

{ANO 1 Nº 3 OUT/NOV/DEZ_2011}

PROPAN

NO CONGREPAN 2011

INOVAÇÃO,
CONHECIMENTO
E TECNOLOGIA

pág. 8

Padaria Conceito

CONGREPAN apresenta modelo
com mais de 900m² **pág.3**

Convênio ABIP/ ITPC/SEBRAE

Estudo atualizado do mercado
da Panificação **pág.5**

Alimentos Funcionais

São tendência
do setor **pág.7**

Jardim Cristal Investimento e resultados **pág.13**



A cada edição do Multiplicar a satisfação aumenta em proporcionar uma publicação diferenciada, com informações importantes sobre gestão dos negócios, tendências e tecnologia. Durante a realização da FIPAN 2011, em julho, tive o prazer de conferir o resultado desse projeto.

Nessa edição destacamos as atividades do Propan no CONGREPAN 2011. Um Congresso como esse é o momento ideal para apresentar

soluções, discutir os assuntos que motivam o segmento, e também os desafios que o trabalho diário reserva. Os consultores do Propan estarão presentes apresentando em palestras, clínicas tecnológicas, Padaria Conceito e visitas técnicas um pouco do que eles realizam Brasil a fora, imperdível para quem busca atualização constante. Por falar em Padaria Conceito, ela estará com uma estrutura gigante no evento, com mais de 900m², aberta para visitação.

Folheando o Multiplicar você vai saber do encarte que o Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE está lançando sobre o mercado atual da Panificação. Vai saber mais sobre o trabalho da Comissão de Estudo do Pão Francês que busca a padronização desse produto. Há ainda um pouco sobre a nova tendência de consumo do mercado de alimentos: os pães funcionais e, também, quanto o brasileiro gasta com a alimentação fora do lar. O Dia Mundial do Pão também não pode ser esquecido, assim como algumas ações de marketing visando as festas de fim de ano.

Recomendo a leitura do estudo de caso com a Padaria Jardim Cristal e a entrevista com o presidente da ABIP, Alexandre Pereira.

Torço para encontrá-los no XXIX CONGREPAN!

Boa leitura!
Márcio Rodrigues

“Um Congresso como esse é o momento ideal para apresentar soluções, discutir os assuntos que motivam o segmento”

EXPEDIENTE

Rua Espírito Santo, 1.204 – 10º andar
Centro – Belo Horizonte/MG – CEP: 30.160-031
TEL: (31) 2101-9999 – FAX: (31) 2101-9962
e-mail: informativo@marcirodrigues.com.br

PROJETO GRÁFICO E DESENVOLVIMENTO:

Edição: Renato Faria (MG 06968JP)
Produção: Renato Faria, Aline Bernardes, Janaina Goulart (MG 09101JP), Priscila Oliveira (MTE 0011275/MG), Pollyanna Barros (MG 14707) e André Campos.
Projeto Gráfico: Amplo Brasil Publicidade e Design
Supervisão: Renato Faria e Janaina Goulart
Comercialização: Amplo Brasil (amplo@amplobrasil.com.br)

AGENDA

OUTUBRO_

DIA 13_ SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO ITINERANTE (ABERTO AOS EMPRESÁRIOS PANIFICADORES) - MATO GROSSO DO SUL - INFORMAÇÕES: WWW.ABIP.ORG.BR OU PELO E-MAIL: COMERCIAL@ABIP.ORG.BR

DIA 16_ DIA MUNDIAL DO PÃO

DIAS 25 A 28_ XXIX CONGREPAN E 1º CONGREJOVEM FOZ DO IGUAÇU / PR

NOVEMBRO_

DIA 23_ SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO ITINERANTE FLORIANÓPOLIS / SC

DIA 30/11 A 01/12_ SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO ITINERANTE - PORTO ALEGRE / RS

DEZEMBRO_

DIA 07/12_ SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO ITINERANTE SALVADOR / BA

***INFORMAÇÕES COMPLETAS: ACESSE A AGENDA DO SETOR NO SITE WWW.PROPAN.COM.BR. PROGRAMAÇÃO SUJEITA À ALTERAÇÃO.**

APOIO:



PADARIA CONCEITO

MODELO DE ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DOS PROCESSOS



Padaria conceito estruturada no último CONGREPAN, em 2009

Com uma estrutura de mais de 900m² e cerca de 1.500 participantes previstos, a Padaria Conceito da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria – Abip vai apresentar as novidades e inovações do setor no XXIX Congresso Brasileiro da Indústria de Panificação e Confeitaria – CONGREPAN. A edição deste ano será realizada em Foz do Iguaçu/PR, de 25 a 28 de outubro.

A Padaria Conceito estará à disposição dos participantes em todos os dias do Congresso. Devido às dimensões expressivas e o tempo de montagem de apenas cinco dias, o presidente do Congresso, Joaquim Cancela Gonçalves, afirmou ter convidado representantes do Guinness para registrarem o tamanho da estrutura, com possibilidade de inscrição no livro dos records. “Mais uma vez queremos colocar o Brasil em evidência para o mundo e não só a padaria gigante, mas também todo o CONGREPAN vai surpreender os profissionais do setor. Se atingirmos nosso ideal, vamos deixar marcado para sempre este Congresso no livro dos records”, afirma Gonçalves.

O destaque é a estrutura montada que irá apresentar todos os conceitos de tendências no setor, como a venda de alimentos frescos, variados, especiais, de qualidade, e prontos para o consumo, além da maneira ideal de serem ofertados, numa forma prática, palpável e conveniente ao público. Serão apresentadas também todas as possibilidades de adaptação da

loja, com espaços de restaurante, lanchonete, área de conveniência, dentre outros.

Segundo a consultora do Propan e uma das responsáveis pela padaria Conceito, Luísa Mandetta, serão 10 consultores credenciados que irão dar explicações detalhadas sobre a estrutura às pessoas interessadas. “Teremos consultores especializados em produção, loja, plano de negócios e vendas que estarão orientando, atendendo e tirando dúvidas dos participantes. Na área de produção serão também realizadas visitas guiadas que vão expor o fluxo de produção e os conceitos mais importantes ligados a essa nova tendência”, explica Luísa.

O Propan promoverá ainda as Clínicas Tecnológicas para abordar melhor os conceitos da Padaria Conceito. Esse modelo de loja tem como objetivo apresentar e organizar as empresas de panificação, definir os setores, criar diversidade de produção, de modo a facilitar a administração do negócio e a comercialização para o consumidor final.

O mercado de Panificação se transforma não apenas em um novo modelo de atendimento ao público, mas também em um novo padrão de negócio. Consolidado pela tecnologia e a forma de trabalho, proporcionadas pela Padaria Conceito, atraem clientes que querem novidade e variedade.

A partir da necessidade de se reposicionarem no mercado, as padarias passaram a investir também em espaço físico, layout de loja, iluminação diferenciada, decoração, dentre outros, com o foco na satisfação completa do cliente. Todas essas ações são resultados da busca pela excelência no negócio de Panificação, com o aumento das vendas e, consequentemente, da lucratividade. Tudo isso e muito mais será mostrado no XXIX CONGREPAN. Participe!

A ESTRUTURA IRÁ APRESENTAR CONCEITOS DE TENDÊNCIAS NO SETOR DA MANEIRA IDEAL DE OFERTAR PRODUTOS NUMA FORMA PRÁTICA, PALPÁVEL E CONVENIENTE AO PÚBLICO



PÃO FRANCÊS

RECEBERÁ NORMA DE PRODUÇÃO

Famoso por sua crocância, aroma e sabor característico, o pão francês está presente nas mais de 63 mil padarias existentes em todo o Brasil. Representa, em média, de 20% a 30% da margem de contribuição dessas empresas e é responsável por cerca de 12% do faturamento. Dada a sua importância, entidades do setor articularam a criação da Comissão de Estudo Especial de Pão do Dia Tipo Francês junto à Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT que visa estabelecer uma norma para o pãozinho nosso de cada dia.

A norma parte da necessidade de se estabelecer um padrão de qualidade que compreenda o processo de produção, a composição e o sabor do pão. A gerente do processo de normalização e integrante da Comissão, Milena Pires, informa que a norma trará benefícios na padronização dos componentes, melhoria da qualidade, desenvolvimento e implantação desta técnica e facilitação do treinamento da mão-de-obra. "Esta norma tem como objetivo prover a sociedade de meios eficazes para aferir a qualidade do pão tipo francês", afirma Milena.

"Este é um trabalho de longo prazo, mas que deverá ter resultados significativos, pois um pão de melhor qualidade sempre será consumido em quantidades superiores aos de qualidade não adequada", acrescenta o assessor técnico da Associação Brasileira da Indústria do Trigo - Abitrigo, Luiz Carlos Caetano.

Quanto a possíveis reajustes no preço do pão o presidente do Instituto Tecnológico ITPC e coordenador da Comissão, Márcio Rodrigues, esclarece que os consumidores não devem se preocupar. "A norma trata de mudanças de processo. Não haverá nenhum acréscimo no produto. O grande objetivo de produzir um produto com mais qualidade é, justamente, aumentar o consumo", esclarece Márcio Rodrigues.

Participam da Comissão diversas instituições, entre elas Associação Brasileira da Indústria e Comércio de Ingredientes e Aditivos para Alimentos - Abiam, Abitrigo,

A PROPOSTA É OFERECER UM PRODUTO DE QUALIDADE DE NORTE A SUL DO PAÍS

ABNT, Emulzint, Instituto Tecnológico ITPC, Instituto de Tecnologia de Alimentos - ItalCereal Chocotec, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - Senai, Vilma Alimentos, Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa,

Agência de Apoio ao Empreendedor e Pequeno Empresário - Sebrae e o Sindicato da Indústria da Alimentação de Brasília - Siab.

PROCESSOS DE PRODUÇÃO, A COMPOSIÇÃO E O SABOR DO PÃO TERÃO PADRÃO DE QUALIDADE



Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE lança encarte técnico "Painel do Mercado de Panificação e Confeitaria"

Empresários do setor de Panificação, Confeitaria e Alimentação que desejam ter informações sobre o atual mercado da Panificação poderão encontrar no encarte técnico "Painel do Mercado de Panificação e Confeitaria" informações estratégicas para o seu negócio. Elaborado a partir do convênio entre ABIP/ITPC/SEBRAE, pelo Instituto Tecnológico ITPC e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae, a publicação será editada ainda neste mês de outubro.

O objetivo do encarte é apresentar diversos perfis de padarias. E para traçar estas diferentes graduações o informativo aponta, dentre outras informações, uma retrospectiva histórica do setor no país, atualiza dados deste mercado tanto em nível nacional quanto internacional e indica tendências do setor, ou seja, apresenta o real valor da Panificação na economia nacional.

Um exemplo dessa mudança de mercado? Se comparado a países emergentes e desenvolvidos, a exemplo dos Estados Unidos, Alemanha, China e Reino Unido, o Brasil é o país onde a Panificação tem maior participação no Produto Interno Bruto - PIB, com 1,67% do total desse índice. Esse desenvolvimento do setor se dá principalmente por conta do espírito empreendedor dos empresários brasileiros, que sabem aliar produção própria de panificados e confeitados (que representa cerca de 50% das vendas), revenda de produtos de mercearia e conveniência (destaque para as bebidas, frios e laticínios) e oferta de mix diversificados (serviços de restaurante, pizzaria e lanchonete).

Além das análises e tendências de mercado, o encarte apresenta diretrizes pelos quais os empresários do setor terão que se adequar. Norma Regulamentadora 12 (NR12), do Ministério do Trabalho e Emprego e as normas NBR 15734 e NBR 15735, da Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, são alguns destes temas de grande relevância. O encarte ainda chama a atenção dos panificadores para os "gargalos" pelos quais o setor passa atualmente, dos quais podemos citar, principalmente: dicotomia na gestão e produção das padarias artesanais, alta dos preços dos insumos (principalmente o trigo), escassez da mão de obra e concorrência com os supermercados. Ou seja, a leitura é indispensável!

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO, NORMAS PARA O SETOR E TENDÊNCIAS DE CONSUMO SÃO ALGUNS DOS ASSUNTOS ARTICULADOS NO INFORMATIVO

Empório do Pão - Fortaleza/CE

O ENCARTE ESTARÁ DISPONÍVEL NOS SITES:

WWW.SEBRAE.COM.BR
WWW.INSTITUTOITPC.ORG.BR
WWW.ABIP.ORG.BR



A COMPETIÇÃO MAIS SABOROSA DO BRASIL VAI COMEÇAR.



PROPAGUE

Superprêmios para os melhores padeiros e confeiteiros do Brasil.

A Copa Bunge é o maior evento do setor, em que padeiros e confeiteiros de todo o país mostram o seu talento e concorrem a prêmios incríveis. O vencedor da Final Nacional em cada categoria leva um caminhão de prêmios, o proprietário uma Fiorino e os dois ainda levam uma reforma completa e produtos Bunge por um ano inteiro. **Não perca esta chance. Prepare-se, separe suas melhores receitas e inscreva-se.**

Mais informações:
SABE 0800 702 7105
www.bungepro.com.br



SAUDABILIDADE É A NOVA 'ONDA' DO MOMENTO

O RITMO DE VIDA ACELERADO TEM MODIFICADO OS HÁBITOS ALIMENTARES DA POPULAÇÃO

O desenvolvimento da urbanização, o aquecimento da economia e as demandas da vida moderna têm modificado os hábitos de consumo alimentar, estimulando o crescimento da ingestão de alimentos industrializados e fora de casa. Entretanto, o consumidor moderno quer a facilidade, a comodidade do *food service*, mas com a qualidade dos alimentos que prepara em casa.

O despertar pela alimentação saudável tem forte apelo na hora da compra. Atualmente, o consumo de alimentos com valor nutricional elevado, como pães com amaranto, linhaça, quinoa, semente de girassol, aveia, castanha de caju, dentre outros, teve aumento considerável. O consumo de pães brancos teve crescimento de 10% ao ano, enquanto que pães especiais (funcionais) apresentam índices superiores a 30% e já representam mais de 50% do mercado de pães industrializados no Brasil. Segundo dados divulgados por pesquisa encomendada pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, o consumidor brasileiro gasta, em média, 520 reais com alimentação, sendo 110 reais gastos com alimentação fora do lar. Ou seja, mais de 20% do consumo acontece fora de casa.

Segundo o diretor comercial da Wickbold, Bernadino Costa, existem hoje no país mais de 30 milhões de consumidores que querem adquirir um produto com maior valor agregado e melhores ingredientes. De olho nessa tendência, diversas empresas têm mudado e agregado alimentos saudáveis ao seu mix. Um exemplo é o McDonald's, que a partir de outubro irá vender, em toda América Latina, produtos com menores teores de sódio, açúcar e calorias, segundo a empresa, em razão dos constantes pedidos dos clientes.

Na Panificação, fornecedores de matéria-prima como Emulzint, Bunge Alimentos, Vilma Alimentos, Grupo Puratos, dentre outros, estão investindo em produtos ricos em valor nutricional, diet, light e com foco na saudabilidade. Um diferencial é a campanha do Grupo Puratos, conhecida como 'Embaixadores da Nutrição', em que profissionais do setor de alimentos são responsáveis por desenvolver novos produtos e revitalizar os já existentes

na busca de menor adição de sódio, açúcar, gorduras.

Essas mudanças no padrão de alimentação do brasileiro provocaram mudanças e adequações nutricionais também no setor. Estar atento ao comportamento do seu consumidor e ao processo de decisão de compra são atitudes fundamentais para as empre-

sas que buscam a inovação e o diferencial competitivo.

Fonte: Puratos; Portal GS&MD Gouveia; Portal Estado de Minas; Blog Revista Verde – Globo.com



PROPAN - CONHECIMENTO E TECNOLOGIA NO CONGREPAN 2011



Palestras e Clínicas Tecnológicas do Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação – PROPAN tornaram-se eventos constantes nas mais expressivas feiras e congressos do setor. Não poderia ser diferente no XXIX Congresso Brasileiro da Indústria da Panificação e Confeitaria - CONGREPAN que acontece entre os dias 25 e 28 de outubro em Foz do Iguaçu/PR.

Mais uma vez, o Propan leva conhecimento e inovação aos partici-

VEJA O QUADRO E CONFIRA A PARTICIPAÇÃO DO PROPAN NESTA EDIÇÃO DO CONGRESSO.

HORÁRIO - 17h15 às 18h50
DIA 26/10 - QUARTA-FEIRA

Palestra I - “Como atrair e reter talentos na Panificação” - **Márcio Rodrigues**

Palestra II - “Um novo olhar sobre a formação de equipes” - **Carolina Galdeano**

Palestra III - “Equipes, resultados e indicadores de motivação” - **Lino Bianchini**

Palestra IV - “Como enfrentar o avanço dos concorrentes” - **Cláudio Schneider**

Palestra V - “Atendimento ao Cliente – equipe de vendas em alta performance” - **Emerson Amaral**

Palestra VI - “Tecnologias e seus impactos nos processos de produção” - **Carolina Câmara e Flavianna Lima**

HORÁRIO - 19h às 20h30
DIA 26/10 - QUARTA-FEIRA

Palestra I - “Como atrair e reter talentos na Panificação” - **Márcio Rodrigues**

LIMA DAS GRANDES ATRAÇÕES DO CONGREPAN 2011, AS PALESTRAS DO PROPAN ORIENTAM E COLOCAM EM DISCUSSÃO DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO SETOR

pantes através de seus consultores, credenciados junto ao Instituto Tecnológico ITPC, e que atuam com o programa. As palestras buscam gerar melhorias empresariais, instruir sobre como aproveitar as oportunidades de crescimento e estimular a percepção de tendências e novas possibilidades no mercado. É o momento em que o CONGREPAN convida o participante a repensar o setor, com a possibilidade de esclarecer dúvidas com profissionais que entendem do assunto. As palestras serão realizadas nos dias 26 e 27 de outubro.

OS RUMOS DO SETOR DE PANIFICAÇÃO



“ A DISCUSSÃO DE UM TEMA COMO ESTE NO CONGRESSO É DE EXTREMA IMPORTÂNCIA EM

UM CENÁRIO ONDE A PRODUTIVIDADE É UMA QUESTÃO INDISPENSÁVEL PARA O SUCESSO NO RESULTADO SOBRE AS VENDAS”

EMERSON AMARAL

Presidente do Instituto Tecnológico ITPC e consultor do Propan, **Márcio Rodrigues**, explica sobre o assunto ‘Atração e retenção de talentos na Panificação’, um dos maiores desafios do setor de Panificação na atualidade. Em relação ao ciclo de palestras, Márcio acredita que elas mostram a importância da busca constante por atualização quanto à administração contemporânea e eficiência dos processos produtivos, principalmente. Além de expor um pouco do trabalho que o ITPC realiza através do Propan junto às empresas de Panificação e Alimentação, em geral.

O vice-presidente do ITPC e consultor do Propan, Emerson Amaral, coloca em discussão a área de atendimento ao cliente e destaca a possibilidade de construir uma equipe de vendas de alta performance. “Todos os empresários gostariam de ter um *dream team* de vendas, mas poucos criam estrutura para tal. Na palestra, destaco os processos para estruturação de uma boa equipe, além das ferramentas de acompanhamento de desempenho e ações estratégicas para potencializar o resultado de vendas. O sucesso no atendimento ao cliente vai além da simpatia e cortesia. Ele surge da continuidade de rotinas operacionais e a minimização de rupturas de mercados”, conta Emerson.

Em mais um tema sobre equipes, buscando um novo olhar sobre a formação do grupo, a consultora do Propan Carolina Galdeano aborda a empresa como responsável por direcionar as ações de todos os colaboradores. “A empresa deve assumir o papel da liderança maior para conseguir manter a variedade de perfis do grupo, ao mesmo tempo em que gera a possibilidade da complementação de papéis e perfis. É preciso ter clareza nas definições e proposições da empresa para que se consiga orientar corretamente os responsáveis a fim de que possam realizar as tarefas com exatidão e contribuir

para uma relação de confiança e segurança entre empresa e funcionários”, explica Carolina.

Complementando a abordagem sobre equipe, o consultor do Propan Lino Bianchini, fala de forma generalizada sobre equipes, resultados e indicadores de motivação. Segundo Lino, é preciso fazer uma breve avaliação de como o líder da pequena empresa está hoje. Pensar sobre o comportamento e estruturar uma reflexão sobre atitudes e comportamentos para formar uma equipe duradoura, voltada para resultados, não só financeiros.

A consultora do Propan que atua na região de São Paulo, Luisa Mandetta, explana sobre a importância do congelamento como garantia de produtividade, qualidade e inovação nas empresas de Panificação. “Para o panificador preocupado com as tendências é importantíssimo ter conhecimento sobre essa técnica que ajuda diretamente no crescimento da empresa e aumento de produtividade. Porém, para obter o máximo de vantagens dessa tecnologia é necessário adquirir conhecimento técnico sobre a implantação, conhecer os equipamentos necessários, enfim, investir em conhecimento para garantir resultados”, argumenta Luisa que convida a todos a participarem das palestras do Propan.

Sobre como enfrentar o avanço dos concorrentes, o consultor do Propan Cláudio Schneider, fala que o momento é de reinvenção do setor e a necessidade das empresas tornarem-se cada vez mais competitivas em um mercado em franco desenvolvimento. Já as consultoras Carolina Câmara e Flavianna Lima abordam as tecnologias e os impactos que elas podem causar nos processos produtivos e falam da importância de usar as novas ferramentas para tornar a produção mais eficiente.

Nesse espaço de informação e discussão, os consultores buscam orientar quanto ao planejamento, organização, controle dos negócios, incentivando a busca pela excelência na administração, eficiência nos processos e um atendimento de qualidade. Informações imprescindíveis que auxiliam os empreendedores da Panificação na gestão dos negócios.

“ TRATAR DESTAS DISCUSSÕES NUM MOMENTO DE PLENO EMPREGO, EM QUE A INTELIGÊNCIA DAS MAIORES E MELHORES EMPRESAS DOS SEGMENTOS DE PANIFICAÇÃO E CONFITARIA SE REÚNEM, E ESTAR À FRENTE, FAZENDO DOS EMPRESÁRIOS PARTICIPANTES LÍDERES DE EMPRESAS DE VANGUARDA. PENSO QUE É, SEM DÚVIDA NENHUMA, ESTAR VIVENCIANDO INOVAÇÕES E TENDÊNCIAS GLOBAIS”

LINO BIANCHINI



CLÍNICAS TECNOLÓGICAS

UM OLHAR MAIS CUIDADOSO SOBRE O NEGÓCIO DA PANIFICAÇÃO

Foto: Jonathas Velasque



Muito valorizadas e aguardadas entre os profissionais do setor, as Clínicas tecnológicas também estarão presentes no XXIX CON-GREPAN nos dias 26 e 27 de outubro. A Clínicas são uma realização do Instituto Tecnológico ITPC e do Sebrae, através dos consultores credenciados pelo ITPC e pelo Propan. Evento consolidado, é um dos mais procurados em feiras, congressos e demais eventos do setor, reunindo grupos de até 20 participantes por sala. Direcionadas aos empresários, colaboradores e leigos que desejam mais informações sobre o negócio, elas são um espaço para discussão e troca de experiências numa mesma área de interesse. Os temas abordados geralmente mesclam assuntos relacionados às áreas: operacional e de gestão. O objetivo é proporcionar novas perspectivas aos participantes, ampliar o conhecimento e despertar nos participantes a importância de se trabalhar em busca de crescimento e melhores resultados. **As inscrições poderão ser feitas no local do evento.**

CONFIRA OS TEMAS E OS HORÁRIOS DAS CLÍNICAS TECNOLÓGICAS DO PROPAN:

DIA 26/10 - QUARTA-FEIRA

HORÁRIO - 16h40 às 18h30 e 18h40 às 20h30

Clínica Tecnológica I - "Estudo de indicadores para planejamento e definição de metas"- Luiz Brandão

Clínica Tecnológica II - "Planejamento Operacional – comece pelo seu cadastro em um software"- Patrícia Lorena

Clínica Tecnológica III - "A Importância do Plano de Negócios para Sucesso da Empresa"- Fernando D'Anunção

DIA 27/10 - QUINTA-FEIRA

HORÁRIO - 16h40 às 18h30 e 18h40 às 20h30

Clínica Tecnológica I - "Formação de equipe para gestão de resultados: como reduzir e controlar os desperdícios e desvios"- Lino Bianchini

Clínica Tecnológica II - "Corrigindo processos internos – uma abordagem através da formação de equipe" - Carolina Galdeano

Clínica Tecnológica III - "A Importância do Plano de Negócios para Sucesso da Empresa"- Fernando D'Anunção

10_OUT/NOV/DEZ_2011

VISITAS TÉCNICAS ÀS PADARIAS:

As visitas técnicas serão mais uma atividade orientada pelos consultores do Propan no CONGREPAN 2011. Uma realização do Congresso, os consultores conduzirão grupos de interessados às padarias referência em Foz do Iguaçu e na Argentina.

As visitas técnicas serão realizadas nas manhãs dos dias 26, 27 e 28 de outubro. As inscrições para as visitas técnicas poderão ser feitas na Secretaria do Congresso. **Confira os horários:**

HORÁRIO - 9h às 11h30 DIA 26, 27 e 28/10 - QUARTA, QUINTA E SEXTA-FEIRA

Visitas Técnicas – Padarias em Foz do Iguaçu e Argentina coordenadas por consultores do Propan.

Outra atração recomendada é o Painele de Debates do CONGREPAN, que acontecerá no dia 27 com o tema "Inovação, Tecnologia e Desafios na Panificação". Entre as palestras destacamos "Inovação e Tecnologia na Panificação – Processos, Produtividade, Custos, Layout, Congelamento" com o presidente do Instituto Tecnológico ITPC, Márcio Rodrigues, e "Como aplicar os conceitos de Inovação e Tecnologia na Panificação", com o consultor do Sebrae, Osvaldo Cesar Brotto e, "Inovação e Tecnologia" com o professor da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Hélio Gomes de Carvalho. O mediador do debate será o vice-presidente do ITPC e consultor do Propan, Emerson Amaral.

BRASILEIRO GASTA MAIS COM ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR

SETORES DE PANIFICAÇÃO E ALIMENTAÇÃO SE BENEFICIAM COM CRESCIMENTO DA DEMANDA

A mobilidade das classes C, D e E brasileiras têm impactado de forma positiva em diversos segmentos de mercado no país. As empresas de Panificação, atentas ao novo cenário, já registraram um crescimento de 13,7% em 2010, sendo o *food service* responsável por 60% deste valor. Segundo dados do Instituto Tecnológico ITPC e Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria, Abip, o índice é o maior desde 2008. Nesse mesmo contexto, o setor de Alimentação foi o que mais cresceu na estrutura industrial em 2009, com 16,9%, segundo dados da Pesquisa Industrial Anual - PIA 2009, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE.

E o que isso significa? O crescimento da classe C, a oferta de empregos, o número de atividades fora de casa, o aumento da participação da mulher no mercado de trabalho, entre outras atividades proporcionaram a busca pelo *food service*. Levantamento do segundo trimestre de 2011, do Data Popular, - instituição de pesquisas e consultorias sobre o mercado popular do país, aponta que a classe C brasileira é aquela que mais se alimenta fora do lar, representando

do 54,6% dos consumidores, seguidos de 26% das classes D/E e apenas 19,4% do setor A/B. Se em 2002 o consumidor gastava R\$ 59,1 bilhões com alimentação fora de casa, esse índice dobrou, passando para R\$ 121,4 bilhões em 2011. Os brasileiros gastam, em média, 21,2% da renda para custear o consumo com esse tipo de alimentação.

Para o consultor do Instituto Tecnológico ITPC, José Mário Oliveira, dois fatores foram importantes para o crescimento do setor de Panificação: aumento de renda da população brasileira aliado ao crescimento do mix de produtos nas padarias. "Durante a crise, a população brasileira passou por um processo de mudança nas suas classes econômicas, a partir do aumento da renda. Por outro lado, havia uma demanda de consumo reprimida. E, para atender esta demanda, um número considerável de padarias manteve e/ou fez novos investimentos", afirma.

MOINHOS ANACONDA PARCERIA COM O PANIFICADOR



ANAACONDA INDUSTRIAL E AGRÍCOLA DE CEREAIS S.A.
São Paulo - Av. Venceslau de Queirós, 45 - Vendas: 11 3769-1222
Curitiba - R: Engº Leão Sounis, 320 - Vendas: 41 3218-4500
SAC 0800 168 333 - www.anaconda.com.br

Seus clientes vão vibrar com a qualidade de seus produtos com nossas farinhas e pré-misturas!

Duvida? Então prove!



Vilma
ALIMENTOS
DESDE 1925

visite nosso site: www.vilma.com.br

CONTAGEM/MG: Praça Louis Enschi, 160 - Cidade Industrial - CEP: 32210-050 - Tel. Geral: (31) 3507 3300 - Fax: (31) 3507 3333 - Telemarketing: (31) 3507 3343
FILIAIS: • Aparecida de Goiânia/GO Tel.: (62) 3611 1355 • Cariacica/ES Tel.: (27) 2122 1350 / 2122 1352 • CEASA/MG Tel.: (31) 3505 1350
• Feira de Santana/BA Tel.: (75) 2101 1350 / 2101 1352 • Montes Claros/MG Tel.: (38) 4009 1352 / 4009 1351 • Rio de Janeiro/RJ Tel.: (21) 2104 1350

JARDIM CRISTAL

INVESTIMENTO CONSTANTE PARA GARANTIR BONS RESULTADOS

HÁ 19 ANOS NO MERCADO, A PADARIA É REFERÊNCIA EM PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA NO PARANÁ

Fundada em 1992 pelo casal Luiz e Sirlei Kleinibing, na cidade de Cascavel/PR, a Jardim Cristal nasceu como uma Casa de Carnes. Dois anos depois da abertura surgiu a oportunidade da Casa adquirir uma padaria que ficava ao lado do estabelecimento. A partir de então, os proprietários passaram a atuar na industrialização e venda de pães, confeitaria e conveniências. A Jardim Cristal incorporou o espírito da Panificação não se esquecendo das raízes e, ainda hoje, comercializa carnes assadas aos domingos e feriados e carnes frescas diariamente. A casa tem um estilo moderno, seguindo a tendência de padaria gourmet e funciona das 6h30 às 22h20 de segunda a domingo, incluindo feriados.

“Quando abrimos o negócio, contávamos apenas com cinco funcionários, sendo quatro deles pessoas da família e mais um padeiro/confeiteiro”, lembra o proprietário. Consolidada no mercado, os bons resultados vieram com muito trabalho e investimento em melhorias. A Jardim Cristal recebe consultorias da Márcio Rodrigues & Associados - através do Propan há nove anos.

Atualmente a loja conta com 20 colaboradores e oferece buffets de café da manhã, almoço e massas. Diariamente, estão à disposição do cliente 12 pratos quentes, 4 tipos de carnes, 8 tipos de saladas, 4 tipos de massas e 5 molhos, além de 2 tipos de sopa (em festivais temáticos, a padaria aumenta esse número para 6 opções). Os festivais são realizados toda semana na Jardim Cristal, com diversos temas. Além disso, a casa ainda ofe-

rece o serviço de lanchonete que possui 18 tipos de lanches.

Seu tíquete médio é de R\$ 8,56, e o pão francês é o carro chefe, representando 8,63% de faturamento, seguido pelo pão de queijo com 3,96%, pão caseirinho 1,16% e pão de milho (broa caseira) 0,90%. De acordo com os proprietários, mais de 400 pessoas frequentam a loja diariamente, chegando a 600 pessoas no final de semana. Na confeitaria, os produtos preferidos da clientela são as tortas, os pudins, 'cueca virada', bolos secos, sonhos e petit four. E vem mais novidades por aí, segundo Luiz, a previsão é que em 2012, a padaria disponibilize aos clientes os serviços de pizzaria e chopperia.



COLHENDO OS FRUTOS

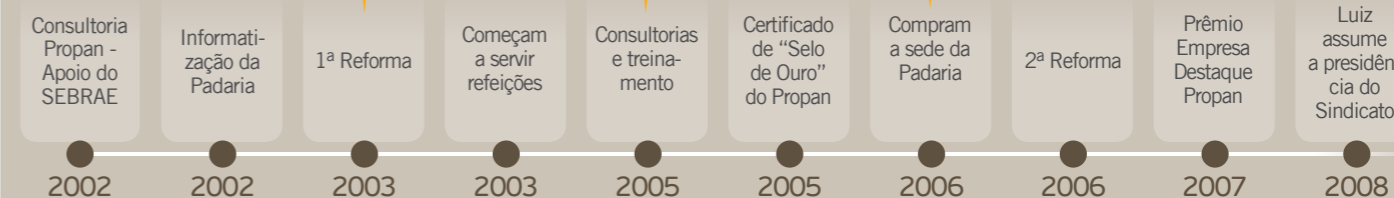
De acordo com Luiz, desde que começou a trabalhar com a Márcio Rodrigues & Associados a produção própria da padaria cresceu em 62,5%, e obteve um aumento de mais 500% no faturamento. Ou seja, hoje a padaria fatura cinco vezes mais devido aos investimentos de melhoria de processos e gestão implantados na padaria. “Analisando todos esses anos de trabalho junto à Márcio Rodrigues & Associados, concluo que está sendo muito gratificante. Começamos em uma sala de 40 m² e pagando aluguel. Hoje estamos em um prédio próprio com uma área de venda em torno de 250 m². Não vamos parar por aqui, o investimento em treinamentos e em melhorias da loja, inovação de produtos, elaboração de planejamento estratégico serão constantes”, finaliza Luiz.

TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO

“Com a pequena reforma, passamos a servir refeições em um pequeno espaço com apenas quatro mesas”, conta Luiz.

“Voltamos novamente a participar do projeto, desta vez em oito módulos, sendo um consultor para cada módulo. A partir daí foi só alegria com ótimos resultados”, celebra Luiz.

“Nesse mesmo ano, também atuando com o Propan, fizemos mais uma reforma na loja, aumentando o mix de produtos, ampliamos a área de vendas e uma área maior para o restaurante onde passamos a oferecer além de um variado cardápio no almoço, buffets de café da manhã, café da tarde e à noite sopas” afirma o proprietário.



www.jardimcristal.com.br

2011_OUT/NOV/DEZ_13

Associações de diferentes estados organizam eventos para o

Dia Mundial do Pão



O mês de outubro será movimentado para os profissionais da Panificação. Comemorações e ações sociais marcam a data

O Dia Mundial do Pão é comemorado no dia 16 de outubro desde o ano 2000, a partir da instituição da data pela Union Internationale De La Boulangerie Et Boulangerie-Pâtisserie - UIB. Até 2010, a Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria - Abip orquestrava as atividades nesta data, mas atualmente as entidades estaduais e regionais têm realizado as ações de acordo com a realidade local. E diversas destas instituições já se articulam para comemorar o dia.

As Entidades de Panificação do Pernambuco - EPÃO tem uma proposta interessante: realizam a troca de pães por latas de refrigerante e garrafas pet, material este repassado para associações de reciclagem. "Esta é uma ação social e ambiental, na medida em que oferece os pães às entidades carentes e repassa as garrafas para a associação dos catadores de lixo local", afirma a secretária executiva da instituição, Ana Abrantes. Por conta do intenso trânsito de pessoas, a ação será realizada no Largo da Igreja de Nossa Senhora do Carmo, em Recife.

O Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria do Espírito Santo - Sindipães tem realizado tradicionalmente ação similar a do EPÃO, com forte apelo social. No dia 15 de outubro haverá a troca de pães por garrafas pet e óleo de cozinha usado, que será encaminhado a entidades que reaproveitam as matérias-primas. O evento acontecerá em 20 municípios capixabas.

Em 2010, o Sindicato e Associação Mineira da Indústria de Panificação - Amipão conseguiu a adesão de 32 empresas de panificação em Minas para a doação de pães. Mais de 19.500 pães foram arrecadados e distribuídos às entidades de interesse social cadastradas. Neste ano, a ação será realizada novamente e o cadastro das empresas será realizado neste mês de outubro.

Já em Niterói/RJ, o Sindicato dos Panificadores de Niterói fará festa para comemorar a data. A festa será realizada no dia 11 de outubro no Clube Português.

Curso de Multiplicadores e Consultores da Márcio Rodrigues & Associados forma 40 especialistas

Realizado anualmente pela Márcio Rodrigues & Associados, o Curso de Formação de Multiplicadores e Consultores concluiu neste ano a 17ª edição com 40 formandos de diferentes regiões do país. O curso, que acontece sempre no mês de julho, capacita profissionais interessados em atuar em todas as áreas das empresas de Panificação: administrativo, financeiro, produção, gestão de ambiente, gestão de pessoas, marketing e atendimento. "Nós, alunos, estamos mais fortalecidos para lidar com a gestão das nossas empresas, seja como colaboradores ou como empresários", afirmou Reginaldo Oliveira, de Fortaleza/CE na cerimônia de formatura.

Fipan bate recorde de público

Na edição de 2011, a Feira Internacional de Panificação, Confeitaria e Varejo Independente de Alimentos - Fipan, realizada em São Paulo/SP, bateu mais um recorde: maior público do evento, com mais de 58 mil visitantes. De acordo com a organização da Feira, cerca de 1 bilhão de reais foram gerados em negócios. Neste ano, o evento foi realizado de 19 a 22 de julho; em 2012, acontecerá entre os dias 17 e 20 de julho. "Nossa feira é considerada a quinta maior do mundo no segmento de Panificação e Alimentação", afirma Antero José Pereira, presidente do Sindicato e Associação dos Industriais da Panificação e Confeitaria de São Paulo - Sindipan/Aipan SP.

Cearapão e Seminário Padaria Conceito atraem mais de dois mil visitantes

Com mais de dois mil visitantes, cerca de 600 mil reais em negócios foram gerados na edição 2011 da Feira da Indústria de Panificação e Gastronomia do Ceará - Cearapão realizada entre os dias 24 e 26 de agosto, em Fortaleza/CE. Simultaneamente ao evento, aconteceu o Seminário Padaria Conceito. Os eventos foram promovidos pela Associação Cearense da Indústria de Panificação - Acip e Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria - Abip, respectivamente. Com o tema 'Capacitação e Inovações Tecnológicas', panificadores e empresários puderam conhecer mais sobre inovações e formas estratégicas de gerir o negócio, gestão familiar e tendências do setor.

“A DESONERAÇÃO DO PÃO É UMA DAS PRINCIPAIS BANDEIRAS DA ABIP”



PAPO RÁPIDO COM
ALEXANDRE PEREIRA

ENTREVISTA COM ALEXANDRE PEREIRA, PRESIDENTE DA ABIP:

MULTIPLICAR: O SETOR DE ALIMENTAÇÃO A CADA ANO SURPREENDE PELO CRESCIMENTO. VOCÊ ACREDITA QUE ESSE CRESCIMENTO DO SETOR DE ALIMENTOS FOI IMPULSIONADO PELA PANIFICAÇÃO? QUAL A PARTICIPAÇÃO DO SETOR DE PANIFICAÇÃO NESSE CRESCIMENTO?

ALEXANDRE PEREIRA: A Panificação brasileira vem prestando contribuição decisiva para o crescimento do setor de Alimentação. Basta lembrar que as padarias constituem hoje o segundo maior canal de distribuição de alimentos do país e vêm crescendo a taxas superiores a dois dígitos, de forma sustentável. Em 2010, a Panificação registrou crescimento de 13,7%, movimentando R\$ 56,3 bilhões. O número de empresas que integram o setor gira em torno de 60 mil, enquanto o total de clientes cresceu 2,80%, o que representa 42,25 milhões de consumidores.

M: COMO AVALIA O MOMENTO ATUAL DA PANIFICAÇÃO? QUAIS AS TENDÊNCIAS DE MERCADO PARA O SETOR?

AP: A Panificação vive um momento especial, de grande dinamismo e transformação, passando por um processo de modernização de gestão e de serviços, que se reverte em facilidades e alternativas para o consumidor. Verifica-se um vigoroso processo de expansão dos serviços de food service e delivery, com a criação de áreas para café e restaurantes; a oferta de novos produtos; investimentos para modernizar a gestão; aprimoramento do layout das lojas etc. Assim, a padaria é cada vez mais uma prestadora de serviços de conveniência, atendendo às demandas e necessidades do consumidor.

M: VEMOS UM MOVIMENTO PELA DESONERAÇÃO DO PÃO FRANCÊS. PODERIA EXPLICAR EM QUE CONSISTE ESSA DISCUSSÃO?

AP: A desoneração do pão é uma das principais bandeiras da Abip. Estamos apoiando os projetos elaborados pelo Congresso, neste sentido, e promovemos regularmente reuniões com parlamentares e técnicos do governo, mostrando seus benefícios econômicos e para a saúde da população brasileira.

M: QUAIS OS BENEFÍCIOS DA DESONERAÇÃO DO PÃO, O QUE ELA PODE ESTIMULAR?

AP: A desoneração do pão trará grandes benefícios para o país. Um dos desdobramentos da medida, se aprovada, é seu positivo impacto sobre a atividade econômica: a desoneração do pão irá tirar da informalidade milhares de estabelecimentos, gerando riquezas para o país e concorrendo para a geração de postos de trabalho de que tanto o Brasil necessita. Com a desoneração, ganha também o consumidor, que terá mais acesso a esse alimento básico, de importância vital para a nutrição. Com isso, esperamos aumentar o consumo brasileiro per capita de pão, que é extremamente acanhado. Basta dizer que consumimos pouco mais de 33 quilos de pães por ano, índice muito aquém dos 76 quilos recomendados pela Organização Mundial da Saúde - OMS.

AÇÕES INOVADORAS QUE GERAM LUCRO

PADARIAS APOSTAM NO DIFERENCIAL PARA AUMENTAR VENDAS NAS FESTAS DE FIM DO ANO

O fim de ano se aproxima e com ele as tradicionais festas dessa época. Durante o mês de dezembro o destaque são as ceias de Natal e de Ano Novo, festas conhecidas pela celebração da vida entre família e amigos. A preparação para as festanças e para atender bem às demandas começam antes e os seus negócios tem bons motivos para comemorar, basta saber aproveitar as oportunidades oferecidas pelo diversificado mundo do marketing.

Para aproveitar o momento vale o investimento em um planejamento estratégico. A criatividade também conta bastante, como uma decoração diferenciada, brindes, sorteios, produtos típicos, dentre outros.

Panetones tradicionais ou os diferenciados com massas e recheios especiais como aqueles com cobertura de chocolate ou trufados, floresta negra e até mesmo as variações em sorvetes, doce de leite e goiabada, chocotones, são de dar água na boca e garantia de boas vendas. As tábuas de frios, os pães artesanais, mousses de chocolate, pudins com novas receitas, bebidas, tortas, cestas e até ceias completas são produtos consolidados na preferência do consumidor nessa época do ano e agradam a todos os públicos, que estão cada vez mais à procura de novidades.

INOVAÇÃO

A padaria Pão da Serra, localizada em Nova Lima/MG, região metropolitana de Belo Horizonte, diversifica bastante seus serviços para atender as demandas para o fim de ano, principalmente com novidades na linha artesanal. Mas, o grande diferencial, fica por conta dos cantos natalinos apresentados pelos funcionários. As apresentações dos colaboradores começam em torno de duas semanas antes do Natal, nos horários de maior movimento na padaria. A sócia proprietária

da padaria, Nelci Velasque, diz que a ideia surgiu há aproximadamente oito anos, quando assistiu uma apresentação parecida realizada em um hotel em que estava hospedada. “Nesta ocasião, os colaboradores cantaram a música ‘Amigos para Sempre’ para os hóspedes. A ideia então foi readaptada e implantada na padaria”, conta Nelci.

Na Pão da Serra, de acordo com Nelci, todo ano um professor de canto é contratado. “As atendentes aprendem a cantar três músicas do repertório natalino para os clientes. Com poucas aulas a equipe se torna apta para ‘cantar’, explica.

A proprietária afirma que o investimento tem bons resultados. “A lucratividade da loja aumentou bastante após a criação do coral, assim como a circulação de clientes. Muitas pessoas nem conheciam a padaria e passaram a frequentar após vizinhos, amigos, comentarem da apresentação”, afirma Nelci que acrescenta “que os clientes e atendentes adoram, inclusive a equipe já gravou um CD que será colocado a venda no período do natal, o que espera-se aumentar ainda mais os lucros da padaria”.

Inovações como esta apresentam aspectos positivos em vários sentidos, um deles é em relação à satisfação de clientes e, principalmente, funcionários, que mudam a rotina de trabalho e criam um ambiente mais leve e agradável. Lembrando que funcionários satisfeitos são garantia de bom atendimento na hora da oferta de produtos.

E você? Já está preparado para a época mais lucrativa do ano?

Fonte: Site *Gastronomia e Negócios*

VALE A PENA INVESTIR NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E NA CRIATIVIDADE

AMPLO BRASIL
PUBLICIDADE & DESIGN

Agência de publicidade especializada em lojas gourmet?

www.amplobrasil.com.br