver êxito nas negociações, o órgão ou entidade gerenciadora procederá ao cancelamento da ata de registro de preços, adotando as medidas cabíveis para obtenção de contratação mais vantajosa.

7.1.4. Na hipótese de redução do preço registrado, o gerenciador comunicará aos órgãos e às entidades que tiverem firmado contratos decorrentes da ata de registro de preços para que avaliem a conveniência e a oportunidade de diligenciarem negociação com vistas à alteração contratual, observado o disposto no art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2. Na hipótese de o preço de mercado tornar-se superior ao preço registrado e o fornecedor não poder cumprir as obrigações estabelecidas na ata, será facultado ao fornecedor requerer ao gerenciador a alteração do preço registrado, mediante comprovação de fato superveniente que supostamente o impossibilite de cumprir o compromisso.

7.2.1. Neste caso, o fornecedor encaminhará, juntamente com o pedido de alteração, a documentação comprobatória ou a planilha de custos que demonstre a inviabilidade do preço registrado em relação às condições inicialmente pactuadas.

7.2.2. Não hipótese de não comprovação da existência de fato superveniente que inviabilize o preço registrado, o pedido será indeferido pelo órgão ou entidade gerenciadora e o fornecedor deverá cumprir as obrigações estabelecidas na ata, sob pena de cancelamento do seu registro, nos termos do item 9.1, sem prejuízo das sanções previstas na Lei nº 14.133, de 2021, e na legislação aplicável.

7.2.3. Na hipótese de cancelamento do registro do fornecedor, nos termos do item anterior, o gerenciador convocará os fornecedores do cadastro de reserva, na

ordem de classificação, para verificar se aceitam manter seus preços registrados, observado o disposto no item 5.7.

7.2.4. Se não obtiver êxito nas negociações, o órgão ou entidade gerenciadora procederá ao cancelamento da ata de registro de preços, nos termos do item 9.4, e adotará as medidas cabíveis para a obtenção da contratação mais vantajosa.

7.2.5. Na hipótese de comprovação da majoração do preço de mercado que inviabilize o preço registrado, conforme previsto no item 7.2 e no item 7.2.1, o órgão ou entidade gerenciadora atualizará o preço registrado, de acordo com a realidade dos valores praticados pelo mercado.

7.2.6. O órgão ou entidade gerenciadora comunicará aos órgãos e às entidades que tiverem firmado contratos decorrentes da ata de registro de preços sobre a efetiva alteração do preço registrado, para que avaliem a necessidade de alteração contratual, observado o disposto no art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

8. REMANEJAMENTO DAS QUANTIDADES REGISTRADAS NA ATA DE REGISTRO DE PREÇOS

8.1. As quantidades previstas para os itens com preços registrados nas atas de registro de preços poderão ser remanejadas pelo órgão ou entidade gerenciadora entre os órgãos ou as entidades participantes e não participantes do registro de preços.

8.2. O remanejamento somente poderá ser feito:

8.2.1. De órgão ou entidade participante para órgão ou entidade participante; ou

8.2.2. De órgão ou entidade participante para órgão ou entidade não participante.

8.3. O órgão ou entidade gerenciadora que tiver estimado as quantidades que pretende contratar será considerado participante para efeito do remanejamento.

8.4. Na hipótese de remanejamento de órgão ou entidade participante para órgão ou entidade não participante, serão observados os limites previstos no art. 32 do Decreto nº 11.462, de 2023.

8.5. Competirá ao órgão ou à entidade gerenciadora autorizar o remanejamento solicitado, com a redução do quantitativo inicialmente informado pelo órgão ou pela entidade participante, desde que haja prévia anuência do órgão ou da entidade que sofrer redução dos quantitativos informados.

8.6. Caso o remanejamento seja feito entre órgãos ou entidades de Municípios distintos, caberá ao fornecedor beneficiário da ata de registro de preços, observadas as condições nela estabelecidas, optar pela aceitação ou não do fornecimento decorrente do remanejamento dos itens.

8.7. Na hipótese da compra centralizada, não havendo indicação pelo órgão ou pela entidade gerenciadora, dos quantitativos dos participantes da compra centralizada, nos termos do item 8.3, a distribuição das quantidades para a execução descentralizada será por meio do remanejamento.

9. CANCELAMENTO DO REGISTRO DO LICITANTE VENCEDOR E DOS PREÇOS REGISTRADOS

9.1. O registro do fornecedor será cancelado pelo gerenciador, quando o fornecedor:

9.1.1. Descumprir as condições da ata de registro de preços, sem motivo justificado;

9.1.2. Não retirar a nota de empenho, ou instrumento equivalente, no prazo estabelecido pela Administração sem justificativa razoável;

9.1.3. Não aceitar manter seu preço registrado, na hipótese prevista no artigo 27, § 2º, do Decreto Municipal nº 2.823, de 2023; ou

9.1.4. Sofrer sanção prevista nos incisos III ou IV do caput do art. 156 da Lei nº 14.133, de 2021.

9.1.4.1. Na hipótese de aplicação de sanção prevista nos incisos III ou IV do caput do art. 156 da Lei nº 14.133, de 2021, caso a penalidade aplicada ao fornecedor não ultrapasse o prazo de vigência da ata de registro de preços, poderá o órgão ou a entidade gerenciadora, mediante decisão fundamentada, decidir pela manutenção do registro de preços, vedadas contratações derivadas da ata enquanto perdurarem os efeitos da sanção.

9.2. O cancelamento de registros nas hipóteses previstas no item 9.1 será formalizado por despacho do órgão ou da entidade gerenciadora, garantidos os princípios do contraditório e da ampla defesa.

9.3. Na hipótese de cancelamento do registro do fornecedor, o órgão ou a entidade gerenciadora poderá convocar os licitantes que compõem o cadastro de reserva, observada a ordem de classificação.

9.4. O cancelamento dos preços registrados poderá ser realizado pelo gerenciador, em determinada ata de registro de preços, total ou parcialmente, nas seguintes hipóteses, desde que devidamente comprovadas e justificadas:

9.4.1. Por razão de interesse público;

9.4.2. A pedido do fornecedor, decorrente de caso fortuito ou força maior; ou

9.4.3. Se não houver êxito nas negociações, nas hipóteses em que o preço de mercado tornar-se superior ou inferior ao preço registrado, nos termos do artigos 26, § 3º e 27, § 4º, ambos do Decreto nº 11.462, de 2023.

10. DAS PENALIDADES

10.1. O descumprimento da Ata de Registro de Preços ensejará aplicação das penalidades estabelecidas *no edital*.

10.1.1. As sanções também se aplicam aos integrantes do cadastro de reserva no registro de preços que, convocados, não honrarem o compromisso assumido injustificadamente após terem assinado a ata.

10.2. É da competência do gerenciador a aplicação das penalidades decorrentes do descumprimento do pactuado nesta ata de registro de preço (art. 7º, inc. XIV, do Decreto nº 11.462, de 2023), exceto nas hipóteses em que o descumprimento disser respeito às contratações dos órgãos ou entidade participante, caso no qual caberá ao respectivo órgão participante a aplicação da penalidade (art. 8º, inc. IX, do Decreto Municipal nº 11.462, de 2023).

10.3. O órgão ou entidade participante deverá comunicar ao órgão gerenciador qualquer das ocorrências previstas no item 9.1, dada a necessidade de instauração de procedimento para cancelamento do registro do fornecedor.

11. CONDIÇÕES GERAIS

11.1. As condições gerais de execução do objeto, tais como os prazos para entrega e recebimento, as obrigações da Administração e do fornecedor registrado, penalidades e demais condições do ajuste, encontram-se definidos no Termo de Referência, ANEXO *AO EDITAL*.

12. DO APONTAMENTO DO FISCAL E GESTOR DO CONTRATO

12.1. O fiscal das contratações decorrentes deste instrumento será **********.

12.2. A gestora das contratações do presente instrumento será **********.

Para firmeza e validade do pactuado, a presente Ata foi lavrada em 2 (duas) vias de igual teor, que, depois de lida e achada em ordem, vai assinada pelas partes.

Chácara, **** de ********* de 202*.

Jucélio Fernandes de Oliveira

PREFEITO MUNICIPAL

Assinatura Licitante

Anexo

Cadastro Reserva

Seguindo a ordem de classificação, segue relação de fornecedores que aceitaram cotar os itens com preços iguais ao adjudicatário:

Item do TR	Fornecedor *(razão social, CNPJ/MF, endereço, contatos, representante)*							
X	Especificação	*Marca (se exigida no edital)*	*Modelo (se exigido no edital)*	Unidade	QuantidadeMáxima	Quantidade Mínima	Valor Un	*Prazo garantia ou validade*

Seguindo a ordem de classificação, segue relação de fornecedores que mantiveram sua proposta original:

Item do TR	Fornecedor *(razão social, CNPJ/MF, endereço, contatos, representante)*							
X	Especificação	*Marca (se exigida no edital)*	*Modelo (se exigido no edital)*	Unidade	QuantidadeMáxima	Quantidade Mínima	Valor Un	*Prazo garantia ou validade*