



INTELIGÊNCIA DE DADOS / PRESENÇA DE MARCAS / 50 MARCAS

EDIÇÃO MENSAL · IDS-PM

Pódio nacional em *empate técnico*.

EDIÇÃO

04

ABRIL
2026

IDS-PM — Índice DS de Presença de Marcas. Ranking das **50 marcas** de maior presença em encartes promocionais. Esta edição apresenta também a **revisão da série histórica** após expansão de catálogo.

TOP 4 NACIONAL · EMPATE TÉCNICO (1-4 DENTRO DE 5 PONTOS)

1°		2°		3°		4°
Perdigão	≈	Nestlé	≈	Seara	≈	Sadia
94,0		92,0		92,0		89,0

IDS-PM de abril/2026: pódio nacional em empate técnico

RANKING IDS-PM DAS 50 MARCAS DE MAIOR PRESENÇA EM ENCARTES · PUBLICAÇÃO: 2026-05-04 · V1

PÓDIO EM EMPATE TÉCNICO — DIFERENÇAS CABEM NO INTERVALO DE CONFIANÇA (~3 PONTOS)

1°	≈	2°	≈	3°	≈	4°
Perdigão		Nestlé		Seara		Sadia
94,0		92,0		92,0		89,0

265.820 produtos distintos em 23.751 encartes · 1.770 empresas ativas

Como ler este índice. O IDS-PM mede **presença de marcas em encartes promocionais** — não market share de vendas. O score de 0 a 100 combina quatro dimensões: volume de aparições, número de varejistas distintos, regularidade ao longo do mês e variedade de produtos. Uma marca com score alto aparece muito, em muitos varejistas, com regularidade, em muitos produtos.

Sobre as cestas. As cestas são recalculadas todo mês — nacional (50 marcas), por categoria (15 por categoria) e por região (20 por região). Composição varia conforme o que foi promovido. A categoria **Carnes** é publicada subdividida em 5 grupos (Aves, Bovinos, Suínos, Processados, Peixes) porque agregada misturaria mercados distintos; **Bebidas não-alcoólicas**, em 4 grupos (Refrigerantes, Sucos, Chás e Energéticos, Isotônicos e Achocolatados líquidos).

Comparabilidade temporal. Compare **posição**, não score — a cesta muda mês a mês, mudando os percentis de referência.

Empate técnico. Diferenças de score inferiores ao intervalo de confiança (~3 pontos pela cesta atual) não devem ser lidas como diferenças reais. Em abril/2026, os scores das marcas em #1 a #4 ficam dentro dessa faixa — são **posições conjuntas**, não hierarquia firme.

Nota da edição · Revisão da série histórica

Entre a publicação da nota de **março/2026** (em 19/abril) e o fechamento desta edição, o IDSP ampliou a base de produtos observados em encartes e revisou a forma como produtos são associados a suas marcas-mãe. As duas mudanças foram aplicadas a toda a série histórica.

Efeito sobre a série de 24 meses fechados que constava na edição anterior:

- **9 meses tiveram o líder mensal reclassificado** (cerca de um terço da série).
- A contagem de lideranças totais mudou: Ypê passou de **12 para 18** lideranças; Sadia, de **5 para 4**; Perdigão, de **5 para 2** (ou 3 incluindo abr/2026). As contagens cobrem os 24 meses fechados que constavam na nota de março, sem incluir abr/2026, para que a comparação com aquela edição seja direta.
- As marcas Nestlé e Seara, que apareciam com 1 liderança histórica cada, deixaram de constar no conjunto de marcas que já lideraram a série pela base atual — em ambos os meses (mai/2025 para Nestlé, fev/2026 para Seara), o #1 mudou por diferença de **1 a 3 pontos** no score recomposto.

Política editorial: as edições mensais já publicadas (PDFs e páginas) **permanecem disponíveis em sua forma original** e refletem o estado da base na data de cada publicação. Uma **nota de atualização da série histórica** está sendo publicada na página índice do IDS-PM (institutodspesquisas.com/indices/idspm), com a tabela "antes/depois" das lideranças mensais reclassificadas. A revisão tem dois componentes: a base passou a observar produtos em encartes que antes não eram capturados (ampliação de evidência) e o critério atual de associação de produtos a marcas-mãe foi aplicado retroativamente (correção classificatória). A leitura recomendada para qualquer análise da série histórica é a versão consolidada apresentada nesta edição em diante.

Próximas atualizações que alterem **3 ou mais lideranças mensais já publicadas** serão anunciadas em nota prévia, antes da edição que as incorpora — não em nota retrospectiva como esta. Esta foi a primeira revisão dessa escala desde o início da série em abril/2024.

Resumo

Em abril/2026, **Perdigão aparece em #1 nacional com score 94,0**, seguida por Nestlé (92,0), Seara (92,0) e Sadia (89,0). As quatro marcas estão dentro de **5 pontos**, o que cabe na margem de erro do índice — o pódio é, na prática, um empate técnico desempatado por critério de score. **Omo (#5, score 86,0)** e **Ypê (#6, score 82,0)** completam o top 6.

É a **3ª vez** que Perdigão aparece como líder mensal na série revisada de 25 meses; as outras foram em **outubro/2024** e **abril/2025**.

Ypê interrompe sequência de 3 meses consecutivos no #1 (jan, fev, mar/2026) e cai para a 6ª posição. Verificação cruzada com volume bruto: nos primeiros 15 dias de abril (janela íntegra de coleta), Ypê tem 1.009 peças únicas, atrás de Nestlé (1.139) e Perdigão (1.027) na mesma janela — a queda relativa da marca é coerente com o ranking final, não artefato de coleta tardia.

Em volume agregado, abril/2026 é menor que março/2026 em quase todas as marcas top. A queda média no top 6 nacional foi de **-25% a -35%** mês a mês. Esse padrão **inverte** o observado em abril/2025 (Páscoa em 20/abril), quando todas as marcas top haviam **subido** em abril vs março (verificação contra registros internos do IDSP). A combinação de **Páscoa antecipada para 5/abril/2026** (que deslocou volume promocional de chocolate, ovos e itens de ceia para março) e dias com volume promocional reduzido em abril produziu um mês menor em todas as marcas — não específico de uma. O score IDS-PM atenua parte do efeito por comparar marcas dentro da cesta do mês, mas a leitura conservadora é que **o intervalo**

entre #1 e #5 (8 pontos) cabe na margem de erro do índice — comparações de posição dentro dessa faixa pedem mais cautela do que em meses com cesta mais espaçada.

Regionalmente, Ypê segue líder em três regiões (Norte, Centro-Oeste, Sul). Perdigão lidera o Sudeste; Seara, o Nordeste.

Destaques do mês

- 🏆 **Pódio em empate técnico:** Perdigão (94,0), Nestlé (92,0), Seara (92,0) e Sadia (89,0) ficam dentro de 5 pontos — diferenças cabem no intervalo de confiança do score.
- 🏆 **Maior salto no ranking nacional (1 mês):** Dove · #42 → #27 (+15 posições) — empatada em magnitude com Nivea (#46 → #31) e Rexona (#50 → #35).
- 📉 **Maiores quedas (1 mês):** Limpol #34 → #46 (-12); UAU #29 → #39 (-10); Toddy #12 → #20 (-8); Ypê #1 → #6 (-5, principal queda no topo).
- 🔄 **Perdigão ocupa o #1** após ausências em jan, fev e mar/2026 — é a 3ª aparição na série de 25 meses (out/2024, abr/2025, abr/2026).
- 🚩 **Marcas com atividade sazonal no mês nacional (4):** Garoto, Heineken, Lacta, Amstel. Distribuição desigual de publicações ao longo do mês (picos em poucos dias) — leitura de posição pede cautela.

Trajetória de lideranças nacionais (25 meses)

MÊS	LÍDER	MÊS	LÍDER
2024-04	Ypê	2025-05	Ypê *
2024-05	Ypê	2025-06	Ypê
2024-06	Ypê	2025-07	Ypê
2024-07	Ypê	2025-08	Ypê *
2024-08	Ypê *	2025-09	Ypê *
2024-09	Ypê	2025-10	Sadia *
2024-10	Perdigão	2025-11	Sadia
2024-11	Ypê	2025-12	Sadia *
2024-12	Sadia	2026-01	Ypê
2025-01	Ypê	2026-02	Ypê *
2025-02	Ypê	2026-03	Ypê *

MÊS	LÍDER	MÊS	LÍDER
2025-03	Ypê	2026-04	Perdigão
2025-04	Perdigão *		

* mês cuja classificação foi revisada na atualização de base de mai/2026 — ver Nota da edição. Comparação com a tabela publicada em março/2026 está disponível na nota da página índice IDS-PM (institutospesquisas.com/indices/idspm).

Total de lideranças na série atual (25 meses):

MARCA	MESES EM #1
Ypê	18
Sadia	4
Perdigão	3
Total	25

Maior sequência consecutiva: Ypê em **abr–set/2024** (6 meses) — a inclusão de ago/2024 nessa sequência decorre da reclassificação metodológica. Sadia teve sua maior sequência em **out–dez/2025** (3 meses). Ypê acabou de fechar uma sequência de **3 meses** (jan–mar/2026), interrompida em abril por Perdigão.

Rankings por categoria (top 3, abr/2026)

CARNES — SUBDIVIDIDAS

Carnes - Aves (frango, peru)

#	MARCA	SCORE
1	Sadia	85,7
2	Seara	78,6
3	Perdigão	71,4

Carnes - Bovinos (picanha, alcatra, acém, costela, etc.) — **não publicado em ranking:** apenas uma marca (Friboi) atingiu presença mínima de mercado em abril, repetindo o padrão de março. Carne bovina in natura aparece em encartes promocionais nacionais com poucas marcas alcançando cobertura nacional suficiente para entrar no índice.

Carnes - Suínos (bisteca, carré, lombo)

#	MARCA	SCORE
1	Sadia	75,0
2	Seara	25,0

Carnes - Processados (linguiça, hambúrguer, salsicha, mortadela, bacon)

#	MARCA	SCORE
1	Perdigão	85,0
2	Seara	65,0
3	Sadia	50,0

Em março, Sadia e Seara empataram em #1 com Perdigão em #3. Em abril, Perdigão aparece em #1 e Sadia em #3.

Carnes - Peixes e Frutos do Mar — não publicado em abril (cesta insuficiente).

BEBIDAS NÃO-ALCOÓLICAS — SUBDIVIDIDAS

Bebidas - Refrigerantes

#	MARCA	SCORE
1	Coca-Cola	90,0
2	Antarctica	72,5 2=
3	Fanta	72,5 2=

Antarctica e Fanta empatam em score na #2/#3.

Bebidas - Sucos e Néctares

#	MARCA	SCORE
1	Tang	75,0
2	Maguary	66,7
3	Aurora	62,5

Bebidas - Chás e Energéticos

#	MARCA	SCORE
1	Monster	66,7

#	MARCA	SCORE
2	Red Bull	62,5
3	Baly	20,8

Bebidas - Isotônicos e Achocolatados líquidos

#	MARCA	SCORE
1	Gatorade	62,5
2	Toddy	45,8
3	Powerade	41,7

OUTRAS CATEGORIAS (RANKING AGREGADO DA CATEGORIA)

- **Mercearia** — Nestlé (76,7), Hellmann's (71,7) 2=, Fugini (71,7) 2=. *Hellmann's e Fugini empatam.*
- **Frios e Embutidos** — Perdigão (91,7), Seara (87,5), Sadia (75,0)
- **Higiene e Beleza** — Dove (80,0), Colgate (79,2), Nivea (75,0)
- **Laticínios** — Piracanjuba (90,0), Nestlé (81,7), Ninho (76,7)
- **Limpeza** — Ypê (91,7), Omo (85,0), Tixan Ypê (76,7)
- **Bebidas Alcoólicas** — Brahma (91,7), Heineken (88,3), Skol (86,7)
- **Congelados** — Sadia (83,3), Perdigão (66,7) 2=, Seara (66,7) 2=. *Perdigão e Seara empatam.*
- **Padaria** — Bauducco (68,8) 1=, Visconti (68,8) 1=, Pullman (50,0). *Bauducco e Visconti empatam.*
- **Pet** — Pedigree (75,0), Whiskas (25,0). Cesta insuficiente para top 3.
- **Bebê** — Huggies (82,5), Babysec (81,7), Pampers (78,3)
- **Eletro e Utilidades** — Panelux (68,8), Tramontina (65,6), Mondial (37,5)
- **Material de Construção** — Tramontina (56,3), Fortlev (43,8). Cesta insuficiente para top 3.

Hortifruti — não publicado em destaque. Apenas 2 marcas atingiram presença mínima para entrar na cesta de hortifruti em abril e foi identificada anomalia de classificação (Tang, refresco em pó, foi classificada erroneamente como hortifruti). Em auditoria — será corrigido na próxima edição.

Rankings por região (top 3, abr/2026)

REGIÃO	#1	#2	#3
Norte	Ypê (81,9)	Nestlé (80,6)	Seara (75,6)
Nordeste	Seara (85,0)	Sadia (82,5) 2=	Nestlé (82,5) 2=

REGIÃO	#1	#2	#3
Centro-Oeste	Ypê (86,9)	Perdigão (79,4) 2=	Piracanjuba (79,4) 2=
Sudeste	Perdigão (90,0)	Seara (86,3)	Sadia (80,0)
Sul	Ypê (82,5)	Perdigão (78,8)	Nestlé (75,0)

Cobertura efetiva dos rankings regionais em abril/2026, por UFs com presença mínima do índice: Norte (AM, PA, RO, AC, TO), Nordeste (BA, CE, MA, PE, PB, RN, AL, SE, PI), Centro-Oeste (GO, MT, MS, DF), Sudeste (SP, MG, RJ, ES), Sul (PR, RS, SC). UFs com presença insuficiente no mês não entram no ranking da sua região.

Observações regionais:

- **Ypê aparece em #1 em 3 regiões** (Norte, Centro-Oeste, Sul) e em #6 no ranking nacional. Os dois agregados (regional e nacional) usam cestas e percentis diferentes; descontinuidades entre eles ocorrem em outros meses da série.
- **Perdigão lidera apenas o Sudeste** em abril, mesma posição que ocupava em março. O agregado nacional resulta da composição entre regiões; o Sudeste é a região com maior volume de publicações no mês.
- **Seara assume o Nordeste** — em março era Nestlé. Sadia e Nestlé empatam em #2/#3 no Nordeste com mesmo score (82,5).
- **Nenhuma marca aparece no top 3 das 5 regiões simultaneamente.** Ypê aparece no top 3 de 3 regiões (Norte #1, Centro-Oeste #1, Sul #1). Nestlé aparece em 3 (Norte #2, Nordeste #3, Sul #3).

Leitura dos dados

Abril teve a menor diferença #1–#5 entre as edições publicadas em 2026 — 8 pontos (Perdigão 94,0 → Omo 86,0). Em março, esse intervalo era de 11,5 pontos; em fevereiro, 13,2. Cinco marcas passaram acima de 85 pontos — padrão que não aparecia desde set/2025 entre as edições recentes (verificação contra registros internos da série). Esta leitura é descritiva da composição de cesta de abril; comparações de score entre meses são apenas referência de magnitude — a metodologia recomenda comparar **posição**, não score.

Sazonalidade de Páscoa no início do mês. A Páscoa de 2026 caiu em **5 de abril** — antes dos picos típicos de promoção de chocolate, ovos e itens de ceia. Encartes de Páscoa concentraram-se em **março**, deslocando volume normalmente atribuído a abril. Lacta caiu de **20** para **26** posições; Garoto subiu de **24** para **21**, com volume relevante na primeira metade do mês — coerente com o calendário (encartes da Páscoa saem antes do feriado, e em 2026 caíram parcialmente no início de abril). Em volume bruto mensal, Garoto caiu vs março, padrão típico de pós-feriado. Em **2025**, quando a Páscoa caiu em 20/abril, os volumes promocionais de chocolate haviam concentrado-se justamente em abril, padrão oposto.

Volume agregado de abril foi sistemicamente menor. As marcas top do nacional caíram entre **–25% e –35%** em peças únicas mês a mês. Esse efeito **não é específico de marca** — não há evidência de que uma

marca tenha sido mais afetada que outra. Na janela controlada dos primeiros 15 dias (sem buracos de coleta), todas as marcas do top 6 mostraram queda de volume na mesma magnitude relativa.

Continuidade dentro de categorias onde as marcas competem diretamente. Sadia mantém o #1 em **Carnes - Aves** e **Congelados** em todos os meses observados. Ypê mantém o #1 em **Limpeza** em todos os meses da série. Brahma lidera **Bebidas Alcoólicas** em todos os meses da série. Coca-Cola retomou o #1 em **Refrigerantes** que era de Pepsi em março. Perdigão assumiu o #1 em **Carnes - Processados** que era de Sadia em março.

Movimentação de cesta: sete marcas saíram do top 50 mensal (Brilhante, Itambé, Frimesa, Maratá, Mili, Soya, Itaipava — caíram para fora do top 50 ou abaixo dos filtros de cobertura UF) e sete entraram (Yoki, Monange, Palmolive, Galo, Nissin, Renata, Pepsi).

50 marcas — ranking nacional completo (abr/2026)

#	MARCA	SCORE	Δ POS VS MAR	SAZONAL
1	Perdigão	94,00	+1	
2	Nestlé	92,00	+1	
3	Seara	92,00	+1	
4	Sadia	89,00	+1	
5	Omo	86,00	+1	
6	Ypê	82,00	-5	
7	Piracanjuba	81,50	+2	
8	Aurora	79,50	-1	
9	Tixan Ypê	75,00	+6	
10	Skol	74,75	+4	
11	Ninho	68,25	0	
12	Italac	68,25	-4	
13	Coca-Cola	66,25	-3	
14	Bauducco	65,75	+4	
15	Hellmann's	63,25	+8	
16	Brahma	63,00	+1	
17	Fugini	62,75	-1	

#	MARCA	SCORE	Δ POS VS MAR	SAZONAL
18	Antarctica	62,00	+1	
19	Quero	54,50	+2	
20	Toddy	53,50	-8	
21	Garoto	53,50	+3	
22	Marilan	53,50	+4	
23	Heineken	53,00	-1	
24	Veja	51,25	+8	
25	Nescau	51,00	+2	
26	Lacta	49,75	-6	
27	Dove	47,50	+15	
28	Minuano	45,00	-3	
29	Predilecta	44,00	+6	
30	3 Corações	41,50	+1	
31	Nivea	40,00	+15	
32	Colgate	40,00	-2	
33	Amstel	39,00	+4	
34	Skala	38,25	+9	
35	Rexona	36,00	+15	
36	Yoki	35,75	entra na cesta	
37	Mococa	34,75	+2	
38	Dona Benta	33,25	+7	
39	UAU	29,50	-10	
40	Downy	28,00	+1	
41	Seda	24,00	+6	
42	Sorriso	23,75	-6	
43	Monange	20,50	entra na cesta	

#	MARCA	SCORE	Δ POS VS MAR	SAZONAL
44	Palmolive	18,75	entra na cesta	
45	Budweiser	18,50	+3	
46	Limpol	17,50	-12	
47	Galo	16,75	entra na cesta	
48	Nissin	16,00	entra na cesta	
49	Renata	14,75	entra na cesta	
50	Pepsi	11,75	entra na cesta	

Saíram da cesta nacional em abril: Brilhante (era #13 em mar), Itambé (#28), Frimesa (#33), Maratá (#38), Mili (#40), Soya (#44), Itaipava (#49) — algumas por terem caído abaixo do mínimo de estados exigido pela cesta nacional (Brilhante, Itambé, Frimesa, Mili), outras por terem caído para fora do top 50 com a recomposição da cesta deste mês.

O IDS-PM descreve a presença observada das marcas em encartes promocionais do varejo brasileiro. Este relatório não atribui causas estratégicas nem faz projeções. Interpretações sobre performance comercial, mercado ou decisões de marca ficam a critério de cada leitor.

Metodologia resumida. Esta edição considerou **265.820 produtos distintos publicados em encartes** em abril/2026 — cada par (empresa × encarte × produto) é contado uma vez. Foram **23.751 encartes** publicados por **1.770 empresas ativas** no mês. O número de empresas e de encartes varia a cada edição conforme a atividade do varejo no período.

Cestas publicadas. O índice gera rankings em três níveis, cada um com cesta própria recalculada mensalmente:

1. **Nacional** (50 marcas) — exige presença em pelo menos 20 estados, sem concentração superior a 40% num único estado, e atividade promocional em ao menos 5 dias do mês.
2. **Por categoria** (top 15) — exige presença em pelo menos 15 estados, sem concentração superior a 50% num único estado, e atividade promocional em ao menos 5 dias do mês. Categorias **Carnes** e **Bebidas não-alcoólicas** são publicadas subdivididas (a partir de termos identificadores no nome do produto) porque os rótulos agregados misturam mercados em que as marcas não competem entre si.
3. **Por região IBGE** (top 20) — exige presença em pelo menos 3 estados da região, sem concentração superior a 60% num único estado, e atividade promocional em ao menos 5 dias do mês.

Score. Média de quatro dimensões dentro da cesta do mês: (1) **presença em volume** — frequência de aparição; (2) **cobertura** — número de varejistas distintos; (3) **regularidade** — distribuição ao longo dos dias

do mês; (4) **variedade** — número de produtos distintos. Scores não são comparáveis entre meses (a cesta muda); **compare posição, não score**.

Sinalização de atividade sazonal. Marcas cuja distribuição de publicações ao longo do mês foi notavelmente mais desigual que a média da cesta são sinalizadas com 🚩 — picos em poucos dias em vez de presença regular. Não invalida posição, pede cautela na leitura comparativa.

Intervalo de confiança. Scores são acompanhados internamente de uma estimativa de margem de erro estatística (estimada a partir da variação observada entre varejistas). Em abril/2026, a faixa de empate técnico entre as 4 primeiras posições do nacional (#1-#4 dentro de 5 pontos) cabe nessa margem — são tratadas como **posição conjunta**, não hierarquia firme. Empates de score observados no ranking (indicados com "1=" / "2=") têm o mesmo tratamento.

Sazonalidade e janela de coleta. Em abril/2026, o total de produtos distintos observados em encartes foi de aproximadamente **265 mil**, frente a **416 mil** em março/2026 (-37%). Parte desse efeito decorre do calendário (Páscoa em 5/abril deslocou volume promocional de chocolate, ovos e itens de ceia para março) e parte decorre de dias com volume promocional reduzido em abril. Em ambos os casos, o impacto foi sistêmico — afetou todas as marcas top em magnitude similar (-25% a -35% nos primeiros 15 dias). Como o score IDS-PM compara marcas dentro da cesta do mês, parte do efeito é atenuada — mas em abril o intervalo entre #1 e #5 fica dentro da margem de erro do índice, e comparações de posição dentro dessa faixa pedem cautela proporcional.

Classificação de subdivisões (Carnes e Bebidas). Produtos da categoria Carnes são classificados em Aves, Bovinos, Suínos, Processados ou Peixes conforme palavras-chave no nome do produto:

- **Aves:** frango, ave, peito, coxa, sobrecoxa, asa, sassami, passarinho, peru, chester, filé de peito, filezinho
- **Bovinos:** picanha, alcatra, coxão, acém, patinho, contra-filé, fraldinha, bovina, carne moída, maminha, ponta de agulha, costela bovina, cupim, lagarto, músculo, bife, vazio
- **Suínos:** suíno, bisteca, carré, pernil, costela suína, lombo suíno
- **Processados:** linguiça, hambúrguer, salsicha, mortadela, nugget, empanado, apresuntado, salame, presunto, bacon, almôndega, kibe, peito de peru
- **Peixes e Frutos:** peixe, bacalhau, salmão, tilápia, camarão, sardinha, atum, merluza, pescada

Bebidas não-alcoólicas (excluída a categoria Bebidas Alcoólicas, tratada como categoria separada) são classificadas em Refrigerantes, Sucos e Néctares, Água, Chás e Energéticos, Isotônicos e Achocolatados líquidos, conforme termos identificadores equivalentes (lista completa documentada na metodologia do índice, disponível para auditoria).

Metodologia completa em institutospesquisas.com/sobre/metodologia.

Próximo IDS-PM: junho/2026, com fechamento de maio.

SOBRE ESTA EDIÇÃO

Autoria: Luan Gil Azevedo (Presidente), Marcelo Souza de Araújo (Diretor de Pesquisa), Felipe Serrano Vieira (Diretor Executivo). **Coordenação metodológica:** Diretoria de Pesquisa. **Versão metodológica:** v1.

SOBRE O INSTITUTO DS DE PESQUISAS

O IDSP é uma iniciativa de inteligência de dados focada no varejo promocional brasileiro. Publica mensalmente o IDS-PP (Índice DS de Preços Promocionais) e o IDS-PM (Índice DS de Presença de Marcas), além de estudos setoriais, em institutospesquisas.com.

Cobertura. O IDSP opera captação automática de encartes promocionais e registros do varejo em mais de 2.000 empresas ativas em todo o país, com série histórica desde janeiro de 2024.

Governança e independência editorial. Os três dirigentes do IDSP exercem também funções executivas na ds.marketing, empresa que criou e mantém institucionalmente o instituto. Decisões editoriais — definição de cesta, metodologia, filtros estatísticos, calendário de publicação e tratamento de dados — são tomadas pela Diretoria de Pesquisa do IDSP sem interferência externa. Nenhum cliente da ds.marketing tem tratamento preferencial na cobertura, recortes ou destaque de nenhuma publicação.

Financiamento. Não recebe recursos de governos, partidos, associações setoriais ou empresas privadas (exceto o suporte institucional da ds.marketing declarado acima).

Correções. Erros identificados são corrigidos com nota de errata visível na publicação original.

Instituto DS de Pesquisas · Uma iniciativa ds.marketing