



# CLIPPING

DA PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

Edição 277 - Ano IV  
13/04/2020 a 17/04/2020

## Como será o varejo e a indústria de consumo depois do coronavírus? Projeção é de um mercado muito mais forte

Os hábitos de consumo e compras estão mudando, ainda mais quando consideramos as consequências da COVID-19; as empresas seguem com novas estratégias que irão perdurar após o cenário atual. Veja na página 2.



## Mudança no estilo de serviço: o que é necessário e como fazê-la em seu negócio

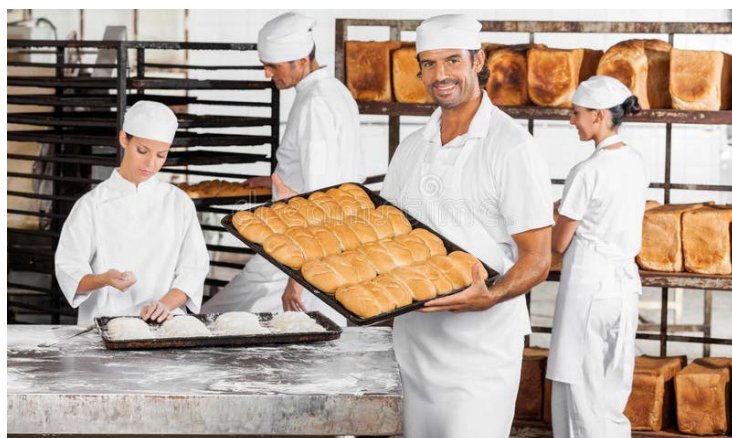
Existem diversos tipos de menu e o buffet (ou self-service) é, com certeza, um dos mais populares. Em uma pesquisa de 2017, o Sebrae constatou que 70% dos restaurantes do Brasil são self-service, alguns trabalham com o estilo de cobrança de valor fixo por refeição (geralmente denominado de "sirva-se à vontade") e outros cobram conforme o peso da comida.

**LEIA MAIS**

## Sebrae e Caixa firmam acordo para ampliar o acesso de pequenos negócios a crédito

Microempreendedor Individual, micro e pequenas empresas vão contar com a orientação do Sebrae. A medida faz parte do conjunto de iniciativas que vem sendo implementado pelo Governo Federal e pelo Sebrae para reduzir o impacto provocado pela crise do coronavírus sobre os pequenos negócios no Brasil.

**LEIA MAIS**



## Demanda digital: supermercados contratam para atender fluxo de compras

A Cielo divulgou um levantamento que mostra um crescimento de 17,7% no faturamento de super e hipermercados no período.

**LEIA MAIS**



## O conhecimento não para! Capacite-se com nosso EAD e ganhe 50% de desconto aplicando o código especial!

Para contribuir com esse momento desafiador de mercado, o EAD MR está com 50% de desconto na maioria dos Cursos On-line e ofertando também oportunidades gratuitas de capacitação. Para ativar o cupom de desconto, aplique o Código **18FHTRNVP6**. **SAIBA MAIS**

## PRODUTOS E EMPRESAS

**Como será o varejo e a indústria de consumo depois do coronavírus?**

Os hábitos de consumo e o fluxo de compras estão mudando, ainda mais quando consideramos as consequências do COVID-19; essa realidade exige que as empresas adotem novas estratégias. O mundo está diante de um processo de transformação intensa.

LEIA MAIS

**Atacado e varejo: preços avançam e indicador sobe em abril**

O Índice Geral de Preços-10 (IGP-10) acelerou a alta a 1,13% em abril, de 0,64% no mês anterior, diante do aumento dos preços, de acordo com os dados divulgados ontem pela Fundação Getulio Vargas (FGV). O Índice de Preços ao Produtor Amplo (IPA), que mede a variação dos preços no atacado e responde por 60% do índice geral, passou a subir 1,52% em abril, contra alta de 0,92% em março.

LEIA MAIS

**4 mitos sobre fermento natural que você precisa parar de acreditar**

Pães e massas com fermentação natural é uma das tendências do setor alimentício nos últimos anos. Eles ganham cada vez mais destaque em padarias e panificadoras. Porém, mesmo sendo um processo bastante antigo, ainda restam dúvidas sobre como ele deve ser utilizado e os benefícios que podem trazer para a saúde dos consumidores.

LEIA MAIS

**Qual estratégia usar para construir a identidade da sua marca**

Na posição de consumidor, certamente você já deve ter se deparado com a identidade de marca. Nossas escolhas — de forma inconsciente — se baseiam não apenas na qualidade de um produto ou serviço, mas em toda a ideia por trás do conceito que a empresa oferece.

LEIA MAIS

## CONSUMO

**Saiba como os restaurantes estão modificando os menu's para o delivery**

Muitos estabelecimentos já possuíam essa linha e tiraram de letra a adaptação em tempos de covid-19, já outros tiveram que correr atrás. A maior parte das casas que não eram adeptas ao delivery eram os restaurantes mais finos e cafés.

LEIA MAIS



## ECONOMIA

**Google Meu Negócio: potencialize o marketing da sua padaria na Web**

A maioria das pessoas, hoje em dia, digita o nome de uma empresa no Google a fim de obter informações, tais como endereço, telefone, comentários, entre outras. No entanto, nem todos os dados que aparecem na tela são verdadeiros, a não ser que o empreendedor utilize o recurso Google Meu Negócio. Trata-se de uma maneira de potencializar o gerenciamento do que é exibido na tela.

LEIA MAIS

**App de compra por delivery é lançada em 10 municípios do Piauí para estimular comércio**

O site e o aplicativo foram lançados nesta sexta-feira (17) e a previsão é que comecem a funcionar dentro de alguns dias, inicialmente, nos municípios que possuem um comércio mais ativo.

LEIA MAIS

**Varejo precisa se preparar para mudança nos hábitos do consumidor, diz rede Dia**

Presidente da rede de supermercados diz que no setor de bens duráveis será preciso pensar em novas formas de financiar o cliente. "No setor de bens duráveis, será preciso pensar em novas formas de financiar o cliente", afirma especialista.

LEIA MAIS

## EMPREENDEDORISMO

## Hamburgueria recebe pedidos pelo WhatsApp e vê suas vendas aumentarem

A partir de uma plataforma, os empreendedores contataram os clientes por meio uma base de dados informando que estavam fazendo entregas. O envio do cardápio e os pedidos são todos feitos via WhatsApp. Além da adoção da ferramenta para atrair clientes, a Bike Burger ainda oferece vantagens aos clientes.

[LEIA MAIS](#)

## Por alta demanda em aplicativos, empreendedores fazem entregas no próprio carro

Quando o delivery se tornou a única opção de diversos restaurantes, elas temeram que a qualidade do serviço ficasse ainda mais distante da proposta do negócio. Com isso, buscaram alternativas para continuar vendendo, mas com controle de todo o processo. "O gatilho ocorreu em uma mentoria de que eu participo", afirmou uma das empreendedoras.

[LEIA MAIS](#)

## Coronavírus: Agora é hora de comprar uma franquia? O momento pode ser promissor

[LEIA MAIS](#)

## Como cuidar das finanças da empresa diante dos desafios do coronavírus

[LEIA MAIS](#)



## Bolos pintados à mão ganham espaço na confeitaria, indo do moderno ao tradicional

[LEIA MAIS](#)

## Padaria em Penha doa pães às pessoas carentes durante pandemia da Covid-19

[LEIA MAIS](#)

## Quais os setores mais faturaram em março e suas estratégias para vender

A estratégia desses empreendimentos digitais é a mesma: dar descontos e políticas de frete grátis para impulsionar vendas, mesmo que o tíquete médio caia. O levantamento foi feito durante o mês de março.

[LEIA MAIS](#)