

Piracanjuba Pirakids marca presença em novo segmento com lançamento de cookies

Desenvolvidos em parceria com a Rancheiro, os produtos chegam em dois sabores e reforçam a estratégia de diversificação da linha infantil

Goiânia, 04 de maio de 2026 – A Piracanjuba Pirakids dá um novo passo em sua estratégia de expansão e passa a atuar em uma nova categoria com o lançamento dos Cookies Piracanjuba Pirakids. A novidade amplia o portfólio da marca infantil e reforça sua presença em diferentes momentos da rotina das crianças.

O lançamento nasce de uma parceria estratégica com a Rancheiro e chega ao mercado em dois sabores: baunilha com gotas de chocolate e chocolate com gotas de chocolate, ambos zero lactose. Os produtos unem sabor, crocância e praticidade, atendendo a ocasiões como lanches ao longo do dia, passeios e momentos de pausa.

A novidade fortalece a presença da marca no universo infantil ao disponibilizar uma opção pensada para diferentes momentos da rotina, como a lancheira escolar, passeios e pausas ao longo do dia. Desenvolvidos para agradar ao paladar das crianças, os Cookies Piracanjuba Pirakids combinam crocância, sabor e facilidade de consumo.

“Piracanjuba Pirakids acompanha a infância de forma leve e conectada ao cotidiano. A entrada na categoria de cookies amplia nossa presença em momentos importantes, reforçando atributos como sabor, praticidade e a confiança na marca construída ao longo do tempo”, afirma Lisiane Campos, diretora de Marketing do Grupo Piracanjuba.

A produção e a distribuição dos cookies serão realizadas pela Rancheiro, empresa goiana fundada em 1985, com trajetória consolidada no setor de alimentos. Ao longo dos anos, a marca ampliou sua atuação para diferentes categorias, como rosquinhas, wafers, cookies e cream crackers.

Sobre a Piracanjuba

Fundada em 1955, no interior de Goiás, a Piracanjuba nasceu com o propósito de cuidar das famílias brasileiras por meio da alimentação, levando mais sabor, qualidade e confiança para o dia a dia. Ao longo de 70 anos de história, a empresa evoluiu de um único produto, a manteiga, para um portfólio com mais de 140 itens, presentes em diferentes momentos de consumo e fases da vida.

De acordo com o Ranking Brand Footprint 2025, da Kantar, a Piracanjuba é a 7ª marca mais escolhida pelos lares brasileiros, reconhecimento que reflete sua forte conexão emocional com os consumidores e sua presença constante nas mesas de milhões de pessoas.

Com uma trajetória marcada por inovação, proximidade e atenção às transformações do comportamento de consumo, a marca estrutura seu portfólio em submarcas como ProForce, Pirakids, Excellence, Ótimo, Health & Nutrition, Zquad, Seleção e Zero Lactose, desenvolvidas para atender diferentes estilos de vida, necessidades nutricionais e ocasiões de consumo. É da Piracanjuba, por exemplo, o primeiro leite UHT com tampa de rosca do mercado; o primeiro leite UHT zero lactose; o primeiro leite A2 em caixinha, entre outros grandes marcos.

Mais do que oferecer alimentos, a Piracanjuba entrega experiências que combinam sabor, cuidado e bem-estar, reafirmando diariamente seu compromisso com quem acredita que viver bem começa à mesa.

Piracanjuba

Para viver bem

[www.piracanjuba.com.br](http://www.piracanjuba.com.br)