



# JORNAL SAMPAPÃO

SITE DO SAMPAPÃO



JORNAL SAMPAPÃO – ANO 3 / Nº 28  
REVISTA IPC – ANO 86 / Nº 860

## PRÊMIO SAMPAPÃO DE JORNALISMO

A HOMENAGEM À IMPRENSA, SEMPRE PARCEIRA DA PANIFICAÇÃO [PÁGS. 6 E 7]

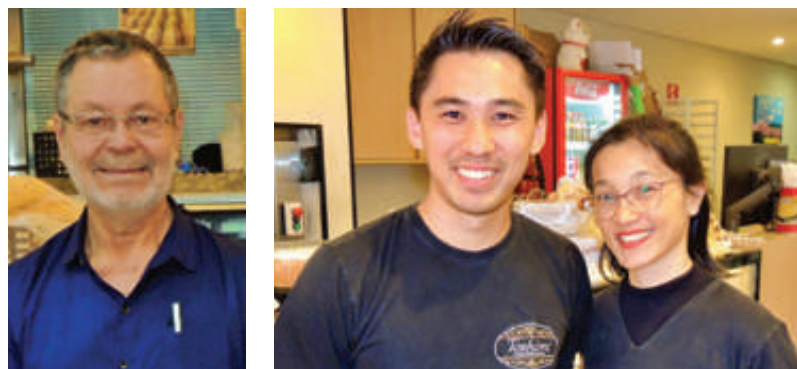


Tadeu Sakagawa

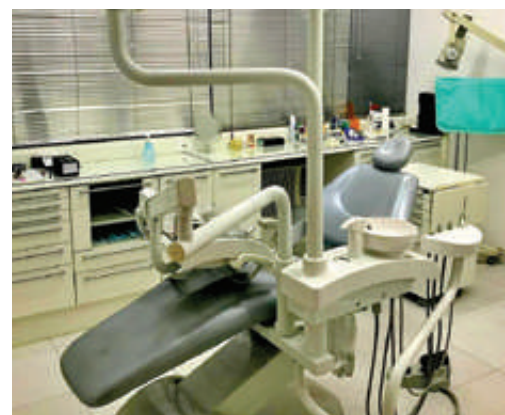
### PADARIAS EM DESTAQUE



Fotos: Tadeu Sakagawa



INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE E ATUALIZAÇÃO: DIFERENCIAIS QUE FAZEM O SUCESSO DE 4 ASSOCIADAS DO SAMPAPÃO [PÁGS. DE 8 A 11]



### PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

O CONSULTÓRIO ODONTOLÓGICO DO SAMPAPÃO ESTÁ À SUA INTEIRA DISPOSIÇÃO! [PÁG. 14]

SAMPAPÃO

### APERFEIÇOAMENTO PROFISSIONAL

SERVIÇOS, MULTIPLICAÇÃO DE CONHECIMENTOS, RECEITAS E DICAS DE NUTRIÇÃO DA ESCOLA IDPC PARA O VERÃO [PÁGS. DE 15 A 21]

Tadeu Sakagawa



E MAIS!

MENSAGENS DOS LEITORES • FIQUEM LIGADOS! • EM AÇÃO • MARKETING • GESTÃO • CURIOSIDADES DO PÃO

## COMO MOTIVAR A EQUIPE DA PADARIA

**P** Em nosso ramo, temos problemas recorrentes com a retenção de mão de obra. Como manter nossas equipes motivadas para evitá-lo?

**THIAGO AMORIM DIAS FERREIRA – PADARIA E CONFEITARIA D'FOFINHOS – JARDIM MARINGÁ – SÃO PAULO/SP**

**R** Para responder a sua pergunta, Thiago, nada melhor do que ouvir o que dizem alguns especialistas em gestão de pessoas. E as primeiras dicas que eles nos dão são: criar um ambiente positivo, por meio comunicação aberta dentro da padaria, investir em treinamento constante e reconhecer o bom trabalho com o estabelecimento de metas claras e recompensas, focando na valorização individual e coletiva dos funcionários, a fim de aumentar o engajamento e a produtividade. Uma forma eficiente para fazer isso é manter reuniões frequentes com a equipe, para alinhar expectativas e ouvir o que os funcionários têm a dizer, uma vez que eles são a linha de frente da padaria. Manter um diálogo transparente com eles, além de demonstrar que cada um é parte efetiva do negócio, os incentiva a darem ideias e *feedbacks* importantes que, sem dúvida alguma, podem auxiliar os panificadores a definir metas realistas e estratégicas a serem atingidas. Fazendo isso, a probabilidade de sucesso da padaria, assim como a da motivação de suas equipes, aumenta exponencialmente.

## O SAMPAPÃO SEMPRE AO SEU LADO

**P** Muitas vezes os donos de padarias de pequeno e médio portes se sentem sozinhos na condução de seus negócios, sem saber como agir diante dos desafios do dia a dia. Como o SAMPAPÃO pode ajudá-los nesse sentido?

**JOSÉ EDVILSON GOMES DOS SANTOS – PANIFICADORA OLIVETANOS – VILA ESPERANÇA – SÃO PAULO/SP**

**R** De muitas formas, Edvilson! De saída, uma dica é participar das reuniões semanais do SAMPAPÃO, realizadas às terças-feiras, que proporcionam discussões positivas para enfrentar esses desafios. Em especial nas terceiras terças-feiras do mês, acontece o "Bate-papo entre Panificadores", no qual você pode expor suas questões sobre qualquer assunto, e ouvir experiências, sugestões e ideias dos outros participantes para resolver esses problemas. Já na última terça-feira do mês, participe do "Ciclo de Palestras" do SAMPAPÃO, que sempre traz um convidado para falar de temas estratégicos ligados ao nosso setor. E aproveite para ler nas páginas desta edição do nosso Jornal como agendar uma visita técnica dos professores da Escola IDPC à sua padaria, um serviço gratuito para os associados do SAMPAPÃO, que, a partir de uma análise criteriosa, permite corrigir falhas, e assim turbinar os negócios da sua casa.

### ENVIEM SUAS MENSAGENS PARA A GENTE!

**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](mailto:jornal@sindipan.org.br)

## DIRETORIAS



**SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO – SINDIPAN**  
GESTÃO 2025-2029

**CARGOS EFETIVOS**  
**PRESIDENTE**

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

**VICE-PRESIDENTES**

Luis Severiano Pereira Ferreira e José Marcos Reis

**DIRETORIA ADMINISTRATIVA**

Noé Coutinho Rodrigues e Sérgio Luiz Bacelo Amorim

**DIRETORIA FINANCEIRA**

Delcino Pedro dos Santos e José Ricardo de Caires

**DIRETORIA SOCIAL**

Marcelo da Costa Fernandes

**DIRETORIA TÉCNICA**

Rodrigo Santana Lopes Chaluppe

**DIRETORIA DE PATRIMÔNIO**

Carlos Gonçalves Teixeira

**DIRETORIA DE MARKETING**

Wagner Vale Ferreira

**DIRETORIA CULTURAL**

José Borges Pereira

**SUPLENTE DA DIRETORIA**

Alfredo Carreira dos Santos, Andreia Roldão Perestrelo, Fabio Vasques, José Edvilson Gomes dos Santos, Raimundo Nonato Andrade Silva, Milton Guedes de Oliveira, Vitor Soares Lopes Mendes, Waldomiro Gomes da Rocha, Rodrigo Clua Beltrão de Holanda, Luciano Halada de Carvalho, Gustavo Guimarães Fernandes e Alessandra Rodrigues de Carvalho

**CONSELHO CONSULTIVO**

Jair Marchini

**CONSELHO FISCAL**

Paulo Alexandre Pereira Ferreira, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Antonio Portugal da Silva, Simone Casselhas Giannini, Rubens Casselhas Junior e Alisson Fernando Perregil Silva Lopes



**ASSOCIAÇÃO DOS INDUSTRIAIS DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO – AIPAN**  
GESTÃO 2025-2029

**CARGOS EFETIVOS:**

**PRESIDENTE**

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

**VICE-PRESIDENTES**

Carlos Elias Gonçalves Perregil e João Diogo

**DIRETORIA ADMINISTRATIVA**

Hermínio Alonso Bernardo e Sidney da Silva

**DIRETORIA FINANCEIRA**

Eduardo Augusto Bravo Gamboa e Antonio Manuel Teixeira Martins

**DIRETOR SOCIAL**

João Lucas Dias Gonçalves

**DIRETOR TÉCNICO**

Matheus Silvério Bernardo

**DIRETOR DE PATRIMÔNIO**

Antonio Valter de Almeida Ribeiro

**DIRETOR DE MARKETING**

Fábio de Oliveira Moreira

**DIRETOR CULTURAL**

Julio Cesar Dinis

**SUPLENTE DA DIRETORIA**

Said Aurabi, Antonio Baltazar Rodrigues do Vale, Manuel Amandio Gonçalves Baptista, Eduardo José Manuel Machado, Fabio Roberto Mota, Basilio Fernandes Bastos, Carlos Alberto Cardoso Pedro, João Der Torossian Junior, Armentio Soares Ferreira, Francisca Vieira do Nascimento, Leonardo Duarte Agostinho e Raimundo Otaviano Soares

**CONSELHO FISCAL**

Custódio dos Santos Rodrigues do Vale, Kleber D Oliveira, Benedito Francisco Senise, Ronaldo Amaro Macarrão e Pedro Paulo Sobrinho

**CONSELHO CONSULTIVO**

Antero José Pereira



**FUNDIPAN**

**FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA – FUNDIPAN**  
GESTÃO 2025-2029

**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

**PRESIDENTE**

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

**VICE-PRESIDENTE**

Carlos Elias Gonçalves Perregil

**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Armênio Soares Ferreira, Hermínio Alonso Bernardo, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Luis Severiano Pereira Ferreira, Julio Cesar Dinis, Wagner Vale Ferreira, José Marcos Reis, Alfredo Carreira dos Santos e Delcino Pedro dos Santos

**CONSELHO CONSULTIVO**

Sidney da Silva, João Lucas Dias Gonçalves, Eduardo Augusto Bravo Gamboa, Fabio Roberto Mota, Christian Mattar Saigh, Paulo Alfonso Meneguelli, Luis Evanildo Tenório Farias, Noé Coutinho Rodrigues, José Ricardo Caires, Carlos Gonçalves Teixeira, Valdeir Antônio de Jesus, Eduardo José Manuel Machado, José Borges Pereira e Antonio Manuel Teixeira Martins

**CONSELHO FISCAL**

Pedro Paulo Sobrinho, Antonio Portugal da Silva, Matheus Silvério Bernardo, João Diogo, Pedro Paulo Sobrinho, Sérgio Luiz Bacelo Amorim, Ronaldo Amaro Macarrão e Sergio Luiz Bacelo Amorim

**DIRETOR EXECUTIVO**

Rodrigo Santana Lopes Chaluppe

**TESOUREIRO**

Carlos Gonçalves Teixeira

**SECRETÁRIO**

Marcelo da Costa Fernandes



**IDPC**

**INSTITUTO DO DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA – IDPC**  
GESTÃO 2025-2029

**PRESIDENTE**

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves

**VICE-PRESIDENTE**

Luis Severiano Pereira Ferreira

**DIRETORIA FINANCEIRA**

Delcino Pedro dos Santos

**SECRETÁRIO**

Armênio Soares Ferreira

**SUPLENTE**

Eduardo Augusto Bravo Gamboa

**CONSELHO FISCAL**

Paulo Alexandre Pereira Ferreira, Pedro Paulo Sobrinho, Simone Casselhas Giannini, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Rubens Casselhas Junior e Antonio Portugal da Silva

**CONSELHO GESTOR**

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves, Luis Severiano Pereira Ferreira, José Marcos Reis, Carlos Elias Gonçalves Perregil, João Diogo, Delcino Pedro dos Santos, José Ricardo de Caires, Eduardo Augusto Bravo Gamboa, Antonio Manuel Teixeira Martins, Noé Coutinho Rodrigues, Sergio Luiz Bacelo Amorim, Hermínio Alonso Bernardo, Sidney da Silva, Rodrigo Santana Lopes Chaluppe, Matheus Silvério Bernardo, Alfredo Carreira dos Santos e Antero José Pereira

**DEPARTAMENTO JURÍDICO**

**ÁREA TRABALHISTA**

**ATENDIMENTO:** de segunda a sexta-feira, das 16h00 às 18h00

Dr. Marcelo Ramos de Andrade –  
Chefe de Departamento

Dra. Miriam Liviero – Advogada

**DEPARTAMENTO JURÍDICO CÍVEL, CRIMINAL E TRIBUTÁRIO**

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

**ATENDIMENTO:** de segunda a sexta-feira, das 9h00 às 17h00

Dr. Julio Cezar Nabas Ribeiro – Advogado

**HIGIENE E SEGURANÇA NO TRABALHO:**  
Veiga Saúde Ocupacional

**MEDICINA DO TRABALHO:**

Veiga Saúde Ocupacional

**CONSULTÓRIO ODONTOLÓGICO:**

Dr. Armênio Soares Ferreira Jr.

**ASSESSORIA DE IMPRENSA:**

Matheus Fragata

**REGISTRO DE MARCAS E PATENTES:**

Focus Marcas e Patentes – Osvaldo Pelosi

# Nascemos para VENCER!

Sem dúvida alguma, 2025 foi um ano marcado por grandes desafios para a economia brasileira. Contudo – e acima de tudo –, também foi um ano marcado por uma notável capacidade de adaptação e crescimento para o setor de panificação e confeitaria. Em outras palavras, de forte consolidação da nossa presença em um mercado cada vez mais competitivo, com um consumidor cada vez mais exigente, mas que com a força da nossa união figurou como um cenário mais fácil de transitar.

Olhando para frente, para 2026, o cenário se desenha com novas oportunidades e a necessidade contínua de agilidade. Espera-se que o setor continue sua trajetória de expansão, com projeções

de atingir um faturamento ainda maior. No entanto, enfrentaremos ventos contrários, como a flutuação de preços de matérias-primas – por exemplo, a farinha de trigo e o café –, impactados pelo câmbio e condições climáticas, além daquele antigo problema da persistente escassez de mão de obra qualificada.

Assim, para prosperar nesse ambiente, a chave continuará a ser investir em inovação, e transformar as nossas lojas em espaços cada vez mais acolhedores para nossos clientes. E se você não tem um projeto de reforma em vista, há sempre uma forma de melhorar, diversificando sua oferta de produtos, fazendo promoções, reformulando o *layout* de sua casa e

cuidando do visual do negócio, que, como eu sempre enfatizo, é algo que pode ser feito apenas com um pouco de água e sabão, para que quem entrar nela se sinta sempre na extensão da sua própria residência, e titulando-a sempre como a “minha padaria”.

Nessa trajetória, algumas tendências cruciais que nortearão nosso caminho este ano incluem colocar foco na saúde e no bem-estar, valorizar a experiência do consumidor e, ainda, apostar cada vez mais na tecnologia e na transformação digital, bem como no aperfeiçoamento de nossa mão de obra pela via do treinamento constante. Afinal, o futuro do nosso setor continua fazer a intersecção entre



**Rui Manuel Rodrigues Gonçalves**  
Presidente do SAMPAPÃO

a tradição que nos sustenta e a inovação que nos impulsiona. E conte sempre com a gente aqui no SAMPAPÃO para trabalhar incansavelmente junto com você para nos mantermos fortes, unidos e preparados para os desafios e oportunidades que virão. Então, FELIZ 2026!

## FIQUEM LIGADOS!



### SAUDABILIDADE EM ALTA

O comportamento dos consumidores brasileiros continua mudando de forma cada vez mais aparente. A busca por qualidade de vida, impulsionada por uma maior conscientização sobre saúde e bem-estar, tem moldado novas escolhas na alimentação, no consumo de bebidas e na rotina de exercícios físicos. É o que revela a recente pesquisa “Alimentação Hoje: A Visão do Consumidor”, realizada pela consultoria de *foodservice* GALUNION, apontando que 46% deles cuidam mais da saúde por meio de dietas específicas, 45% praticam mais atividades físicas, e 39% consomem bebidas alcoólicas com menor regularidade.

### Hiperfoco no bem-estar

O estresse elevado e, conseqüentemente, a busca por uma vida mais tranquila e “natural” aparecem fortes também no relatório “Principais Tendências Globais de Consumo para 2026”, divulgado pela empresa de análise de dados Euromonitor. De acordo com o documento, o desejo pelo conforto e por coisas mais simples em um contexto global muito volátil ganha importância. Assim, os resultados do estudo revelam um hiperfoco no bem-estar, desejo por embasamento científico nas mercadorias adquiridas e aceitação. E metade dos consumidores ouvidos manifestou o desejo por produtos e serviços feitos sob medida para eles.



# SAMPAPÃO: SEMPRE TRABALHANDO PARA O CRESCIMENTO DA PANIFICAÇÃO

## PATRIMÔNIO CULTURAL DE SAMPA

No dia 23 de janeiro, o presidente Rui Gonçalves, acompanhado por representantes do SAMPAPÃO, esteve presente ao lançamento da exposição “Padarias paulistanas: onde você se sente em casa”, promovida pela Bunge no Metrô-SP, sendo recepcionados pela equipe da empresa, que é parceira das entidades e mantenedora da Escola IDPC. A mostra, que faz parte das comemorações dos 472 anos de São Paulo, tem como objetivo celebrar e difundir a importância das padarias no universo cultural da cidade, estará aberta à visita gratuita do público até 24 de fevereiro na estação do Metrô República, e até 24 de março na estação do Metrô Paraíso.



## CONVENÇÃO DA ABIP EM NATAL

A 81ª Convenção Nacional da ABIP e a 7ª edição do seminário “ABIP pelo Brasil” reuniram em Natal/RN grandes lideranças da panificação brasileira nos dias 26 e 28 de novembro, promovendo debates estratégicos, troca de experiências e novas perspectivas para o desenvolvimento do setor. O presidente do SAMPAPÃO Rui Gonçalves, acompanhado da diretoria do SAMPAPÃO, esteve presente no encontro, fortalecendo a representação da panificação paulista e estreitando o relacionamento com entidades de todo o país. Na ocasião também foi realizada a eleição da nova Diretoria da ABIP para o triênio 2026-2029, na qual Rui foi escolhido para ocupar o cargo de segundo vice-presidente.

## TENDÊNCIAS EM PAUTA

Em novembro, o presidente Rui Gonçalves e as Diretorias do SAMPAPÃO participaram do encontro promovido pela AIPESP e pela AIPAN-ABC, que contou com visitas às padarias Kennedy e Charlot de São Bernardo do Campo, e visita à Escola SENAI Almirante Tamandaré (foto de cima), idealizado para fortalecer a troca de experiências e boas práticas do setor. Já em dezembro, um grupo de diretores do SAMPAPÃO marcou presença no “Encontro de Negócios e Tendências na Panificação e *Foodservice*”, promovido pela AIPESP e pela APAN Jundiaí (foto de baixo), que abriu acesso a conteúdos estratégicos e conversas sobre inovação, gestão, produtos, processos e caminhos para fortalecer a competitividade na panificação.





SAMPAPÃO

### SONHOS QUE VIRAM REALIDADE

No dia 7 de novembro, a Escola IDPC teve a alegria de receber um grupo muito especial do Hospital AC Camargo, participantes do Projeto Dona Carolina Tamandaré, composto por jovens que superaram o câncer, que sonham em se inserir no mercado de trabalho e que hoje vivem uma experiência inspiradora na nossa escola. Eles participaram de uma oficina de *macarons* e pães para lanche, descobrindo novas possibilidades.

### JANTAR DE CONFRATERNIZAÇÃO

No dia 12 de dezembro, o SAMPAPÃO promoveu em sua sede o seu já tradicional Jantar de Confraternização de Final de Ano. Foi um momento no qual os diretores das entidades e suas famílias puderam festejar com os amigos as muitas conquistas de 2025.



Marcus Frediani

# Fiscalização não avisa. Multa não perdoa. Padaria fechada não fatura!

**PREFEITURA**  
Licenças e Alvarás

**PREFEITURA**  
Aprovações, Regularizações e Reformas

**Corpo de Bombeiros**

**Vigilância Sanitária**

**Acessibilidade**

**Alvarás para Mesas e Cadeiras**

Conheça nossos benefícios exclusivos para associados AIPAN e SINDIPAN



REGULARIZE AGORA:

**11 2099-2020**  
Atendimento Especializado para Padarias





Fotos: Tadeu Sakagawa

**HOMENAGEM AO TALENTO.** Os vencedores do PRÊMIO SAMPAPÃO DE JORNALISMO 2025 com Rui Gonçalves.

# Uma sincera homenagem aos PROFISSIONAIS DA IMPRENSA

Ética, apuração rigorosa, objetividade, clareza, pensamento crítico e adaptação às mídias direcionadas ao seu público. Somados ao talento e à criatividade, esses são os principais atributos do Jornalismo, visando a informar as pessoas de forma precisa e relevante, e gerar nelas o pensamento crítico sobre a realidade que as cerca.

Para reconhecer esse esforço, notadamente no que diz respeito à importante contribuição da Imprensa ao setor de panificação e confeitaria, no dia 2 de dezembro, foram conhecidos os vencedores PRÊMIO SAMPAPÃO DE JORNALISMO 2025. A cerimônia de entrega das distinções e homenagens da 17ª edição do concurso aconteceu no



**RUI.** O Prêmio é uma singela retribuição àqueles que dão voz ao setor de panificação e confeitaria.



**AUDITÓRIO.** A cerimônia de entrega dos prêmios foi prestigiada por jornalistas e panificadores.

auditório do prédio-sede das entidades, com a participação dos profissionais da mídia, e prestigiada por um grande número de panificadores.

Abrindo a cerimônia, Matheus Fragata, assessor de Imprensa do SAMPAPÃO, agradeceu a participação e a presença de todos, lembrando carinhosamente de sua mãe, Dorotéia Fragata,

que por mais de 20 anos manteve a parceria de comunicação entre as entidades e os jornalistas, responsável direta pela idealização do Prêmio, e que infelizmente faleceu no início do ano de 2025, deixando como herança para o filho a tarefa de manter acesa, com o mesmo empenho e dedicação, a chama dessa homenagem tão importante aos

profissionais da mídia. Na sequência, em seu pronunciamento, Rui Gonçalves, presidente do SAMPAPÃO, fez questão de reforçar essa intensa conexão, salientando que o Prêmio representa uma singela, mas sincera homenagem em reconhecimento para valorizar os profissionais de Imprensa, que sempre amplificam a voz e o trabalho dos empresários do setor da panificação e confeitaria

bem como por um membro do Marketing e dois diretores das entidades, bem como por um representante da sua Assessoria de Imprensa, e também cinco jornalistas que residem e desenvolvem suas atividades no estado de São Paulo, sem reportagens inscritas no concurso. E como nas edições anteriores, os prêmios para os vencedores de cada uma dessas categorias foram uma viagem a Paris



**MATHEUS. Levando em frente o ideal de sua mãe, Dorotéia Fragata, de conectar o SAMPAPÃO com a Imprensa.**

paulista. “Embora estejamos aqui para revelar os vencedores desse concurso, faço questão de registrar que, para nós, todos vocês são vitoriosos, em função da excelência e da qualidade da missão que desempenham”, fez questão de enfatizar.

**ENTREGA DOS PRÊMIOS**

Depois dessa introdução, teve início o tão esperado e emocionante momento do anúncio dos premiados do concurso que, nesta edição, contou com 45 reportagens com conteúdo de altíssima qualidade, inscritas em três categorias: “Mídia Internet/Imprensa”, Mídia “Rádio” e “Mídia TV”. Todos eles foram submetidos à análise de nove jurados, indicados e aprovados pelas Diretorias do SAMPAPÃO, formado por um membro do Marketing e dois diretores das entidades,

para os primeiros colocados; uma viagem para Lisboa para os segundos; e uma viagem para qualquer capital da América Latina, à escolha dos vencedores, para os terceiros. Além disso, cada um deles recebeu valores em dinheiro para cobertura de despesas de hospedagem e gastos pessoais em seus destinos: respectivamente, € 1.500, € 1.000 e US\$ 500. E a comemoração continuou com muita alegria e animação, com a realização de um grande coquetel, com delícias servidas no salão de recepção do prédio do SAMPAPÃO, preparadas especialmente para a ocasião pela equipe da Escola IDPC, deixando em todos um gostinho de “quero mais”, com a abertura, já nos próximos meses, das inscrições para o PRÊMIO SAMPAPÃO DE JORNALISMO 2026!

**CONHEÇA O VENCEDORES DO PRÊMIO SAMPAPÃO DE JORNALISMO 2025!**

**CATEGORIA “MÍDIA INERINTERNET/IMPRESSA”**



- 1º Lugar: João Prata**  
**Veículo:** Estadão  
**Reportagem:** “O que faz uma padaria ser a cara de São Paulo”
- 2º Lugar: Marina Monteiro Marques**  
**Veículo:** Revista Claudia  
**Reportagem:** “Martoca: padaria em Pinheiros traz fornadas preparadas com brasilidade”
- 3º Lugar: Luciana Lancellotti Rodrigues**  
**Veículo:** Revista Unquiet  
**Reportagem:** “Pães do Oriente Médio”

**CATEGORIA “MÍDIA RÁDIO”**



- 1º Lugar: Carlos Alberto Maglio**  
**Veículo:** Web Rádio Câmara  
**Reportagem:** “Escassez de mão de obra leva padaria de SP a investir em robôs para atendimento”
- 2º Lugar: Guilherme Batista de Oliveira**  
**Veículo:** Rádio Bandeirantes  
**Reportagem:** “Dia Nacional do Pão Francês – São Paulo celebrou com promoções e histórias”
- 3º Lugar: Luiz Felipe de Mello Pereira Nunes**  
**Veículo:** Rádio Bandeirantes  
**Reportagem:** “Padarias sofrem com falta de mão de obra em SP”

**CATEGORIA “MÍDIA TV”**



- 1º Lugar: Adriana Cimino**  
**Veículo:** TV Cultura  
**Reportagem:** “Dia Mundial do Pão: brasileiro consome, em média, 30 quilos por ano, com destaque para o pão francês”
- 2º Lugar: Letícia Vidica Marques da Rosa**  
**Veículo:** Rede Globo  
**Reportagem:** “Cozinhas industriais e padarias são os maiores geradores de empregos no Brasil”
- 3º Lugar: Gustavo Pereira Lima**  
**Veículo:** TV Record  
**Reportagem:** “Melhor confeitiro das Américas aceita desafio, e cria bolo especial para o Balanço Geral”

# COMEÇANDO DE NOVO, “DE NOVO”

A Família Carvalho Panificadora é mais do que uma padaria: é um espaço onde o carinho e a tradição se encontram com o sabor autêntico do pão feito com cuidado. Localizada no Bom Retiro desde 1952, ela conquistou os moradores da região com seu atendimento acolhedor, produtos de alta qualidade e sempre frescos, além de um atendimento de primeira linha para oferecer uma experiência completa, do café da manhã ao lanche da tarde.

panificador José Dias Pedro e seu filho Carlos Alberto, antigos proprietários da Padaria CPL do bairro de Pinheiros, vendida por eles no ano passado.

“Chegamos à Família Carvalho em dezembro do ano passado, e encontramos a loja funcionando bem redondinha. Por isso, não mexemos nada no *layout* dela. Basicamente, sentimos a necessidade de fazer apenas algumas coisas na parte de manutenção e zeladoria do imóvel, fazendo ajust-



**SABEDORIA DE PAI PARA FILHO.**  
José e o filho Carlos, sempre dispostos a evoluir e a aprender mais na panificação.

Fotos: Tadeu Sakagawa



**AMBIENTE ACOLHEDOR.**  
Mais do que uma padaria, a Família Carvalho é um espaço onde o carinho e a tradição se encontram.

Inspirada nas padarias de bairro que aquecem a manhã com o cheiro de pão quente, desde a sua inauguração ela valoriza o preparo artesanal e aposta em ingredientes de qualidade para oferecer uma experiência completa, do café da manhã, passando pelo almoço e o lanche da tarde, até as pizzas e sopas à noite.

E a grande novidade é que desde o final de 2025 a casa está sob nova direção, tendo agora no comando o experiente

tes nas partes de equipamentos, na elétrica e na hidráulica, inclusive fazendo a troca do ar-condicionado da casa para melhor conforto dos clientes, além de estamos testando receitas novas de produtos”, explica José. “Contudo, com o objetivo de modernizá-la, mudamos o sistema de informática e automação, implantando terminais de atendimento nos caixas e balcões, bem como nas mesas, que agora passaram a ter atendimento

por celular. Já na parte de mão de obra, mantivemos alguns funcionários, e estamos agora na fase de montagem de uma nova equipe, algo que, acreditamos deverá estar solucionado em breve”, complementa Carlos.

## APRENDIZADO CONSTANTE

Com todos esses aperfeiçoamentos, considerados normais em tempos de transição de uma padaria, não resta a menor dúvida de que, sob nova direção, a Família Carvalho está destinada ao sucesso. E, para isso, conta de maneira excepcional a experiência adquirida no ramo de panificação por José Pedro. Quando chegou ao Brasil em 1963, vindo de Proença Nova, em Portugal, logo começou a trabalhar incansavelmente em um armazém de propriedade de seu tio na Vila Maria, transformado algum tempo depois em uma padaria.

Mas José queria mais. Assim, cinco anos depois, já ambientado no Brasil, montou com um amigo padeiro uma freguesia de pão e leite, na qual trabalhou duro para juntar economias, entrou na sociedade de sua primeira padaria

na Vila Maria. Depois disso, José não parou mais. Sempre ao lado de sócios fiéis, foi comprando e vendendo outras em lugares tais como Guarulhos, Jardim Japão, Penha, Liberdade e Mooca, até chegar à CPL de Pinheiros no ano de 2000, permanecendo nela por 25 anos, já contando com o suporte do filho Carlos, assim como ele, um apaixonado pela panificação.

“E o que também não parou ao longo de toda essa minha trajetória foi a vontade de me atualizar e de aprender sempre mais. Prova disso é que eu, minha mulher e mais três funcionários da Família Carvalho acabamos de concluir um curso de Massas Doces na Escola IDPC do SAM-PAPÃO. Se tem uma coisa que aprendi ao longo de minha vida é que conhecimento não ocupa espaço, e nos impulsiona a sermos sempre melhores naquilo que fazemos. Principalmente quando temos a força e a coragem de começar tudo de novo, como estamos fazendo agora aqui nesta nossa nova casa”, ensina com muita sabedoria o decano panificador.



**RAIMUNDO.**  
Uma trajetória de sucesso, baseada na vontade de aprender sempre e cada vez mais.



Fotos: Tadeu Sakagawa

**REFERÊNCIA DO BAIRRO.** Espaços bem distribuídos, produtos de alta qualidade e atendimento exemplar fazem o sucesso da Morry's.

# Um sonho que se tornou REALIDADE

Aos 17 anos, Raimundo Nonato Andrade Silva – hoje proprietário da Padaria Morry's, do bairro da Mooca – chegou a São Paulo no início de 1991, vindo do pequeno município de Mucambo, no Ceará, trazendo na mala o sonho de vencer na vida. E ele escolheu morar nesse tradicional bairro da Zona Leste da capital paulista, devido ao grande número de conterrâneos de sua cidade natal, que já moravam e mantinham negócios na região. Sem muito dinheiro no bolso, começou a percorrer a pé as ruas do bairro, parando em todas as padarias do trajeto, em busca de uma oportunidade de emprego. E esta felizmente logo surgiu na Panificadora Monte Líbano, do famoso Miro, que o contratou como balconista e ajudante de padeiro. Depois disso, iniciou um ciclo de idas e vindas alternando breves períodos entre o Ceará e São Paulo, trabalhando por aqui na Padaria Bragan-

ça, na Mooca, e na Rainha de Santo Amaro, no Largo 13, até finalmente chegar, em 1992, à Morry's, comandada na época pelo português Manuel Veloso Rodrigues, na qual permaneceu por 15 anos, atingindo o cargo de gerente.

## DE FUNCIONÁRIO A EMPREENDEDOR

E foi quando se deu o momento da virada, no qual Raimundo, que de funcionário de padaria, se transformou em empreendedor. “Saí da Morry's para montar uma lanchonete na Penha com meu irmão, tomando-me sócio-administrador no negócio. E, como sempre fui muito abençoado por Deus, deu muito certo: trabalhando duro, em apenas um ano já conseguimos multiplicar o faturamento mensal da casa. E depois dessa, eu e mais três sócios adquirimos outra lanchonete no Tatuapé”, conta, com compreensível orgulho.

Na sequência, a bênção divina se manifestou novamente, porque, reconhecendo a competência de Raimundo, em 2019, o Sr. Manuel Veloso resolveu vender a Morry's para ele, em uma sociedade formada com seu filho Raicki e um amigo, em condições absolutamente excepcionais. “Em um primeiro momento, foi algo desafiador por conta da pandemia da COVID-19, no qual, como todo mundo, atravessamos momentos difíceis. Mas, mesmo assim, continuamos firmes e, de lá para cá, já conseguimos triplicar o faturamento da casa”, comemora o panificador.

## O VALOR DAS AMIZADES SINCERAS

E agora, o momento dos empreendimentos de Raimundo é para lá de especial. Enquanto projeta a reforma da Morry's, para aprimorar sua loja e promover um serviço ainda melhor de atendimento aos clientes, ele acaba de inau-

gurar uma nova casa na Mooca: a Pão do Frei, em parceria com um dos gerentes e um amigo de seus tempos de funcionário da Morry's. Trata-se de uma casa pequena, mas muito aconchegante, com produtos de alta qualidade e atendimento exemplar, que Raimundo planeja ampliar no formato de rede própria, até atingir um total de dez lojas.

“Vai dar trabalho, a gente sabe. Mas neste estágio da minha vida, me sinto feliz por ter pessoas de confiança ao meu lado, amigos sinceros que, como professores, sempre me ensinaram, e continuam me ensinando muito, como é o caso do Delcino, da Chips; do Miro, da Monte Líbano; do Edvilson, da Olivetanos; e do Zé Borges, da Chego Lá!. E isso sem falar de todos os diretores do SAMPAPÃO. E quero reservar mais tempo para o convívio com eles, porque a vida, na verdade, não é só dinheiro: a amizade está acima de tudo!”, finaliza Raimundo, com um grande sorriso.

# Os CLIENTES MERECEM todo o NOSSO CARINHO



Fotos: Tadeu Sakagawa

**VALDEIR (AO CENTRO, DE PRETO) E PARTE DE SUA EQUIPE. Nosso maior patrimônio são os clientes. Por isso, a satisfação deles é tudo!**

Coragem, dedicação e capacidade de adaptação são características de todo empreendedor. Assim, já munido com essas ferramentas que a vida nos ensina precocemente, Valdeir Antonio de Jesus – hoje proprietário da Padaria Nova Satélite, do Jardim Grimaldi, desembarcou aos 17 anos em São Paulo, vindo de Montes Claros, Minas Gerais, com o objetivo de se tornar um metalúrgico. Porém, devido à dificuldade de encontrar emprego na área, o jeito foi se virar, e encontrou trabalho em uma lanchonete e, pouco depois, na Padaria Vera Lúcia, na Av. Cupecê, Zona Sul da capital paulista, como ajudante geral e balconista.

Com a experiência adquirida, na sequência, já em 1982, foi contratado como copeiro da hoje extinta Padaria Styllus, no bairro da Vila Campestre, então de propriedade dos irmãos Manuel e José Leal, no mesmo lugar onde atual-

mente fica a Padaria Salamanca. “Mas, sempre inquieto na procura de novas oportunidades, apesar de estar muito bem ali, até para realizar um sonho de meu pai, que queria ter um filho funcionário público, em 1982, resolvi prestar um concurso para escriturário no Banespa, e passei. Mas aí, veio um dilema: assim que recebi o telegrama me dando a boa notícia da admissão no banco, o Manuel me ofereceu o cargo de gerente na Styllus, e como eu já estava com a farinha na veia, resolvi aceitar. E quando escrevi uma carta para meu pai para informá-lo dessa minha opção, ele ficou bravo, e só faltou ele vir de Minas Gerais para São Paulo me bater”, brinca Valdeir.

## **MAIS DO QUE CLIENTES, AMIGOS DE VERDADE**

Sempre muito comunicativo, com o passar do tempo Valdeir fez muitos amigos na panifica-

ção. E um deles lhe fez uma proposta que considerou irrecusável para ser sócio da tradicional Padaria Nossa Senhora das Neves, na Av. Tiradentes, fundada em 1895. E ele, mais uma vez, encarou o desafio, e foi para lá, até que recebeu um novo convite do José Leal para ser sócio de uma padaria inaugurada em 1966, que ele, o Manuel e mais um sócio haviam acabado de comprar aqui no Jardim Grimaldi.

teve jeito: eu voltei, vendi minha parte na sociedade da Nossa Senhora das Neves, e comecei a tocar aqui a Nova Satélite, cuidando dela como meu segundo lar, onde tenho o prazer de todos os dias receber pessoas que, mais do que clientes, são amigos de verdade”, destaca ele. Assim, a Nova Satélite continua construindo sua linda e produtiva trajetória há 35 anos, dos quais quase dez, sob o coman-



**AMBIENTE AGRADÁVEL. Em qualquer hora do dia, uma visita à Nova Satélite sempre vale a pena.**

“O Zé ia casar e fazer uma viagem com a esposa, e ficou uns três meses fora. E aí, quando ele voltou, um dia antes do Natal de 1991, e ele, desesperado para falar comigo, ligou para o telefone da minha irmã lá em Minas, para onde eu tinha ido visitar meus pais, e me deu um xeque-mate, dizendo: ‘Volta pra São Paulo com urgência, que nossa nova padaria está te esperando, Valdeir! Já comprei até a passagem de avião pra você!’ Aí, não

do exclusivo de Valdeir, após a compra das partes dos outros sócios. E o toque pessoal dele se faz sentir nos mais variados aspectos, desde a qualidade e variedade da oferta de pães, dos bolos, doces e salgados de sua copa, todos absolutamente deliciosos. “E isso tudo produzido com ingredientes de primeira linha, porque nossos clientes, que são muito exigentes, merecem sempre um carinho muito especial”, registra contente.

# UM OÁSIS DE SABOR E RELAX

Tudo começou de maneira despretensiosa quando, a confeitaria de mão cheia Tereza Shimabukuro, recém-separada do ex-marido, resolveu fazer bolos em casa para gerar uma pequena renda. E seu filho Diogo Minoru Uezu, que na época trabalhava na área de meio ambiente de uma empresa, decidiu ajudá-la na tarefa. Só que o número de pedidos que ela passou a receber começaram a crescer exponencialmente, o que acabou por animá-la a abrir uma pequena confeitaria em 2012, na Vila Bertioga, na Mooca, onde ela, já acompanhada por Diogo, já fora do escritório em que trabalhava, e pela filha Patrícia Tomoko Uezu, permaneceram por 12 anos, até que, em meados de 2024, motivados pelo sucesso da casa, decidiram mudar de endereço, para ocupar um espaço bem maior no mesmo bairro, no qual a Toshimi Doces Finos se encontra hoje.

E foi assim que a Toshimi Doces Finos passou a ser um ponto de frequência obrigatória não só dos moradores da Vila Bertioga, como também de clientes de outras regiões da capital paulista, que chegam diariamente à confeitaria ávidos para apreciar suas delícias – não só doces e bolos, como também salgados carinhosamente preparados de maneira artesanal – muitas vezes para fazer uma pausa na estressante correria da cidade, e aproveitar para curtir momentos especiais em um ambiente tranquilo e relaxante, cuidadosamente projetado com uma decoração *clean* de estilo oriental.

“Nossa loja é totalmente familiar e tradicional. E isso já a partir do nome que escolhemos para ela, que, diz respeito à tradição *nikkey* de batizar nipo-brasileiros com um nome duplo, um em português e outro em japonês. Assim, ‘Toshimi’, vem da junção das sílabas iniciais ‘To’, de minha irmã; ‘Shi’, de minha mãe; e ‘Mi’, do meu nome”; explica Diogo.

## COMPARTILHANDO ALEGRIA

E a tradicionalidade da Toshimi também se reflete em sua oferta de produtos, na parte da confeitaria formada quase que essencialmente por doces clássicos, daquele tipo que desperta memórias afetivas nos clientes, deixando aquele “gostinho de quero mais”. Mas, ela inclui também releituras desses produtos, todas sempre bem equilibradas quanto à suavidade e ao equilíbrio de açúcar, como é o caso do Bolo *Chiffon* de Laranja, com receita exclusiva criada pela Dona Tereza nos tempos em que ela fazia bolos em casa.

Assim, suas vitrines para lá de cativantes reúnem sempre itens fresquinhos, fabricados no dia, dentro de uma escala pré-estudada de comercialização, que vão desde Bolo de Leite Ninho – o campeão absoluto de vendas da confeitaria, juntamente com suas Coxinhas de Frango com Catupiry, na parte de salgaderia –, às Tortas Holandesas e *Cheesecakes*, vendidos também em fatias ou unidades, além de clássicos como Pudins de Leite e Manjares de Coco, e doces como Brigadeiros e Beiji-



Fotos: Tadeu Sakagawa

**DIOGO E PATRÍCIA.** Atendendo aos clientes e amigos da Toshimi sempre com a simpatia, educação e cortesia orientais.



**AMBIENTE RELAXANTE.** Projeto arquitetônico e decoração *clean* garantem uma experiência diferenciada aos frequentadores da casa.

nhos, notadamente para o atendimento de festas, como aniversários, casamentos e outros eventos especiais.

E, além do sabor dos produtos, na Toshimi a simpatia, educação e cortesia orientais também se traduzem no atendimento impecável aos seus clientes, o que representa um diferencial importantíssimo para seu público sempre crescente. E isso é motivo de satisfação especial para os proprietários da casa, porque

todos os frequentadores dela são praticamente membros de uma grande família. “Tratamos a maioria deles pelo nome, e é uma enorme alegria vermos todo dia entrarem aqui pessoas que vinham à confeitaria como crianças acompanhadas por seus pais e, hoje, fazem o mesmo trazendo seus filhos para cá, a fim de, juntos, compartilharem momentos de alegria e, literalmente, doces”, conclui Diogo, com grande satisfação.



hummm... tem *queijo* mesmo!

# Nosso mais novo parceiro, Padaria Portugalia




Que aceitou o nosso desafio para aumentar as vendas de 30% a 50% em no máximo 60 dias.

Senhor Rui (proprietário e presidente Sampa Pão), que acreditou que, por meio do nosso trabalho de degustação, iremos aumentar e fidelizar ainda mais os seus clientes. Agradecemos a parceria e confiança no Pedacinho do Sol.

Quer se tornar um parceiro também?

Agende uma visita!

(11) 9 6305-8465 - Gill 

Rui ( Proprietário da Padaria Portugalia e presidente do SAMPAPÃO)  
Gil ( vendedor Pedacinho do Sol)  
Simone (Marketing Pedacinho do Sol)



# Padaria Pirituba

## De cara nova!

A padaria Pirituba, com suas portas abertas desde 1984, passou recentemente por uma grande reforma. Acreditam que seus clientes merecem conforto e aconchego. Pensando nisso, desde sua reinauguração estão trabalhando com a Pedacinho do Sol, oferecendo o que há de melhor! Apostou no pão de queijo cremoso da Canastra, nosso mais novo sucesso de vendas.

Desde então, aos finais de semana, fazemos degustações para os seus clientes.

Diego (Gerente) já percebeu que, desde novembro de 2025, suas vendas já aumentaram. Seus clientes estão muito apaixonados pelo nosso produto.

Jaciel (gerente) diz que o pão de queijo da Canastra é viciante, come um e quer comer vários, pois ele é muito cremoso, macio, suave, leve e tem o verdadeiro sabor do queijo da Canastra.



Jaciel (Gerente)  
Jéssica (Marketing)  
Gill (Vendedor)



Diego (Gerente geral)  
Gerusa (Gerente)  
Jaciel (Gerente)  
Gill (Vendedor)



# O SAMPAPÃO AJUDANDO A DEIXAR O SEU SORRISO AINDA MAIS BONITO

Todo mundo sabe que a saúde bucal é parte integrante e inseparável da saúde geral do nosso organismo, promovendo bem-estar e autoestima. Assim, sempre pensando na qualidade de vida dos panificadores, entre os múltiplos benefícios oferecidos pelo SAMPAPÃO estão os serviços de Odontologia, que funcionam dentro de um sistema exclusivo e de condições especiais de atendimento para os associados do SAMPAPÃO inscritos nos contratos sociais das padarias e confeitarias – incluindo seus dependentes –, sempre com rapidez, praticidade e conveniência.

E vale ressaltar que muitos são 100% gratuitos, como é o caso de cirurgias para extração de dentes anteriores – também chamados de “da frente”, como incisivos e caninos, assim como limpezas e raspagens, na parte de periodontia.

Já outros, são acessíveis a preços bastante inferiores aos praticados no mercado, basicamente para cobrir os custos dos materiais utilizados, que podem ser pagos parcelados no cartão de crédito. É o caso das restaurações dos dentes posteriores – ou seja, “de trás”, como pré-molares e molares –, feitas em re-

sina, bem como da extração de dentes do siso, e de tratamentos de canal, que são realizados de forma instrumental, com motor e limas descartáveis, em muitos casos em apenas uma sessão de duas horas.

E o mesmo acontece na área de próteses, com a instalação de implantes dentários. “Fazemos o orçamento para o paciente, cujo valor pode ser parcelado no cartão de crédito em oito vezes ou mais, dependendo do valor deles, contando ainda com um desconto no serviço do laboratório com o qual mantemos um acordo, que também pode ser pago em até 6 parcelas no cartão”, explica o Dr. Armênio Ferreira, cirurgião dentista formado pela USP, com especialização em implantologia e reabilitação oral, com 37 anos de experiência na profissão.

## SERVIÇOS EXTENSÍVEIS

Mas não é “só tudo isso”. Além da garantia de serviços de alta qualidade, executados com equipamentos modernos e de última geração prestados aos associados, a boa notícia é que os serviços odontológicos oferecidos pelo SAMPAPÃO também são extensíveis aos dependentes dos panificadores, com pre-

ços dentro de uma tabela muito baixa, igualmente com descontos e condições especiais.

“Para se ter uma ideia, uma limpeza cobrada dos dependentes tem um custo de R\$ 150 – sendo que ela é gratuita para os associados –, e em média no mercado, ela custa entre R\$ 400 até R\$ 1.000. Já uma restauração de dente posterior é feita em resina, e tem um custo de R\$ 200, tanto para os associados quanto para os dependentes. Nos consultórios esse custo pode chegar até R\$ 800 ou R\$ 1.000”, compara o Dr. Armênio.

modidade e flexibilidade aos associados e seus dependentes, colocamos à disposição deles também a possibilidade de atendê-los no consultório que eu e minha esposa – que também é cirurgiã dentista – mantemos na cidade de São Caetano do Sul, nos outros dias úteis da semana, nos mesmos horários e nas mesmas especialidades e condições de gratuidade e de pagamento de serviços. E, nesse esquema paralelo, caso eles necessitem, reservamos ainda as manhãs de sábado para fazer eventuais ajustes do tratamento ortodôntico



**DR. ARMÊNIO. Um sorriso perfeito e saudável funciona como um verdadeiro cartão de visitas para os clientes da sua padaria ou confeitaria.**

## CONVENIÊNCIA TOTAL

Complementarmente, ele ainda alinha outra vantagem relacionada ao atendimento odontológico do SAMPAPÃO, que se traduz em maior conveniência para os pacientes, relacionada ao agendamento das consultas.

“O atendimento no consultório localizado no edifício-sede do SAMPAPÃO é feito sempre às terças-feiras, das 8h30 às 11h30, e das 14h00 até as 17h00, bastando apenas agendá-lo pelo telefone (11) 99407-4555. “Contudo, para dar maior co-

*Invisalign*, que é aquele sistema que utiliza uma série de alinhadores transparentes e removíveis, feitos sob medida, para corrigir gradualmente o posicionamento dos dentes, substituindo os aparelhos fixos tradicionais. Para tanto, basta fazer o agendamento das consultas no mesmo telefone”, finaliza o Dr. Armênio, sem deixar de acentuar que um sorriso bonito não é somente sinal de saúde, como funciona efetivamente como um verdadeiro cartão de visitas para os clientes das padarias e confeitarias.



# Delegar é a melhor forma de EVOLUIR

**MUDANÇA DE MENTALIDADE** A delegação estratégica rompe o ciclo vicioso operacional, e traz múltiplas vantagens para a estruturação de negócios escaláveis na padaria.

O alerta vem de muitos especialistas de mercado. A centralização excessiva de decisões no proprietário de uma padaria é um dos fatores que mais comprometem o crescimento sustentável de seus negócios, sem falar, é claro, não apenas de sua saúde física e mental, e dos importantes momentos de convivência com a família e os amigos. Em muitos deles, ainda ecoa aquela velha máxima de que “o boi só engorda sob o olhar sempre atento do dono”. Mas, na verdade não é bem assim.

E isso deriva bastante do fato de que muitos empreendedores começam sozinhos na panificação, e continuam mantendo a obstinada necessidade de observar no seu dia a dia o controle total do negócio, mesmo após o crescimento da receita e da equipe. Só que o fato é que, sem uma cultura organizacional saudável e lideranças intermediárias, a empresa acaba travando. Tal fato é comprovado por várias

pesquisas, como atestam alguns preocupantes dados vindos de um recente estudo promovido pela consultoria Michael Page, que aponta que 68% dos líderes de empresas de médio porte – como é o caso da maioria das padarias – acumulam funções operacionais, que acabam por reduzir a capacidade estratégica do negócio. Na contramão, uma pesquisa da Deloitte mostra que negócios com liderança compartilhada cresceram, em média, 22% mais rápido nos últimos três anos, e tiveram 35% menos rotatividade de funcionários.

Com tudo isso em tela, fica claro que a centralização em processos organizacionais e de gestão nos quais a concentração de poder e decisões, se não for bem gerida, pode dificultar a agilidade, o engajamento da equipe e a adaptação a novos métodos.

## **DELEGAR NÃO É “DELARGAR”**

Não é difícil encontrar padarias nas quais o panificador negocia compras com o seu fornecedor,

se relaciona com o cliente, faz o trabalho do caixa, a gestão financeira e todas as tarefas que envolvem o negócio. No início do negócio, isso é inevitável, porque a empresa pode não ter recursos suficientes para montar uma equipe responsável por cada uma dessas áreas. Porém, quando chega o momento em que delegar é possível, e o empresário pode se distanciar um pouco da parte operacional, e cuidar das tarefas que, efetivamente, precisa fazer para potencializar os resultados.

Só que é importante lembrar que “delegar” não significa absolutamente “delargar” tarefas – ou seja, abandoná-las. Quando feita com processos bem definidos, a descentralização assegura que a escala de evolução da padaria – tanto no âmbito da produtividade quanto no da competitividade – aconteça de forma natural.

Então, o primeiro passo para a descentralização é mapear processos e funções, identificar quais atividades podem ser delegadas e, em seguida, formar e treinar lideranças capazes de to-

mar decisões estratégicas com autonomia, lembrando que a Escola IDPC do SAMPAPÃO está aí para ajudar nessa tarefa. E, na sequência, dar atenção à materialização de cada uma dessas propostas em nível organizacional. Entre os múltiplos benefícios dessa virada de chave, estão fatores como a garantia da padronização da qualidade, o incremento do fluxo de produção, bem como o aumento da motivação da equipe, que possibilita a retenção de talentos, algo fundamental nos dias atuais de escassez de mão de obra qualificada. E isso, sem falar da melhoria do planejamento financeiro, uma vez que a criação de indicadores de desempenho permite acompanhar facilmente a rentabilidade da casa, a melhoria da imagem e do marketing da padaria – que passará a atrair mais clientes para a loja –, e ainda a construção de um negócio autogerenciável, com a mesma eficiência mesmo quando o proprietário não está presente. Em síntese, delegar é promover a mudança de mentalidade e de cultura da padaria.

# VISITAS TÉCNICAS: atualização em tempo real



**COMPARTILHANDO CONHECIMENTOS.** Receber a visita técnica da Escola IDPC é uma forma eficaz de motivar a equipe de sua padaria.

Um dos principais serviços oferecidos pela Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC são as visitas técnicas. Nessa modalidade, os professores da unidade de ensino profissional do SAMPAPÃO visitam as lojas dos associados às entidades para auxiliá-los no desenvolvimento de receitas – tanto clássicas quanto inovadoras –, dando dicas importantes para o aprimoramento dos processos de fabricação dos mais variados itens, e até mesmo de vitrinismo, a fim de valorizar a exposição de seus produtos e, assim, impulsionar as vendas das padarias e confeitarias. E o que é melhor: as visitas são totalmente gratuitas para os associados, bastando fazer o agendamento prévio delas na Secretaria da Escola IDPC.

“As visitas técnicas em padarias são cruciais para a melhoria contínua dos processos, garantia da

qualidade e desenvolvimento profissional da equipe de colaboradores, tanto daqueles que estão no ramo há mais tempo, mas que sempre podem aprender mais, quanto daqueles que estão agora ingressando nele. E isso porque elas proporcionam



uma visão prática e realista do ambiente de trabalho e da operação do negócio”, destaca Vanessa Vivian, coordenadora da Escola IDPC.



## VISÃO “DE FORA”

A gente sabe que em meio à rotina agitada do dia a dia nesses estabelecimentos, falhas operacionais e pontos de ineficiência costumam, infelizmente, ser comuns e podem passar despercebidos. Assim, as visitas realizadas pelos técnicos da Escola IDPC permitem um olhar externo fresco e imparcial para diagnosticar problemas e propor soluções.

Assim, a avaliação das condições higiênico-sanitárias é um objetivo comum das visitas dos técnicos dos SAMPAPÃO às padarias e confeitarias associadas, garantindo que o estabelecimento opere dentro das normas de segurança alimentar e ofereça produtos seguros aos seus

clientes. Além disso, no âmbito da otimização de processos, elas proporcionam a análise e o ajuste de detalhes do projeto e do fluxo de trabalho dessas casas, resultando em maior eficiência, redução de desperdícios e padronização de produtos, a partir do fornecimento de dados concretos e diagnósticos que, somados à observação de novas metodologias e tecnologias auxiliam na tomada de decisões.



Em outras palavras, na prática, inspiram inovações com potencial de gerar resultados sensíveis na produtividade e na competitividade delas.

## SEM SAIR DE “CASA”

E tudo isso acontece de maneira especial, porque as visitas técnicas da equipe da Escola IDPC propiciam a vivência *in loco* da realidade aplicados pelas padarias e confeitarias – em pleno funcionamento no ambiente de trabalho – aos processos, ao

uso dos equipamentos e às formas como elas enfrentam suas rotinas e desafios diários.

“É isso, sem falar que ajudam no desenvolvimento de uma postura técnica e profissional sintonizada à dinâmica e à organização necessárias para garantir o seu sucesso, bem como promovem *networking* e uma produtiva troca de experiências e de conhecimentos entre os professores da Escola IDPC e suas equipes de profissionais, o que também é uma poderosa ferramenta de motivação”, sublinha Vanessa.

“Em resumo, as visitas técnicas da Escola IDPC transformam a teoria em prática, garantem a conformidade com padrões de qualidade e segurança, e impulsionam a inovação e a eficiência no setor de panificação e confeitaria”, finaliza Vanessa.

## E JÁ TÊM NOVIDADES EM 2026!

O Ano Novo nem bem começou e, sempre atenta na dinâmica do mercado da panificação e da confeitaria, a Escola IDPC já anuncia grandes novidades da programação para o 1º Semestre de 2026:

Já estão abertos os agendamentos para suas visitas técnicas para duas das principais comemorações para o período: o “Dia Internacional da Mulher” e o “Dia do Pão Francês”, ambos comemorados em março, respectivamente nos dias 8 e 21 daquele mês. E, depois dessas, também serão abertas outras.

Então, não perca tempo: se você é associado, faça o seu agendamento ligando para a Secretaria da escola nos telefones (11) 3113-0166 ou (11) 98658-4519. E se ainda não é associado, associe-se já ao SAMPAPÃO, e aproveite a oportunidade de usufruir desse benefício gratuito para atualizar a sua produção e levar muitas novidades para a sua padaria ou confeitaria!



**AGENDAS ABERTAS. Você já pode solicitar a visita técnica ao seu estabelecimento para o “Dia da Mulher” e para o “Dia do Pão Francês”**

Então, não perca tempo: se você é associado, faça o seu agendamento ligando para a Secretaria da escola nos telefones (11) 3113-0166 ou (11) 98658-4519. E se ainda não é associado, associe-se já ao SAMPAPÃO, e aproveite a oportunidade de usufruir desse benefício gratuito para atualizar a sua produção e levar muitas novidades para a sua padaria ou confeitaria!



## AGENDA DE CURSOS IDPC – MARÇO 2026

Cursos	Data	Dias	Horário	Cursos	Data	Dias	Horário
Entremet (16h)	02/03 à 05/03	Seg. à Qui.	08h30 às 12h30	Comunicação para Líderes (08h)	16/03 à 17/03	Seg. à Ter.	15h30 às 19h30
Noções em Panificação – Módulo II (20h)	02/03 à 06/03	Seg. à Sex.	15h30 às 19h30	Técnicas de Congelamento (16h)	16/03 à 19/03	Seg. à Qui.	08h30 às 12h30
Chapeiro – Módulo II (09h)	02/03 à 04/03	Seg. à Qua.	15h30 às 18h30	Salgados Assados e Fritos (16h)	16/03 à 19/03	Seg. à Qui.	08h30 às 12h30
Pães Doces (08h)	03/03 à 04/03	Ter. à Qua.	08h30 às 12h30	Fermentação Natural (16h)	16/03 à 19/03	Seg. à Qui.	15h30 às 19h30
Cardápio de Inverno (16h)	03/03 à 06/03	Ter. à Sex.	08h30 às 12h30	Croissant e Folhados Especiais (12h)	18/03 à 20/03	Qua. à Sex.	15h30 às 19h30
Fermentação Natural (16h)	03/03 à 06/03	Ter. à Sex.	15h30 às 19h30	Confeitaria Moderna (12h)	18/03 à 20/03	Qua. à Sex.	15h30 às 19h30
Pastel de Nata in loco (08h)	05/03 à 06/03	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30	Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	19/03 à 20/03	Qui. à Sex.	15h30 às 19h30
Atendimento ao Cliente (08h)	09/03 à 10/03	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30	Noções em Confeitaria – Módulo I (20h)	23/03 à 27/03	Seg. à Sex.	08h30 às 12h30
Atendimento ao Cliente (08h)	09/03 à 10/03	Seg. à Ter.	15h30 às 19h30	Pizzaiolo (16h)	23/03 à 26/03	Seg. à Qui.	15h30 às 19h30
Enzimas na Panificação (08h)	09/03 à 10/03	Seg. à Ter.	15h30 às 19h30	Noções em Panificação – Módulo III (20h)	23/03 à 27/03	Seg. à Sex.	15h30 às 19h30
Bolos Secos em tiras (12h)	09/03 à 11/03	Seg. à Qua.	15h30 às 19h30	Fermentação Natural (16h)	24/03 à 27/03	Ter. à Sex.	08h30 às 12h30
Croissant e Folhados Especiais (12h)	09/03 à 12/03	Seg. à Qui.	08h30 às 12h30	Entremet (16h)	24/03 à 27/03	Ter. à Sex.	15h30 às 19h30
Avançado de Confeitaria (35h)	09/03 à 20/03	Seg. à Sex.	15h30 às 19h00	Confeitaria Moderna (12h)	25/03 à 27/03	Qua. à Sex.	08h30 às 12h30
Avançado de Pizzaiolo (16h)	10/03 à 13/03	Ter. à Sex.	08h30 às 12h30	Combinações e Harmonização de Tábuas de Frios (08h)	26/03 à 27/03	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30
Chapeiro – Módulo I (09h)	11/03 à 13/03	Qua. à Sex.	09h30 às 12h30	Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	26/03 à 27/03	Qui. à Sex.	08h30 às 12h30
Combinações e Harmonização de Tábuas de Frios (08h)	12/03 à 13/03	Qui. à Sex.	15h30 às 19h30	Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	EAD	<a href="https://idpc.eadplataforma.app/">https://idpc.eadplataforma.app/</a>	
Comunicação para Líderes (08h)	16/03 à 17/03	Seg. à Ter.	08h30 às 12h30	Fermentação Natural (16h)	EAD	<a href="https://idpc.eadplataforma.app/">https://idpc.eadplataforma.app/</a>	

**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: Secretaria – 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

Escola IDPC  
@escola idpc  
(11) 98658-4519

# MULTIPLICANDO CONHECIMENTOS E RESULTADOS



**MÃO NA MASSA.** Compartilhando conhecimentos, os agentes multiplicadores ajudam (e muito!) a aperfeiçoar a mão de obra das padarias.

Ao longo de mais de duas décadas de atuação, a Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC já qualificou mais de 25 mil alunos por meio de seus cursos regulares de reciclagem e de atualização. Além de abrir oportunidades de encareiramento para essas pessoas, esses treinamentos contribuem para formação de mão de obra altamente capacitada colocada à disposição do mercado, o que também é muito bom para os proprietários de padarias e confeitarias, principalmente neste momento de crescente escassez de profissionais qualificados para trabalhar no setor. E aí entra em cena um personagem muito importante: o agente multiplicador.

Os agentes multiplicadores desempenham um papel fundamental no dia a dia dessas casas, pois são responsáveis

por disseminar conhecimentos, boas práticas e os valores ensinados na Escola IDPC entre as equipes. Eles atuam como pontes entre a gestão e os colaboradores, garantindo que informações importantes sejam compreendidas e aplicadas corretamente na rotina de trabalho. Ao compartilhar técnicas, orientar colegas e dar o exemplo, esses profissionais ajudam a manter a excelência dos produtos e serviços oferecidos, o que acaba se traduzindo em produtividade e competitividade. Além disso, os agentes multiplicadores fortalecem o espírito do time, e promovem um ambiente de aprendizado constante. Sua atuação incentiva o comprometimento, a responsabilidade e o senso de pertencimento, tornando os colaboradores mais confiantes e preparados para enfrentar os desafios diários.

## MULTIPLICAR É A CHAVE DO SUCESSO

Não faltam elementos práticos que comprovam a contribuição e a eficiência do trabalho dos agentes multiplicadores nas padarias e confeitarias. Confira alguns deles, citados por alguns dos maiores especialistas no assunto!

**Boas práticas de higiene** – O agente multiplicador orienta a equipe sobre a lavagem correta das mãos, uso adequado de touca, avental e luvas, além do cuidado com unhas, adornos e uniformes. Ao perceber falhas, ele corrige de forma respeitosa e imediata, garantindo a segurança dos alimentos.

**Padronização das receitas** – Durante a produção de pães, bolos e salgados, o agente multiplicador reforça a importância de seguir as fichas técnicas, quantidades e tempos de preparo. Ele explica que a padronização garante sabor, textura e qualidade iguais todos os dias, evitando desperdícios.

**Organização do ambiente de trabalho** – O agente multiplicador incentiva a manutenção do local limpo e organizado, orientando sobre o correto armazenamento de ingredientes, identificação de produtos e separação de itens crus e prontos. Isso melhora a produtividade e reduz riscos de contaminação.

**Apoio a novos colaboradores** – Ao receber um novo funcionário, o agente multiplicador apresenta a rotina da padaria, demonstra os processos, explica as normas internas e acompanha os primeiros dias de trabalho, facilitando a adaptação e reduzindo erros.

**Atendimento ao cliente** – No balcão, o agente multiplicador reforça boas práticas de atendimento, como cordialidade, apresentação dos produtos, escuta atenta e agilidade. Ele mostra, na prática, como um bom atendimento fideliza clientes.

**Prevenção de desperdícios** – O agente multiplicador orienta sobre o uso consciente de ingredientes, controle de validade, reaproveitamento correto quando permitido e descarte adequado, ajudando a reduzir perdas e custos.

**Segurança no trabalho** – Ele lembra a equipe sobre o uso correto de equipamentos, cuidados com fornos, facas e máquinas, além da importância de comunicar qualquer risco ou acidente imediatamente.

Assim, investir nos cursos da Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC – e na consequente formação de agentes multiplicadores –, é investir no crescimento sustentável do negócio. Afinal, são eles que transformam conhecimentos em prática, fortalecem a cultura organizacional, e contribuem diretamente para a satisfação dos clientes e para o sucesso das padarias e confeitarias.

# Saborosas pontes entre o PASSADO e o PRESENTE

Receitas milenares ganham uma releitura moderna na Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC. Confira e ofereça-as aos seus clientes neste Verão!

## Pão Mediterrâneo

### MASSA

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Farinha de Trigo	100	2.000
Água	55	1.100
Farinha de Trigo Integral	15	300
Ervas Finas	21	420
Azeitonas Picadas	18	360
Amido de Milho	17	340
Ovos	15	300
Cebola Picada	10	200
Azeite	10	200
Alho-poró Picado	9	180
Linhaça	8	160
Açúcar	6	120
Levain	5	100
Fermento Biológico Seco	2	40
Alho frito	1	20

### PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes da formulação.
2. Triturar as ervas finas em parte da água e reservar.
3. Deixar as sementes de linhaça de molho em outra parte da água por 24 horas.
4. Na masseira, misturar os ingredientes secos por 2 minutos na Velocidade 1.
5. Acrescentar as ervas trituradas.
6. Adicionar o levain e misturar bem.
7. Acrescentar a semente de linhaça, e adicionar água aos poucos.
8. Adicionar os ovos e o azeite, e continuar batendo na velocidade 1.
9. Juntar a cebola e o alho-poró, e bater até atingir o ponto de véu.
10. Por último, acrescentar o alho e a azeitona.
11. Assar em forno de lastro a 200°C, por aproximadamente 20 minutos.

A origem do Pão Mediterrâneo está ligada às técnicas alimentares ancestrais do chamado “Crescente Fértil”, ou “Berço da Civilização”, região em forma de meia-lua no Oriente Médio banhada pelos rios Nilo, Jordão, Tigre e Eufrates, daí o nome “Mesopotâmia”, que significa “Terra entre Rios”. Ali surgiram as primeiras grandes civilizações, como os Sumérios, os Acádios, os Amoritas e os Babilônios, que marcaram o início da agricultura, da sedentarização da escrita, da roda e das cidades por volta de 8000 a.C. Por lá, o que hoje conhecemos como “Panificação” evoluiu ao longo de milênios, a partir da fabricação rudimentar de pães achatados como a Pita, a Focaccia e o *Simit* (pão turco), com variações regionais usando trigo, azeite e ervas, transformando-se em arte na Grécia e alimento diário em Roma, com foco na absorção de molhos e temperos da culinária local.



**Rendimento:** 9 unidades com 650g cada

### INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porções por embalagem: 1

Porção: 50g (medida caseira)

	100g	50g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	259	130	6
Carboidratos (g)	43	22	7
Açúcares totais (g)	2,6	1,3	
Açúcares adicionados (g)	0,0	0,0	0
Proteínas (g)	6,3	3,1	6
Gorduras totais (g)	6,8	3,4	5
Gorduras Saturadas (g)	1,1	0,6	3
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0
Fibras alimentares (g)	3,9	1,9	8
Sódio (mg)	102	51	3

\*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

**INGREDIENTES:** Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, farinha integral de trigo, água, ervas finas, azeitona verde, amido de milho, ovo, cebola, azeite extra virgem, alho-poró, linhaça semente, açúcar refinado, fermento levedura, fermento biológico, alho frito.

**ALÉRGICOS:** CONTÉM DERIVADOS DO TRIGO E SOJA E LEITE. PODE CONTER CENTEIO, CEVADA E TRITICALE. CONTÉM OVO. CONTÉM GLÚTEN.

# Pudim Gourmet de Pistache



A história do uso do pistache como ingrediente alimentar remonta ao Oriente Médio, com cultivo há 7.000 anos na Pérsia, atual Irã, onde era associado à realeza – inclusive com citação na Bíblia de a Rainha de Sabá exigir toda a produção para si –, e da tradição cultural que dizia que quem se sentasse sob suas árvores atrairia boa sorte. Presente ainda na legendária história dos Jardins Suspensos da Babilônia, ele chegou à Europa por meio do conquistador Alexandre, o Grande, sendo popularizado na Grécia – onde ganhou o nome de “Pistákion” (“Noz Verde”) e entre os romanos na Itália, passando a ser cultivado principalmente na comuna na região de Bronte, província de Catania, na ilha da Sicília, devido ao solo vulcânico do lugar, recebendo o título de “Ouro Verde”, e de produto de Denominação de Origem Protegida. Hoje, é uma iguaria apreciada globalmente, inclusive no Brasil, presente em doces, sorvetes e pratos salgados, como um dos frutos secos mais valorizados da gastronomia.

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Leite Condensado	100	400
Creme de Leite	100	400
Leite Integral	50	200
Pasta de Frutas Pistache	10	40
Gelatina sem Sabor	2,5	10

## CALDA

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Açúcar	100	300
Água	70	210

## PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes da receita.
2. Hidratar a gelatina no leite e reservar.
3. No liquidificador, bater o leite condensado com o creme de leite. Acrescentar a gelatina dissolvida e a pasta de pistache, e continuar batendo por 2 minutos.
4. Verter sobre a forma ou as taças e levar para gelar por aproximadamente 30 minutos.
5. Para a calda, derreter o açúcar e juntar a água.
6. Mexer sempre até reduzir e deixar em ponto de fio.
7. Decorar a forma ou as taças com a calda de caramelo e pistache em grãos.

**Rendimento:** 1 unidade na fôrma com 1.100g, ou 10 unidades com 110g cada

## INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porções por embalagem: 1  
Porção: 50g (medida caseira)

	100g	50g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	228	114	6
Carboidratos (g)	36	18	6
Açúcares totais (g)	34	17	
Açúcares adicionados (g)	12	6,1	12
Proteínas (g)	3	1,5	3
Gorduras totais (g)	8,4	4,2	6
Gorduras Saturadas (g)	4,4	2,2	11
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0
Fibras alimentares (g)	0,0	0,0	0
Sódio (mg)	46	23	1

\*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

**INGREDIENTES:** Leite condensado, creme de leite, açúcar refinado, leite líquido integral, água, pasta de pistache, gelatina sem sabor.

**ALÉRGICOS:** CONTÉM LEITE. CONTÉM DERIVADOS DO LEITE. CONTÉM LACTOSE.

# Controle de QUALIDADE e SEGURANÇA ALIMENTAR no verão

POR VANESSA ELISANDRA VIVIAN\*

A segurança alimentar é um direito do consumidor e diretamente relacionado à qualidade dos alimentos comercializados. Na panificação e confeitaria, a manipulação de produtos perecíveis e não perecíveis torna as práticas de normas sanitárias fundamentais para evitar riscos à saúde pública. Por meio de legislações específicas e fiscalização, a Vigilância Sanitária desempenha um papel primordial na proteção do consumidor contra práticas inadequadas que possam resultar em contaminações e intoxicações.

Em especial no verão, esses quesitos exigem atenção redobrada, pois as altas temperaturas e o aumento da umidade aceleram a proliferação de bactérias e microrganismos, aumentando o risco de intoxicações alimentares. A ingestão de alimentos contaminados pode levar a Doenças Transmitidas por Alimentos (DTAs), cujos casos aumentam consideravelmente nesta estação.

Por exemplo, temperaturas entre 4°C e 60°C são ideais para a multiplicação rápida de bactérias, como a Salmonella e a Escherichia coli, que podem contaminar alimentos em poucas horas. Já o uso dos mesmos utensílios – como pratos e tábuas de corte para alimentos crus e cozidos – pode transferir patógenos prejudiciais, por meio da contaminação cruzada.

## DIRETRIZES DE QUALIDADE E SEGURANÇA

Assim, o protocolo de qualidade e segurança alimentar deve respeitar obrigatoriamente as seguintes recomendações:

### 1. CONTROLE RIGOROSO DE TEMPERATURA

**Refrigeração e Congelamento** – Monitore e registre frequentemente as temperaturas de geladeiras, *freezers* e câmaras frias para garantir que estejam operando dentro das normas – por exemplo, geladeira entre 1°C e 4°C/

**Alimentos Expostos** – Mantenha os alimentos quentes em balcões térmicos, a uma temperatura superior a 60°C, e os frios a uma temperatura inferior ou igual a 10°C por, no máximo, 6 e 4 horas, respectivamente. Evite despejar alimentos novos sobre os já expostos, substituindo as cubas integralmente.

**Cozimento** – Certifique-se de que os alimentos atinjam no mínimo 70°C em todas as suas partes durante o cozimento, para assim destruir microrganismos patogênicos.

### 2. HIGIENE PESSOAL E DO AMBIENTE

**Manipuladores** – Reforce o treinamento em boas práticas de manipulação. Garanta que todos os funcionários lavem as mãos frequentemente com água e sabonete bactericida sem cheiro por 60 segundos, e usem álcool 70%. O uso de toucas, uniformes limpos e a proibição de adornos (anéis, pulseiras, maquiagem) também são essenciais.

**Instalações e Equipamentos** – Intensifique a limpeza e desinfecção de bancadas, utensílios, equipamentos, pisos e balcões. A higienização deve ser feita com produtos apropriados, como



**PROCEDIMENTOS ESSENCIAIS.** Na panificação e confeitaria, a manipulação de produtos perecíveis e não perecíveis torna as práticas de normas sanitárias fundamentais para evitar riscos à saúde pública.

água sanitária diluída, e os locais devem ser mantidos secos para evitar acidentes e proliferação de bactérias.

**Reservatórios de Água** – Garanta a higienização semestral deles, conforme exigido pela vigilância sanitária.

### 3. ARMAZENAMENTO ADEQUADO

**Matérias-Primas** – Armazene ingredientes em locais protegidos de roedores e insetos, com áreas de produção e armazenamento separadas.

**Organização** – Utilize recipientes transparentes e tampados para armazenar alimentos e matérias-primas, ajustando a umidade e a temperatura conforme a necessidade de cada item.

**Prevenção de Contaminação Cruzada** - Evite o contato de alimentos crus (como carnes) com alimentos prontos. Use equipa-

mentos e utensílios separados para cada tipo de alimento.

### 4. DICAS DE NUTRIÇÃO E CARDÁPIO DE VERÃO

**Opções Leves** – Ofereça opções de lanches e refeições mais leves e de fácil digestão, com menor teor de gordura e sal, como saladas, frutas e sucos naturais.

**Hidratação** – Considere incluir no cardápio águas aromatizadas e sucos ricos em betacaroteno (cenoura, abóbora) para incentivar a hidratação.

**Proteção dos Alimentos** – Proteja aqueles expostos em balcões com barreiras físicas, para evitar contaminação por parte dos clientes.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**  
PORTARIA 2619/11 - SMS

\*VANESSA ELISANDRA VIVIAN (CRN3 38693) é nutricionista e coordenadora da Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC.

# FORTALEÇA SUA MARCA NO INSTAGRAM



Tadeu Sakagawa

♡ 💬 📌 POR CLAUDIA CYRILLO\* 📌

O Instagram se consolidou como uma das principais vitrines das padarias e confeitarias. Mais do que divulgar produtos, ele ajuda a construir marca, atrair clientes do bairro e reforçar o posicionamento da empresa.

Um exemplo claro desse potencial é o crescimento do Instagram da Escola IDPC, que começou o ano de 2025 com 5.000 seguidores, e hoje ultrapassa 16.000. Ou seja, um aumento de +220%. Esse resultado é fruto de posicionamento estratégico de marca, conteúdo consistente e uma conexão mais próxima com o público.

**UM EXEMPLO A SER SEGUIDO. Faça como o Sidney (esq.), o Renan e a Natália, da Casa Nápoles, e instale um espaço instagramável em sua loja.**

## DICAS PRECIOSAS

A seguir, veja algumas orientações práticas para melhorar a presença digital da sua casa!

### Mostre sua Identidade

Cada padaria ou confeitaria tem uma essência única: tradição, receita especial, atendimento familiar, e por aí vai. Mostre isso nos seus conteúdos no Instagram. E lembre-se: o público se conecta com histórias reais, com aquilo que transmite verdade, proximidade e propósito.

### Padrão Visual é Fundamental

Utilize sempre as mesmas cores, tipografias e estilo de imagens em suas publicações. Essa consistência facilita o reconhecimento imediato do seu estabelecimento, e fortalece a presença da sua marca no Instagram.

### Relacionamento Importa

Um Instagram ativo não é só sobre “postar”, e sim sobre “conversar”. Assim, inclua em sua rotina responder rapidamente os comentários de suas postagens, compartilhar os conteúdos dos clientes, e usar enquetes e perguntas nos *stories*. Isso porque quanto mais diálogo houver, maior será a fidelização e a lembrança da marca da sua casa.

### Mostre o Dia a Dia do seu Estabelecimento

O cotidiano da sua padaria ou confeitaria é um conteúdo valioso. Então, por exemplo, explore em suas postagens no Instagram os bastidores dos fornos e os produtos saindo quentinhos deles, as novidades no balcão e as promoções do dia. Essas cenas aproximam o público, e reforçam a autenticidade da sua marca.

### DICA EXTRA:

Tanto padarias grandes quanto médias ou pequenas podem criar espaços instagramáveis, quer sejam eles um painel, uma parede decorada ou até mesmo um pequeno canto pensado especialmente para os clientes fazerem fotos de suas visitas à sua padaria ou confeitaria, – inclusive com o apoio de fornecedores parceiros. Quando eles registram o momento e marcam a sua padaria nas redes, você conquista divulgação orgânica e espontânea, maior conexão e proximidade com o público, aumento do tráfego e do en-

gajamento nas redes sociais, e ainda fortalecimento e reconhecimento da marca da sua casa. Cada padaria ou confeitaria pode adaptar esse espaço de acordo com sua realidade, estilo e possibilidades, utilizando criatividade e a sua identidade própria para gerar impacto. Além disso, os espaços instagramáveis podem ser redecorados em todas as datas comemorativas como Páscoa, Dia das Mães, Dia Mundial do Pão e Natal, algumas das mais importantes do ano, ampliando a visibilidade da casa, e incentivando ainda mais interações do público.

Então, se você ainda não adota o fantástico meio de divulgação pelo Instagram, faça isso já!

\*CLAUDIA CYRILLO é encarregada do Marketing do SAMPAPÃO.

# Como o PCP PODE AJUDAR na rotina da sua padaria



**ESTRATÉGIA ASSERTIVA.**  
O PCP analisa o que tem funcionado bem nas diferentes etapas do processo da padaria, e contribui para resultados financeiros mais atrativos.

## 1. PLANEJAMENTO DE PRODUÇÃO

A partir do PCP, a gestão tem a possibilidade de conferir de perto quais são os dados históricos da padaria, de modo que permita avaliar a sazonalidade das vendas de pães e bolos para projetar a demanda. Essa é uma importante atividade para quem tenha o intuito de fazer um estudo detalhado da quantidade de estoque necessária para as vendas e avaliar quais são os produtos utilizados para diferentes contextos. Além disso, você vai definir o *mix* de produtos, determinando quais serão fabricados e as quantidades necessárias para atender às vendas conforme o histórico definido. Faça também um cronograma detalhado das entregas que precisam ser feitas dentro daquele período.

## 2. GESTÃO DE ESTOQUE

Este tópico está diretamente ligado com o anterior. A partir do

momento em que há um planejamento mais detalhado a respeito da produção, o estoque vai ser trabalhado segundo a demanda dentro daquele período.

Dessa forma, as chances de faltar ingredientes ou de haver excesso deles devido à falta de controle são reduzidas, diminuindo desperdícios e, consequentemente, afetando de forma positiva o faturamento do negócio.

## 3. EXECUÇÃO DA PRODUÇÃO

Não basta apenas ter um planejamento detalhado das quantidades necessárias para a produção. É preciso, ainda, fazer um estudo para a execução estar alinhada aos objetivos do negócio, ao mesmo tempo em que todas as demandas sejam

Em um negócio, independentemente do ramo de atuação, é fundamental compreender e aplicar boas práticas para garantir entregas mais eficazes e assegurar que os clientes recebam exatamente o que esperavam. O Planejamento e Controle da Produção (PCP) é uma delas. Por meio dessa estratégia, a equipe tem a oportunidade de analisar o que tem funcionado bem nas diferentes etapas do processo, além de contribuir para resultados financeiros mais atrativos. Para entender como funciona o PCP na panificação, o SEBRAE preparou o “Guia de Planejamento e Controle da Produção”, destacando quatro estratégias inteligentes para você aplicar no seu negócio. Confira!

alocadas de forma eficiente para toda a equipe. Dessa forma, cada pessoa terá o entendimento sobre quais são as atividades necessárias para aquele período e as entregas previstas.

O PCP vai ainda definir quais são os turnos de trabalho, avaliando a produtividade dos colaboradores e estruturando de tal forma que haja impacto no que é entregue. Além disso, outro ponto que deve ser estruturado nesse cenário está relacionado à padronização mencionada nos tópicos anteriores, pois o processo produtivo será acompanhado mais de perto para que todos os itens saiam da produção de acordo com o que é definido como de qualidade por parte da gestão.

## 4. MONITORAMENTO E CONTROLE

Monitorar é tão importante quanto planejar. Afinal, é a certeza de que tudo que foi estudado e estruturado realmente está sendo seguido por parte da sua equipe, concorda? Contudo, é crucial que o monitoramento seja baseado em indicadores de desempenho (KPIs), o que permite uma visão clara e objetiva do

que está funcionando e do que precisa ser ajustado. Isso evita a armadilha do microgerenciamento, que pode gerar desmotivação pela falta de confiança no trabalho da equipe.

Existe uma diferença entre uma avaliação de que os processos estão sendo seguidos e uma preocupação excessiva sobre o que cada pessoa vem fazendo em seu dia a dia de trabalho. Isso, inclusive, gera desmotivação pela falta de confiança por parte da gestão no trabalho do time. Ao monitorar com base em KPIs, você tem a oportunidade de verificar se é preciso fazer algum ajuste de rota para melhores resultados e entender o que vem dando certo para replicar em outras demandas.

Exemplo: suponhamos que a produção de bolos tem se destacado nas últimas semanas, devido aos ajustes feitos por parte de seu time. Essas práticas podem ser aplicadas em outras linhas de produção, como pães e doces, promovendo melhoria contínua. Assim, é no monitoramento que os gargalos serão identificados e as falhas corrigidas para alcançar um melhor resultado ao final do processo.

# LEITE FRESCO: TRADIÇÃO DA PADARIA

A tradição do “Leite de Padaria” em São Paulo remonta a meados do século 20, quando, além de já exercerem um papel central não apenas como pontos de venda de pão quentinho, as padarias funcionavam como centros de distribuição de leite.

Em tempos nos quais a refrigeração doméstica ainda não havia se generalizado, era comum o leite ser entregue nas casas diariamente, muitas vezes por um leiteiro, muitas vezes associado a uma padaria local, que chegava de madrugada em carroças ou em pequenos caminhões para deixar as garrafas de leite fresco e pães nas portas das casas, e assim atender à sua chamada “freguesia”. Algumas residências possuíam até caixas embutidas no muro, com portas de acesso pelo lado de fora, para garantir a segurança e a higiene dos produtos.

O recipiente padrão era a garrafa

de vidro de um litro. Os consumidores deixavam as garrafas vazias do dia anterior em um local combinado, às vezes até com o dinheiro do pagamento por baixo, para serem recolhidas e substituídas pelo leiteiro por garrafas cheias na manhã do dia, aliás, um sistema de reutilização bastante sustentável e prático.

Do ponto de vista histórico, esse modelo de acondicionamento em garrafas de vidro veio a substituir de vez a distribuição do leite cru – o famoso “direto da fazenda” –, que passou a ser proibida no Brasil por Decreto Federal em 1969, devido a questões sanitárias. Por conta disso, o leite entregue era geralmente pasteurizado (inicialmente o tipo B e, depois o tipo C), e tinha um prazo de validade curto, o que reforçava a necessidade de consumo e entrega diários. E as garrafas, além da marca, muitas vezes, traziam



Galeria da Saúde | Klaus Jürgen Mahrenholz

**VELHOS TEMPOS.**  
Fizesse chuva ou fizesse sol, todo dia a leiteiro entregava o leite fresco nas casas dos clientes.

em seus rótulos instruções como “Não precisa ferver”.

Só que a partir de uma combinação de fatores e mudanças no estilo de vida das pessoas, bem como do avanço da tecnologia – turbinada pelo aumento do uso de geladeiras e *freezers* mais eficientes nas residências –, a entrega individualizada porta a porta tornou-se economicamente menos viável em comparação com outros meios de distribuição, até mesmo pela substituição das garrafas de vidro por aquelas de

plástico descartáveis, que eliminou a necessidade de coleta e reuso das embalagens.

Porém, as padarias continuam a ser um dos mais importantes pontos de venda do leite fresco, agregando a um só tempo conveniência para os clientes, que buscam centralizar suas compras diárias de produtos de primeira necessidade em um único local, incrementando o fluxo, atraindo mais pessoas, e gerando fidelização e confiança delas nessas casas.

## GUIA DE FORNECEDORES

### GERADORES PARA PADARIAS

Techmax Geradores – Fone: (19) 3012-1000

### DIVISORAS BOLEADORAS DE MASSA

Iceteck – Fones: (19) 99226-7699 | (19) 99423-7134

### AR-CONDICIONADO – PROJETOS E MANUTENÇÃO

Royaltec – Fone: (11) 94860-2799

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

### ILUMINAÇÃO DE LED PARA PADARIAS E CONFEITARIAS

Luminaing – Fone: (11) 4188-6125

### INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO DE GÁS ENCANADO

Ribeiro e Rocha – Fones: (11) 4576-7502 | (11) 94728-5117

### ENGENHARIA E PROJETOS DE ELÉTRICA

BENK – Fone: (11) 98799-7288

“**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**