



## **Açúcar Guarani divulga novos nomes escolhidos em votação promovida pela campanha “Respeito na Medida”**

*Lançada em novembro passado, campanha abriu portas para a reflexão sobre nomes de doces que soam ofensivos para muitas mulheres e promoveu votação aberta para que o público escolhesse novas denominações*

**Olímpia, 15 de fevereiro de 2023** – Já provou um chocomellow? Ou serviu um bolo chocolate maluco no café da tarde? Ou, de repente, prefere um molenguinho ou uma gravatinha de coco? Para quem ainda não se engajou nesta transformação, estes são os novos nomes escolhidos em votação popular promovida pelo Açúcar Guarani, marca de varejo da Tereos, para substituir nomes de doces que soavam ofensivos e “indigestos” para muitas mulheres.

Os novos nomes serão anunciados por meio de vídeos de receitas publicados no website e nas redes sociais (Instagram e Youtube) da marca, além do hotsite da campanha. Os vídeos são protagonizados por mães e filhos que, juntos, preparam as receitas enquanto conversam, de forma leve e divertida, sobre os nomes escolhidos. O primeiro vídeo entra ao ar hoje [\(link\)](#) e os demais serão publicados ao longo das próximas semanas.

Lançada em novembro passado, a campanha “Respeito na Medida” – idealizada pela agência F&MD para a marca – promoveu o debate sobre nomes de doces tradicionais da culinária brasileira que ofendem as mulheres, como teta de nega (o novo chocomellow), maria mole (molenguinho), espera marido (gravatinha de coco) e nega maluca (chocolate maluco), e convidou o público a escolher novas denominações.

No total, foram mais de 8 milhões de pessoas impactadas pela campanha, que alcançou 8 milhões de visualizações do filme, 80 mil compartilhamentos nas redes sociais e milhares de votos. A campanha também gerou uma doação em dinheiro e em produto para a ONG Mãos de Maria, instituição que promove o empreendedorismo e a capacitação profissional para mulheres em situação de vulnerabilidade social na comunidade Paraisópolis, em São Paulo.

“Estamos muito felizes com o sucesso da campanha, que reforça o nosso compromisso com a diversidade e nossa atuação socialmente responsável. Ficamos muito satisfeitos de ver o resultado da votação, que mostra que o público abraçou a ideia de darmos alternativas para os nomes desses doces”, comenta Gustavo Segantini, diretor comercial da Tereos.

Apoiador da campanha, o Sindipan (Sindicato da Indústria de Panificação e confeitaria de São Paulo) também vai convidar seus associados a adotarem os novos nomes dos doces em seus estabelecimentos.

Para acompanhar o lançamento dos vídeos, acesse o [Website](#), [Instagram](#) ou [Youtube](#) do Açúcar Guarani.

### **Sobre a Tereos**

*Com visão de longo prazo no processamento de matérias-primas agrícolas e desenvolvimento de produtos alimentícios de qualidade, a Tereos é uma das líderes nos mercados de açúcar, álcool/etanol*

*te amidos. Os compromissos do Grupo com a sociedade e com o meio ambiente têm contribuído com a performance da companhia no longo prazo, enquanto reforça nossa atuação responsável. O Grupo cooperativo Tereos reúne 12.000 agricultores e possui expertise reconhecida no processamento de beterraba, cana-de-açúcar, cereais e batata. Com 44 unidades industriais, operações em 13 países e o compromisso de 19.800 colaboradores, a Tereos atende seus clientes em seus mercados locais, com uma oferta ampla de produtos. Em 2021/2022, o Grupo obteve um faturamento de € 5,1 bilhões.*

### **Tereos no Brasil**

*A Tereos no Brasil é composta pela Tereos Açúcar & Energia Brasil, Tereos Amido & Adoçantes Brasil e Tereos Commodities Brasil. No noroeste do Estado de São Paulo, a Tereos Açúcar & Energia Brasil concentra suas sete unidades de processamento e duas refinarias. A Tereos Amido & Adoçantes Brasil, com operação em Palmital (SP), diversifica o portfólio da Tereos Brasil com a fabricação de produtos derivados de milho e mandioca. A Tereos Commodities opera como trading e possui escritórios em diversos países.*

*Para saber mais, acesse: [Link](#) ou [Link](#)*