IMPRESSO

MULTIPLICAR

{ ANO II Nº 4 MAIO_ 2012 }

Apoio ABIP

LE BON PAIN

A PADARIA ABRE AS PORTAS PARA SER REFERÊNCIA NO SETOR

pág. 8

Exportação da padaria brasileira

Conheça as ações que permitiram a expansão

pág. 3

Indicadores 2011

Números mostram um setor em constante evolução

pág. 5

Marketing OnLine

Conheça as novidades para sua marca

pág. 16

A 4ª edição da Revista Multiplicar, a primeira desse ano, chega repleta de inovações, soluções e boas expectativas para o setor de Panificação e Confeitaria.

A revista apresenta a padaria Le Bon Pain como destaque. Recém-inaugurada e ligada à Márcio Rodrigues & Associados, em São Paulo, chega para ser referência de sofisticação e qualidade dos produtos. Leitura obrigatória!

Analisamos os números do setor em 2011 e vamos contar para você o que eles representam. Uma entrevista exclusiva com o consultor e vice-presidente do ITPC, Emerson Amaral, sobre os indicadores 2011 vai expor como o segmento continua em crescimento.

O modelo de padaria brasileira foi sucesso na Europain 2012 e concretizou a expansão do nosso conceito de padaria. Só aqui, você conhecerá a trajetória de ações que resultou nessa conquista.

A Multiplicar leva ao conhecimento do público mais dois produtos do Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE: o encarte técnico sobre 'Gestão de custos para redução da ineficiência operacional' e outro sobre central de produção. Ainda relacionado às ações do convênio, vamos contar como estão os investimentos nas regiões Norte e Nordeste do país que impulsionam o crescimento do setor por lá e atraem investidores.

Abordamos a retenção de talentos - desafio constante em nosso setor - , sob uma nova perspectiva. Queremos que você conheça a história da tradicional Casa Mariava e como ela se reformulou para se tornar competitiva no mercado.

As empresas panifieiras estão, cada vez mais, atentas às novas formas de marketing e exposição da marca. Saiba mais sobre a *Fan Page*, uma página virtual que pode tornar a empresa mais conhecida e interativa com o público. Atentas também às normas de fabricação, as empresas se informaram sobre a nova forma de fabricação do pão tipo francês.

A busca do conhecimento e troca de experiências devem ser constantes. Na agenda você saberá as datas dos eventos mais importantes do setor para se programar.

Por fim, desde já, convidamos aos profissionais do setor para se programarem e participarem da Superminas, em outubro, que agora é a feira da Panificação em Minas Gerais.

Boa leitura!

Márcio Rodrigues

AGENDA

MAIO_

DIA 31_ *SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO NO RIO DE JANEIRO/RJ*

JULHO_

DIAS 03 A 05 DE JULHO_ *SUPER ACAPS PANSHOW - 26ª FEIRA DE SUPERMERCADOS E PADARIAS DO ESPÍRITO SANTO – SERRA/ES. INFORMAÇÕES: WWW.ACAPS.ORG.BR*
DIA 8_ *DIA DO PANIFICADOR*
DIAS 17 A 20_ *FIPAN - 19ª FEIRA INTERNACIONAL DE PANIFICAÇÃO, CONFEITARIA E DO VAREJO INDEPENDENTE DE ALIMENTOS – SÃO PAULO. INFORMAÇÕES: WWW.FIPAN.COM.BR*
DIA 18_ *1º WORKSHOP SOBRE FORNOS ELÉTRICOS EM SÃO PAULO/SP*
DIA 19_ *1º SEMINÁRIO TECNOLÓGICO ABIP/ITPC/SEBRAE EM SÃO PAULO/SP*

AGOSTO_

SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO EM BELO HORIZONTE/MG

SETEMBRO_

DIAS 19 A 21_ *SUPERAGOS 2012 - 11ª CONVENÇÃO E FEIRA DE PRODUTOS, SERVIÇOS E TECNOLOGIA PARA SUPERMERCADOS – GOIÂNIA/GO. INFORMAÇÕES: WWW.AGOS.COM.BR/SUPERAGOS*
SEMINÁRIO PADARIA CONCEITO EM BRASÍLIA/DF

OUTUBRO_

DIA 16_ *DIA MUNDIAL DO PÃO*
DIAS 15 E 16_ *REUNIÃO NACIONAL DA ABIP BELO HORIZONTE/MG*
DIAS 16 A 18_ *SUPERMINAS FOOD SHOW - 26ª CONGRESSO E FEIRA SUPERMERCADISTA E DA PANIFICAÇÃO – BELO HORIZONTE/MG. INFORMAÇÕES: WWW.AMIS.ORG.BRWWW.FIPAN.COM.BR*
DIAS 17 E 18_ *CONVENÇÃO DA ABIP E CONVENÇÃO DO PROPAN COM PREMIAÇÃO DAS PADARIAS QUE SE DESTACARAM EM 2011*

***PROGRAMAÇÃO SUJEITA A ALTERAÇÕES. ACOMPANHE O SITE DO PROPAN.**

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@marciorodrigues.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), André Campos e Patrícia Soares.*
Projeto Gráfico: *Amplo Brasil Publicidade*
Supervisão: *Renato Faria e Janaina Goulart*
Fotos: *Annita Velasque e Jonathas Velasque*

APOIO:

PADARIA BRASILEIRA É MODELO NO EXTERIOR

A Panificação nacional praticamente dobrou o faturamento em cinco anos e atingiu a marca de cerca de R$ 63 bilhões em 2011. De olho nesse cenário promissor, investidores internacionais importam o conceito da padaria brasileira, com tecnologia em processos, produtos diferenciados e atendimento de todos os momentos de consumo do cliente, ocasionado pelo 'conceito *gourmet*' com o qual passaram a atuar.

Na Feira Internacional de Padarias, Confeitarias e Chocolateria – Europain 2012, uma das mais importantes feiras de Panificação no mundo - representantes do setor comprovaram a força e o respeito que o modelo da padaria brasileira ganhou lá fora. O evento aconteceu de 3 a 7 de março, em Paris/França, com 770 expositores e mais de 82.000 participantes internacionais.

MAIS QUE UM LUGAR PARA SE COMPRAR PÃES, O PROJETO BRAZILIAN BAKERY MOSTROU COMO A PADARIA SE TORNOU A EXTENSÃO DA COZINHA DOS BRASILEIROS.

A parceria da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria – Abip com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – Apex, permitiu a inédita mostra da indústria de Panificação do Brasil e o momento de expansão pelo qual ela passa, além de apresentar e vender máquinas, equipamentos, acessórios, ingredientes e matérias-primas da indústria nacional. O projeto *Brazilian Bakery* foi exposto em um estande de 108m² na Rua do Sucesso, local que reuniu cases de sucesso do segmento em todo o mundo.

Mais que um lugar para se comprar pães, o projeto *Brazilian Bakery* mostrou como a padaria se tornou a extensão da cozinha dos brasileiros. Condição conquistada por meio da inovação em produtos e serviços que atendem todos os momentos de consumo dos clientes como café da manhã, almoço, *happy hour*, *rotisserie*, adega de vinhos, pizzaria dentre outros focados no autosserviço e *food service*. Além disso, o projeto também evidencia os "Sabores do Brasil" elaborado sob a forma de produtos com padrão de qualidade e acabamento diferenciados, além do sabor característico.

"A reação dos visitantes foi surpreendente. Existem muitas oportunidades pelo mundo para nosso modelo de negócio", disse o presidente da Abip, Alexandre Pereira.

O próximo destino do *Brazilian Bakery* será a Feira de Equipamentos de Panificação – IBA em Munique/Alemanha, em setembro deste ano - um convite dos organizadores dessa feira. A Europain também despertou o interesse de se implantar o modelo brasileiro nas padarias da Bélgica e proporcionou contatos de profissionais e empresários interessados em abrir empresas no Brasil. Além disso, o estande brasileiro foi um dos escolhidos para participar do filme da Europain 2014.

Essa exportação do jeito brasileiro de fazer padaria é um marco histórico na Panificação do país que começou ser desenvolvido no ano passado. Acompanhe os principais projetos concretizados:

2011 – MODELO E PROJETOS DA PADARIA BRASILEIRA COMEÇAM A SER EXPORTADOS

Brazilian Bakery na China

Novembro de 2011 foi o marco do início da exportação do modelo de padarias brasileiras com várias ações, como consultorias e visitas técnicas internacionais. A mais relevante dessas iniciativas foi o projeto *Brazilian Bakery* da Abip levado para a China. O projeto foi desenvolvido pelo Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação – Propan, juntamente com a consultoria Márcio Rodrigues & Associados e ancorado pela Apex.

Brazilian BAKERY

Logomarca criada pela AMPLO BRASIL

"O projeto foi um cartão de visitas da Panificação brasileira e vai criar interessantes oportunidades de negócio para o país. A padaria brasileira pode ser uma grande porta de entrada para novos produtos nacionais no mercado internacional. Com o crescimento e a sofisticação do segmento, esse é o momento certo para investir na internacionalização da Panificação brasileira".

ALEXANDRE PEREIRA

ITPC no exterior

Também em setembro de 2011, o Instituto Tecnológico ITPC iniciou um trabalho de criação da *Brazilian Specialty Foods*, uma fábrica de produtos congelados em Boston/EUA. "Os sócios, que são brasileiros, tomaram conhecimento dos nossos projetos e resolveram utilizar nosso *know-how* nos Estados Unidos", conta o presidente do Instituto, Márcio Rodrigues.

Em oito meses de parceria, o ITPC auxilia a empresa norte-americana na elaboração do plano de negócios para a abertura da fábrica que atuará com produtos como pão de queijo e salgados, pães congelados, dentre outros produtos brasileiros prontos para o consumo. Além disso, o Instituto pretende prestar assessoria estratégica nas áreas gerencial, pessoal, marketing e de sistemas.

Iniciativas como essas promovem todo o setor de Panificação e Confeitaria, por meio da disseminação do conhecimento tecnológico adquirido transformado em estudos que estarão disponíveis aos profissionais do segmento. "Tais empreendimentos só são possíveis com muito trabalho e dedicação em prol do desenvolvimento do setor", ratifica Márcio Rodrigues.

Acompanhe as notícias nos sites:
www.abip.org.br;
www.institutoitpc.org.br;
www.propan.com.br;
www.marciorodrigues.com.br

Visita técnica à Europa

Em setembro de 2011, a consultora da Márcio Rodrigues & Associados Ariane Soares, realizou visitas técnicas em centrais de produção de empresas em quatro cidades da Holanda. A oportunidade foi viabilizada pela parceria da consultoria com o Grupo Angeloni. A iniciativa foi formalizada por um convite da Emulzint, conhecida como Grupo Zeelandia na Europa.

O país tem grande consumo de panificados e o grupo Zeelândia é o principal fornecedor de matéria-prima para as centrais das grandes lojas. "O holandês tem o hábito de comprar pão, mas a compra é concentrada nos supermercados com 75% das vendas de pães em todo o país; 20% são vendas destinadas às padarias e os 5% restantes destinados a outros locais", explica Ariane. A consultora disse ainda que na Holanda o consumo per capita é de aproximadamente 55 kg/ano por pessoa e a maior procura é pelos pães integrais, que lideram as vendas (34%), enquanto os pães brancos tem 16%".

PANIFICAÇÃO CRESCE 11,9% EM 2011

COM VENDAS DE R$ 63 BILHÕES

PADARIAS INVESTEM NA MODERNIZAÇÃO DE PROCESSOS DE PRODUÇÃO E DE SERVIÇOS, TORNANDO-SE O GRANDE CENTRO DE CONVENIÊNCIA DOS BRASILEIROS

Um dos principais motores da economia brasileira, o segmento da Panificação registrou vendas de R$ 63 bilhões em 2011, o que representa um crescimento de 11,9% em relação aos R$ 56,3 bilhões faturados em 2010.

"A Panificação está vivendo um processo de crescimento sustentado, que pode ser constatado pelo ritmo de expansão de seus negócios nos últimos anos, superior aos dois dígitos", diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria - Abip, Alexandre Pereira.

Como resultado desse crescimento, a participação do setor de Panificação no Produto Interno Brasileiro – PIB brasileiro saltou de 1,53% de 2010 para 1,66% em 2011. O PIB de 2010 foi de R$ 3,674 trilhões e o de 2011 foi de 3,784 trilhões.

Da mesma forma, o número de empregos criados pelas padarias também registrou aumento. Grande empregadora de mão de obra, a Panificação gerou 21 mil novos postos de trabalho, o que representa um aumento de 2,8%.

"A Panificação emprega hoje 779 mil empregos diretos e 1,8 milhão indiretos", diz Alexandre Pereira, lembrando que a grande maioria dos negócios é constituída por micro ou pequenas empresas que respondem por um número significativamente alto de postos de trabalho.

De fato, do universo total das padarias brasileiras, 32,4% empregam de 13 a 16 funcionários. Em segundo lugar, com participação de 24,3%, figuram as padarias que empregam de 17 a 23 funcionários. "Esses percentuais demonstram a grande importação sócio-econômica da panificação brasileira", diz Alexandre Pereira.

Paralelamente, o fluxo de clientes subiu 2,3%, para 43,23 milhões de brasileiros que frequentam as padarias diariamente. "A padaria tornou-se o grande centro de conveniência do brasileiro", diz o presidente da Abip. O setor, com efeito, soube modernizar-se, oferecendo serviços de *self-service, delivery*, refeições, sopas, produtos de adega, hortifruti etc., atendendo assim às exigências e necessidades do moderno consumidor.

O setor de Panificação, de outra parte, vem contribuindo consideravelmente para o crescimento do *food service* no Brasil. Em 2011 sua participação foi de 36,05% do faturamento de R$ 89,1 bilhões do *food service*.

ESTUDOS PARA AMPLIAR A COMPETITIVIDADE

DAS EMPRESAS DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA SÃO PUBLICADOS

Diminuir os custos para aumentar o lucro, estas e outras questões estão sendo abordadas no encarte técnico "Gestão de custos para a redução da ineficiência operacional". Os empresários e panificadores recebem, por meio desse material, dicas e informações de como reduzir os custos nos negócios por meio de um controle operacional eficiente.

Elaborado e produzido pelo Instituto Tecnológico ITPC e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, por meio do convênio ABIP/ITPC/SEBRAE, o encarte tem o objetivo de auxiliar os panificadores e empresários do setor de Alimentação a reduzir os custos diretos e indiretos, obter lucro e, consequentemente, ampliar a competitividade da empresa.

Confira o material disponível nos sites:

www.abip.org.br

www.institutoitpc.org.br (Nossas notícias)

www.sebrae.com.br

www.propan.com.br

O encarte aborda, de forma simples e objetiva, soluções e estratégias para reduzir os custos da loja, de formar a manter a qualidade de produtos e serviços e a garantia de bom atendimento.

CENTRAL DE PRODUÇÃO

É este o tema do mais novo encarte elaborado pelo Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE. O estudo contempla a central de produção que se trata de uma das grandes inovações do setor de Panificação e Confeitaria para aumentar a produtividade, melhorar a qualidade dos produtos e o abastecimento nos pontos de venda.

No encarte foram abordadas as vantagens de se investir em uma central, quais as empresas têm essa necessidade, quanto custa um investimento desse porte, a logística de entregas e transporte e onde buscar auxílio para a construção, dentre outros.

O convênio ABIP/ITPC/SEBRAE desenvolve conteúdos que buscam sempre evidenciar temas que movimentam o setor de Panificação e Confeitaria. O estudo sobre central de produção é o terceiro, dos sete encartes previstos pela parceria.

CONVÊNIO ABIP/ ITPC/SEBRAE

CONTEMPLA PROJETOS NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE

Atualmente, ao se falar em investimento produtivo no Brasil, as regiões Norte e Nordeste se destacam, por terem carências em determinados setores econômicos e despertarem um olhar atento de investidores e instituições. As unidades estaduais do SEBRAE, por meio das ações propostas pelo Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE, realizam projetos específicos para o setor de Panificação e Confeitaria, a fim de levar capacitação e tecnologia nos locais que mais precisam de investimento.

Nesse sentido, seis módulos de projetos distintos têm sido aplicados nessas regiões: Formalização de Empresas, Acompanhamento dos Projetos Desenvolvidos pelos SEBRAE/UF, Encadeamento Produtivo; Rede de Serviços Tecnológicos - RST, Sebrae Mais e Capacitação sobre a Metodologia do Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação - Propan.

O vice-presidente do Instituto Tecnológico ITPC, Emerson Amaral, ressalta que por conta do considerável volume de investimentos nas duas regiões, os setores de Panificação e Alimentação tem se desenvolvido bastante. "Atentos a essas mudanças, os dois segmentos tem buscado se ajustar por meio de melhores produtos, como também com o oferecimento de serviços para atender às novas necessidades dos consumidores", afirma e ainda acrescenta que há uma demanda de mercado muito grande, muitas vezes reprimida nas duas regiões. "Aqueles que conseguem, com profissionalismo, implantar as boas práticas de gestão saem na frente e trazem resultados para suas empresas", explica Amaral.

FORMALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Esse projeto visa retirar da informalidade as padarias sem registro no País, número que gira em torno de 20% do total de 63.200. Considera-se que uma parte considerável destas estejam concentradas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Em municípios dessas regiões, será implantada metodologia para a formalização de empresas, com base no projeto "Padaria Legal", realizado pelo SEBRAE/MA e ITPC em 2009.

ACOMPANHAMENTO DOS PROJETOS DESENVOLVIDOS PELOS SEBRAE/UF

A proposta é apoiar as unidades estaduais do SEBRAE na estruturação e realização de projetos ligados à Panificação, visando maior qualidade e eficiência das ações propostas por eles.

REDE DE SERVIÇO TECNOLÓGICO - RST

A partir do exemplo da Rede de Serviços Tecnológicos do Setor de Madeira-Móveis, realizado nos estados do Amazonas e Pará, articula-se a união de parceiros, fornecedores e líderes do setor de Panificação e Confeitaria, visando capacitar as pequenas empresas da Panificação.

ENCADEAMENTO PRODUTIVO

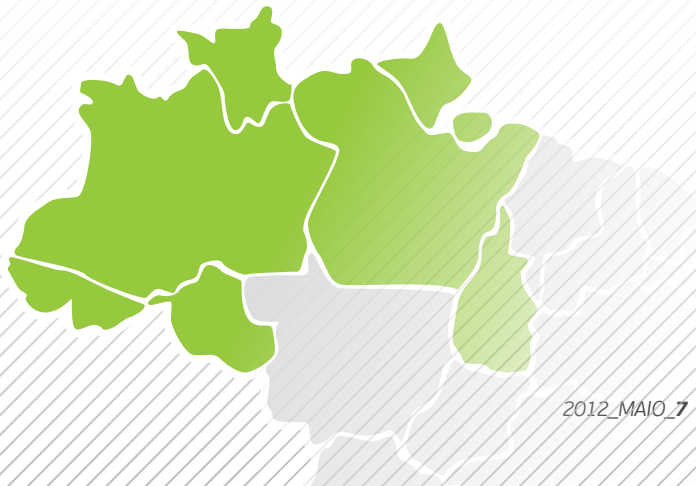
Para que haja a estruturação das empresas de Panificação, é necessário que parceiros e fornecedores se articulem. Com esse intuito, o Encadeamento Produtivo visa aproximar as grandes empresas fornecedoras das padarias e confeitarias e disseminar conhecimento técnico para tornar as padarias mais capacitadas e desenvolvidas.

SEBRAE MAIS

Específico para empresas consolidadas no mercado, o programa visa apoiar o desenvolvimento da gestão dessas empresas para que seus empreendimentos não fiquem estagnados perante o mercado.

CAPACITAÇÃO SOBRE A METODOLOGIA PROPAN

Repasse da metodologia Propan para técnicos e coordenadores dos SEBRAE/UF e entidades parceiras, para ampliar e multiplicar conhecimento destes sobre o setor de Panificação e Confeitaria. Na região Norte, o Amapá sedia uma das capacitações previstas.



LE BON PAIN

INOVAÇÃO E SOFISTICAÇÃO NA FORMA DE FAZER PADARIA

CONCEITOS DE MODERNIDADE E TRADIÇÃO EM UM AMBIENTE QUE ATENDE OS PRINCIPAIS MOMENTOS DE CONSUMO DOS CLIENTES

Recém-inaugurada (março de 2012), a Le Bon Pain chega para ser referência no setor de Panificação e Confeitaria. Localizada em um centro comercial, na região da Granja Viana em Cotia/SP, trata-se que uma padaria que inovou no conceito de loja e serviços, seguindo as diretrizes da Padaria Conceito e reunindo o que há de mais moderno no segmento.

Há dois anos, durante a Europain em Paris/França, a padaria foi idealizada, e por isso, a inspiração francesa do nome e de alguns produtos. Após pesquisas sobre a região e consumidores e depois de muito trabalho, o centro gastronômico tornou-se realidade.

LAYOUT INOVADOR

Com um *layout* que une o moderno e o tradicional, a loja inspira os clientes a desfrutar de um delicioso café da manhã, um encontro com os amigos, um saboroso lanche da tarde, um simples almoço ou, até mesmo, uma reunião de negócios. O projeto arquitetônico de Risi Ferraz e Ângela Rios foi desenvolvido para proporcionar conforto, facilidade de circulação e praticidade. A área total da padaria é de 1.170m², sendo 670m² destinados à área de vendas.

PRODUTOS E SERVIÇOS

Os produtos seguem o conceito do *layout* que foca tradição e modernidade. Além de produtos típicos das panificadoras brasileiras e serviços peculiares a uma padaria *gourmet*, a Le Bon Pain conta com um *pâtissier* belga que coordena toda a produção da loja e é responsável pela criação de produtos clássicos franceses com a marca da empresa.

Com amplo mix de produtos de produção própria e variedade de conveniência, a Le Bon Pain atende aos anseios de consumo dos clientes, sejam estes realizados na loja ou em casa, no mais novo conceito de padaria brasileira.

Ao visitar a loja, os clientes encontram produtos e serviços completos como: *buffet* de café da manhã, almoço, comida japonesa, jantar, pizzaria, ceia, caldos e sopas, cafés, sanduíches e sorvetes, delicatessen completa, panificados tradicionais e confeitaria fina. Tudo oferecido com conforto e preços competitivos.

Identidade visual assinada pela Amplo Brasil.

AUTOSSERVIÇO

O conceito de padaria francês é bem diferente do que temos no Brasil. Lá eles priorizam a venda de balcão, enquanto aqui o forte é o autosserviço – por meio do qual o cliente pode passear pela loja e escolher os produtos de sua preferência. A padaria brasileira tem sido reconhecida no exterior por possuir um misto de soluções em alimentação único. Para Euzébio de Andrade, da Amplo Brasil, agência responsável pela comunicação da padaria, cada país possui seu modelo e peculiaridade e é preciso extrair o que há de bom de-

VISITE: RODOVIA RAPOSO TAVARES, KM 23,5 | GRANJA VIANA – COTIA/SP
VALE A PENA CONFERIR!

les. "O modelo brasileiro é muito democrático, muito plural, o que torna um desafio para a comunicação", comenta Andrade.

"Um projeto inovador" é assim que um dos sócios da padaria, Márcio Rodrigues, define o empreendimento. "A padaria possui uma série de serviços diferenciados. Nós procuramos trazer todo o conceito da padaria *gourmet*. O pão é o principal produto mas, os produtos correlatos e todos os momentos de consumo estão previstos e funcionando na Le Bon Pain", conta Márcio Rodrigues.

LOCALIZAÇÃO

De fácil acesso, a loja está inserida em uma região privilegiada, de muitos condomínios e, em função disso, o projeto preza por artigos diferenciados como vinhos e massas importados, dentre outros, e uma série de produtos que atendem o gosto do público-alvo da padaria, classe média alta. A loja possui estacionamento e funciona das 6h às 22h30.

TECNOLOGIA E PRODUÇÃO

Para garantir a qualidade e o desenvolvimento de novos produtos e serviços, foram firmadas parcerias com fornecedores.

Desde a construção, passando pelo investimento em equipamento e tecnologia, seleção de profissionais e produção de produtos, a padaria tem tido o apoio da equipe da Márcio Rodrigues & Associados, por meio de consultorias e treinamentos apoiados na metodologia do Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação – Propan.

OPERAÇÃO DE LOJA

Com uma equipe de aproximadamente 100 colaboradores, a loja possui um mix com mais de 6.000 itens na delicatessen, além de cerca de 600 itens de produção própria.

O gerente geral da loja, André Jácome, atua na liderança de toda a equipe. As consultorias e treinamentos na produção têm garantido um bom resultado logo no primeiro mês de funcionamento da loja.

A equipe de colaboradores, ainda em fase de treinamento, chama a atenção pelo entusiasmo, uma conquista das consultorias de gestão de pessoas e, também de operação de loja da empresa.

A expectativa da Le Bon Pain é atender cerca de 1.200 a 1.500 clientes/dia. "Temos uma previsão de alcançar esse número em seis meses, pela localização e pela resposta do mercado local", acredita Márcio Rodrigues.

INAUGURAÇÃO

A loja foi inaugurada no dia 21 de março deste ano. Presente no coquetel de abertura, o proprietário da Casa Vieira, em Guarulhos/SP, Edalvo Vieira gostou do que viu. "A padaria ficou muito boa. Possui um estilo inovador. Conheci um pouco da produção, achei excelente e estou pensando em investir em alguns equipamentos também no setor de produção da minha padaria", fala o panificador. A padaria Casa Vieira é cliente da Márcio Rodrigues & Associados desde a 1ª turma que se formou em São Paulo.

O gerente de marketing do Moinho Anaconda, Alex Garcia, conheceu a loja e disse acreditar na proposta do empreendimento. "Esse é um conceito de loja que eu gosto e acredito. É preciso aproveitar ao máximo a necessidade do consumidor. Trabalho há muitos anos com fornecimento de ingredientes para o setor e observo claramente essa mudança de conceito da padaria", conta Garcia.

OFERECER PERSPECTIVAS É FERRAMENTA EFICAZ PARA RETER TALENTOS

O setor de Panificação e Confeitaria tem na retenção de talentos um dos principais desafios, apesar de ter gerado 21 mil postos de trabalho em 2011, com um crescimento de 2,8% no número de vagas. E o que é preciso para atrair e reter esses talentos? De forma geral, podemos dizer que esses colaboradores necessitam de perspectivas. Ou seja, eles precisam visualizar e ter meios para gerenciar a carreira dentro da empresa; compreender os valores da organização e serem desafiados por projetos, em que sejam tidos como protagonistas.

Após trabalhar nove anos no setor de Panificação, como assistente de caixa, auxiliar administrativo e, atualmente como consultora, Cleonice dos Santos reconhece que ter um gestor que incentive o colaborador é essencial para a construção de uma carreira. "Depois de completar o ensino médio, eu não sabia muito bem o que queria fazer", conta. De acordo com Cleonice, essa falta de perspectiva mudou após perceber que tinha vocação para números, ao ser promovida a auxiliar administrativa na Padaria Pão da Serra, localizada em Nova Lima/MG.

Foi justamente essa experiência que a impulsionou a cursar Administração de Empresas e a seguir carreira como consultora. "Se eu não tivesse trabalhado em padaria, não seria consultora. Para mim fez toda a diferença ter passado pela experiência de loja, por que os clientes sempre perguntam coisas sobre os diversos setores da padaria e com a vivência que tive consigo esclarecer as dúvidas", revela.

A psicóloga e consultora da Márcio Rodrigues & Associados Gilda Lima, acrescenta que é importante ter em mente o candidato ideal para cada vaga. "É preciso analisar cuidadosamente o perfil dos candidatos. Uma boa entrevista valoriza pontos importantes como o tempo de permanência nos empregos anteriores, expectativas salariais e de futuro profissional", afirma. O presidente da Márcio Rodrigues & Associados, Márcio Rodrigues, informa ainda que a constante busca por um ambiente favorável ao trabalho desses talentos é primordial. "Não adianta formar e qualificar pessoas se as empresas não se transformarem em ambientes atraentes para os jovens", ressalta o empresário.

ELES PRECISAM VISUALIZAR E TER MEIOS PARA GERENCIAR A CARREIRA DENTRO DA EMPRESA; COMPREENDER OS VALORES DA ORGANIZAÇÃO E SEREM DESAFIADOS POR PROJETOS, EM QUE SEJAM TIDOS COMO PROTAGONISTAS.

SUPERMINAS FOOD SHOW 2012 AGORA É A FEIRA OFICIAL DA PANIFICAÇÃO MINEIRA

EVENTO SUPERMERCADISTA E DA PANIFICAÇÃO DE MG ACONTECE EM OUTUBRO

Este é o momento em que os dois maiores setores da Alimentação se unem com o objetivo de crescimento e desenvolvimento. A 26ª edição da Superminas Food Show acontece de 16 a 18 de outubro de 2012, no Expominas, em Belo Horizonte/MG e tem pela primeira vez a participação do setor de Panificação. Destinada a proprietários de padarias e supermercados, assim como executivos e colaboradores de ambos os setores, a feira terá cerca de 450 empresas fornecedoras de produtos e serviços. Estima-se que o evento receba aproximadamente 55 mil pessoas, sendo cerca de 9 mil representantes de supermercados e padarias.

O evento inédito é o resultado da união do Sindicato e Associação Mineira da Indústria da Panificação - Amipão e da Associação Mineira de Supermercado – Amis e uma realização do SEBRAE/MG, Souza Cruz e Vilma Alimentos com apoio da Federação das Indústrias de Minas Gerais – Fiemg, por meio do Núcleo de Excelência em Panificação e Confeitaria do Senai.

Serão oferecidas palestras, seminários, treinamentos, tendências, inovações sempre na busca de incrementar o negócio. O Instituto Tecnológico ITPC estará presente por meio do Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação - Propan que, pela primeira vez, realizará o Congresso do Propan, com as Clínicas Tecnológicas, o Encontro Técnico e o Encontro Nacional das Padarias do Propan, com premiação das padarias participantes do programa. O ITPC apresentará o que há de mais moderno em gestão, inovação, tecnologia, capacitação de pessoal, metodologia e processos operacionais tanto para lojas que atuam dentro de supermercados quanto para as especializadas.

O presidente do ITPC e coordenador nacional do Propan, Márcio Rodrigues, diz que a estrutura da Superminas deve atrair um público bem selecionado e especificamente voltado para negócios. A idéia é unir os dois segmentos e atrair mais investimento e negócios para Minas Gerais. O presidente do Sindicato da Indústria da Panificação - SIP, José Batista Oliveira, afirma que "não há no país um evento que reúna o setor de supermercados e de padarias na proporção que terá a Superminas Food Show. Certamente, o evento trará mais benefícios e representatividade ao segmento" conclui.

José Batista Oliveira
Presidente da AMIPÃO

A partir deste ano, a Superminas Food Show será a representante oficial do setor de Panificação e Confeitaria de Minas Gerais proporcionando aos visitantes conhecimento, inovação e tendências.

"A Amipão sempre foi lançadora de tendências e obteve sucesso em todos os seus projetos. Estamos concretizando um sonho de gerações de mineiros, que é permitir a Minas abrigar um dos maiores eventos food show do mundo", disse o presidente da Associação Mineira da Indústria da Panificação - Amip, Antônio de Pádua Moreira. A programação oficial da feira está disponível no site: ***www.superminas.org.br***

Antônio de Pádua Moreira
Presidente AMIPÃO

A FEIRA É O MAIS COMPLETO EVENTO DO SETOR DE SUPERMERCADOS E PADARIAS DO PAÍS, PARA:

- AVALIAÇÃO DE TENDÊNCIAS;
- TROCA DE EXPERIÊNCIAS;
- ABERTURA DE NOVAS FRENTES DE NEGÓCIOS;
- AMPLIAÇÃO DO RELACIONAMENTO COMERCIAL;
- LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS;
- POSICIONAMENTO DE MARCAS.

EMULZINT
LANÇA MISTURA PARA PÃO DE CHIA

Ao se falar em dieta, atualmente, a chia é a última palavra. De origem mexicana, a semente tem chamado a atenção de quem procura por uma alimentação saudável, por conta dos seus possíveis benefícios. Segundo apuração do site M de Mulher, a chia possui duas vezes mais potássio do que a banana, três vezes mais ferro do que o espinafre, seis vezes mais cálcio do que o leite integral, oito vezes mais ômega 3 do que o salmão e 15 vezes mais magnésio do que o brócolis. Ou seja, com essas propriedades, a chia pode eliminar gorduras, desintoxicar e combater inflamações no organismo, dentre outras ações.

Pensando nesses benefícios a empresa especializada em pré-misturas Emulzint apresenta ao mercado o Energia Vittale Chia, mistura para o preparo de pão dessa semente. Segundo informações da empresa, o Energia Vittale Chia é reforçado pelas seguintes fibras: grãos de girassol, aveia, trigo e inulina. Uma dieta rica em fibras pode proporcionar a regulação e a manutenção do sistema digestivo de forma mais harmônica, ocasionando o melhor funcionamento do intestino, o que pode evitar a prisão de ventre e o surgimento de algum tipo de câncer nessa região.

UMA DIETA RICA EM FIBRAS PODE PROPORCIONAR A REGULAÇÃO E A MANUTENÇÃO DO SISTEMA DIGESTIVO DE FORMA MAIS HARMÔNICA, OCASIONANDO O MELHOR FUNCIONAMENTO DO INTESTINO

A mistura ainda contém ômega 3, que, de acordo com nutricionistas, inibe as doenças cardiovasculares, reduz a formação de coágulos sanguíneos e arritmias, diminui o colesterol no sangue e, também, aumenta a sensibilidade à insulina.

Segundo a Emulzint, o preparo desse pão funcional é prático: faz-se com a adição de água e fermento, num processo similar ao do pão tipo francês. Sob local fresco, seco e limpo, a mistura Energia Vittale Chia tem validade de quatro meses. No segmento de pães funcionais, a empresa também oferece misturas para pães com soja, vitaminado, *light*, além da chia.

Fonte: Site da Emulzint, R7 e M de Mulher

CASA MARIAVA
TRADIÇÃO E MODERNIDADE

NO MERCADO HÁ MAIS DE 50 ANOS, A CASA MARIAVA – PÃES E CIA INVESTIU NA MODERNIDADE E INOVOU PARA ATENDER AINDA MELHOR SEUS CLIENTES

A história da Casa Mariava começou quando, Ildeu Fernandes, juntamente com o avô e o tio, adquiriram uma mercearia de um português, no ano de 1961. A Casa, que já existia desde 1957 no centro de Belo Horizonte/MG, comercializava produtos importados e oferecia café moído na hora para os clientes. Funcionava como uma espécie de 'armazém', um conceito conhecido pelos mineiros.

A família transformou a 'mercearia' em padaria e, em 1967, mudaram para a Rua Rio de Janeiro, onde hoje está situada. "A padaria tinha uma montagem bonita e inovadora para a época. A loja era azul e branca, um luxo", conta Ana Amélia, uma das herdeiras. Atualmente, a padaria pertence ao Sr. Ildeu Fernandes e sua esposa, Rosa Rigotto, contudo a administração é acompanhada pelos filhos: Ana Amélia é a responsável pela produção, César comanda a área comercial e Fabiano cuida do administrativo.

A tradição dá prosseguimento à história, os filhos reinventaram a loja para manter a competitividade e oferecer produtos de qualidade e conforto aos clientes. Até 2010, a Casa Mariava conservava a mesma estrutura e instalações dos anos 60. Segundo os irmãos, a padaria tinha um público cativo e bom movimento porém, era a hora de realizar uma transformação. A reforma foi completa e hoje a loja é totalmente diferente da anterior.

Neste momento é que o Programa de Desenvolvimento da Alimentação, Confeitaria e Panificação – Propan e o Instituto Tecnológico ITPC, entram na história. O ITPC foi contratado para implantar o Propan e auxiliar a Casa Mariava na reestruturação administrativa e organização da loja, na montagem do organograma e orientação nos processos produtivos, no atendimento e distribuição de tarefas e na contratação. Tudo por meio de consultorias e treinamentos da equipe. "Com intermédio e apoio do SEBRAE/MG, o Propan nos orientou na ampliação do mix de produtos, fizemos os cursos e participamos de feiras e palestras. Investimos numa administração moderna para sermos referência incomparável no centro da cidade" expõe Ana Amélia.

A Casa Mariava se destaca também pelo *layout* moderno e belas pinturas. A identidade visual é do publicitário e artista plástico Danilo Aroeira e o *layout* da arquiteta Liliane Tomaz. "Optamos por um ambiente diferenciado das lojas do setor", explica Ana Amélia.

A loja foi reaberta no dia 04 de agosto de 2011, funciona das 06h às 22h, de segunda a sábado. Para César o momento é de trabalhar para reconquistar os clientes com um novo sistema de atendimento e autosserviço completo. "Nossa fase é de reestruturação geral de nosso público e colaboradores. Contratamos uma nova equipe e apostamos em produtos diferenciados. Vamos continuar com o Propan para a realização de um estudo de mercado e tendências do setor, realização de diagnóstico para definir melhor nossas diretrizes e consultorias que nos oriente quanto às perdas e desperdícios, atualmente, estamos focado no setor financeiro", conta César.

A NOVA LOJA

A "nova" Casa Mariava tem 26 funcionários e uma estrutura de 140m². O atendimento é unificado no balcão. O preço do pão francês é de R$ 9,20 e recebe em média 1.000 clientes/dia. São aproximadamente 2.000 produtos de revenda e cerca de 500 produtos de produção própria. Oferece serviços de café da manhã colonial, encomendas, almoço executivo, sopas, sanduíches e opções de frios.

REDUÇÃO DE SAL

DO PÃOZINHO TIPO FRANCÊS VISA SAÚDE DA POPULAÇÃO

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA prevê diminuir 10% do sal no pão até 2014 e divulga para as padarias e empresas de Alimentação um guia com orientações que auxiliam na fabricação de produtos com menos sódio. Uma das dicas apresentadas pelo Guia de Boas Práticas Nutricionais do Pão Francês é diminuir a adição de sal à farinha de trigo, um dos principais ingredientes da produção da massa do pãozinho.

O pão do dia, tipo francês, é um dos principais produtos que sofrerá alterações. Segundo dados de pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em 2009, os brasileiros consumiram aproximadamente um pão francês por dia, principalmente no café da manhã ou lanche da tarde. De acordo com a pesquisa, mais de 81% dos meninos e 77% das meninas entre 10 a 13 anos, ingerem quantidade excessiva de sódio na alimentação. O objetivo principal dessa redução é controlar os nutrientes utilizados na alimentação brasileira e combater doenças crônicas que afetam a população.

Com isso, um pão francês de 50 gramas que, em 2011, tinha em média 320 mg de sódio (o que corresponde a 40% da composição do sal) terá 304 mg em 2012, e 289 mg em 2014. Essa redução contribui para a melhora de casos de hipertensão e problemas cardíacos, além de dispensar grande parte da população do uso de remédios para controle de doenças. A ANVISA vem de encontro com a Organização Mundial de Saúde – OMS que recomenda o consumo diário de 2.000 mg de sal, o que corresponde a uma colher de chá. De acordo com a consultora da Márcio Rodrigues & Associados, Ariane Soares, o sal é responsável pela coloração do pão tipo francês, sendo uma de suas principais funções. Com a redução do sódio o "miolo" ficará mais escuro. Ariane acredita que a redução é positiva para todos, tanto para os panificadores em relação à redução dos custos da produção quanto para os consumidores com ganhos de saúde e bem estar.

A recomendação da ANVISA é realizar a pesagem correta da quantidade de ingredientes em uma balança (pré-pesagem). Não é aconselhável o uso de xícaras, copos e colheres como medidores, por serem materiais que não apresentam precisão.

Alimentos como batatas fritas, bolos prontos, salgadinhos de milho e biscoitos recheados também estão incluídos na lista da proposta. Assim, as padarias em especial devem se esforçar para disponibilizar à população um pão francês de qualidade e outros produtos com quantidades menores de sódio.

Fonte: Sites Confeitaria Brasileira e Sindipan/SP

Mais qualidade e sabor
em sua receita.

Farinhas Estrelão,
nosso maior prazer é
dar um toque a mais para a
sua receita.

Com mais qualidade e maior praticidade,
Farinha Estrelão é o ingrediente
que faz toda a diferença para
a sua receita ficar mais saborosa.

Indústria e Comércio Estrelão Ltda
Rua Sinhozinho, nº 376, Paranamirim -RN
SAC (84) 3272-0553

estrelão

FIPAN ESPERA ATRAIR MAIS DE 60 MIL VISITANTES

O Sindicato e Associação dos Industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo - Sindipan/Aipan-SP espera reunir 62 mil visitantes e cerca de 350 expositores num espaço de 38 mil m² de área de exposição, na 19ª Feira Internacional de Panificação, Confeitaria e Varejo Independente de Alimentos - Fipan. O evento acontece de 17 a 20 de julho no Expo Center Norte, em São Paulo/SP. Considerada uma importante feiras do setor, como um canal entre a indústria e os segmentos transformadores, a Fipan espera superar a marca de 1 bilhão de reais em negócios gerados em 2011, segundo a organização do evento.

Presente na Fipan 2012, o Instituto Tecnológico ITPC irá realizar por meio do Convênio ABIP/ITPC/SEBRAE o *Workshop* sobre fornos elétricos e o Seminário Tecnológico. O *Workshop* será no dia 18 de julho e discutirá a norma que trata do projeto e fabricação dos fornos, articulada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias de Equipamentos para Panificação, Biscoitos e Massas Alimentícias - Abiepan. Após esse evento, será realizada uma visita de coordenadores do SEBRAE à padaria *gourmet Le Bon Pain*, em Cotia/SP, loja que possui uma grande área de produção e aplica as inovações da Padaria Conceito em sua estrutura.

O Seminário Tecnológico da Panificação e Confeitaria será realizado no dia 19 de julho e, nele, estão programados o lançamento de mais duas publicações técnicas do Convênio: o "Guia Nacional de Padarias" e o "Estudo de Inovação Tecnológica".

As datas e programações estão sujeitas à alterações. Acompanhe o site do ITPC para mais notícias sobre a Feira e, também, o site da Fipan www.fipan.com.br

VOCÊ SABIA?

Um selo de 1.500 anos, utilizado para marcar o pão que era destinado às comunidades judaicas foi encontrado no norte de Israel, em fevereiro deste ano. Segundo os arqueólogos, o objeto comprova que os judeus viviam na região, na época, sob domínio do Império Bizantino e que o pão era marcado para enviá-lo aos que residiam dentro da cidade. Pequeno e feito de cerâmica, o selo deixava na superfície sobre o pão a figura de um candelabro de sete braços, como o utilizado no segundo Templo de Jerusalém. O candelabro era gravado antes de ser colocado no forno e cada padeiro marcava seu nome logo depois. Esse selo corresponde atualmente ao *"kosher"* usado em produtos que respondem às normas da cozinha judaica.

Fonte: Portal IG

PAPO RÁPIDO COM EMERSON AMARAL

Multiplicar: Em dados apresentados na Panificação em 2011, empresas com mais de 35 funcionários correspondem à 3,3% do setor, sendo que o faturamento destas representam, em média, 30% do faturamento do segmento como um todo. Como você analisa e interpreta estes números?

EA: A principal razão deste fato chama-se PRODUTIVIDADE. As empresas com maior número de funcionários estão com maior volume de negócios gerados devido aos constantes investimentos na capacitação dos colaborados e em tecnologia. A carência de mão de obra vem impactando na elevação dos custos e, consequentemente, as empresas estão diluindo este impacto por meio da busca de maior produtividade.

Multiplicar: O *food service* teve um crescimento de 11,3% em 2011, devido ao investimento de padarias e confeitarias neste tipo de serviço. O *food service* é a oportunidade para alavancar o crescimento do faturamento das empresas de Panificação?

EA: Sim. Devido ao novo perfil do consumidor, o panificador tem ajustado seus produtos e serviços. O empresário panificador entende que ao oferecer serviços ele estará agregando valor ao seu produto, além de gerar um diferencial competitivo.

Multiplicar: O segmento apresentou crescimento maior que o de concorrentes, inclusive supermercados. Qual o diferencial que contribuiu para este desempenho?

EA: As padarias estão atentas à adequação dos novos hábitos de consumo devido a algumas mudanças na sociedade como, por exemplo, a inserção maciça da mulher no mercado de trabalho, a indisponibilidade de tempo para preparo dos alimentos, aumento do poder aquisitivo do brasileiro, entre outros. Tais fatos fizeram com que as padarias não fossem consideradas apenas como uma loja que vende panificados e sim um lugar que oferece alimentos prontos com conveniência e preços competitivos. Este é o grande diferencial!

Multiplicar: O faturamento do setor alcançou R$ 63 bilhões de faturamento em 2011 e um crescimento de 11,88%. Mas, ainda existem dificuldades em reter talentos e adquirir mão de obra qualificada nas padarias. O que os empresários têm feito para melhorar este cenário ou o que eles poderiam fazer?

EA: A carência de mão de obra é uma dificuldade marcante para o empresário panificador, mas existem algumas ações que amenizam este problema, por exemplo:

- Ações de marketing para valorizar a imagem da empresa no mercado local – os bons profissionais se interessam em trabalhar em empresas de destaque;
- Criação de um plano de carreira para possibilitar uma ascensão do profissional na empresa e também oferecer um pacote de benefícios gradativos;
- Programa de capacitação constante tanto para manutenção dos profissionais quanto para formação de novos talentos - as pessoas se interessam em trabalhar em empresas que oferecem possibilidade de desenvolvimento profissional;
- Aplicação do sistema de meritocracia - maiores e melhores resultados são gerados por maior e melhor empenho, portanto devem ser devidamente reconhecidos.

EMERSON AMARAL
Vice-presidente do Instituto Tecnológico ITPC

FACEBOOK E FOURSQUARE
SÃO AS INOVAÇÕES DO MARKETING ONLINE

A *Internet* faz parte da vida de milhões de brasileiros e você já sabe como usá-la em seu favor? O *Facebook* é a rede social que mais cresce hoje, centraliza várias atividades e "prende" o usuário em sua página. São aproximadamente 800 milhões de usuários. Com grande aceitação no meio online, o *facebook* ganhou espaço também no mundo empresarial, que descobriu um novo meio de conquistar clientes através da criação das *Fan pages*.

Além de disseminar informações sobre produtos e serviços, anunciar, fazer promoções, a 'página de fãs' permite a divulgação de conteúdos exclusivos da empresa para reforçar a interação e aproximação dos clientes. No Brasil, a *Fan page* mais popular é a do Guaraná Antártica com cerca de três milhões de seguidores, com a Skol e L'óreal Paris Brasil na sequência.

Muitas empresas têm investido nesse recurso sem ter conhecimento exato de sua função e visibilidade. É uma excelente ferramenta de marketing, tornando o empreendimento mais conhecido, com campanhas publicitárias cada vez mais direcionadas aos usuários que se quer atingir.

AS MÍDIAS SOCIAIS SÃO SISTEMAS ONLINE QUE COMBINAM TEXTOS, VÍDEOS, FOTOGRAFIAS, PROJETADOS PARA PERMITIR A INTERAÇÃO SOCIAL POR MEIO DO COMPARTILHAMENTO E DA CRIAÇÃO DE INFORMAÇÕES NOS MAIS DIVERSOS FORMATOS.

Fan pages são páginas personalizadas criadas para os usuários simplesmente "curtirem" a página para assim poder comentar e compartilhar os conteúdos divulgados. Pode ser páginas de empresas, produtos, celebridades, bandas, escolas, dentre várias outras. São também chamadas de "páginas de fãs".

O Facebook atingiu a marca de 35 milhões de usuários no Brasil em 2011.

Foursquare

Trata-se de uma fusão de *Twitter* e *Google Maps*. É a mídia social que possui uma ferramenta bem simples: através de um perfil, pode-se compartilhar com amigos o lugar onde está e, ainda, escrever dicas a respeito.

Por meio de um aplicativo instalado em *smartphones* ou *tablets* o internauta faz o *check-in* informando ao *Foursquarte* onde está e compartilha informações do local com os amigos e em outras redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. As pessoas podem fazer *check-in* em bares, restaurantes, padarias, pizzarias e outros. É uma forma de reunir a turma, indicar os melhores lugares e opinar sobre os estabelecimentos.

Como sua empresa pode ser beneficiada com o Foursquare?

- Com aumento da divulgação da empresa em redes sociais para capturar mais clientes;
- Acompanhamento de visitas na empresa, permitindo a criação de promoções especiais para seus clientes e premiação dos clientes assíduos (A Albanos Chopperia, em Belo Horizonte/BH, por exemplo, oferece um chope ao cliente que fizer um *check-in* na loja);
- Disponibilidade de ferramentas para a empresa aumentar a interatividade de sua empresa com seus clientes;
- Permite aos clientes compartilhar opiniões sobre a empresa, produto ou marca.

Uma ferramenta que pode auxiliar os negócios por meio das indicações e opiniões dos clientes que ajudarão a validar a qualidade de produtos e atendimento. Mas, cuidado! Garanta que sua empresa esteja em ordem para que a estratégia não se torne um problema, com reclamações nas mídias de seus produtos e serviços. Para inserir sua empresa, basta acessar ***www.foursquare.com*** e se cadastrar.

Fontes: Revista Info; Globo.com; Blog Tudo Sobre Marketing; Site Forsquare Brasil e Agência Q1.

Conheça as fan pages do Instituto Tecnológico ITPC; da Márcio Rodrigues & Associados, Grupão, Amplo Brasil, Empório do Pão, Julice Boulangère, MM Informática...