



JORNAL SAMPAPÃO

SITE DO SAMPAPÃO



JORNAL SAMPAPÃO – ANO 1 / Nº 4
REVISTA IPC – ANO 84 / Nº 835



REFRIGERAÇÃO NA PADARIA

Confira a 1ª parte da reportagem sobre esse tema tão importante para o sucesso de seus negócios [PÁG. 9]

DESCONTOS QUE VIRAM LUCRO
O SUCESSO DA CAMPANHA DO SAMPAPÃO “TODO DIA TEM DESCONTO NA PADARIA” [PÁG. 4]



PADARIAS EM DESTAQUE
INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE E ATUALIZAÇÃO: DIFERENCIAIS QUE FAZEM O SUCESSO DE 4 ASSOCIADAS DO SAMPAPÃO [PÁGS. DE 10 A 13]



HOMENAGEM
A SENSÍVEL DESPEDIDA AO QUERIDO AMIGO PANIFICADOR E SINDICALISTA FERNANDO PAIVA [PÁG. 6]

ESCOLA IDPC
“PROTÓCOLO COVID” DE HIGIENE E MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS, RECEITAS EXCLUSIVAS E AGENDA DE CURSOS [PÁGS. DE 14 A 18]



Olá, amigos panificadores!

Estamos muito felizes com o retorno positivo que vocês estão dando ao JORNAL SAMPAPÃO, nos enviando elogios, críticas e muitas sugestões para melhorarmos sempre e cada vez mais o nosso trabalho: muito obrigado, de verdade! É bom saber que estamos no caminho certo, aperfeiçoando cada vez mais nossa sintonia com vocês, o que nos deixa muito felizes e estimulados a seguir em frente.

E queremos que essa nossa parceria se amplie e continue assim. Por isso, fale com a gente, utilizando qualquer um de nossos canais de comunicação. Anote aí:

Por carta: Rua Santo Amaro, 313
Centro – São Paulo/SP – CEP 01315-001

Por telefone: 11 3291-3700
(Peça para falar com o Marketing)

Por e-mail: jornal@sindipan.org.br

Sua participação é muito importante! Afinal, como você sabe, este é um jornal FEITO POR PANIFICADORES PARA PANIFICADORES!

P Um dos muitos impactos da COVID-19 que os panificadores vêm sentindo é o aumento dos preços dos insumos e matérias-primas para as padarias. Em uma das últimas reuniões do SAMPAPÃO, tive a oportunidade de sugerir a criação de uma Central de Compras no Sindicato, a fim de ajudar os empreendedores do setor a atravessarem esse momento difícil, e a proposta foi inicialmente bem recebida. Gostaria de ter uma atualização sobre o andamento desse processo.

JEFFERSON COSTA – EMPORIUM DOS PÃES – SÃO PAULO/SP

R Com certeza, Jefferson, tais aumentos de preços são bastante preocupantes, ainda mais associados às restrições que os protocolos sanitários de controle da pandemia vêm impondo aos panificadores. Ato contínuo à sua sugestão na reunião, o SAMPAPÃO criou uma comissão especial de estudos para viabilizar a implantação da Central de Compras, que, no momento, está formatando uma proposta a ser apresentada às Diretorias das entidades, a fim de operacionalizá-la. Em breve, com certeza, traremos boas notícias para nossos associados nesse sentido. Manteremos vocês informados!

P Gostaria de sugerir que vocês trouxessem, em uma das próximas edições do JORNAL SAMPAPÃO, uma reportagem explicando o passo a passo de como entrar com a documentação para recolhimento da Taxa do Lixo das padarias junto à Prefeitura de São Paulo. Creio que ela poderia trazer esclarecimentos e informações importantes para a nossa categoria. Obrigado!
ANTONIO CARLOS IBIDI – PANIFICADORA ORENSE – SÃO PAULO/SP

R Nós é que agradecemos, Antonio! Considerando os aspectos legais e de respeito ao meio ambiente, esse é, com certeza, um tema muito bacana para a gente abordar nas páginas de nosso jornal, e que precisa, realmente, ser tratado com muita seriedade. Então, vamos programar e publicar essa reportagem o mais rapidamente possível, OK?!

DIRETORIAS



SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO

GESTÃO 2015-2021

PRESIDENTE: Antero José Pereira

1º VICE-PRESIDENTE: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

2º VICE-PRESIDENTE: Armênio Soares Ferreira

DIRETOR ADMINISTRATIVO: Julio César Dinis

DIRETOR ADMINISTRATIVO ADJUNTO: José Borges Pereira

DIRETOR FINANCEIRO: José Augusto Caseiro

DIRETOR FINANCEIRO ADJUNTO: José Ricardo de Caíres

DIRETOR SOCIAL: Delcino Pedro dos Santos

DIRETOR TÉCNICO: Luis Carlos de Souza

DIRETOR DE PATRIMÔNIO: José de Pinho dos Santos

DIRETOR DE MARKETING: Wagner Vale Ferreira

DIRETOR CULTURAL: Sérgio Bartolo Manso

SUPLENTE DA DIRETORIA: Alfredo Carreira dos Santos, Fabio Roberto Mota, José Marcos Reis, Flávio Costa de Almeida Leite, Ernane de Cerqueira Cesar, Raul da Silva Gonçalves, Gilson Yochinobu Oshiro, Waldomiro Gomes da Rocha, Milton Guedes de Oliveira, Luis Severiano Pereira Ferreira, Rubens Casselhas *In Memoriam* e Eduardo José Manuel Machado

CONSELHO FISCAL: Manoel Alves Rodrigues Pereira, Jair Marchini e Custódio dos Santos Rodrigues do Vale

SUPLENTE DO CONSELHO FISCAL:

Antonio Portugal da Silva, João Diogo e José Simões Baeta



ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO

GESTÃO 2015-2021

PRESIDENTE: Antero José Pereira

1º VICE-PRESIDENTE: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

2º VICE-PRESIDENTE: Carlos Elias Gonçalves Perregil

DIRETOR ADMINISTRATIVO: Carlos Gonçalves Teixeira

DIRETOR ADMINISTRATIVO ADJUNTO: Valdeir Antonio de Jesus

DIRETOR FINANCEIRO: Manuel de Oliveira Martins

DIRETOR FINANCEIRO ADJUNTO: Eduardo Augusto Bravo Gamboa

DIRETOR SOCIAL: João Lucas Dias Gonçalves

DIRETOR TÉCNICO: Antonio Valter de Almeida Ribeiro

DIRETOR DE PATRIMÔNIO: Delcino Pedro dos Santos

DIRETOR DE MARKETING: Antonio Carlos Stagliano

DIRETOR CULTURAL: Ricardo Jacob de Magalhães Correa

SUPLENTE DA DIRETORIA: Fernando Paiva Castro e Azevedo, Benedito Francisco Senise, Eduardo Gonçalves Martins, Renato Mendes de Brito, Jaime Gomes Pereira, Manuel Rodrigues Gato, André dos Santos Teixeira, Rogério Alexandre de Campos, Fábio de Oliveira Moreira, Rogério Shimura, Manoel José Vaz Saraiva e Noé Coutinho Rodrigues

CONSELHO FISCAL: Antonio Rodrigues Ferreira, Pedro Paulo Sobrinho e Manuel Rodrigues Antunes Leal

SUPLENTE DO CONSELHO FISCAL: Armênio Soares Ferreira, Ronaldo Amaro Macarrão e Marcelo da Costa Fernandes

DIRETORES NOMEADOS: Hermínio Alonso Bernardo, Andreia Roldão Perestrelo e Antonio Manuel Teixeira Martins

DEPARTAMENTO JURÍDICO ÁREA TRABALHISTA

ATENDIMENTO: de segunda a sexta-feira, das 16h às 18h

CHEFE DE DEPARTAMENTO: Marcelo Ramos de Andrade

ADVOGADOS: Mirian Liviero, Cristina Valéria Salles e José Carlos Rister

DEPARTAMENTO JURÍDICO CÍVEL, CRIMINAL E TRIBUTÁRIO

ATENDIMENTO: de segunda à sexta-feira, das 9h às 17h.

Escritório Mesquita Pereira, Marcelino, Almeida, Esteves Advogados Associados S/C

Escritório Mesquita Pereira, Marcelino, Almeida, Esteves Advogados Associados S/C



FUNDIPAN

FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

GESTÃO 2017-2021

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO PRESIDENTE: Antero José Pereira

VICE PRESIDENTE DO CONSELHO

DE ADMINISTRAÇÃO: Carlos Elias Gonçalves Perregil

CONSELHO ADMINISTRATIVO – MEMBROS EFETIVOS

Armênio Soares Ferreira, José Augusto Caseiro, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Rui Manuel Rodrigues Gonçalves, Julio Cesar Dinis, Fernando Paiva Castro e Azevedo, Rubens Casselhas *In Memoriam*, Alfredo Carreira dos Santos e Delcino Pedro dos Santos

CONSELHO CONSULTIVO MEMBROS EFETIVOS

José Ricardo de Caíres, João Lucas Dias Gonçalves, Eduardo Augusto Bravo Gamboa, Christian Mattar Saigh, João Diogo, Luiz Martins e Luis Evanildo Tenório de Farias

CONSELHO CONSULTIVO MEMBROS SUPLENTE:

Manuel Rodrigues Antunes Leal, José de Pinho dos Santos, Carlos Gonçalves Teixeira, Valdeir Antônio de Jesus, Eduardo José Manuel Machado, Luis Severiano Pereira Ferreira e Fábio Roberto Mota

CONSELHO FISCAL MEMBROS EFETIVOS:

André dos Santos Teixeira, Manuel de Oliveira Martins e Jair Marchini

CONSELHO FISCAL MEMBROS SUPLENTE:

Antonio Rodrigues Ferreira, José Borges Pereira e Custódio dos Santos Rodrigues Vale

DIRETORIA EXECUTIVA

DIRETOR EXECUTIVO: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

TESOUREIRO: Carlos Gonçalves Teixeira

SECRETÁRIO: Marcelo da Costa Fernandes



IDPC

INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA

GESTÃO 2017-2021

PRESIDENTE DA DIRETORIA EXECUTIVA:

Antero José Pereira

VICE PRESIDENTE DA DIRETORIA EXECUTIVA:

Manoel Alves Rodrigues Pereira

DIRETOR FINANCEIRO: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

SUPLENTE DIRETOR FINANCEIRO:

Eduardo Augusto Bravo Gamboa

DIRETOR NOMEADO: Maurício Boro

SECRETÁRIO: Júlio César Dinis

CONSELHO FISCAL – MEMBROS EFETIVOS:

Antonio Rodrigues Ferreira, Marcelo da Costa Fernandes e Pedro Paulo Sobrinho

CONSELHO FISCAL MEMBROS SUPLENTE:

Manuel Rodrigues Antunes Leal, Custódio dos Santos Rodrigues Vale e João Diogo

CONSELHO GESTOR: Alfredo Carreira dos Santos,

André dos Santos Teixeira, Antonio Valter de Almeida Ribeiro, Antero José Pereira, Armênio Soares Ferreira, Carlos Elias Gonçalves Perregil, Carlos Gonçalves Teixeira, Eduardo Augusto Bravo Gamboa, José Augusto Caseiro, José Borges Pereira, José Ricardo Augusto de Caíres, Julio Cesar Dinis, Luis Carlos de Souza, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Manuel de Oliveira Martins e Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

ADVOGADOS:

Marco Antonio Iamnhuk e Júlio César Nabas Ribeiro

HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO: Irineu Carlos Martins

MEDICINA DO TRABALHO: Aso-Clin – Assessoria em Saúde Ocupacional e Clínicas – Dr. Amauri Mesquita

CONSULTÓRIO ODONTOLÓGICO:

Dr. Armênio Soares Ferreira Jr. e Dra. Angela Lulio Ferreira

ASSESSORIA DE IMPRENSA: Dorotéia Fragata

REGISTRO DE MARCAS E PATENTES: Focus Marcas e Patentes – Osvaldo Pelosi

VOCÊS NÃO ESTÃO SOZINHOS!

Coragem, paciência e resiliência. Em tempos de COVID-19, essas três palavras ganharam um sentido ainda mais especial para nós. Mesmo com o início da vacinação, todos os dias na TV e nos jornais continuamos a ver notícias dos nefastos efeitos da pandemia, materializados não só nos números de contaminações e mortes de brasileiros, bem como no constante movimento de despedaçamento de nossa economia.

Nesse cenário, infelizmente, um dos mais recentes golpes sofridos pela panificação foi, mais uma vez, a impossibilidade de promovermos a nossa FIPAN e o adiamento da feira para 2022, em função da absoluta necessidade de seguirmos os

protocolos sanitários para preservar a segurança de todos os envolvidos na feira.

Mas, apesar de todos os revezes, temos que manter o pensamento positivo e algum grau de otimismo em face a tudo isso. E as fontes dele têm que ser, obrigatoriamente, a agregação de duas outras palavras àquelas que mencionei no início desta nossa conversa, que são CONFIANÇA e UNIÃO.

Dia após dia, o SAMPAPÃO continua trabalhando duro e sem descanso ao seu lado para encontrar soluções para minimizar os impactos da COVID-19. No âmbito da FIPAN, por exemplo, estamos finalizando planos para, já nos próximos meses, lançar novas ferramentas e ações com o ob-

jetivo de proporcionar negócios e conteúdo educacional aos setores atendidos pelo evento. Complementarmente, continuamos a manter reuniões com autoridades para cobrar respostas para as reivindicações de nossa categoria, a colocar à disposição dos associados o completo arsenal de nossa ampla rede de serviços, e a difundir conteúdos exclusivos, por meio de nossos múltiplos canais digitais, com o objetivo de discutir caminhos possíveis. O SAMPAPÃO está e sempre estará ao lado de vocês. E, com toda certeza, podemos e vamos vencer mais essa luta! E faremos isso juntos, porque vocês, amigos panificadores, não estão sozinhos nela. Forte abraço e vamos em frente!



Antero José Pereira
Presidente do SAMPAPÃO



UNIÃO E CONFIANÇA.
O SAMPAPÃO está e sempre estará ao lado de vocês. E, com toda certeza, juntos podemos e vamos vencer a luta contra a COVID-19



FIQUE LIGADO!

O JORNAL SAMPAPÃO ESTÁ NA INTERNET

Agora você pode também ler ou baixar o JORNAL SAMPAPÃO em seu computador, celular ou tablet. A versão integral de todas as suas edições já está disponível na internet, bastando acessar esse conteúdo por meio do link <https://sampapao.org.br/jornal/>, ou simplesmente clicando no link que aparece no site das entidades. Por falar nisso, o site do SAMPAPÃO está passando por uma reformulação total, não só para adequá-lo aos novos padrões da Web e tendências de design, como também para deixar nossos associados o acesso e suas consultas a ele mais rápidas, ágeis e práticas. É o SAMPAPÃO trabalhando sempre para otimizar o seu tempo e facilitar a sua vida!



Eficiência em marketing ao seu dispor

Atualmente, o Departamento de Marketing do SAMPAPÃO está empenhado no desenvolvimento de vários projetos. Um deles é a adaptação do curso “Como decidir preço e analisar resultado de produto com segurança” para o formato online, uma vez que sua versão presencial foi interrompida em função da pandemia da COVID-19. Outra iniciativa é a intensificação da produção de cartazes para colocação nas padarias em datas temáticas, e de posts para divulgação nas redes sociais. Para facilitar o acesso a esse material, está sendo elaborado um passo a passo de como baixar e personalizar tanto os cartazes quanto os posts com a logomarca do associado e os preços das promoções nas lojas, quando for o caso. Complementarmente, estão sendo pesquisados cases de sucesso nas padarias para preparação de materiais específicos de divulgação destes, para estimular a troca de experiências entre os panificadores.



EXPEDIENTE

JORNAL SAMPAPÃO • Veículo oficial de comunicação com os associados do SAMPAPÃO, sigla que congrega o Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de São Paulo (SINDIPAN-SP), a Associação dos Industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo (AIPAN-SP), a Fundação do Desenvolvimento da Indústria de Panificação e Confeitaria (FUNDIPAN) e o Instituto do Desenvolvimento de Panificação e Confeitaria (IDPC).

Sede: Rua Santo Amaro, 313 – Centro – São Paulo/SP – CEP 01315-001 • **Fone:** 11 3291-3700 • **Site:** www.sindipan.org.br • **e-mail:** jornal@sindipan.org.br

Presidente: Antero José Pereira • **Conselho Editorial:** Andreia Roldão Perestrelo, Antonio Carlos Stagliano, Antonio Manuel Teixeira Martins, Antonio Saú Rodriguez, Herminio Alonso Bernardo, Mauricio Boro, Rui Manuel Rodrigues Gonçalves e Wagner Vale Ferreira.

Jornalista Responsável: Marcus Frediani | MTb Nº 13.953/SP • **Assistente de Redação:** Marta Frediani • **Revisão e Fotos:** Tadeu Sakagawa • **Edição de Arte:** Nove Editorial
Gráfica: ReferênciaGráfica • **Periodicidade:** Bimestral

Os artigos publicados neste jornal não são de responsabilidade de seus editores, não refletindo necessariamente a opinião destes.

Adesão super recomendada

Desde que foi lançada, em março do ano passado, a campanha do SAMPAPÃO “Na padaria tem desconto todo dia” tem sido o maior sucesso. E isso não só em termos de adesão de novas panificadoras à iniciativa, como também de lucratividade que ela vem trazendo para todos os participantes. E, em tempos de COVID-19, ela ganhou ainda mais destaque como estratégia de respiro para essas casas. Quem aderiu, está muito satisfeito. E quem ainda não o fez, está perdendo a excelente oportunidade de ganhar dinheiro.

Criada para entregar vantagens tanto para os panificadores quanto para os clientes, a mecânica da ação é bem simples: a cada dia útil da semana, um produto tradicional da padaria entra em promoção, vendido com 50% de desconto. Assim, a segunda-feira é o dia do bolo ser vendido pela metade do preço; na terça, é a vez do pão de queijo; na quarta, do pão francês; na quinta, do croissant; e na sexta, do sonho. Mas é bom lembrar que essa seleção de itens é apenas uma sugestão do SAMPAPÃO. Ou seja, cada padaria pode personalizar a oferta, trocando os tipos de produtos, por exemplo, de acordo com os hábitos de consumo de seus clientes.

A venda do produto “do dia” cresce absurdamente quando ele entra na promoção. É o que acontece, por exemplo, com o sonho, que é vendido com desconto na sexta-feira. “Em uma sexta-feira normal, vendemos uma média de 20 a 25 sonhos em cada uma de nossas padarias. Mas, na sexta da pro-



Tadeu Sakarawa

Cris Caselio Branco / SEBRAE-SP

moção, esse número, em cada uma, sobe fácil para 400 unidades. Então, grande sacada é que o ganho está na escala. E como a gente faz a promoção de cada produto apenas quatro vezes por mês, uma vez em de cada dia semana, nunca temos prejuízo”, explica Fábio de Oliveira Moreira, sócio-proprietário da padaria Big Pão Express e da recém-inaugurada Mirante do Savoy, ambas na Zona Leste da capital, e duas das casas pioneiras a aderirem à campanha do SAMPAPÃO.

MAIS CLIENTES NA LOJA

Outra panificadora na qual a campanha “Na padaria tem desconto todo dia” tem obtido excelente retorno é a Vila Carmela de Guarulhos. E uma das razões disso é a assertividade da ação que, segundo Herminio Alonso

Bernardo, proprietário da casa e também diretor do SAMPAPÃO, foi arquitetada com muito critério pelas entidades, levando em conta a escolha de produtos que conseguem equacionar de forma muito eficiente o binômio de elasticidade e carregamento de cada um deles. “Cada detalhe dessa campanha foi minuciosamente estudado com o objetivo de gerar resultados práticos em termos de lucratividade para o panificador, levando em consideração fatores como análise de custos e precificação”, detalha o panificador.


Sorrindo de orelha a orelha com os resultados da iniciativa também está Paulo César Otero Ramos, proprietário da Padaria Village Green, de Cotia. “O aumento das vendas dos itens em promoção supera fácil a marca

SUCESSO TOTAL. Fábio, da Mirante do Savoy, com os sonhos campeões de venda da padaria. No detalhe, Paulo, da Village Green (acima), e Herminio, da Vila Carmela, também comemoram os resultados da campanha.”

dos 60%. Além disso, a campanha tem atraído um número cada vez maior de clientes à loja, não só para aproveitar os descontos, como também ávidos para conhecer a qualidade de nossos outros produtos, o que, sem dúvida, reforça nosso posicionamento na região em que atuamos, bem como, naturalmente, vem se traduzido em expressivos ganhos de rentabilidade.



Comunicado Oficial



O SAMPAPÃO (Associação dos industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo), entidade promotora da FIPAN, informa que em função dos impactos gerados pela COVID-19, bem como a ausência de previsibilidade da evolução do PNI (Plano Nacional de Imunização), o evento marcado para julho/2021, será realizado em Julho /2022.

Essa decisão foi tomada em atenção às regras de distanciamento social para o contro-

le da pandemia, tendo como principal objetivo resguardar a saúde dos visitantes, expositores, fornecedores e colaboradores.

Neste momento de profunda crise na saúde da população, prestamos nossas condolências a todos que perderam familiares, amigos e colaboradores.

NOVOS PROJETOS

Ainda nos próximos meses, a FIPAN irá lançar novas ferramentas e ações com o objetivo de proporcionar negócios e conteúdo educacional aos setores atendidos pelo evento.

Continuaremos a evoluir e investir em diversos formatos (presencial e digital), a fim de proporcionar a união e evolução constante do mercado, principalmente em tempos de dificuldades.

Em breve retornaremos com novidades sempre com o foco na recuperação do setor.

EQUIPAMENTOS

DIGA NÃO ÀS BALANÇAS PIRATAS!

A comercialização de balanças falsificadas tomou grandes proporções no país nos últimos anos. Vendidas por ambulantes, no mercado informal e, principalmente, no comércio eletrônico, elas têm conquistado os comerciantes especialmente pelos preços, bem abaixo da média do mercado. Essas balanças, no entanto, não passaram por nenhum controle do Inmetro e podem apresentar erros de pesagem, para mais ou para menos, impedindo que se tenha relações comerciais justas. Além disso, o estabelecimento que utiliza balanças falsificadas fica sujeito a multa e apreensão. Para minimizar o problema, o



Inmetro vem tomando um conjunto de medidas, como o lançamento de uma campanha educativa voltada a comerciantes e consumidores, em parceria com o Comitê Nacional de Combate à Pirataria (CNCP) do Ministério da Justiça, e com

entidades privadas para ajudar na disseminação de informações contra essa prática, que não só gera danos para a sociedade, como também ajuda a identificar indícios de irregularidades e a denunciar produtos ilegais. A ação do Inmetro, aliás, reforça a iniciativa da campanha "Balança pirata é crime!", lançada em 2018 pelo Instituto de Pesos e Medidas do Estado (IPEM-SP), com a adesão maciça dos fabricantes legais do equipamento. Assim, as principais dicas e orientações aos panificadores, são:

- Desconfie de preços mui-

to baixos, principalmente de ofertas provenientes do e-commerce.

- Verifique se a placa de identificação na lateral da balança possui: marca, modelo, ano de fabricação, carga máxima, carga mínima, valor de divisão, classe de exatidão e número da Portaria do Inmetro.
- Exija nota fiscal de compra, certificado de garantia, o lacre e o selo de verificação do instrumento.

E lembre-se: vender e comprar balança pirata é crime! Toda a sociedade perde com essa prática, que é punível com multas e pesadas sanções também ao panificador.

ASSOCIADO DO SAMPAPÃO: FIQUE ESPERTO E PARTICIPE DA CAMPANHA!

Caso desconfie de fraude, encaminhe sua denúncia para Ouvidoria do Inmetro, pelo telefone 0800 285 1818 (de segunda a sexta-feira, das 9h00 às 17h00), ou pelo formulário que você encontra no endereço <http://www.inmetro.gov.br/ouvidoria>.

FERNANDO PAIVA.
*Garra, coragem,
 determinação e,
 sobretudo, amor à
 panificação marcaram
 a vida deste homem.*



Tadeu Sakagawa

FERNANDO PAIVA: VAI-SE O HOMEM, MAS FICA SUA HISTÓRIA

No feriado de 21 de abril, a família panificadora paulistana, paulista e brasileira foi tristemente surpreendida com a notícia do falecimento de uma de suas figuras mais queridas e proeminentes, o amigo Fernando Paiva Castro Azevedo. Natural da Freguesia de Folgosa, no núcleo da tradicional província do Douro Litoral, em Portugal, ele chegou ao Brasil em 1960, trazendo muitos sonhos de uma vida nova na bagagem. E sua paixão pela panificação se manifestou a partir daí, quando, imediatamente, foi trabalhar como funcionário em uma padaria no bairro paulistano do Ipiranga.

Porém, esse representou apenas um curto período de experiência, porque, logo no ano seguinte, mais precisamente no dia 25 de novembro de 1961, ao lado do irmão e de um primo, abriu sua primeira padaria, a Pão do Lar, na Rua Tabor, também localizada no Ipiranga. E ali permaneceu por 19 anos, até que em 29 de abril de 1979, deu mais um passo importante em sua

trajetória ao inaugurar a Padaria Fiorella, na Rua Santa Cruz, na Vila Guernicindo, no comando da qual ficou até 2012.

UMA VIDA REPLETA DE EMOÇÕES E VITÓRIAS

Ciente da importância de participar da vida sindical da categoria, já no início dos anos 1970, Fernando se associou à Aipan/Sindipan-SP, ocupando nelas diversos e importantes cargos, até se aposentar de suas atividades, por motivos da doença que, infelizmente, veio a ceifar sua vida. Desse período de quase 50 anos de atuação, ele guardou a lembrança de inúmeras lutas e vitórias em prol da panificação, que ficaram na memória de todos aqueles que tiveram a sorte de conhecê-lo. Muitas delas, sem dúvida, ao lado de seu querido amigo, o saudoso Frederico Maia, ex-presidente das entidades.

Mas talvez a maior emoção mesmo que Fernando Paiva viveu ao longo de sua extensa trajetória

sindical tenha acontecido no dia da inauguração oficial do imponente edifício-sede do SAMPA-PÃO, na Rua Santo Amaro, no bairro da Bela Vista, no dia 25 de abril de 1998, obra que demandou nada menos do que cinco anos para sua conclusão.

Na ocasião, além de Frederico Maia, uma das pessoas mais efusivamente cumprimentadas pelo sucesso da empreitada foi, merecidamente, Fernando, à época vice-presidente da Aipan/Sindipan-SP, que, com muita competência, no cargo de coordenador geral do projeto, se incumbiu da materialização daquele antigo

sonho dos panificadores paulistas e paulistanos. “Foi um desafio enorme, que consumiu longos dias e um sem número de horas de trabalho ininterrupto. Mas, sem dúvida, todo esse esforço valeu muito a pena, e guardo até hoje essa lembrança como um das maiores alegrias da minha vida”, enfatizou em nosso jornal.

Vá em paz, querido Fernando Paiva, com a certeza de que você como figura humana, seu exemplo de retidão e dedicação ao trabalho e, ainda, seu enorme amor e contribuição à panificação brasileira jamais serão esquecidos!



FOTO HISTÓRICA.
**Fernando Paiva discursa ao
 microfone no dia da inauguração
 do novo prédio-sede das
 entidades, em 1998.**

Revista IPC/SAMPAPÃO

PROMOÇÃO
mão na
**MASSA,
PRÊMIO**
na mão



MAURI AB | BRASIL



**COMPROVE OS BENEFÍCIOS
DO FERMENTO FRESCO MAURIPAN
E AINDA CONCORRA A PRÊMIOS.**



Otimiza
sua produção



Sabor e Aroma
intensos



Alto arranque e maior
volume nos pães

SAIBA COMO PARTICIPAR:

01. Compre Fermento Fresco Mauripan
02. Encontre o código promocional na embalagem
03. Cadastre o código no WhatsApp ou site da promoção.
04. Concorra a dezenas de prêmios!

2 YAMAHA MAX
MOTOS



60 SMART
TVS SAMSUNG



1000
VALES
COMPRA
NOS VALORES DE
100 REAIS **50** REAIS



1
CARRO
VOLKSWAGEN
Up!



USE, COMPROVE E PARTICIPE!



Saiba mais no site www.fermento.com.br

NADA MAIS SERÁ COMO ANTES, AMANHÃ



SERVIÇO DE COPA.
O fechamento das áreas de bufês e restaurantes das padarias por conta das restrições sanitárias valorizou muito consumo de lanches.

O comércio vai existir sempre. Só que quem pensa que ele vai funcionar de maneira igual ao que era no período pré-COVID-19 está redondamente enganado. O comportamento da sociedade e, por tabela, o do consumidor mudaram muito ao longo do período da pandemia, transformando em realidade muitas coisas que, antes, eram apenas tendências, algumas com prática a ser observada apenas no longo prazo. E tal constatação vale também para as padarias. Confira aqui o que já mudou e

o que está mudando, para não ficar para trás na corrida pela competitividade, e pela conquista de novos clientes e pela preservação dos atuais!

CARDÁPIO EFICIENTE

O fechamento das áreas de bufês e restaurantes das padarias por conta das restrições sanitárias valorizou muito os serviços de copa – com o consumo de lanches *in loco* – e a oferta de pratos executivos mais baratos para viagem. E o mesmo aconteceu com o aumento da

procura dos pães de fermentação natural, numa ponta, e das receitas mais tradicionais de doces, como o sonho, na outra. Aliás, a campanha do SAMPA-PÃO “Todo dia tem desconto na padaria” contribuiu bastante para isso. Então, o resgate das receitas tradicionais e a proposta de “comer bem, gastando menos”, definitivamente “colou”, e parece que vai se perpetuar no Novo Normal.

FERRAMENTAS DIGITAIS

Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE aponta que, em 2020, houve um aumento de mais de 80% no uso do WhatsApp como meio de vendas. Nelas, a tecnologia pode ser usada para tomada de decisão, para divulgação de produtos, para coletar dados de consumo e para gerar novas formas de vender. Com isso, “achar” o tipo ideal de consumidor para sua padaria também ficou mais fácil e barato. Com acesso detalhado aos dados de compra, localização e de mídia social, a possibilidade de ser mais assertivo nas vendas é maior. Com as restrições econômicas esses dados são essenciais para a sobrevivência dos pequenos negócios.

FACILITAR A COMPRA

Na padaria, os meios de pagamento não devem estressar o cliente. O PIX e o QR CODE se somaram definitivamente aos meios já tradicionais de pagamento eletrônicos, tais como as compras com cartão de crédito e débito na maquininha. Além disso, a sensação de levar e pagar depois deixa a compra

mais afetiva e impulsiva. Receber pedidos pelo WhatsApp e pagamentos pelos *smartphones* ou cartões com tecnologia por aproximação será cada vez mais habitual no pós-COVID.

CONSUMO DE VIZINHANÇA

Valorizar o consumidor local demanda menos estoque e menor logística de entrega para o panificador, principalmente depois que o *delivery* virou moda nos períodos mais agudos da pandemia – resistir a ele, aliás, é absolutamente inútil. Então, focar no atendimento a uma área territorial específica e nas pessoas dessa região passou a ser uma estratégia “matadora” para o sucesso de sua padaria.

ESPAÇOS MENORES

Uma das lições deixadas pela pandemia é que, definitivamente, a loja não é só um imóvel. Por quê? Bem, por estar presente no *e-commerce* e nas mídias sociais, sua padaria, virtualmente, está em todo lugar e, por isso, pode ser menor. Se isso pode decretar o fim das mega padarias ainda é muito cedo para dizer. Mas, na prática, um estabelecimento menor – como uma mini padaria ou uma *boutique* de pães, por exemplo – pode ter menos área de estoque e produção, podendo, entre outras coisas, ceder espaço para áreas de venda maiores. Muitos panificadores que estão pensando em apostar em centrais de produção e na abertura de diversos “pontos quentes” atestam a perspectiva bem real de perpetuação dessa tendência no Novo Normal.

CONGELAMENTO DE PÃES. De forma marcante, a refrigeração está presente em praticamente todas as operações da padaria.



O FRIO QUE AQUECE OS SEUS NEGÓCIOS

Todo panificador sabe que refrigeração é um assunto sério em padarias, porque elas trabalham com produtos perecíveis e, por conta disso, dentro das rigorosas regras da Vigilância Sanitária, têm que manter um rígido controle e atenção a fatores como a estrita observação à integridade, adequação ao consumo e prazos de validade dos alimentos, para assegurar e garantir a saúde dos consumidores. As baixas temperaturas inibem a ação de bactérias e fungos, impedem a fermentação e o surgimento de bolor. Esse processo impede também a proliferação de micro-organismos, evitando a deterioração dos alimentos, proporcionando sua adequada conservação.

Nos equipamentos, o resfriamento é realizado de acordo com um fluxo bem definido, no qual, inicialmente, um fluido refrigerante vai para o compressor, onde é comprimido em forma de vapor. Em seguida, ele sai aquecido para o condensador, que transfere esse aquecimento para o meio externo, causando, assim, o resfriamento. Ato contínuo, o vapor volta ao estado líquido e vai em direção à válvula de expansão, e esta faz a pressão cair, provocando a evaporação e resfriando ainda mais. Na sequência, a mistura de vapor e líquido é impulsionada aos ventiladores, que mandam novamente o vapor ao compressor, reiniciando o ciclo.

EXIGÊNCIAS POR CATEGORIAS

Em uma padaria é imprescindível que a cozinha possua diversos tipos de equipamentos para a refrigeração e conservação desses itens. E, segundo o Código de Vigilância Sanitária, cada gênero alimentício precisa de lugares específicos, e em temperaturas diferentes, para

fazer isso. No âmbito dessa normatização, alimentos já preparados ou manipulados devem ser refrigerados em congeladores separadamente de outros tipos de alimentos. Já os produtos *in natura* devem ser colocados em refrigeradores ou em câmaras frias, até o momento da manipulação. No caso dos secos, é preciso manter a temperatura controlada em um tipo de almoxarifado exclusivo.

Por sua vez, os hortifrúti devem ser mantidos em uma refrigeração que pode variar entre 4°C e 6°C. Caso o hortifrúti seja utilizado com técnicas de preparação antecipada, deve-se resfriá-los por meio de resfriadores ou congeladores rápidos, a fim de manter as propriedades do alimento. Por fim, as proteínas devem ser colocadas sob a refrigeração ou então sob congelamento entre 0°C e 4°C. Caso o alimento seja preparado de forma antecipada a reco-

mendação é a mesma. Já se for para consumo imediato deve ser mantido na temperatura de resfriamento de até 18°C.

DE OLHO NO CONSUMO DE ENERGIA

Todos esses procedimentos devem ser planejados de acordo com a necessidade da padaria, assim como a escolha de equipamentos específicos, como refrigeradores, câmaras frigoríficas e sistemas de ultracongelamento, na área da cozinha, expositores de alimentos, na área das lojas, e até túneis de congelamento, caso o estabelecimento, por exemplo, funcione como uma grande central de produção distribuidora de itens a pontos

quentes ou a outros segmentos do comércio.

E, qualquer que seja o caso, o sistema de refrigeração para padarias precisa ser alvo de bastante atenção por parte de gestores, porque ele é responsável por um consumo considerável de energia elétrica. Apesar de os custos com a refrigeração para padarias serem administráveis, é comum que falhas nos dispositivos do sistema resultem no consumo de energia acima da média. E, claro, esse problema compromete também o desempenho do sistema de refrigeração para padarias. Assim, manutenção constante e programada é o melhor “remédio” para evitar sustos na conta de luz.

Como você pode ver, o tema “Refrigeração em Padarias” é muito extenso. Assim, na próxima edição daremos continuidade a ele, falando das diferenças e indicações entre o uso de sistemas clássicos a gás refrigerante e a utilização de centrais de refrigeração para solução de etileno glicol na padaria.

Lição de acolhimento



PARCERIA DE SUCESSO. Jorge (ao centro), com os irmãos Luis Antonio (esq.) e Luis Arturo na Nova Viva Noite.

Mais do que um ato humanitário de solidariedade, estender a mão a quem precisa é um imperativo moral. A cada três segundos uma pessoa é forçada a se deslocar no mundo, em busca de acolhimento. São milhões e milhões de pessoas deslocadas em função de perseguições, conflitos armados e graves violações de direitos humanos ao redor do planeta.

E a panificação paulistana, mais uma vez, dá um belíssimo exemplo de proatividade e sensibilidade também nessa prática. É o caso da Padaria e Confeitaria Nova Viva Noite, localizada no bairro do Jardim Colonial, na Zona Sul de São

Paulo, que, em um ato exemplar de acolhimento, integrou dois venezuelanos ao seu quadro regular de colaboradores, os irmãos Luis Antonio e Luis Arturo Ruiz Mendoza.

“A coisa na Venezuela, pelos motivos que todos conhecem, andava muito difícil. Aí, resolvemos sair daquele país em busca de oportunidades de trabalho e de uma nova vida. Eu, minha irmã, o marido dela e minha sobrinha saímos de nossa cidade, Monaga, e, há três anos, chegamos a Pacaraima, em Roraima, na fronteira entre o Brasil e a Venezuela, onde a mãe de meu cunhado já trabalhava, vendendo pasteis. Assim que chega-

mos, fomos cadastrados no projeto da Organização das Nações Unidas dedicado à reintegração de refugiados estrangeiros na sociedade brasileira. E depois de cinco meses vivendo por lá, fazendo ‘bicos’ para nos mantermos, viemos para uma aldeia de acolhimento aqui próxima, cujos voluntários me apresentaram aos proprietários da Nova Viva Noite, que me receberam com todo carinho”, conta Luis Antonio. E, cerca de um ano depois, já empregado e estabelecido em uma casa alugada, ele chamou seu irmão Luis Arturo e a família deste para virem morar com ele, que também acabou vindo trabalhar na mesma padaria.

MOTIVO DE HONRA E ALEGRIA

Como os dois irmãos já tinham experiência trabalhando em uma padaria do tio na Venezuela, a transição foi relativamente tranquila. “É claro, tivemos que aprender muita coisa, porque a panificação na Venezuela é muito básica, não tem a enorme variedade de produtos que a gente encontra aqui no Brasil. O pessoal aqui na padaria nos ensinou muita coisa, e continua nos ensinando. E o mais bacana é que estamos até trocando algumas experiências gastronômicas. Por exemplo, apresentamos aos donos a *hallaca*, que é uma espécie de pastel recheado com carne muito tradicional nas festas de Natal lá na Venezuela. E eles gostaram muito!”, faz questão de registrar Luis Arturo, com um sorriso. Aliás, vale destacar que o case de acolhimento dos dois irmãos virou até vídeo da ONU, que está sendo divulgado ao redor de todo o mundo.

“Para mim é uma honra, uma satisfação e uma alegria muito grandes estarmos tendo a chance de trabalhar com esses nossos *hermanos* venezuelanos aqui na padaria. Para mim, pessoalmente, trata-se de uma experiência nova e surpreendente, porque eu não tinha a visão de como esses imigrantes são trabalhadores, dedicados e competentes no que fazem. São pessoas muito respeitadas, que agarraram a oportunidade de trabalhar aqui conosco com muita firmeza. Por conta disso, mais do que funcionários, já se transformaram em nossos amigos”, comemora Jorge Pires, atual gerente da Nova Viva Noite.

EM BUSCA DE DIFERENCIAS

Criatividade é ferramenta de sucesso em qualquer padaria. E quando se junta a ela a inovação constante, o bom gosto e aquela tremenda vontade de agradar sempre aos clientes, bem, aí a fórmula fica perfeita. E esse é o caso da Maria Philó, panificadora instalada na esquina da R. dos Eucaliptos e a Al. dos Arapanés, no coração de Moema, na Zona Sul da capital paulista, em local estrategicamente escolhido, bem próximo à Estação Eucaliptos da Linha 5-Lilás do Metrô.

Inaugurada em agosto de 2010, no mesmo lugar de outra tradicional padaria do bairro, que desde 1992 funcionava naquela movimentada esquina, ela ganhou seu atual *shape* de funcionalidade e modernidade arquitetônica a partir de uma grande reforma realizada logo após seus cinco atuais proprietários adquirirem o ponto, batizada com o nome da mãe de um deles. Mas não foi só isso: a proposta e o conceito dela também mudaram radicalmente.

E, sem dúvida alguma, Paulo Augusto Brito, sócio-administrador da Maria Philó, pode ser considerado um dos (ou até mesmo o principal) artífices dessa mudança, tendo como alvo a introdução de diferenciais criativos e inovadores para que a casa ganhasse identidade própria. Apaixonado desde sempre por embalagens, desde a abertura da padaria, passou a buscar formas inovadoras de apresentar seus produtos

aos clientes, integradas, é claro, à qualidade superlativa de seus pães, doces e tudo mais.

EMBALAGENS “DIFERENTONAS”

“Adoro, por exemplo, visitar lojas de embalagens, principalmente aquelas que vendem itens importados da China, porque nelas sempre encontro algo diferente – um pote plástico ou de vidro com tampa bacana, caixas ‘diferentonas’ de plástico, acrílico, em cartão ou madeira e muito mais –, que posso usar para, a um só tempo, agregar valor aos nossos produtos e agradar às pessoas que passam por aqui diariamente, um público sempre muito ligado em novidades. Assim, até as pessoas que chegam à padaria apenas para almoçar, comer um lanche, uma sobremesa, tomar um café ou simplesmente comprar nosso pão francês, acabam saindo com pelo menos uma sacolinha de gostosuras, como biscoitinhos artesanais, trufas de cereja e *macarrons* acondicionados em embalagens bem transadas, tanto para consumir em casa quanto para presentear alguém”,



CRIATIVIDADE NA VEIA. Paulo, da Maria Philó, e, abaixo, algumas de suas criações inovadoras para a última Páscoa.

comemora com um sorriso. Aliás, exemplo recente do que Paulo está falando foi dado pela Maria Philó nesta última Páscoa, quando, além dos tradicionais ovos de fabricação própria, coelhinhos de chocolate com a barginha recheada de creme de avelã e adoráveis cabeças de pano dos bichinhos repletas de bombons invadiram a padaria, fazendo a alegria de “crianças” de todas as idades. Isso, sem falar das simpáticas peças de dominó e *joysticks* de videogame também feitos de chocolate – e acondicionados em bonitas caixas transparentes finalizadas

com fitas e laços e gravados em *hot stamping* com o nome da casa – que também foram sucesso de vendas no período.

E para quem pensa que as soluções adotada pela Maria Philó servem apenas para padarias localizadas em regiões nobres da cidade, Paulo deixa um recado muito especial: “É claro, a apresentação valoriza o produto. Mas, na verdade, aos olhos do consumidor, o que aparece como diferencial é o carinho que o panificador dedica a ele quando oferece um produto de boa qualidade, acondicionado de maneira atraente. E isso não significa necessariamente que você tem que fazer uso de embalagens caras para mostrar esse cuidado. Às vezes, um simples saquinho de plástico, fechado com um laço bem bonito, já cumpre esse papel. Então, mais do que preço, inovação, criatividade e respeito ao cliente – e pelo bolso dele – são os fatores que realmente importam nessa história”, finaliza Paulo Brito.





MAIS DO QUE CLIENTES, AMIGOS ESPECIAIS

LIÇÕES DE ACOLHIMENTO. Paulo (esq.) e Artur, da Estrela do Butantã. No detalhe, Artur exibe a caixa de um dos kits especiais da padaria.



Quem entra na Panificadora Estrela do Butantã, na movimentada esquina da Av. Vital Brasil com a R. Camargo, bem em frente à estação da Linha 4-Amarela do Metrô, no bairro do mesmo nome na Zona Oeste, já fica pra lá de bem impressionado com a organização e a diversidade de produtos expostos na casa. E essa boa surpresa acontece no mesmo lugar desde 1964 – mas em um processo de evolução e modernização constantes –, nessa padaria, confeitaria e loja de conveniência famosa na região. Ampla, com ar-condicionado e estacionamento, a Estrela brilha também com suas inigualáveis pizzas, feitas a qualquer hora do dia, seus saborosos bolos e o tradicional pão francês. Só que há mais de um ano, é claro, a rotina diária da oferta

de serviços na Estrela mudou bastante, por conta das restrições sanitárias de controle da pandemia do novo coronavírus, para tristeza dos proprietários e, principalmente, os frequentadores da casa, acostumados a encontrar ali um local agradável e aconchegante para curtir seu café da manhã, almoçar ou mesmo se deliciar com o enorme cardápio de lanches de sua copa. E o mesmo acontece com aqueles habituados a encomendar seus produtos sempre fresquinhos e muito saborosos para festas e reuniões, entre os quais várias opções de sanduíches de metro, além de suas famosas tábuas de frios.

“AO GOSTO DO FREQUÊS”

“Saudade é pouco para definir o sentimento de nossos clien-

tes que, por algum motivo, se viram impossibilitados de vir à padaria todos os dias para ver os amigos, bater um papo com a gente e com nossos colaboradores e, ainda, se atualizar com as últimas notícias, pois a Estrela é o ponto de encontro preferido deles no bairro”, comenta Artur Ferreira Pinto, proprietário da Estrela do Butantã, sob o olhar de concordância de Paulo Henrique Tavares, seu primo e sócio no negócio.

E foi exatamente com o objetivo de suavizar um pouco essa sensação de ausência, que a dupla introduziu alguns aperfeiçoamentos muito interessantes e eficazes para driblar o problema. A primeira providência foi atualizar e ampliar a área do serviço de entregas da panificadora – que antes era feito apenas por bicicletas na vizinhança –, por meio da introdução do *delivery* por aplicativos, que, ago-

ra, atendem a clientes fiéis de outros bairros e até de cidades próximas, como é o caso de Osasco. Complementarmente, criou kits especiais de café da manhã, almoço e até de *happy hour* para ajudar essas pessoas a terem uma experiência de consumo semelhante àquela que eles teriam estando fisicamente na Estrela do Butantã.

“Naturalmente, falta o calor e aquela coisa básica do contato social, de elas estarem juntas, presencialmente com os amigos na padaria, o que, infelizmente, ainda é impossível. Mas a emoção de receber as caixas de entrega dos kits, acondicionados em simpáticas caixas de cartão personalizadas com o nosso logo e bonitos detalhes impressos, envoltas em papel celofane fechadas com um vistoso laço, como se fossem presentes, consegue passar a elas uma sensação de conforto e alegria, bem como a de que esse momento difícil de COVID vai passar”, enfatiza Paulo. “E o conteúdo dos kits é ‘ao gosto do freguês’, podendo incluir, além de pães simples, rústicos e especiais – acompanhados por patês e sardela, por exemplo –, itens como pães de queijo, *croissants*, *brownies*, bem-casados, saladas de frutas, sucos e até tábuas de frios.

“Abrimos espaço para esse tipo de customização de conteúdos, porque o relacionamento com os nossos clientes é o maior e mais valioso patrimônio da Estrela. Queremos que eles se sintam acolhidos por nós, e que estamos ao lado deles na travessia da pandemia, que, com certeza, vai passar logo. Por isso, se eles quiserem nos kits até alguma coisa especial que não está no nosso cardápio regular, a gente dá um jeito de entregar”, finaliza Artur com um sorriso.

De olho nas tendências



TENDÊNCIA OBJETIVA. Jorge, da Princesa do Triunfo: a racionalização dos negócios é o caminho que levará ao futuro de sucesso das padarias.

Tadeu Sakagawa

Bom atendimento, ambientação de loja caprichada, deliciosos pães franceses, que fazem as pessoas vir de longe para comprá-los, e os melhores brioches e pudim de leite condensado da região. Esses são apenas alguns dos atributos que constroem os diferenciais e o sucesso de operação da Pães e Doces Princesa do Triunfo, localizada no bairro de Bonsucesso, em Guarulhos. Mas, é claro, existem muitos outros.

“Conheço bem o negócio, porque trabalhei por oito anos na indústria fornecedora de produtos para panificação. A padaria era do meu sogro e, há dez anos, eu e minha mulher, a Flávia, passamos a administrá-la. A partir daí, as mudanças começaram, e a loja passou por três reformas de modernização para chegar ao seu formato atual, com ambientação atraente e espaços bem divididos entre balcão, ilhas

de exposição de produtos, copa e *foodservice*, sendo hoje referência aqui na cidade”, explica Jorge do Espírito Santo Neto, seu sócio-proprietário.

Mesmo assim, como aconteceu com todos os panificadores, a casa sentiu um encolhimento das vendas com a pandemia da COVID-19: “Antes dela, mantínhamos um crescimento médio mensal de 3% no faturamento, que, agora, caiu pela metade. E essa queda só não foi maior, porque envidamos vários esforços de gestão, tais como um controle de custos mais rígido, a eliminação de desperdícios, a realização de promoções e a intensificação de nossa presença nas redes sociais, que eu mesmo operacionalizo internamente”, complementa.

Embora, mesmo com o avanço da vacinação no país, não tenha grandes esperanças na rapidez da retomada dos negócios, Jor-

ge enfatiza que os panificadores que se “mexerem” agora logicamente terão mais chances de chegar fortalecidos ao “Novo Normal”. Por essa razão, valendo-se da criatividade e da inovação, ele e Flávia estão sempre em busca de soluções para fazer essa transição da forma mais segura e eficiente possível.

ANÁLISE DE TENDÊNCIAS

Seguindo essa proposta, ele credita à troca de ideias entre os panificadores – o famoso *benchmark* – um papel de grande importância para incentivar e implementar mudanças positivas. “Estou no grupo de WhatsApp do SAMPÃO, procuro sempre conversar com outros donos de padaria e mantenho contato estreito com a indústria pra sempre avaliar novos caminhos e possibilidades. E, para vencê-los, precisamos ficar um passo à frente e sempre antenados aos

desafios que vêm por aí”, diz ele. Por meio desses contatos e relacionamentos, a Princesa do Triunfo, além de cuidar com especial carinho da análise consciente da oferta de seus produtos, testando a introdução de novos itens e descontinuando aqueles que vendem pouco, para ganhar em produtividade e rentabilidade, já pôs em prática algumas formas de oferecê-los de maneira customizada à demanda padrão de seu público. Uma das soluções encontradas nesse sentido, que está em pleno funcionamento na casa, é, por exemplo, a venda de seus produtos acondicionados em embalagens menores, para mais bem atender ao público *single* e ao consumidor que não anda lá muito bem de bolso, por conta dos reveses da pandemia.

Além disso, Jorge e Flávia também mantêm um olhar atento na tão falada tendência de especialização do modelo de padaria, que, entre outras coisas, prevê o crescimento de casas menores no mercado – tais como as butiques de pães –, bem como dos pontos quentes, abastecidos pelas centrais de produção. Tudo, naturalmente, alinhado com a geolocalização desses pontos de venda, para atender à demanda dos públicos específicos das regiões onde eles serão instalados. “Acredito firmemente na racionalização dos negócios, guiada pela análise das estatísticas de giro de cada produto. Com isso, conseguiremos produzir mais com equipes menores e, certamente, aumentar a nossa rentabilidade”, deixa o recado.



“Protocolo COVID” de higiene e manipulação de alimentos

Manusear adequadamente os alimentos que sua padaria serve aos clientes naturalmente garante a segurança alimentar, a saúde e a satisfação dos consumidores. Nesse contexto, já em 2004, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), com o objetivo de aperfeiçoar constantemente as ações de controle sanitário na área de alimentos para proteger a saúde da população, publicou a Resolução da Diretoria Colegiada – RDC 216. Porém, nem é preciso dizer que a necessidade de cuidados extras relacionados ao assunto se multiplicou exponencialmente com a chegada da COVID-19, o que levou à publicação, em 2020, da Nota Técnica Nº 18 informativa da ANVISA, que reforçou a importância dos cuidados de higiene e manipulação dos

alimentos em tempos de pandemia, com a recomendação de que as boas práticas na manipulação não sejam apenas implementadas, mas sim reforçadas, dentro daquilo que ficou conhecido como “Protocolo COVID”.

FORMAS DE CONTAMINAÇÃO

A manipulação de alimentos envolve toda a cadeia produtiva. Os cuidados e os riscos existem em todas as etapas e a atenção com a higiene deve estar presente desde a escolha dos equipamentos da cozinha até as boas práticas de manipulação dos alimentos. Para que o vírus se multiplique é necessário ter a presença de um hospedeiro, ou seja, um organismo vivo. Nesse sentido, é fundamental que sejam avaliadas as possíveis formas de contaminação do vírus



no processo de manipulação e redobrar os cuidados na produção dos alimentos durante o período de pandemia. Deve-se também avaliar diariamente os funcionários, reforçar a limpeza do local, principalmente os pontos de maior contato como maçanetas, corrimões, puxadores de geladeiras e banheiros e, ainda, atualizar constantemente

o treinamento dos manipuladores sobre as Boas Práticas de Fabricação.

A transmissão da COVID-19 pode ocorrer de duas formas: direta e indireta. A transmissão direta é o principal meio de transmissão (pessoa – pessoa) e ocorre através das gotículas de saliva ao tossir, espirrar ou falar. Daí a necessidade do uso



da máscara. Já a indireta ocorre por meio de superfícies e por veículos de transmissão como objetos, bancadas, utensílios e embalagens. Por exemplo, ao tocar em uma embalagem contaminada e, posteriormente, tocar na boca, nariz e olhos o indivíduo poderá ser contaminado. Vale ressaltar que o tempo de sobrevivência do coronavírus varia de uma superfície para outra.

CUIDADOS REDOBRADOS

Nesse processo, é claro, a saúde do trabalhador é fundamental. Portanto, é necessário que os estabelecimentos orientem seu corpo funcional quanto à importância de se comunicar caso esteja apresentando algum sintoma da doença ou possua alguma suspeita em sua residência. Para os casos de identificação imediata de suspeitos, os estabelecimentos devem sensibilizar e afastar o colaborador. Em relação ao espaço físico, é recomendado que haja o rodízio de funcionários e distanciamento mínimo de 1 metro. Caso não seja possível manter o distanciamento mínimo necessário, o estabelecimento deve reforçar as medidas preventivas quanto à higiene dos equipamentos/utensílios e higiene pessoal.

A legislação da ANVISA recomenda que a utilização das luvas deverá ser feita, de preferência, em atividades muito específicas como alimentos prontos para consumo e substituição de utensílios, pois o nível de contaminação durante o uso da luva é alto. Contudo, um erro bastante comum é deixar de fazer a higienização das mãos por estar de luva. A luva é utilizada para minimizar os riscos de contaminação durante a manipulação do alimento, mas não substitui a higienização das

mãos. A higienização deve ser feita antes e depois da sua utilização e deve ser trocada frequentemente, principalmente no manuseio de alimentos prontos e crus. A luva traz uma falsa sensação de segurança, mas é necessário lembrar que ela não deve ser usada para manusear dinheiro e telefone.

Para higienização das mãos deve estar disponível nos estabelecimentos: ponto de água corrente; sabonete líquido; papel toalha não reciclado/equipamento de secagem; lixeira sem acionamento manual. É importante mencionar que a água e o sabão possuem ação desengordurante e o álcool é um complemento da higienização das mãos. Importantíssima também no Protocolo COVID é a Nota Técnica Nº11/2020 da ANVISA, que trata dos procedimentos quanto aos produ-

tos de limpeza e desinfecção, cujas orientações principais são armazená-los em locais separados, em suas embalagens originais e sem mistura de outros produtos químicos.

Outros cuidados fundamentais do Protocolo COVID na área de produção da padaria são fazer a limpeza e a desinfecção frequente de pisos, móveis e equipamentos, manter portas abertas onde for possível, para minimizar contato em confinamento; e higienizar ou mesmo descar-

tar invólucros e caixas. E é bom lembrar que os cuidados com a limpeza se estendem à higienização do veículo de transporte dos alimentos e do colaborador envolvido nessa etapa. Já na área de vendas, cuidados essenciais são desinfetar as alças de cestas de compras após cada uso; dar preferência ao pagamento no cartão ou sem contato físico; e, ainda, naturalmente, disponibilizar pontos de água corrente e recipientes com álcool gel para os clientes.



ESCOLA IDPC OFERECE CURSO ESPECÍFICO

Sua padaria precisa de uma consultoria especializada no tema? Então fale com a Escola IDPC do SAMPAPÃO para receber orientações técnicas e teóricas sobre conceitos de higiene, e manipulação de alimentos, procedimentos para produzir alimento seguro, normas de condutas de profissionais da alimentação, e outros assuntos, bem como ter a possibilidade – assim que as autoridades sanitárias permitirem – de agendar visitas presenciais em prol do acompanhamento e instrução a respeito da capacitação.

E vale lembrar que a Escola IDPC também mantém em sua grade regular de atividades a promoção do Curso de Higiene e Manipulação de Alimentos, que, além de indispensável, é exigido por lei e, portanto, de caráter obrigatório para todos os profissionais que trabalham no setor de alimentação.

“Nele são abordadas todas as condutas das Boas Práticas de Fabricação, e apresentados conteúdos fundamentais da legislação brasileira que regulam, por meio de leis e portarias, as formas adequadas de higiene e manipulação de alimentos, para impedir, de forma consciente, a contaminação alimentar. Além disso, o curso também integra um módulo exclusivo e especial sobre o Protocolo COVID, para reforçar os cuidados e práticas de controle durante a pandemia”, explica Monise Pinheiro, coordenadora técnica da Escola IDPC, complementando que ele também é oferecido – de forma totalmente gratuita, em versão no modelo de Ensino à Distância (EAD) –, a todos os associados do SAMPAPÃO. “Basta entrar em contato com a secretaria da escola pelo telefone (11) 3113-0166”, convida Monise.





AGENDA DE CURSOS IDPC – MAIO 2021



Curso	Data	Dias	Horário	Curso	Data	Dias	Horário
Novos Protocolos de Higiene (COVID-19) (08h)	03/05 à 04/05	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30	Tortas Tradicionais de Padaria (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30
Responsável Técnico (20h)	03/05 à 07/05	Seg. à Sex.	08h30 às 12h30	Massas, Recheios e Coberturas (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30
Pães Rústicos (20h)	03/05 à 07/05	Seg. à Sex.	08h30 às 12h30	Macarons (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	14h30 às 18h30
Decoração de Bolos com Bicos de Confeitar (20h)	03/05 à 07/05	Seg. à Sex.	08h30 às 12h30	Tortas Tradicionais de Padaria (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	14h30 às 18h30
Caseirinhos e Poll Cake (12h)	03/05 à 05/05	Seg. à Qua.	14h30 às 18h30	Bolo de Rolo (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	14h30 às 18h30
Fermentação Natural (Novas Receitas)(16h)	04/05 à 07/05	Ter. à Sex.	14h30 às 18h30	Pães Tradicionais (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	14h30 às 18h30
Burger Gourmet (12h)	05/05 à 07/05	Qua. à Sex.	14h30 às 18h30	Pães Doces (09h)	19/05 à 21/05	Qua. à Sex.	14h30 às 18h30
Macarons (08h)	06/05 à 07/05	Qui. à Sex.	14h30 às 18h30	Macarons (08h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30
Tábua de Frios (04h)	07/mai	Sex.	09h00 às 13h00	Tortas Tradicionais de Padaria (08h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30
Caseirinhos e Poll Cake (12h)	10/05 à 12/05	Seg. à Qua.	08h30 às 12h30	Pão de Mel (08h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	14h30 às 18h30
Novos Protocolos de Higiene (COVID-19) (08h)	10/05 à 11/05	Seg. à Ter.	14h30 às 18h30	Macarons (08h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	14h30 às 18h30
Responsável Técnico (20h)	10/05 à 14/05	Seg. à Sex.	14h30 às 18h30	Tábua de Frios (04h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	14h30 às 18h30
Pizza (16h)	10/05 à 13/05	Seg. à Qui.	14h30 às 18h30	Tábua de Frios (04h)	20/05 à 21/05	Qui. à Sex.	14h30 às 18h30
Brigadeiro Gourmet (12h)	10/05 à 12/05	Seg. à Qua.	14h30 às 18h30	Tábua de Frios (04h)	21/mai	Sex.	09h00 às 13h00
Bolos Secos (12h)	10/05 à 12/05	Seg. à Qua.	14h30 às 18h30	Pizza (16h)	24/05 à 27/05	Seg. à Qui.	08h30 às 12h30
Pão Francês, Baguetes e suas versões (12h)	11/05 à 13/05	Ter. à Qui.	08h30 às 12h30	Pães Italianos (12h)	24/05 à 26/05	Seg. à Qua.	14h30 às 18h30
Variedades de Pães de Forma (12h)	12/05 à 14/05	Qua. à Sex.	14h30 às 18h30	Pães Rústicos (20h)	24/05 à 28/05	Seg. à Sex.	14h30 às 18h30
Macarons (08h)	13/05 à 14/05	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30	Decoração de Bolos com Bicos de Confeitar (20h)	24/05 à 28/05	Seg. à Sex.	14h30 às 18h30
Tábua de Frios (04h)	14/mai	Sex.	09h00 às 13h00	Técnicas da Glaçagem (09h)	25/05 à 27/05	Ter. à Qui.	09h00 às 12h00
Macarons (08h)	17/05 à 18/05	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30	Pizza (16h)	25/05 à 28/05	Ter. à Sex.	14h30 às 18h30
				Macarons (08h)	27/05 à 28/05	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30

OBSERVAÇÕES:

As datas e horários poderão sofrer alterações.

As turmas poderão ser canceladas, caso não tenham o número mínimo de alunos. Garanta sua vaga, ligue já e coloque seu nome na lista de reserva.

CONTATO:

Informações e inscrições: Secretária – I.D.P.C.

Endereço: R. Santo Amaro, 313 – Bela Vista – Centro – Telefone: (11) 3113-0166
E-mail: secretaria@fundipan.org.br – Site: www.sindipan.org.br

f Escola IDPC

@escola_idpc

(11) 98658-4519

NUTRIÇÃO

NUTRIÇÃO E IMUNIDADE



ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE. Uma dieta balanceada auxilia nosso organismo a manter altos níveis de imunidade

Principalmente nestes tempos de COVID-19, o papel da nutrição em um melhor desempenho do sistema imunológico precisa ser considerado. O fortalecimento dele depende de uma dieta equilibrada, que auxilia não só no enfrentamento da doença, como também no processo de recuperação.

“Nossa alimentação é super importante para nossa saúde e bem-estar. E é fácil imaginar como uma má alimentação pode ocasionar um desequilíbrio no sistema imune. Acerca disso, Hipócrates, o ‘Pai da Medicina’, já dizia: ‘Que teu alimento seja teu remédio, e que teu remédio seja teu alimento’”, sublinha Monise Pinheiro, coordenadora técnica da Escola IDPC do SAMPAPÃO.

Assim, os nutrientes precisam ser ingeridos regularmente e nas quantidades corretas, o que é essencial para a manutenção das defesas do organismo. Alguns deles – como as proteínas, as vitaminas A, C e D, os minerais (como ferro, zinco, selênio) e os probióticos são importantes reguladores das funções

metabólicas relacionadas à imunidade. E deficiências deles interferem negativamente na produção de células relacionadas à resposta imunológica. Para turbiná-la, a recomendação é que porções de frutas, verduras e legumes sejam consumidas de três e cinco vezes por dia para suprir a necessidade de vitaminas e minerais. Já no que diz respeito ao aporte de proteínas, excelentes opções, inclusive para veganos são as leguminosas como soja, feijão, lentilha e ervilha.

“Outro cuidado importante é com a hidratação. A recomendação da quantidade de água que uma pessoa saudável deve consumir por dia é de 30ml/kg. Ou seja, se ela pesa 60kg, deve ingerir 1.800ml de água por dia”, destaca Monise. “E mesmo depois da pandemia, devemos continuar focados no consumo de alimentos que contenham nutrientes atuantes no nosso metabolismo, sem excesso de açúcar ou gorduras, principalmente a saturada, de origem animal”, conclui a coordenadora técnica da Escola IDPC.

O AMOR ESTÁ NO AR

O Dia das Mães e o Dia dos Namorados vêm aí! Homenageie essas datas e, com muito carinho, ofereça, estas receitas da Escola IDPC a seus clientes. Eles vão amar!

Petit gâteau com biomassa de banana verde



Rendimento: 5 porções com 90g cada.

Informação Nutricional
Porção com 60g

Quantidade por porção	%VD(*)
Valor Calórico 273kcal = 1.147kJ	14%
Carboidratos 27,7g	9%
Proteínas 3,7g	5%
Gorduras Totais 17,6g	32%
Gorduras saturadas 9,8g	45%
Gorduras Trans 0g	VD**
Fibra alimentar 1,6g	6%
Sódio 27,5mg	1%

(*)% Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2.000kcal ou 8.400kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.

(**) VD não estabelecido.

INGREDIENTES: CHOCOLATE BRANCO, LEITE CONDENSADO, CREME DE LEITE, AÇÚCAR REFINADO, CLARA DE OVO, SUCO DE LIMÃO E GELATINA INCOLOR.

ALÉRGICOS: CONTÉM OVO, DERIVADOS DE LEITE E SOJA. CONTÉM GLÚTEN.

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Biomassa de Banana Verde	100	100
Chocolate Meio Amargo	80	80
Manteiga	80	80
Açúcar	75	75
Gema de Ovo	60	60
Farinha de Trigo	40	40
Clara de Ovo	30	30
Baunilha	-	q.b.

PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes da receita.
2. Aquecer levemente em uma panela, a clara de ovo, o açúcar e a baunilha. Reservar.
3. Derreter o chocolate com a manteiga e as gemas de ovo em banho-maria.
4. Em um *bowl*, juntar o chocolate com os outros ingredientes e mexer bem.
5. Untar as forminhas e colocar a massa.
6. Levar ao forno preaquecido a 200°C por 9 minutos.

Cigarrete



PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes da receita.
2. Em uma batedeira, colocar todos os ingredientes secos e bater por 1 minuto na velocidade 1.
3. Acrescentar o restante dos ingredientes da massa e bater na velocidade 2, até obter uma massa homogênea.
4. Colocar a massa sobre a mesa, bolear e cobrir com plástico. Deixar descansar por 30 minutos.
5. Abrir a massa com o auxílio de um rolo e deixar com espessura de 2mm.
6. Dividir a massa já aberta em pedaços com 10cm de largura e 12cm de comprimento. Em seguida, rechear com o presunto e a mussarela, ambos enrolados na forma vertical, e modelar as cigarretes.
7. Empanar as cigarretes na farinha de trigo, nos ovos batidos junto com o leite e, em seguida, passar no queijo parmesão.
8. Fritar as cigarretes em óleo quente e deixar escorrer em papel toalha.

MASSA

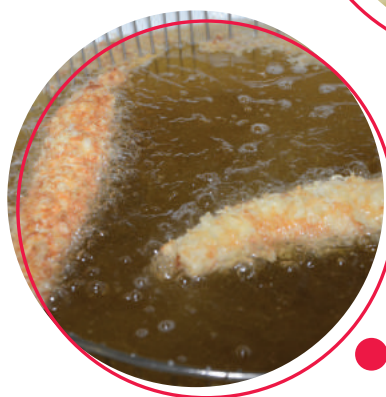
Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Farinha de Trigo	100	1.000
Leite	40	400
Margarina	5	50
Ovos	5	50
Sal	3	30
Fermento Biológico Fresco	3	30

RECHEIO

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Presunto Fatiado	100	750
Mussarela Fatiada	100	750

EMPANAMENTO

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Queijo Parmesão	100	400
Farinha de Trigo	75	300
Leite	50	200
Ovos	25	100



Rendimento: 43 cigarretes com 90g cada

Informação Nutricional
Porção com 80g

Quantidade por porção	%VD(*)
Valor Calórico 210kcal = 882kJ	11%
Carboidratos 21,9g	7%
Proteínas 11,8g	16%
Gorduras Totais 8,1g	15%
Gorduras saturadas 4,3g	20%
Gorduras Trans Menor ou igual a 0,2g	VD**
Fibra alimentar 0,8g	3%
Sódio 582mg	24%

(*)% Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2.000kcal ou 8.400kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.

(**) VD não estabelecido.

INGREDIENTES: FARINHA DE TRIGO, LEITE INTEGRAL, OVOS, GEMAS, MARGARINA SEM SAL, AÇÚCAR REFINADO, SAL REFINADO, FERMENTO BIOLÓGICO SECO, ORÉGANO, BACALHAU COZIDO E DESFIADO, CAMARÃO COZIDO, TOMATE, CEBOLA, AZEITONA PRETA EM CONSERVA, PIMENTÃO AMARELO, PIMENTÃO VERDE, PIMENTÃO VERMELHO, AZEITE DE OLIVA, MOLHO DE PIMENTA E ALHO.

ALÉRGICOS: CONTÉM LEITE, OVO, PEIXE, CRUSTÁCEOS (CAMARÃO), DERIVADOS DE TRIGO E SOJA. CONTÉM GLÚTEN.

PRODUÇÃO DAS RECEITAS

Equipe Técnica da Escola IDPC: Monise Pinheiro – Coordenadora Técnica; Robson Sene e Carlos Silva – Técnicos. Fotos: Cláudio Lira.

QUE os restos que ficam no fundo do moinho de farinha – principalmente os mais antigos – são responsáveis pela formação de fungos do mofo e do *hope*, e que, por isso, esse equipamento tão importante e de grande utilidade na padaria precisa de **uma limpeza interna pelo menos uma vez por mês?** Fazer isso é simples: basta limpá-lo com hipoclorito e deixá-lo ligado vazio por dois minutos, e pronto! O motor do moinho também merece cuidados, porque capta o ar por baixo, e está sempre cheio de poeira da produção. Esses cuidados ajudam a evitar manutenções corretivas de surpresa, que, como você sabe, são bem mais caras.



DICAS SIMPLES PARA O DIA A DIA DA SUA PADARIA, QUE SE VOCÊ AINDA NÃO SABE, PRECISA SABER!

QUE etiquetar de maneira bem visível o estoque dos produtos que devem ser vendidos primeiro evita vencimentos, prejuízos e, às vezes, a manutenção de estoques “negativos”, aguardando trocas na padaria? **O controle do fluxo de estoque garante o seu bom fluxo de caixa**, evita perdas e, claro, problemas com a Vigilância Sanitária. Atente-se também ao fato de que nem sempre o que chega por último tem a data de validade mais longa. Por isso, confira a cada entrega.



Conecta Prime

A Souza Cruz tem uma novidade para você, **Panificador Parceiro.**

Conecta Prime é a mais nova e inovadora plataforma de interação com varejista do mercado.

Você pode ganhar produtos Souza Cruz todo mês, ter acesso a campanhas e promoções exclusivas e ainda trocar seus pontos por serviços e muitos prêmios.

Muito mais benefícios para você! Participe!



Procure seu representante Souza Cruz ou ligue
0800 723 22 21

Ganhe bonificações mensais de acordo com sua performance

Mês de adesão **totalmente grátis***

Pague suas contas com seus pontos acumulados ou troque-os por produtos do catálogo de prêmios a partir de 80 pontos

Acumule pontos com suas próprias compras Souza Cruz

Acesso a campanhas exclusivas da Souza Cruz e de seus parceiros

Faça já sua adesão e comece a **ganhar!**

Um programa para conectar ainda mais você e seus clientes.

www.conectaprime.com.br

*Confira os termos e condições. Material destinado exclusivamente à prestação de informações ao varejista Souza Cruz. Não pode ser disponibilizado ao público em geral.

MANUAL DE BONS NEGÓCIOS



Tá difícil vender e levantar o valor do tíquete médio de sua padaria em tempos de COVID-19, não é, mesmo? A crise pegou todo mundo de jeito, e todos os cuidados parecem ser poucos para preservar os nossos negócios. E a pergunta que não quer calar é: “Como aumentar as vendas da sua loja?”

A resposta para ela é simples: gestão. Pois é, mas a gente sabe que, às vezes, fazer o “simples” pode ser complicado. Mas a boa notícia é que dá, sim, para fazer. Confira algumas dicas de estratégia para padarias do SEBRAE-SP – algumas até bem conhecidas, mas nem sempre colocadas em prática – para virar sua própria mesa, e bons negócios!

INOVE NA OFERTA

Pesquisas mostram que a grande maioria dos paulistanos prioriza a alimentação saudável em sua dieta semanal. Nessa onda entram os pães com alto teor de fibras, com grãos e oleaginosas de alto valor nutricional. Que tal democratizar mais seu *mix* de produtos, permitindo que seus salgados e doces tradicionais dividam espaço em sua cesta com pães com fermentação natural e itens requintados – mas igualmente saudáveis – da confeitaria fina, como pudim de chia com manga, *parfait* de iogurte e *naked cakes low carb*, por exemplo?

EXPERIMENTAÇÃO NA VEIA

Aja com generosidade com seus clientes, permitindo que eles experimentem algumas das delícias de sua padaria em cortesia.

Pesquisas não faltam mostrando que os consumidores fazem ao menos uma compra por impulso depois de uma experiência gustativa. Então, não despreze essa estratégia de encantamento para aumentar suas vendas.

PRODUTOS PARA EVENTOS

Claro, com as restrições sanitárias impostas pela pandemia é impossível as pessoas realizarem grandes eventos agora. Mas isso de maneira nenhuma impede que você se prepare para eles quando ela for embora. A demanda reprimida deverá proporcionar um *boom* nas festas de aniversário e nos coquetéis nas empresas, por exemplo, no Novo Normal. Então, divulgue os serviços de suporte a eventos da sua padaria nas redes sociais e na sua

região, destacando descontos crescentes de acordo com o volume de pedidos. Esses detalhes, com certeza, farão toda a diferença para aumentar seu faturamento mensal.

PEÇA AJUDA AOS CLIENTES

Ainda falando em redes sociais, quando a empresa abre espaço para que o cliente participe do negócio, as chances de fidelizá-lo aumentam exponencialmente. Se você ainda não tem, que tal, então, abrir um canal no Facebook, Instagram, Tweeter, YouTube ou mesmo no WhatsApp para que seus consumidores deem sugestões de novos salgados e doces? Esse nível de personalização ajuda a alavancar suas vendas da padaria e ainda cria um diferencial entre seu estabelecimento e os demais da região. E que tal, também, criar promoções especiais, que estimulem a participação ativa em suas redes? com isso, você dá “rosto” a cada cliente, abrindo espaço para conhecê-lo melhor e, quem sabe, desenvolver ações exclusivas.

IMPULSIONE O GRAB-AND-GO

Além do *delivery*, que foi uma das tábuas de salvação das padarias nos momentos mais agu-

dos da pandemia, o conceito do *grab-and-go* – aquela prática de os clientes entrarem na loja, pegarem os produtos, pagarem e irem embora –, mais do que uma tendência, já virou hábito entre eles. Agora, a grande sacada é apostar no refinamento desses itens, e oferecer opções mais saudáveis. Assim, capriche na oferta de produtos prontos em porções menores, já acondicionados em embalagens descartáveis (lembre-se que os plásticos estão proibidos), com preços acessíveis, expostos em prateleiras para quem precisa fazer uma refeição rápida evitando filas.

COMODIDADE GERA LUCRO

Sabe aquele projeto de ter um estacionamento maior em sua padaria? Desengavete-o! Se não houver a comodidade para estacionar, muito cliente passa reto por ela e vai embora. E por uma razão simples: ninguém compra o que não consegue levar. E aí, é claro, seu tíquete médio despenca. Se você não tiver a sorte de ter um terreno ocioso vizinho ao seu estabelecimento, busque um terreno próximo, ou então convencer-se a algum estacionamento vizinho. Mas antes, consulte as legislações vigentes para evitar transtornos futuros.

PÃO DE CACO: tradição que dura até hoje



SABOR INSULAR. Fácil de fazer e gostoso de comer, o Pão de Caco da Ilha da Madeira é uma tradição gastronômica e cultural que ganhou o mundo.

A Ilha da Madeira é bastante conhecida pela sua gastronomia. É uma das delícias mais conhecidas de lá, que mescla sabor e praticidade em seu preparo, é o famoso Pão ou Bolo de Caco. Esse pão feito à base de trigo e batata doce foi criado há mais de 500 anos na Ilha do Porto Santo, situada ao norte do Arquipélago da Madeira, inicialmente para reaproveitar os restos de massa do pão de casa. Mas, com o passar do tempo, tornou-se uma das entradas mais frequentes e conhecidas pela população local e até no exterior.

Conta a história, que ele tem esse nome porque, antigamente, era cozido em cima de uma pedra de basalto sobre brasas

escaldantes, e essa pedra se chamava (adivinhem?!), “caco”. Ou seja, ele não precisava de forno para ser preparado. E isso, por dois motivos bem simples: primeiro, porque o povo da época não tinha muito poder de compra para investir num forno particular; e, segundo, porque nos anos quinhentistas havia a proibição de construí-los, o que obrigava os cidadãos a utilizar os fornos pertencentes ao Rei de Portugal ou a pessoas com um nível social elevado – como, por exemplo, as ordens religiosas –, que, claro, exigiam pagamento pelo uso do forno. Assim, o Bolo do Caco ficou extremamente conhecido por ser muito mais fácil e menos oneroso de produzir em casa.

A RECEITA PARA PRODUZI-LO É REALMENTE BEM PRÁTICA E SIMPLES. ANOTE!

INGREDIENTES

- 750g batata doce
- 1kg farinha
- 25g fermento de padeiro fresco
- 1 colher de chá de sal
- Água q.b.



MODO DE PREPARO:

- Descasque as batatas doces, cozinhe-as e, em seguida amasse-as para formar um purê.
- Dissolva o fermento em 150ml de água e adicione o sal.
- Coloque a farinha na bancada, abra um buraco no meio, e coloque ali o purê de batata doce e o fermento dissolvido em água.
- Deixe a massa fermentar por 2 a 3 horas.
- Em uma superfície polvilhada com farinha, divida a massa formando pequenas bolas, achatando-as em seguida, para deixá-las com a forma de um disco ou de uma esfiha aberta.
- Asse os pães de caco em uma chapa bem quente, tomando o cuidado de assá-los em ambos os lados.

TEMPO DE PREPARO: De 3 a 4 horas

RENDIMENTO: Uma receita de 2kg rende vários pães, cuja quantidade vai depender do tamanho e da espessura dos discos que você fizer.

RECEITA PRÁTICA E SIMPLES

Existem diversas maneiras de fazer o Pão/Bolo de Caco. Ele pode ser cozido no forno, numa frigideira ou em cima de uma chapa ou pedra bem quente, sendo esta a maneira mais tradicional.

E pronto! A tradição manda que ele seja servido acompanhado por uma mistura de manteiga com alho e salsa. Mas as pessoas também gostam de servi-lo

como prato principal, acompanhando hambúrgueres, bifés, filezinhos de peixe espada, ou mesmo com uma salada. Ou seja, fica ao gosto do freguês. Que tal, então, incluir o Pão de Caco ao cardápio de sua padaria? Seus clientes vão amar, ainda mais se você contar para eles a história secular dessa deliciosa iguaria da Ilha da Madeira!

AUDIÊNCIAS VIRTUAIS: MAIS UMA INICIATIVA DE SUCESSO DO SAMPAPÃO

Tendo em vista toda a série de impossibilidades impostas pela COVID-19, o SAMPAPÃO, sempre buscando alternativas para bem atender a seus associados, transformou algumas salas do Departamento Jurídico de sua sede em uma espécie de “filiais” dos Fóruns de São Paulo, nas quais, desde maio do ano passado, vem sendo realizadas diária e mensalmente um grande número de audiências telepresenciais.

“A audiência virtual é uma sessão pública em vídeo realizada entre duas ou mais localidades que se encontram geograficamente separadas, porém conectadas pela internet. Ela é presidida por um juiz, que envia previamente um *link* para as partes participarem dela. Essas partes consistem em autor e réu do processo, sendo umas destas o associado do SAMPAPÃO. E, juntamente com seus respectivos advoga-

dos e eventuais testemunhas, todos se ‘encontram’ *online* diante a um magistrado para resolver uma disputa judicial”, explica o Dr. Julio Cezar Nabas Ribeiro, advogado do escritório responsável pelo Departamento Jurídico Cível, Criminal, Tributário do SAMPAPÃO.

PRATICIDADE COM PRODUTIVIDADE

Para que a audiência por videoconferência ocorra, é neces-

“*Só no Jurídico Trabalhista temos três dessas salas, nas quais realizamos de 20 a 25 audiências por semana, com a participação simultânea de três de nossos advogados, um em cada sala.*”



sária a autorização da Justiça e a utilização de equipamentos compatíveis não só com as necessidades técnicas, como também com o rigor processual, notadamente no que diz respeito ao preceito da incomunicabilidade, que veta expressamente que os depoimentos do demandante, do demandado e/ou das testemunhas diante das perguntas do juiz sejam orientados por outra pessoa, ou que eles leiam uma “cola” para dar suas respostas.

Por essa razão, o Jurídico do SAMPAPÃO teve que montar toda uma estrutura de salas especialmente dedicadas a essa finalidade, equipadas com câmeras e monitores de vídeo no 5º Andar do prédio das entidades. E o expediente diário por lá é bem agitado: “Só no Jurídico Trabalhista temos três dessas salas, nas quais realizamos uma média

de 20 audiências por semana, com a participação simultânea de três de nossos advogados, um em cada sala. E tudo, naturalmente, observando os mais rígidos protocolos sanitários da COVID-19, como o uso de máscaras por todas as pessoas, a constante higienização das mãos com álcool gel, e a manutenção do distanciamento social”, explica, por sua vez, o Dr. Marcelo Ramos de Andrade, chefe do Departamento Jurídico Trabalhista do SAMPAPÃO.

E a iniciativa deu e continua dando super certo. Aprovada não só pelos associados, como também pelo corpo jurídico do SAMPAPÃO em termos de praticidade e produtividade, as audiências telepresenciais têm tudo para se estabelecer como protocolo habitual a ser seguido no futuro, em tempos de pós-COVID.

Associativismo: sinônimo de avanço e sobrevivência

POR JULIO CEZAR NABAS RIBEIRO*

No mar, os grandes predadores costumam nadar sozinhos. Os peixes pequenos, ao contrário, costumam nadar em cardumes, pois dessa forma podem se defender dos maiores. Quando os peixes menores se reúnem em cardumes, há sincronia em seus movimentos, fazendo com que pareçam maiores, ou mesmo um só diante daqueles que querem abocanhá-los, dificultando que estes mantenham o foco em suas presas, aumentando suas chances de fuga. Em outras palavras, os peixes nadam em cardumes buscando defender um interesse em comum: a sobrevivência.

E assim também ocorre no mundo empresarial. Tome-se como exemplo o setor de panificação e

confeitaria, que, em sua grande maioria, é composto por micro e pequenas empresas, que, todos os dias, enfrentam grandes desafios de sobrevivência, notadamente no afã de suportar as exigências impostas pelo aparelho estatal, que é o grande predador nessa história.

Então, a melhor forma de as micros e pequenas empresas se defenderem é por meio do associativismo, um instrumento vital para que uma comunidade saia do anonimato e passe a ter maior expressão social, política, ambiental e econômica. É por meio de uma associação que um setor se fortalece e tem chances de atingir um objetivo em comum.

Só que padaria, de forma isola-

da, certamente não tem forças para impedir que o Estado exerça toda a sua força, impondo leis e regulamentos que podem colocar em risco a sobrevivência das empresas, em especial das pequenas. No entanto, muitas empresas reunidas em associação são capazes de demonstrar a ele que têm grande representatividade para exigir que qualquer medida a ser imposta seja discutida previamente. Da mesma forma, uma associação de empresas possui força para reivindicar junto ao Estado medidas necessárias para o desenvolvimento do setor, principalmente nesses tempos de COVID-19 que estamos vivendo.

O SAMPAPÃO, por meio das entidades de panificação Associação dos Industriais de Panificação e Confeitaria de São Paulo e Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de São Paulo, há mais de um século

procura defender os interesses do setor. Em um oceano, se um peixe pequeno nadar sozinho, certamente não terá vida longa. No entanto, se nadar em cardume, suas chances aumentam. Assim, se uma padaria/panificadora decidir sobreviver sozinha, suas chances de sucesso serão pequenas. No entanto, por meio do associativismo, ou seja, unindo esforços para fazer com que o SAMPAPÃO se torne cada mais forte, as chances de sucesso aumenta, pois a UNIÃO FAZ A FORÇA!



Tadeu Salgado

***JULIO CEZAR NABAS RIBEIRO**, (OAB/SP 258.757) é advogado associado da MPMAE Sociedade de Advogados, escritório responsável pelo Departamento Jurídico Cível, Criminal, Tributário do SAMPAPÃO.

JURÍDICO TRABALHISTA

SAÚDE MENTAL NO TRABALHO



EMPATIA. O grande trunfo do panificador é uma comunicação assertiva, precisa e clara com seus colaboradores.

Mesmo com a chegada da vacina, a COVID-19 ainda parece estar longe do fim. Com isso, afetados por todos os fatores da crise, os empresários – entre os quais os panificadores – e os empregados ainda se veem desafiados por tudo o que aconteceu e, ainda, por aquilo que está por vir.

Além do aumento na taxa de desemprego no Brasil, outro impacto nada alentador atrelado à pandemia foi o crescimento do número de afastamentos e adoecimentos no trabalho, tendo os transtornos mentais e emocionais como motivo principal. Entre eles, os episódios depressivos e de ansiedade, caracterizados por sintomas

como fadiga, irritabilidade, descontrole emocional, dificuldade de concentração e até sintomas físicos, tais como a taquicardia, aparecem no topo do *ranking*. Para piorar ainda mais o quadro, soma-se a Síndrome do Burnout (ou síndrome do esgotamento profissional) – caracterizada pelo esgotamento físico e mental do colaborador, que passa a viver em um estado constante de tensão e estresse, até mesmo fora do ambiente de trabalho. E, é claro, além de graves problemas humanos e sociais, tudo isso junto fatalmente se traduz em queda da produtividade no trabalho. Amplificada pelos efeitos da COVID-19, a preocupação para

encontrar soluções para lidar com a saúde mental de seus funcionários na padaria, a prática da empatia é a principal. Assim, essa qualidade básica de a gente se colocar no lugar do outro vem levando muitas empresas a investir cada vez mais no bem-estar laboral, com o objetivo de democratizar o acesso ao tratamento de tais disfunções de ordem emocional. Mas não é só isso: o panificador precisa agir proativamente, investindo cada vez mais em bem-estar laboral, a fim de minimizar os efeitos, ou mesmo evitar o aparecimento delas.

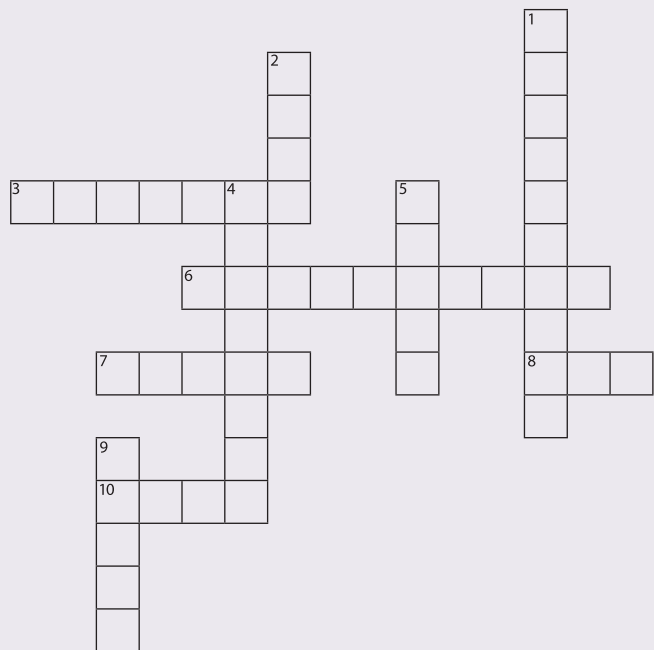
A promoção de ambientes de trabalho saudáveis – com relações fundadas não só em res-

peito, solidariedade, empatia e gentileza, como também, em maior escala, na preocupação em estruturação, cultura, suporte psicológico acessível e gestão organizacional –, é tarefa desafiadora. É lógico, além de todos os fatores decorrentes de uma relação de trabalho comum, o distanciamento físico trazido pela pandemia tende a aumentar as barreiras já existentes. Entretanto, o grande trunfo do panificador é uma comunicação assertiva, precisa e clara com seus colaboradores. Sem dúvida alguma, essa é a principal e mais valiosa “vacina” para estabelecer a saúde das relações interpessoais e, por derivação, das relações de trabalho e produtividade.

CRUZADINHAS DO PÃO

Curiosidades do pão

Pão de Caco: tradição da Ilha da Madeira



HORIZONTAIS

- 3 Tipo de pedra sobre a qual originalmente ele era cozido.
- 6 Lanche moderno que fica muito gostoso quando servido com o Pão de Caco.
- 7 Nível de dificuldade técnica para produzir o Pão de Caco.
- 8 Autoridade máxima que proibia a construção de fornos particulares em Portugal.
- 10 Ingrediente que entra na mistura tradicional para consumi-lo.

VERTICAIS

- 1 Tipo de panela na qual o Pão de Caco pode ser cozido atualmente.
- 2 ... de Caco – Nome pelo qual esse pão é conhecido.
- 4 Principal atributo cultural que mantém vivo o consumo dessa iguaria.
- 5 Equipamento de cozinha dispensável para produzi-lo.
- 9 Porto... – Ilha do Arquipélago da Madeira onde nasceu o Pão de Caco.

CAÇA-PALAVRAS

Refrigeração em padarias

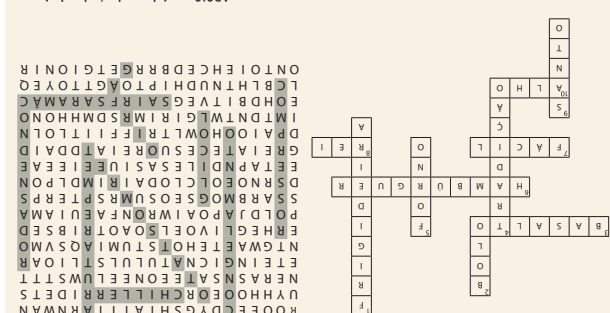
As palavras deste jogo estão escondidas na horizontal, vertical e diagonal, com palavras ao contrário.

R O O E E C D Y G S H T A T I T A R N W A N
 U Y H H O O E O R C H I L L E R R I D E T S
 N E R A S N S A T E E O N E E L U W S T T T
 E T E I N G I C N A T U L U L S T L I O A R
 N T G W A E T E H O T S T U M I A Q S V M O
 E R H E G L I V O E L S O A O T R I B S E D
 P O L D J A P O A I W R O N F A E U I A M A
 S S A R B M O G S E O S U M R S P T E R P S
 D S R N O E O L C L O D A I R I M D L P O N
 E E T A P N D I L E S A S I U E E I E E A E
 G R E I A T E C E S U O R E I A T D D A I D
 D P A I O O H O W L T R I F F I I T L O L N
 I M T D N T W L G I R I M R S D M H H O N O
 E O H D B I T V E G S A I R F S A R A M Â C
 L C B L H T N U D H I P T O Á G T T O Y E Q
 O N T O I E H C E D B R R G E T G I O N I R

CÂMARAS FRIAS
 CHILLER
 COMPRESSOR
 CONDENSADOR
 CONGELAMENTO

FRIO
 GÁS
 GLICOL
 TEMPERATURA
 TERMOSTATO

AP010:genitol.com.br / educolorfr.com



SOLUÇÕES...

GUIA DE FORNECEDORES

MANTENEDORES DO SAMPAPÃO

Anaconda Industrial e Agrícola de Cereais
 Fone: (11) 3769-1200

Aurora Alimentos
 Fone: (11) 3048-2288

Bunge Alimentos
 Fone: (11) 3914-0000

Correcta Indústria e Comércio
 Fone: (11) 3718-6400

Emulzint Zeelandia
 Fone: (11) 2152-6800

Estrella Galícia Brasil
 Fone: (11) 2368-5876

Frigorífico Marba
 Fone: (11) 4176-7000

Ireks do Brasil
 Fone: (42) 3625-8448

Kibon
 Fone: (11) 3703-7675

Moinho Pacífico Indústria e Comércio
 Fone: (11) 3914-0475

Moinho Santa Clara
 Fone: (11) 4223-4277

Ocrim Produtos Alimentícios
 Fone: (11) 3718-6300

Seara
 Fone: (11) 3144-4000

Souza Cruz
 Fones: (21) 3747-4300/4899
 (21) 3849-9000/9899

Xodó de Minas
 Fone: (31) 3364-4089

IMPORTANTE: O SAMPAPÃO não se responsabiliza pelos serviços prestados pelos fornecedores listados nesta seção do JORNAL SAMPAPÃO.

JUNTE-SE
 A NÓS!

FALE COM A GENTE!

Você é muito importante para nós! Por isso, interaja com o JORNAL SAMPAPÃO – um jornal feito por panificadores, para panificadores –, enviando-nos comentários e sugestões. E participe dos eventos e atividades do SAMPAPÃO, porque unidos somos mais fortes!!!

ACESSO DIRETO



Aponte a câmera de seu celular para os QR CODES ao lado e navegue pelos canais online do SAMPAPÃO!



SITE DO
 SAMPAPÃO &
 ESCOLA IDPC



TV SAMPAPÃO
 NO YOUTUBE



SAMPAPÃO
 NO FACEBOOK



SAMPAPÃO
 NO INSTAGRAM



ESCOLA IDPC
 NO FACEBOOK



ESCOLA IDPC
 NO INSTAGRAM