



TEMPO DE CELEBRAÇÃO

A HOMENAGEM DO SAMPAPÃO AO
TALENTO DOS PROFISSIONAIS QUE
ELEVAM O NÍVEL DA PANIFICAÇÃO DE
SÃO PAULO [PÁGS. DE 8 A 11]



Fotos: Tadeu Sakagawa

PÃO NOSSO



CEPAM



VILA NOVA



LÍDER

COMPROMISSO MARCADO

VÊM AÍ A FIPAN E O
CONGRESSO FIPAN 2026 –
AGENDE-SE JÁ!
[PÁGS. 6 E 7]



SAMPAPÃO



Tadeu Sakagawa

UMA INICIATIVA CAMPEÃ

CAMPANHA DA COPA DO MUNDO
CONTINUA FAZENDO O MAIOR SUCESSO
[PÁGS. 14 E 15]

TECNOLOGIA APLICADA

CAIXAS DE AUTOATENDIMENTO
ESTÃO REVOLUCIONANDO O
NEGÓCIO DE PADARIA [PÁG. 16]



ChatGPT

O MELHOR DAS AMÉRICAS

SAIBA COMO E POR QUE HALLYSON
CEZAR, DA ESCOLA IDPC RECEBEU O
PRÊMIO DE CONFEITARIA MAIS COBIÇADO
DO CONTINENTE [PÁGS. 17 E 18]



SAMPAPÃO

E MAIS!

MENSAGENS AOS LEITORES • FIQUEM LIGADOS! • EM AÇÃO
AGENDA DE CURSOS DA ESCOLA IDPC • RECEITAS PARA O DIA DOS PAIS
NUTRIÇÃO • MARKETING • GESTÃO • CURIOSIDADES DO PÃO

SUA DÚVIDA PODE VIRAR NOTÍCIA!

O JORNAL SAMPAPÃO acredita que a informação mais relevante é aquela que nasce das dúvidas, interesses e necessidades dos seus leitores. Por isso, queremos abrir ainda mais espaço para a sua participação, e convidar vocês a nos enviarem perguntas, sugestões de temas e comentários sobre os assuntos que impactam o seu dia a dia.

Você tem alguma dúvida sobre tendências de mercado, gestão, negócios, economia, legislação, inovação, tecnologia ou qualquer outro tema relacionado ao nosso setor? Gostaria de entender melhor um assunto que tem gerado debates ou conhecer a opinião de especialistas sobre determinado tema? Esta é a sua oportunidade de contribuir diretamente para a construção do conteúdo que publicamos. As mensagens recebidas serão analisadas pela nossa Comissão Editorial, e poderão dar origem a reportagens especiais, entrevistas, artigos técnicos e conteúdos exclusivos. Além disso, sempre que possível, buscaremos especialistas e profissionais reconhecidos para responder às questões enviadas pelos leitores, promovendo um espaço de troca de conhecimento e experiências.

Mais do que um canal de informação, nosso Jornal busca ser uma ferramenta de diálogo com seus leitores. Acreditamos que as melhores pautas surgem da realidade vivida por quem acompanha o setor diariamente. Por isso, sua participação é tão importante. Ao compartilhar suas dúvidas e sugestões, você contribui para enriquecer o debate, ampliar o conhecimento coletivo e tornar nosso conteúdo cada vez mais útil e relevante.

E não faz diferença se sua pergunta é simples ou complexa. Toda dúvida pode gerar uma grande matéria, e ajudar outras pessoas que enfrentam os mesmos desafios e buscam as mesmas respostas. Por isso, queremos ouvir você, conhecer suas demandas e trazer informações que realmente façam a diferença.

PARTICIPEM!

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

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 Babelo 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 Edilson 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, Armenio 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 Babelo Amorim, Ronaldo Amaro Macarrão e Sergio Luiz Babelo 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 Babelo 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

Um mês de encontros, negócios e fortalecimento da panificação

Julho chega trazendo uma agenda especial para a panificação paulistana, paulista e brasileira. Trata-se de um período de grande relevância para o nosso segmento, marcado por oportunidades de atualização, geração de negócios, troca de experiências e fortalecimento dos laços que unem os profissionais responsáveis por uma das atividades mais tradicionais e importantes da economia nacional. Entre os destaques do mês está o tradicional “Jantar do Panificador”, marcando um momento de confraternização e reconhecimento, que reúne empresá-

rios, fornecedores, lideranças e profissionais do setor em um ambiente de celebração e *net-working*. Mais do que um encontro social, o evento representa a valorização daqueles que, diariamente, dedicam seu trabalho à produção de alimentos de qualidade e ao atendimento das comunidades em todo o país. Outro grande encontro em julho será a realização da FIPAN 2026, acompanhada pela promoção do 6º Congresso FIPAN. Considerada uma das maiores e mais importantes feiras de panificação e confeitaria da América Latina, a FIPAN se consolida como um es-

paço estratégico para conhecer tendências, tecnologias, equipamentos, ingredientes, soluções de gestão e inovações que estão transformando o mercado. Por sua vez, o Congresso oferecerá conteúdo de alto nível, reunindo especialistas e profissionais que compartilharão conhecimentos, experiências e práticas capazes de contribuir para o desenvolvimento dos negócios. Em um cenário de constantes mudanças nos hábitos de consumo, na gestão empresarial e nas demandas do mercado, investir em atualização tornou-se uma necessidade para quem deseja manter a competitividade e ampliar resultados. O SAMPAPÃO incentiva fortemente a participação dos empresários e de suas equipes nesses eventos. São oportunidades únicas para ampliar conhecimentos, fortalecer relacionamentos,



Rui Manuel Rodrigues Gonçalves
Presidente do SAMPAPÃO

identificar novas oportunidades de mercado e buscar inspiração para os desafios do dia a dia. Julho será, portanto, um mês de aprendizado, integração e crescimento. Que possamos aproveitar cada encontro, cada palestra e cada conversa para construir um setor ainda mais forte, moderno e preparado para o futuro. Forte abraço!

ATUALIZAÇÕES SOBRE A NR-1



Com conteúdo elaborado e apresentado por Vanessa Vivian, nutricionista e coordenadora da Escola IDPC, foi realizado, no dia 26 de junho, no SAMPAPÃO, um curso com a participação de funcionários de padarias (foto), sobre as novas regras da NR-1, norma que estabelece as diretrizes gerais e os requisitos para o Gerenciamento de Riscos Ocupacionais, além de medidas de prevenção em Segurança e Saúde no Trabalho. Contudo, por decisão liminar do STF, o novo regramento – que já está em vigor desde 26 de maio – teve a aplicação de multas em fiscalizações e de outras sanções suspensas por 90 dias. O objetivo foi estabelecer parâmetros mais claros, para que não haja interpretações pessoais dos auditores, o que é fundamental para oferecer defesas de dano moral com esse fundamento.

EX
PE
DI
EN
TE

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: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves • **Conselho Editorial:** Alisson Fernando Silva Lopes, Andreia Roldão Perestrelo, Antonio Carlos Vale Fernandes, Antonio Manuel Teixeira Martins, Cláudia Cyrillo, Eduardo Machado, Fábio de Oliveira Moreira, Herminio Alonso Bernardo, Luiz Severiano Pereira Ferreira, Marcus Frediani, Matheus Fragata, 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: Referência Gráfica • **Periodicidade:** Bimestral • **Tiragem:** 1.500 exemplares

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

SAMPAPÃO: SEMPRE TRABALHANDO PARA O CRESCIMENTO DA PANIFICAÇÃO

UMA GRANDE VITÓRIA DA PANIFICAÇÃO

A regulamentação da Reforma Tributária, publicada no Diário Oficial da União no final do mês de abril, passou a reconhecer oficialmente as panificadoras e confeitarias como beneficiárias do regime especial de alimentação, garantindo a elas a redução da alíquota do novo Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e da Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS) para 60% da alíquota padrão, que será fixada em torno de 27%. A conquista é resultado da intensa e contínua atuação do SAMPAPÃO e da AIPESP junto ao Congresso Nacional, e ao Comitê Gestor do Imposto sobre Bens e Serviços (CGIBS) – instância responsável pela governança do novo sistema tributário –, realizada ao longo dos últimos meses, a fim de impedir prejuízos ao setor, e garantir a equidade das padarias aos bares e restaurantes, que já figuravam



como beneficiários do regime especial de alimentação. E para Rui Gonçalves, presidente do SAMPAPÃO, o fato representa muito mais do que uma vitória técnica: “Trata-se do reconhecimento do papel estrutural que as padarias exercem na sociedade brasileira”, enfatiza.

REFORMA TRIBUTÁRIA EM PALESTRA

No dia 16 de junho, foi promovida no SAMPAPÃO uma excelente palestra sobre a Reforma Tributária, ministrada pelo advogado Victor Hugo Scandaio Rocha, sócio-administrador da Rocha & Rocha Advogados, e especialista em Direito Tributário e Empresarial. Com auditório lotado, os panificadores puderam acompanhar orientações importantes sobre os impactos da RT, especificamente no setor. “A preparação para este evento foi intensa, Além de estudar todas as especificidades da padaria, de todas as operações que acontecem nessas casas e o que diz a Reforma Tributária especificamente nesse segmento, tivemos a oportunidade de receber uma série de

materiais delas, nas quais realizamos análises da implementação real, na prática, levantando um ano inteiro de informações dessas empresas. E fizemos uma simulação comparativa entre o ano de 2025 e como será o ano de 2033, mostrando esses resultados de forma muito direta, quais seriam os impostos e o impacto na precificação, e nas decisões que elas tomaram nos negócios delas. E tudo isso nos demonstrou que existem muitas oportunidades e muito espaço na RT para que as padarias que se prepararem e se anteciparem para tomar decisões assertivas, seguramente vão sair na frente”, registrou Rocha ao final do encontro.





Da esq. para a dir.: Renata (gerente regional de Vendas da Bunge), Mestre Carlão (presidente da Tom Maior), Fernanda (diretora da Marketing da Bunge), Rui (presidente do SAMPAPÃO), Jéssica (coordenadora de Atendimento ao Cliente da Bunge), Roberto (diretor da Tom Maior) e Dr. Julio (do Jurídico Cível do SAMPAPÃO).

É O SAMPAPÃO NO SAMBÓDROMO!

Quem disse que pão não rima com samba? O enredo da Tom Maior para o Carnaval 2027 no Sambódromo do Anhembi será “Eu Sou o Pão da Vida”. Desenvolvido pelo carnavalesco Flávio Campello, o tema propõe uma reflexão sobre a presença, a importância histórica e o significado universal do pão ao longo da trajetória da humanidade. Por conta disso, no dia 21 de junho, representantes do SAMPAPÃO, da Escola de Samba e da Bunge, que apoia o projeto, se reuniram na sede da empresa no bairro de Pinheiros, para alinhar suas participações no desfile. E bora sambar!

Matheus Fragata

HISTÓRIAS QUE ATRAVESSAM OCEANOS

No final de abril, foi realizado, no Arouca São Paulo Clube, o lançamento do livro “30 Mulheres, 30 Histórias – Vozes da Comunidade Luso-Brasileira”, de autoria da escritora Carina Teixeira, obra que reúne testemunhos inspiradores de mulheres da comunidade luso-brasileira de São Paulo. “Trata-se de uma homenagem a mulheres que, por meio do seu trabalho, da cultura, do associativismo e da solidariedade, contribuem diariamente para a construção de pontes entre Portugal e o Brasil”, afirma Alessandra Carvalho, proprietária da Big Bread Master e diretora do SAMPAPÃO, que assina o primeiro capítulo do livro.



Tadeu Sakagawa

Sua padaria merece crescer,
NÃO SER INTERDITADA.
Regularize hoje.

-  **PREFEITURA**
Alvará de Funcionamento
-  **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

Antes da Fiscalização chegar, ligue:
 **11 2099-2020**

ESCANEE O QR CODE:


PARCERIA:  **AMÉRICA LICENCIAMENTOS** + 
Especialista em licenças para padarias.



Fotos: SAMPAPÃO

A GENTE SE ENCONTRA LÁ!

A contagem regressiva para a maior feira do Brasil e uma das maiores do planeta dedicada à panificação, confeitaria e *food-service* já começou, com credenciamento aberto e uma programação completa para a edição deste ano, que acontece entre os dias 21 e 24 de julho, no Expo Center Norte, em São Paulo/SP. A expectativa é de que o evento receba perto de 60.000 profissionais qualificados desses setores, que chegarão para encon-

trar ao longo de quatro pavilhões do espaço cerca de 450 expositores e mais de 1.700 marcas dos segmentos de matérias-primas e ingredientes, máquinas e equipamentos, embalagens, automação e sistemas, instalações comerciais, produtos prontos e congelados e serviços, tudo em um só lugar. Muito mais do que uma feira de negócios, a FIPAN é a principal plataforma de desenvolvimento, inovação e conexão de toda a cadeia produtiva do setor no país e no mundo.

Promovida pelo SAMPAPÃO, ela chega com uma programação robusta, incluindo a realização de campeonatos nacionais e internacionais, experiências setorizadas, aulas técnicas, e ainda do 6º CONGRESSO FIPAN, evento dos mais aguardados pelo setor. A FIPAN 2026 contará com o apoio institucional da ABIP, AIPESP, FIESP, Abitrigo, ABIMAQ, Abrasel, Sindustrigo e ANR, além dos parceiros internacionais UIBC, CIPAN, IBA, IBIE e a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Brasileira.



“A FIPAN é o lugar onde o setor de panificação e confeitaria do Brasil se encontra, se renova e se fortalece. Nesta edição, mais uma vez teremos uma programação que vai do chão de fábrica ao alto escalão, com competições para revelar um grande número de talentos do país, além de promover experiências que ensinam na prática, além da realização de um Congresso, que contará com palestras e apresentações de especialistas renomados em um único evento. Estamos muito orgulhosos da trajetória que construímos até aqui, e confiantes de que nossa edição 2026 será a mais impactante de todos os tempos”, destaca Rui Gonçalves, presidente do SAMPAPÃO.

O NOVO CONSUMO

A ser realizado nos dias 21, 22 e 23 de julho, das 10h às 13h, no Centro de Convenções do Expo Center Norte, o 6º Congresso FIPAN traz como tema “O Novo Consumo — Entender Pessoas é o Futuro dos Negócios”, com a perspectiva de reunir cerca de 1.500 congressistas ao longo de três dias de palestras, painéis e casos de sucesso.

Com nomes como Diego Barreto (CEO do iFood), Paulo Camargo



(ex-CEO do McDonald's/Méqui), Eurico Santi (coautor da Reforma Tributária) e palestrantes internacionais da França e da Bélgica, o Congresso aborda seis eixos temáticos centrais: Mercado e Experiência, Reforma Tributária, Saudabilidade, Inteligência Artificial na Produção, Tendências de Consumo e Gestão de Pessoas e Treinamento. O evento é voltado exclusivamente a proprietários, diretores e gestores ligados ao *foodservice*.

ARENAS EM DESTAQUE

Coração da panificação na FIPAN, a ARENA DO PÃO é o espaço dedicado à arte e à técnica de fazer pão, com demonstrações ao vivo, *workshops* e competições que revelam tendências e inovações da panificação artesanal e industrial. O grande destaque será a disputa pelo título de "Melhor Padeiro do Brasil", na disputa pelo cobiçado Troféu Trigo de Ouro, símbolo máximo de excelência na panificação nacional, concedido ao vencedor de seletivas realizadas em todo o país. A ARENA DO PÃO conta com patrocínio de Bunge, Cargill, Fernetto Brasil, La Serenissima e Tecmapan.

Por sua vez, a ARENA DO CONFEITEIRO reunirá especialistas para aulas ao vivo com foco em técnica, tendências e o conceito

SERVIÇO



FIPAN
21 a 24 Jul | 2026

DATA: De 21 a 24 de julho de 2026

HORÁRIOS: Inauguração Oficial da Feira:
21 de julho – 12h00

Abertura e Horário de Visitação para o Público:
Das 13h00 às 21h00 nos dias 21, 22 e 23 de julho
Das 13h00 às 19h00 no dia 24 de julho



6º CONGRESSO FIPAN
O NOVO CONSUMO

DATAS E HORÁRIOS: Dia 21 de julho de 2026 –
Palestras com início às 10h00 às 10h45

Dia 22 de julho de 2026

PALCO 1 Palestras com início às 10h00, 10h55 e 11h50

PALCO 2 Palestras com início às 10h00, 10h55, 11h50, 12h30 e 12h45

Dia 23 de julho de 2026

PALCO 1 Palestras com início às 10h00, 10h55 e 11h50

PALCO 2 Palestras com início às 10h00, 10h55, 11h50, 12h30 e 12h45

 **LOCAL: Expo Center Norte – São Paulo/SP**

 **INGRESSOS: Disponíveis em fipan.com.br**

"Faça e Venda", voltado à profissionalização de empreendedores do setor. O espaço funciona como ponto de encontro para *networking* entre marcas, fornecedores e confeiteiros, com programação diversificada que atende desde a profissionais em busca de aperfeiçoamento, até quem está começando no mercado. E na ARENA DO CONFEITEIRO, também será realizado o 4º Campeonato de Bolos na

FIPAN, um dos grandes momentos da Arena, com cinco categorias: Flores em Açúcar, Pasta Americana, Bolo de Casamento, Cremes e Realista. A competição conta com um júri técnico especializado e um júri popular formado pelos visitantes da feira. O espaço tem patrocínio de Rich's, Harald e La Serenissima.

ESPAÇOS ESPECIAIS

Uma paixão nacional mais uma vez ganha espaço próprio na FIPAN. A Vila Salgados é uma plataforma de aprendizado e *networking* dedicada ao universo dos salgados — da coxinha ao bolinho de bacalhau, do pastel à esfiha. O espaço reúne empreendedores, profissionais e entusiastas para explorar técnicas ar-

tesanais e industriais, estratégias de vendas, precificação e escala de produção. A proposta é clara: transformar a paixão nacional por salgados em negócios mais profissionais e rentáveis. A Vila Salgados conta com patrocínio da Vimaster Equipamentos Food Service.

Realizado também durante a feira, o FIPAN PIZZA será mais uma vez o grande palco da pizzeria brasileira, trazendo nesta edição uma novidade de peso: o Campeonato Mondiale della Pizza Selections Brasil, que seleciona os representantes nacionais para o Campeonato Mondiale della Pizza 2027, que acontecerá em Parma, na Itália. Em 2025, o campeonato reuniu 120 *pizzaiolos*, consolidando-se como o maior campeonato de pizza da América Latina. A competição terá quatro categorias: Napolitana, Clássica, In Pala e In Teglia. O vencedor de cada categoria ganhará passagem e hospedagem para a Itália custeadas pelo patrocinador Le 5 Stagioni. E o FIPAN PIZZA contará ainda com o patrocínio da Pomarola e da Mix. E, em 2026, a FIPAN trará ainda a ARENA GELATO, espaço dedicado, no qual serão realizadas aulas práticas e demonstrações conduzidas por *chefs* especializados, compartilhando técnicas, ingredientes e ainda segredos de produções inovadoras. A proposta parte de uma premissa simples e poderosa: o gelato é sobremesa para o ano inteiro, e não apenas para o verão, o que se configura como uma grande oportunidade de diferenciação e geração de receita para qualquer negócio do setor.



NÃO PERCA TEMPO!!! Faça o seu credenciamento prévio na **FIPAN 2026** pela internet, no endereço <https://mbxeventos.com/credenciamentofipan/home>.



STEFANNE, THIAGO E ANTONIO. A família que, unida e confiando em Deus, deixou a Zona do Agreste pernambucano para conquistar São Paulo.



DEUS, SEMPRE NO COMANDO

O nome da casa já entrega o maior propósito da padaria Pão Nosso Pirituba: homenagear e destacar a importância do mais sagrado dos alimentos da humanidade. E pode acreditar: tendo atualmente em sua direção o simpático casal Antonio Luiz Araújo de Barros e Stefanne Cordeiro Barros, a entrada deles no negócio da panificação se deu por obra de uma verdadeira intervenção divina.

“Morávamos em Águas Belas, no Agreste de Pernambuco, onde chegamos a ter três lojas de móveis. Porém, em um dado momento passamos a viver com a instabilidade da economia local, com meses de poucas vendas e muita inadimplência dos clientes. Por coincidência, nesse período eu tinha que vir para a capital paulista para participar do casamento de uma irmã, e quando saí de lá, dando um ‘até daqui a pouco’ para a loja que eu ainda estava conseguindo manter após me desfazer das

outras duas, um pensamento insistente invadiu a minha mente: ‘por que a gente não vai tentar a vida lá em São Paulo?’ E fiquei com aquilo martelando na cabeça”, lembra Antonio.

MEDO DA MUDANÇA

Pode até parecer incrível, mas essa premonição começou a se materializar logo que ele desembarcou em Sampa. Quando comentou esse fato com sua irmã, esta lhe disse que na padaria em que trabalhava em Pirituba, chamada Flor do Monte Alegre, o proprietário estava procurando alguém para vendê-la. Impressionado com a coincidência, Antonio não perdeu tempo, e foi conversar com o homem, para manifestar seu interesse na aquisição, deixando tudo acertado, inclusive o preço do negócio.

Só que aí, o receio de fazer uma mudança tão radical na vida dele, de sua mulher e de seu filho Thiago bateu forte. Assim, retornando a Águas Belas, quan-

do contou sua ideia a Stefanne, essa incerteza também a dominou. Mas aí, algo espiritualmente, digamos, mágico aconteceu. Assíduos frequentadores de uma congregação evangélica local, ambos foram assistir a uma pregação de um pastor que eles não conheciam, durante a qual este falou palavras que pareciam exclusivamente direcionadas ao casal, dissipando todas as dúvidas que eles tinham. “Sentimos como se fosse Deus falando diretamente aos nossos ouvidos”, emociona-se Stefanne. E assim, vencido o medo, com segurança absoluta, a família Barros se mudou para Pirituba em 2017.

DESISTIR JAMAIS

O início da nova atividade, entretanto, não foi nada fácil. A padaria que compraram era muito antiga e desatualizada e, por conta disso, há tempos vinha perdendo a clientela, o que impactou negativamente seu faturamento. Porém, com muita fé

em Deus e sem nunca pensar em desistir, eles, confiantes, seguiram em frente, encarando as dificuldades com bênçãos para estimulá-los a vencer.

Com muita sabedoria, foram fazendo pequenos aperfeiçoamentos na casa, tais como dedicar um cuidado especial à sua limpeza e higiene, à pintura do imóvel, ainda à instalação de novos balcões de aço inox, em substituição aos antigos, que eram de madeira. Com isso, os clientes começaram a voltar, e o número deles a crescer exponencialmente, e a queda nos negócios da padaria pouco a pouco acabou se transformando em uma rotina de aumento dos lucros e da rentabilidade da casa.

E após uma reforma realizada bem no começo da pandemia da COVID-19, com a aquisição de novos equipamentos para a produção, além da instalação de uma área de restaurante, a partir da anexação de uma área ao lado do prédio no qual, por muitos anos, funcionou uma quitanda, a etapa seguinte foi realizar outra mais completa, no início de 2026. Nela, a Pão Nosso ganhou um novo e atrativo *layout*, proporcionando-lhe uma ambientação mais moderna, bem como uma distribuição mais racional dos espaços da loja para receber os clientes, que fizeram questão de comparecer em peso à reinauguração da casa, no último dia 17 de abril.

E assim, a total confiança em Deus venceu, e continua vencendo. Prova disso é a escolha da Pão Nosso para receber a homenagem do Prêmio Panificadores do Ano 2026. “Eu, a Stefanne e o Thiago ficamos muito emocionados e gratos ao SAM-PAPÃO e, sobretudo, ao Criador por receber essa distinção, que nos impulsionará a seguir sempre em frente em nossas realizações”, finaliza Antonio.

Um sucesso que só AUMENTA

Considerada a maior padaria do Brasil e da América Latina, a CEPAM é amplamente conhecida e divulgada como a maior padaria do Brasil e da América Latina, e faz jus a esse título. Instalada em um prédio gigantesco, quase do tamanho de um quarteirão inteiro entre as ruas Ibitirama e dos Ciclames, na Vila Prudente, ela conta com cerca de 2.500 metros quadrados, distribuídos entre loja e indústria em uma edificação de três andares, fora a área de seus três estacionamentos para centenas de carros, e emprega perto de 570 funcionários para atender a milhares de clientes.

E põe “milhares” nisso: em dias de semana, estes costumam chegar a 4.000 – número que dobra e, muitas vezes, triplica aos sábados e domingos –, que vêm não só para comprar sua ampla variedade de mais de 5.000 produtos, entre pães, doces, salgados, pizzas e itens de empório, como também usufruir da enorme oferta de serviços da casa, como é o caso daqueles do restaurante, instalados em dois espaços ligados por rampas entre o térreo e o 1º andar, com um total de incríveis 530 lugares, às mesas, nos quais serve seu café da manhã, almoço e jantar.

ATUAÇÃO DIVERSIFICADA

Mas nem sempre foi assim. Em 1968, quando a casa foi inaugurada, ela tinha apenas 60 metros quadrados de loja, e 300 de área total. Por trás do negócio, um grupo de amigos que estudaram juntos no Colégio Estadual Professor Américo de Moura, de cujas iniciais, aliás, deriva o acrônimo CEPAM, escolhido em homenagem à escola que marcou a juventude dos fundado-



RONALDO E JOÃO. Há quase 60 anos trabalhando ininterruptamente para construir e perpetuar o sucesso da CEPAM.

res. Eram eles Antônio Diogo, os irmãos Newton e José Baptista Amaro, e José Macarrão.

Porém, apesar de a padaria ter começado de forma modesta, rapidamente ela foi evoluindo, com muito trabalho, foco na qualidade dos produtos e constante reinvestimento de capital. E isso resultou na sucessiva compra de vários imóveis no seu entorno, que gradativamente não só a conduziram ao seu tamanho atual, como também à diversificação de seu modelo de atuação. Fato emblemático disso foi a criação da marca Village, lançada já na década de 1970, e que se tornou conhecida nacionalmente pelos panetones, bolos e chocolates.

“No início, a CEPAM vendia esses itens apenas na loja. Mas, com o reconhecimento no mercado, mas logo ela passou a fornecê-los para vários supermercados, o que, mais tarde também resultou no fechamento de contratos de fornecimento por 25 anos de ovos de Páscoa e paneto-

nes para a Nestlé e, por quatro anos, de ovos de Páscoa para a Ferrero, antes que ela instalasse sua fábrica no Brasil”, conta João Diogo, que acabou assumindo a sociedade da padaria em 1974, após o falecimento de Antônio, seu pai, deixando definitivamente de lado sua carreira como engenheiro civil.

ADAPTAÇÃO CONSTANTE

Além da versatilidade da entrega de seus produtos e serviços, ao longo de seus quase 60 anos de atividades, uma das marcas registradas da CEPAM nunca deixou de ser a sua constante adaptação à realidade e às tendências ditadas pelo mercado, a fim de atender às suas sucessivas gerações de clientes.

“Hoje temos o orgulho e a satisfação de receber aqui de avós até netos. E isso traz a necessidade de mantermos diversas opções no cardápio para agradar a todos eles. Assim, os frequentadores mais antigos preferem salgados tradicionais e o

filé à parmegiana, nosso campeão de vendas. Já os mais novos optam por lanches como hambúrgueres e, no contraponto, pratos que eles consideram mais saudáveis, como é o caso da comida japonesa, que introduzimos, mas que também caiu no gosto dos clientes mais seniores”, explica Ronaldo Macarrão, filho de José.

E essa é a síntese da história da CEPAM, que representa a força do empreendedorismo familiar e a evolução da panificação brasileira, que transformou uma pequena padaria de bairro em uma das mais admiradas do país e do mundo. O segredo do sucesso? “Bem, isso é fácil de responder: acordar de madrugada e chegar na padaria bem cedinho ao longo de 58 anos, e trabalhar nela sem parar por pelo menos 12 horas seguidas, como, aliás, fazem os filhos e netos de todos os sócios fundadores, que também já atuam por aqui”, explica, bem humorado João Diogo, com o sorriso de aprovação de Ronaldo.

Ambiente familiar, bufê por quilo, confeitaria fina e pizzas à noite, inclusive no *delivery*. Tudo isso e muito mais os clientes encontram na Vila Nova Pães e Doces, localizada no coração da Vila Nova Conceição, um dos bairros mais charmosos, arborizados e sofisticados da capital paulistana.

Ponto de encontro obrigatório dos moradores do bairro e de todos que passam por lá, a aconchegante casa – que fica à duas quadras da Av. Santo Amaro – se destaca pelo equilíbrio perfeito entre a essência acolhedora das clássicas padarias paulistanas e a exigência e modernidade que a região pede, constituindo-se como um verdadeiro patrimônio de sabor e hospitalidade que traduz o melhor do estilo de vida paulistano. E essa perfeição se estende também à proposta tanto para quem busca um café rápido antes do trabalho quanto para aqueles que desejam desfrutar de um momento descontraído e de tranquilidade com os amigos e a família em meio à agitada rotina da metrópole, sentados às mesas de seu salão, ou na sua acolhedora área externa na calçada.

Inaugurada no dia 1º de março de 1983, no lugar em que anteriormente funcionava um bar e mercearia de propriedade de um casal de portugueses, ela é a padaria mais antiga do bairro, tendo como sócios-fundadores dois imigrantes vindos da Ilha da Madeira: Antonio Fortunato Fernandes, e seu cunhado Mário Gomes de Sousa. Mas não demorou muito para a panificadora crescer, ser ampliada e virar referência local.

Hoje comandada pela primeira e segunda geração da família, a Vila Nova trabalha intensamente para manter viva a paixão pela tradição da panificação, da confeitaria e da gastronomia tradicionais, mas

LUCIANO (ESQ.) E RONALDO.
Administram com todo o carinho um negócio tradicional de família, mas sempre antenados às novas tendências da padaria.



Tadeu Sakagawa

Tradição e sabor na VILA NOVA CONCEIÇÃO

sempre acompanhando de perto as tendências do mercado, e sem deixar de lado os investimentos em tecnologia, a fim de entregar diariamente produtos frescos e de alta qualidade, em um processo contínuo marcado pela busca constante pela inovação e pela modernização. Exemplo disso é o fato de que ela foi umas das primeiras padarias do Brasil a adotar a informatização e a automação comercial.

PARA TODOS OS MOMENTOS DO DIA

E tudo isso pode ser facilmente notado pelos clientes. “Além do pão sempre quentinho, versatilidade é uma das grandes marcas da Vila Nova, que acompanha o ritmo deles desde as primeiras horas da manhã até o final da noite. Temos um cardápio diferenciado para todos os momentos do dia, como o nosso café da manhã completo, no qual, por exemplo, o clássico pão na

chapa, feito com pão francês crocante por fora e macio por dentro, ganha a companhia de cafés *spressos* perfeitamente tirados, de sucos naturais e de uma seleção especial de frios”, explica Ronaldo Zucckermaglio Fernandes, sócio-administrador da padaria, e filho de Antonio Fernandes. “Já na hora do almoço, a casa se transforma em um restaurante, oferecendo um bufê variado com o autêntico sabor da comida caseira, além de deliciosos pratos servidos *à la carte*”, faz questão também de registrar.

Por sua vez, José Luciano de Freitas, também sócio do estabelecimento e primo de Ronaldo, fala da confeitaria do lugar, com opções servidas principalmente no café da tarde. “Temos aqui um balcão de doces de encher os olhos, com bolos caseiros, tortas e os tradicionais doces conventuais portugueses, como o Pastel de Belém e o Pastel de Santa

Clara. E destaque também, já ao cair da noite, são as nossas ‘Noites de Pizza’, com serviço de ‘redondas’ artesanais, com molho caseiro e massa leve, e nas quais a Vila Nova se transforma em um ambiente descontraído, e ainda no cenário ideal para uma *happy-hour*”, registra para deixar qualquer um com água na boca e vontade de participar.

E ambos se manifestam com grande satisfação pela conquista do Prêmio Panificadores do Ano 2026 do SAMPAPÃO. “Nós o recebemos com imensa alegria, e com a certeza que estamos fazendo jus à história do nosso negócio de família, que também integra como sócios-administradores o meu irmão, Fabio Zucckermaglio Fernandes, e o Mauricio Fernandes de Sousa, filho do meu tio Mário, e que ficou no lugar deste quando ele faleceu”, conclui Ronaldo, passando a lista completa do atual comando da Vila Nova.

PAIXÃO QUE CONQUISTA E CONTAGIA

A panificadora Líder é um patrimônio da Vila Ede, um dos bairros mais movimentados da Zona Norte da capital paulista. Um lugar onde as histórias dos seus frequentadores se cruzam diariamente, nem que seja apenas para tomar uma xícara de café ou um “pingado”, acompanhado por um pão fresquinho, sempre proporcionando boas conversas no balcão e nas mesas.

E quem também tem muitas histórias para contar é Fabio Luiz dos Santos Gato, desde 2014 no comando da casa, que há mais de 65 anos permanece no mesmo local, como referência de ponto de encontro de sabor e tradição para toda essa gente. “A panificação é uma paixão que tomou conta da nossa família desde muito cedo. Para se ter uma ideia, meu pai, Carlos Gato, chegou ao Brasil juntamente com meus avós aos três anos de idade, no início da década de 1950, e já aos cinco entregava pães de carroça da padaria do meu bisavô na Vila Carioca. E esse amor pelo ramo nos ‘contagiou’ a todos”, conta Fabio.

ABRAÇANDO TODOS OS MOMENTOS

Abrindo suas portas bem cedo, o cardápio da Líder é bem variado, e abraça todos os momentos do dia. No clássico despertar, seu famoso pão



FABIO. A conquista do Prêmio Panificadores do Ano 2026 do SAMPAPÃO nos enche de honra, orgulho e gratidão, porque isso nos traz a certeza de que estamos no caminho certo. E assim queremos seguir.

francês – cujo aroma irresistível invade a rua –, com casca crocante e miolo macio, que na chapa com manteiga derrete na medida certa. Na hora do almoço, a padaria se torna um oásis para quem busca uma refeição rápida, farta e com aquele gostinho de comida caseira, seja no formato de pratos comerciais clássicos, seja no consumo de seus salgados na estufa sempre quentinhos, ou de sucos naturais batidos na hora.

Já a confeitaria da casa é um espetáculo à parte, apresentado em um balcão de doces nostálgico, passando das carolinhas recheadas aos pudins, pelos bolos de vitrine e pelas broas de milho perfeitas para o café da tarde, tudo ali é repleto de gosto e aconchego. E no final do dia e início da noite, a Líder vira o destino certo para quem está voltando do trabalho e quer garantir a sacola de pães para o café da noite ou levar um pedaço de pizza e um lanche caprichado para fechar a jornada com chave de ouro.

O ELO ENTRE TRADIÇÃO E MODERNIDADE

Porém, embora a tradição seja marca registrada da Líder, Fabio também tem um olhar atento nas tendências, o que sempre se traduz no implemento de inovação na padaria. “Exemplo emblemático disso é a convivência harmônica em nossa área de produção entre modernas máquinas e equipamentos de última geração e um forno a lenha para a fabricação dos produtos como, por exemplo, o nosso pão francês, que tem um sabor especial e inconfundível em relação àquele das fórmulas industrializadas. Nesse aspecto, a fabricação artesanal efetivamente faz a diferença, e funciona como um grande fator de atração para os clientes da nossa casa, acostumados com essa tradição, que faz parte do nosso autêntico DNA. Mas, claro, modernizar sempre é algo que fazemos questão para atender às novas demandas das famílias”, destaca.

E ele conta que receber a noti-

cia de que havia sido escolhido como um dos homenageados do SAMPAPÃO no Prêmio Panificadores do Ano de 2026, foi para ele uma grande e agradável surpresa. “E isso porque conheço o alto nível da panificação paulista e dos empresários que atuam na área. Dessa forma, receber a notícia de termos sido escolhidos por profissionais tão competentes e com enorme experiência, que são nossos pares nesse ramo, representou para nós um atestado de reconhecimento legítimo e de grande valor ao trabalho que desenvolvemos, sempre com o objetivo de evoluir continuamente. Assim, eu, meu pai e toda a nossa família, bem como nossa equipe de colaboradores e também nossos clientes, ficamos muito honrados, orgulhosos e felizes com essa conquista, que nos incentiva a nos aperfeiçoarmos para evoluir sempre mais. A palavra “gratidão” é pouco para exprimir o que sentimos”, comemora Fabio Gato.



Arizona e Pedacinho do Sol uma parceria de confiança.



Paulo (dono padaria Arizona), Simone (degustadora)

Há dois anos iniciamos um desafio, e os resultados falam por si. Superamos todas as metas estabelecidas e, mais do que isso, **multiplicamos as vendas!**

Conseguimos esse resultado com uma estratégia simples: degustação orientada no ponto de venda. Todos os finais de semana, uma profissional dedicada atua de forma fixa na padaria, oferecendo a experiência do produto ao cliente. O resultado? O consumidor prova, se encanta gerando um crescimento expressivo nas vendas.

Gil: "Agradeço ao Paulo e ao Rodrigo pela confiança no trabalho exclusivo desenvolvido junto à padaria Arizona. Os resultados são fruto de uma parceria sólida."

Quer resultados incríveis como esse?

Mande uma mensagem no WhatsApp,
agende uma visita sem compromisso

Gil: (11) 99041-8198

Observação: Este modelo de trabalho não é oferecido diretamente pela empresa Pedacinho do Sol, nem por outros representantes. Trata-se de uma abordagem exclusiva desenvolvida pelo vendedor Gil.

Memórias...



"Relembrando a celebração dos 10 anos da Pedacinho do Sol, que ganhou um brilho especial com a presença de vários proprietários de padarias, que nos homenagearam e reforçaram a proposta da nossa parceria de sucesso."



Rui Gonçalves e sua esposa Magna, da padaria Portugal; Paulo Ferreira e Rodrigo Chaluppe, com suas respectivas esposas Carolina e Flávia, da padaria Arizona; Luiz Ferreira e sua esposa Cláudia, da padaria Villa Grano; Antonio Carlos, do SAMPAPÃO; e Gil e Jéssica, da Pedacinho do Sol.



Paulo (dono padaria Arizona) / Gil (vendedor Pedacinho do Sol).

Nosso mais novo parceiro: Padaria Condessa!

Após um período de planejamento e alinhamento estratégico com a Padaria Condessa, iniciamos uma nova etapa focada em crescimento e resultados concretos.

Nosso objetivo é claro: aumentar as vendas entre 30% e 50% em até 60 dias, por meio de ações consistentes, acompanhamento próximo e estratégias de degustação.

Seguimos avançando com o mesmo compromisso de sempre: gerar resultados reais para nossos parceiros e impulsionar o crescimento sustentável do negócio.

Agradecemos à Padaria Condessa pela confiança em nosso trabalho.
Estamos prontos para transformar metas em resultados!



Eloá (gerente) / Fernando (proprietário)
Gil (vendedor Pedacinho do Sol).



CREMOSO
Canastra

PARA VOCÊ QUE APRECIA O EXTRAORDINÁRIO!



Mesmo adormecido continua cremoso, maior e ainda mais gostoso.

O sabor intenso derrete na boca envolvendo o paladar com notas defumadas levemente picante.

Crocante por fora e muito cremoso por dentro, uma verdadeira experiência que te faz viajar entre os sabores e texturas.



Rui (dono padaria Portugal)
Gil (vendedor Pedacinho do Sol) / Simone (degustadora)

UMA CAMPANHA QUE ESTÁ DANDO O QUE FALAR E... VENDER!

Por maior que seja o favoritismo da equipe de um país em uma Copa do Mundo, a aposta de quem vai ser o campeão é sempre incerta, quase como um exercício de bola de cristal. Afinal, como se diz por aí, o futebol é uma “caixinha de surpresas”.

Entretanto, algumas ideias e ações já nascem destinadas ao sucesso, como é o caso da “Campanha de Receitas de Lanches Temáticos para a Copa do Mundo de Futebol 2026”, criada pela Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC, que está em franco andamento, e continua turbinando as vendas das padarias associadas ao SAMPAPÃO que aderiram a ela, demonstrando o potencial do segmento para

Fotos: Tadeu Sakagawa



CARDÁPIO CAMPEÃO. Com receitas diferenciadas criadas pela Escola IDPC, a campanha da Copa está apresentando resultados extraordinários.

aproveitar datas e eventos de grande apelo popular. Copas do Mundo abrem sempre excelentes oportunidades para fazer promoções temáticas, porque, além de gerarem um grande número de encomendas para pessoas que se juntam com amigos e familiares para ver os jogos em clubes ou em suas residências, o mesmo aconte-

ce em várias panificadoras, nas quais monitores e televisões ficam ligados para elas, com muita animação, assistirem as partidas. Assim, nas padarias, essas ocasiões se transformam em verdadeiras festas, e o tema vira assunto dentro dessas casas.

Desenvolvida com o objetivo de estimular e incentivar a inovação nas padarias, a ação mobilizou panificadoras de todas as regiões de São Paulo, a partir de uma proposta de cardápio específico e muito especial. “Nele, tivemos o cuidado de focar no

uso de produtos e ingredientes que fazem parte da rotina das padarias, a fim de facilitar a preparação para os chapeiros e lancheiros, trazendo propostas gastronômicas de dez países que selecionamos, apresentadas com uma roupagem diferenciada, configurando uma releitura totalmente nova”, explica Matheus Bernardo, diretor técnico da AIPAN, e membro do Conselho gestor do IDPC. Com isso, além do aumento natural no fluxo de clientes durante o período da competição, muitas padarias registraram crescimento expressivo no faturamento, impulsionado pela procura por produtos práticos para os momentos de confraternização entre amigos e familiares. E, claro, a campanha também fortaleceu a imagem das padarias como pontos de encontro da comunidade, proporcionando experiências diferenciadas aos consumidores.

“GOLS DE PLACA”

Entre as várias padarias que aderiram à campanha da Escola IDPC, está a Ceci, do Planalto Paulista.

“Fiquei sabendo da campanha da Copa do Mundo por meio dos grupos de WhatsApp e nas reuniões do SAMPAPÃO e, de cara, achei a ideia muito boa, principalmente por sua simplicidade e facilidade na execução, que não exigiu a compra de ingredientes além daqueles que usamos normalmente em nosso dia a dia, demandando apenas algumas adaptações das receitas da Escola IDPC, para deixá-las ao gosto de nossos clientes. E até nossos chapeiros ficaram felizes com a praticidade e a simplicidade de preparar os lanches”, comenta Gustavo Fernandes, proprietário da casa. E outra padaria que está comemorando o sucesso da ação é



ALESSANDRA, DA BIG BREAD MASTER. Com o sucesso da ação, alguns dos lanches poderão ficar no cardápio depois da Copa.

a Big Bread Master, de Pirituba. “Todas datas comemorativas merecem uma ação especial aqui na padaria, que sempre vai além da decoração temática, complementando-a com a oferta de produtos exclusivos. Por conta disso, o cardápio criado pela Escola IDPC é um sucesso, e estamos pensando até em manter alguns dos lanches dele depois do evento. E uma coisa bem simples que fizemos, está dando grandes resultados: colamos os cartazes dos lanches nos vidros que dão para fora da loja. E nos finais de semana, quando a calçada fica lotada de gente que vem para a troca de figurinhas do álbum da

Copa, promovida pela banca de jornais aqui em frente, fica difícil resistir, né?! As pessoas entram, e até fazem fila para saboreá-los”, comemora Alessandra Carvalho, proprietária da padaria. Assim, a iniciativa do SAMPAPÃO comprovou que o planejamento estratégico aliado à criatividade é capaz de transformar grandes eventos temáticos em excelentes oportunidades de negócios. E muitas ações semelhantes estão por vir. Aguarde!



GUSTAVO, DA CECI. Facilidade na execução, que não exigiu ingredientes diferentes daqueles usados no dia a dia da padaria.

AINDA DÁ TEMPO DE ADERIR!

A Copa do Mundo de 2026 representa uma grande oportunidade para as padarias aumentarem as vendas e conquistarem novos clientes. O clima de celebração impulsiona o consumo de pães, salgados, lanches, pizzas, doces e bebidas para encontros entre amigos e familiares. Com ações promocionais como a Campanha da Copa do SAMPAPÃO, produtos temáticos e atendimento eficiente, elas podem transformar a paixão pelo futebol em mais faturamento, fortalecer sua marca e fidelizar ainda mais os consumidores, ampliando seus resultados no período.

Os caixas de autoatendimento – ou *self-checkouts* – e totens digitais estão mudando o comércio de forma muito rápida, consolidando-se como um dos principais vetores da digitalização no varejo físico brasileiro e fazendo cada vez mais parte da rotina do consumo.

Essa tecnologia inovadora chegou com força total ao setor de panificação. E isso porque todo proprietário de padaria sabe mui-



Praticidade que rima com eficiência

to bem que os horários de pico são os momentos mais desafiadores da sua rotina de trabalho. No café da manhã, na hora do almoço ou no final da tarde, o fluxo de clientes cresce muito rapidamente dentro da loja. Nesses momentos, a maioria dessas pessoas compartilham um desejo em comum: querem fazer suas compras ou usufruir desses serviços de forma ágil e prática. E é exatamente aqui que o autoatendimento se destaca como uma solução muito inteligente, moderna e altamente lucrativa para o seu negócio.

BENEFÍCIOS PARA TODOS

A primeira grande vantagem visível desse sistema é a redução drástica do tamanho das filas, uma vez que ninguém gosta de esperar para fazer o pagamento. Com a instalação de um totem de autoatendimento, o próprio cliente escaneia os produtos e realiza todo o pagamento de forma autônoma, bem mais rápido do que o atendimento humano tradicional. Além disso, uma área

de caixas vazia e bem organizada atrai novas pessoas que estão apenas passando pela calçada. Complementarmente, o sistema oferece total privacidade e controle das compras, quer seja pagando por aproximação de cartão ou via PIX.

Já do ponto de vista financeiro, totens de autoatendimento reduzem problemas comuns como o esquecimento do registro de algum item na comada, tornando o processo de fechamento do caixa totalmente automático, rápido e muito mais seguro para a loja, uma vez que todos os valores recebidos por meios digitais entram diretamente na conta bancária da empresa, o que facilita bastante o controle diário do fluxo de caixa.

VANTAGENS EM CASCATA

Outro ponto forte do sistema é a otimização inteligente da equipe de funcionários da padaria. Em vez de manter vários colaboradores fixos e parados atrás de balcões de caixas tradicionais, você pode realocar essas pes-

soas estrategicamente pela loja, por exemplo ajudando na produção de itens ou no atendimento dos balcões, ou ainda na reposição rápida de mercadorias nas gôndolas e prateleiras. E isso melhora a eficiência operacional da padaria. Em outras palavras, sua equipe passa a focar em tarefas manuais importantes que agregam valor real ao negócio, melhorando o padrão de qualidade do serviço e dos produtos oferecidos aos clientes.

Além disso, outro benefício é o melhor aproveitamento do espaço físico da padaria. Um caixa tradicional completo com esteira ocupa uma área física considerável. E no mesmo espaço de um único caixa comum, é perfeitamente possível instalar até três modernos totens verticais de autoatendimento. Na prática, isso significa que você consegue atender ao triplo de pessoas utilizando exatamente a mesma área útil da sua loja. Sem falar que o ambiente interno da sua padaria ganha um visual estético muito mais moderno, limpo,

CAIXAS DE AUTOATENDIMENTO. Moderna tecnologia que traz o máximo de agilidade para o cliente, e total facilidade de controle para o panificador.

organizado e tecnológico, transmitindo uma ótima imagem de inovação para os clientes. Finalmente, o totem de autoatendimento atua como uma excelente ferramenta para turbinar vendas por impulso. Seu *software* pode ser facilmente programado para sugerir produtos adicionais e complementares diretamente na tela de pagamento. Por exemplo, quando o sistema detecta que o cliente está comprando pães de queijo, a tela exibe uma mensagem atrativa como: “Que tal adicionar um requeijão para acompanhar o seu pedido?”. Essa conhecida estratégia de venda cruzada automatizada aumenta de forma natural o valor do tíquete médio que cada cliente gasta na sua padaria, sem que o consumidor se sinta de forma alguma pressionado por um funcionário.

AS LIÇÕES DE UM VENCEDOR

“Esforço, dedicação, responsabilidade, doação, aprendizado constante e, sobretudo, amor pelo que se faz.” Assim Hallyson Cezar destacou em seu pronunciamento durante a cerimônia de entrega do título de “Melhor Confeiteiro das Américas”, que ele recebeu em 2025 no concurso promovido pela Confederação Interamericana da Indústria do Pão – a CIPAN –, no México, na qual trocou seu habitual dólmã por um elegante terno, e foi merecidamente aplaudido pela plateia, consagrado pela honra de ser o primeiro brasileiro a conquistar esse título.

E todos esses “ingredientes” desde sempre fizeram parte da vida desse verdadeiro apaixonado pelo trabalho, nascido em Marcelino Vieira, município do interior do Rio Grande do Norte. Com apenas 11 anos de idade, e já morando em Catolé do Rocha, na Paraíba, começou ajudando seu padrinho em um pequeno negócio de produção de salgados. E quando seu pai, que havia se mudado para São Paulo, mandou chamar a família para morar com ele, Hallyson enxergou nisso uma grande oportunidade.

“Cheguei à metrópole paulistana com 16 anos, e logo arrumei emprego em uma padaria. Garoto novo, eu não tinha muita experiência, mas dentro de mim uma enorme vontade de vencer. E tudo começou a ganhar sentido quando arrumei um emprego atrás do balcão de uma padaria. Desse tempo, lembro da correria, do calor do forno, do cheiro

HALLYSON. Muito mais do que um campeão, uma constante inspiração para as futuras gerações de profissionais da panificação e da confeitaria.



do pão saindo dele muitas vezes por dia, e da alegria das pessoas esperando para receber algo simples, mas cheio de significado. Ali, aprendi cedo o valor da dinâmica de fazer a mesma coisa todos os dias, algo que pode até parecer simples, mas que foi construindo em mim o desejo de aprender novas técnicas, bem como consistência e o respeito pelo processo de produção. E mesmo com as limitações da

idade, foi atrás daquele balcão que desenvolvi disciplina, humildade e atenção aos detalhes”, diz ele, fazendo uma viagem a um passado do qual se orgulha.

A VIRADA DE CHAVE

Pouco a pouco, a dedicação de Hallyson o levou a posições de liderança nas padarias nas quais trabalhou, sempre aprofundando o conhecimento em pães artesanais, fermentação natural, *pâtis-*

serie e *viennoiserie*, passando intuitivamente a desenvolver receitas e a treinar equipes. Nesse processo evolutivo, começou a fazer vários cursos na área.

Entretanto, o ponto de virada em sua carreira foi, quando, em 2007, ingressou na primeira turma do Curso Técnico em Panificação da Escola IDPC do SAMPAPÃO, na qual, após se destacar, foi convidado a trabalhar como professor e até hoje leciona, transmitindo ensinamentos com grande empatia para os alunos, incentivando novos talentos e, por conta disso, sendo muito respeitado e querido por eles. E imbuído da grande responsabilidade que o novo cargo impunha, para aprimorar ainda mais sua didática ele realizou mais um sonho: a graduação em Gastronomia na Faculdade de Tecnologia em Hotelaria Gastronômica e Turismo de São Paulo, a HOTEC.

CICLO VIRTUOSO

Assim, a equação que alinha no currículo de Hallyson a prática em padarias, o conhecimento técnico em panificação e confeitaria, e ainda o ensino – ou seja, ofício, criação e docência –, criaram uma conjunção muito singular em seu perfil profissional.

“A perfeita interação entre essas três dimensões acaba virando um ciclo muito poderoso, que sempre me impulsiona a aprender para evoluir sempre mais, algo que, aliás, faço sempre questão de transmitir aos meus alunos. E isso porque o ofício garante verdade e vivência àqui-

lo que ensino, a criação diferen-
cia um profissional no mercado
e inspira os alunos, e a docência
organiza, aprofunda e perpetua
tudo isso. E quando isso está
bem conectado, você deixa de
ser só um profissional técnico e
passa a ser uma referência, al-
guém que faz, entende e atua
com confiança na formação dos
outros”, enfatiza ele.
Por conta disso, ao conquistar o
título de Melhor Confeiteiro das
Américas, Hallyson Cezar não
apenas realizou um sonho pes-
soal, mas também abriu novos
caminhos para as futuras gera-
ções de profissionais brasileiros
de padaria. E sua vitória de-
monstra que talento, disciplina
e paixão são ingredientes fun-
damentais e capazes de conti-
nuar a levar o Brasil ao mais alto
patamar da confeitaria mundial.

NÃO PERCA ESTA OPORTUNIDADE!

Com a proximidade do Dia dos Pais, que tal agen-
dar uma visita técnica da Escola IDPC para identi-
ficar oportunidades de melhoria e conhecer estrat-
égias para aumentar as vendas e a rentabilidade
da sua padaria nessa data tão importante do ca-
lendário promocional do ano? E, melhor ainda: sa-
bia que ela é totalmente grátis para os associados
do SAMPAPÃO?

Durante a ação, técnicos da escola analisam as-
pectos como eficiência na produção, fichas téc-
nicas, eliminação de desperdícios, exposição de
produtos, mix de ofertas, atendimento ao cliente,
precificação, ações promocionais e de marketing,
além de organização de todos os setores da casa
para você vender e lucrar mais no período

Os especialistas também compartilharam orien-
tações sobre a criação de kits temáticos, vendas
por impulso e campanhas voltadas à data come-
morativa, incentivando a valorização de produtos



de maior valor agregado. A iniciativa tem como
objetivo auxiliar as padarias a aproveitar o po-
tencial comercial do Dia dos Pais, transformando
a ocasião em uma oportunidade de crescimento,
fidelização de clientes e aumento dos resultados,
por meio de práticas simples, eficientes e focadas
no consumidor.



AGENDA DE CURSOS IDPC – AGOSTO 2026

Cursos	Data	Dias	Horário
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	03/08 a 05/08	Seg. a Qua.	08h30 às 12h30
Bolos Secos em tiras (12h)	03/08 a 05/08	Seg. a Qua.	15h30 às 19h30
Noções em Confeitaria – Módulo I (20h)	03/08 a 07/08	Seg. a Sex.	15h30 às 19h30
Salgados Assados e Fritos (16h)	04/08 a 07/08	Ter. a Sex.	08h30 às 12h30
Qualidade do Pão Francês (12h)	05/08 a 07/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Pães Doces (08h)	06/08 a 07/08	Qui. a Sex.	08h30 às 12h30
Entremet (20h)	10/08 a 14/08	Seg. a Sex.	08h30 às 12h30
Noções em Panificação – Módulo III (20h)	10/08 a 14/09	Seg. a Sex.	15h30 às 19h30
Atendimento ao Cliente (08h)	12/08 a 13/08	Qua. a Qui.	08h30 às 12h30
Atendimento ao Cliente (08h)	12/08 a 13/08	Qua. a Qui.	15h30 às 19h30
Chapeiro (MÓDULO I) (09h)	12/08 a 14/08	Qua. a Sex.	09h30 às 12h30
Pão Francês, Baguetes e Suas Versões (12h)	12/08 a 14/08	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Croissant e Folhados Especiais (12h)	12/08 a 14/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Confeitaria Moderna (12h)	12/08 a 14/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Pastel de Nata (08h)	13/08 a 14/08	Qui. a Sex.	15h30 às 19h30
Pizzaio (16h)	17/08 a 20/08	Seg. a Qui.	08h30 às 12h30
Comunicação para Líderes (08h)	19/08 a 20/08	Qua. a Qui.	08h30 às 12h30

Cursos	Data	Dias	Horário
Comunicação para Líderes (08h)	19/08 a 20/08	Qua. a Qui.	15h30 às 19h30
Confeitaria Moderna (12h)	19/08 a 21/08	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Chapeiro (MÓDULO I) (09h)	19/08 a 21/10	Qua. a Sex.	09h30 às 12h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	19/08 a 21/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Bolos Secos em tiras (12h)	24/08 a 26/08	Seg. a Qua.	09h30 às 12h30
Entremet (20h)	24/08 a 28/08	Seg. a Sex.	15h30 às 19h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	26/08 a 28/08	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Chapeiro (Módulo I) (09h)	26/08 a 28/08	Qua. a Sex.	15h30 às 18h30
Pão Francês, Baguetes e Suas Versões (12h)	26/08 a 28/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Fermentação Natural (16h)	26/08 a 28/08	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Enzimas na Panificação (08h)	27/08 a 28/08	Qui. a Sex.	08h30 às 12h30
Combinações e Harmonização de Tábuas de Frios (08h)	27/08 a 28/08	Qui. a Sex.	15h30 às 19h30
Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	31/08 a 01/09	Seg. a Ter.	08h30 às 12h30
Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	EAD https://idpc.eadplataforma.app/		
Fermentação Natural (16h)	EAD https://idpc.eadplataforma.app/		

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

Receitas deliciosas para o “PAIZÃO”



Focaccia do Papai

A *Focaccia* é um dos pães mais antigos da culinária italiana, com origens que remontam à Antiguidade. Seu nome deriva do termo latino “*focus*”, que significa “lar” ou “fogão”, referência ao local onde era assada sobre pedras aquecidas ou diretamente nas brasas. Antes mesmo do surgimento do Império Romano, povos da região da atual Itália já preparavam massas simples feitas com farinha, água e azeite. Ao longo dos séculos, a *Focaccia* tornou-se um alimento popular por sua praticidade e sabor. Na região da Ligúria, especialmente na cidade de Gênova, surgiu a versão mais famosa, conhecida por sua textura macia, superfície marcada por pequenas cavidades e generosas porções de azeite de oliva. Com o tempo, ervas, cebolas, azeitonas e outros ingredientes passaram a enriquecer a receita. Hoje, a focaccia é apreciada em todo o mundo, sendo considerada um símbolo da tradição panificadora italiana e da simplicidade da dieta mediterrânea.

O “Super-herói” da casa vai adorar receber como presentes dos seus filhos estas duas delícias criadas para ele pela Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC. Por isso, inclua-as no cardápio da sua padaria para comemorar o Dia dos Pais!

MASSA

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Farinha de Trigo Extensível	100	1.000
Água	80	800
Fermento Natural Líquido	20	200
Azeite	5	50
Sal	2,2	22
Fermento Biológico	0,2	2

COBERTURA

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Tomate Cereja	100	200
Queijos Curados/Defumados	50	100
Azeite	5	10
Sal Grosso	2,5	5
Alecrim	2,5	5

PROCESSO DE FABRICAÇÃO: MASSA

1. Pesar todos os ingredientes, inclusive a água, e fazer o *mise-en-place*.
2. Misturar na primeira velocidade por 10 minutos.
3. Passar para segunda velocidade, e bater por 5 minutos ou até o total desenvolvimento da rede de glúten.
4. Dispor na caixa untada e aplicar 3 dobras, com intervalos de 30 minutos.
5. Fermentação em bloco por no mínimo 12 horas, à temperatura de 6°C
6. Dispor nas assadeiras e fermentar por 1 hora.
7. Colocar a cobertura.
8. Modelar e aplicar a cobertura.
9. Assar a 250°C por 30 minutos.

Rendimento: 48 Unidades, com 50g cada

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

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

	100g	50g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	219	109	5
Carboidratos (g)	36	18	6
Açúcares totais (g)	0,3	0,2	
Açúcares adicionados (g)	0,0	0,0	0
Proteínas (g)	9,2	4,6	9
Gorduras totais (g)	4,5	2,2	3
Gorduras Saturadas (g)	1,2	0,6	3
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0
Fibras alimentares (g)	3	1,5	6
Sódio (mg)	435	217	11

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, água, tomate cereja, fermento levedura, queijo parmesão, azeite de oliva extravirgem, sal, alecrim fresco e fermento biológico.

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



Pavlova com Frutas Amarelas

A Pavlova é uma sobremesa delicada e elegante, famosa por sua combinação de merengue crocante por fora e macio por dentro, geralmente coberto com *chantilly* e frutas frescas. Sua origem é motivo de disputa entre a Austrália e a Nova Zelândia, que reivindicam a criação da receita. O consenso histórico aponta que a sobremesa surgiu na década de 1920, durante ou após as turnês da célebre bailarina russa Anna Pavlova pela Oceania. Encantados pela leveza e graça da artista, confeiteiros locais teriam criado uma sobremesa em sua homenagem, buscando reproduzir, por meio do merengue aerado, a suavidade de seus movimentos no palco. O doce rapidamente conquistou popularidade e passou a fazer parte das celebrações e festividades dos dois países. Com o passar do tempo, a *pavlova* ganhou versões variadas ao redor do mundo, mas manteve sua essência: uma sobremesa leve, sofisticada e visualmente marcante. Hoje, é considerada um dos símbolos da confeitaria da Oceania e uma homenagem duradoura ao legado artístico de Anna Pavlova.

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Glaçúcar	100	280
Açúcar Refinado	81	225
Claras	81	225
Sal	q.b.	q.b.
Manga Tommy	q.b.	q.b.
Maracujá	q.b.	q.b.

PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes e fazer o *mise-en-place*.
2. Em um *bowl*, colocar as claras e o açúcar e levar ao banho-maria, até atingir 60°C.
3. Levar à batedeira, e bater até amornar e formar picos firmes. Fora da batedeira ir adicionando o glaçúcar, peneirado em partes, mexendo e adicionando o açúcar refinado com delicadeza.
4. Colocar na manga de confeitar, e fazer as modelagens de suspiro e *pavlova*.
5. Assar a 100°C por 60 minutos.

PROCESSO DE FABRICAÇÃO DO COULIS DE MANGA:

1. Pesar todos os ingredientes e fazer o *mise-en-place*.
2. Cortar a manga em cubos e reservar.
3. No liquidificador, levar outra parte da manga e bater até homogeneizar.
4. Depois que fazer esse processo, finalizar as *pavlovas* com a manga e o *chantilly*.
5. Decorar com manga e maracujá.

Rendimento: 12 Unidades, com 60g cada

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porções por embalagem: 1
Porção: 60g (medida caseira)

	100g	60g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	229	137	7
Carboidratos (g)	57	34	11
Açúcares totais (g)	52	31	
Açúcares adicionados (g)	16	9,7	19
Proteínas (g)	2	1,2	2
Gorduras totais (g)	0,1	0,1	0
Gorduras Saturadas (g)	0,0	0,0	0
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0
Fibras alimentares (g)	0,6	0,4	1
Sódio (mg)	83	50	2

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

INGREDIENTES: Glaçúcar, açúcar refinado, clara de ovo, manga *tommy*, maracujá e sal.

ALÉRGICOS: CONTÉM DERIVADOS DE OVOS. CONTÉM OVO. NÃO CONTÉM GLÚTEN. NÃO CONTÉM LACTOSE.



PRODUÇÃO DAS RECEITAS
Equipe Técnica Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC. Fotos: Escola IDPC

POR VANESSA ELISANDRA VIVIAN*

O MITO DOS ULTRAPROCESSADOS



FATO. Os ultraprocessados passam por diversas etapas industriais, não raro, têm composição distante da comida tradicional.

Nos últimos anos, a preocupação com alimentação saudável cresceu significativamente. Estabelecimentos passaram a oferecer uma enorme variedade de produtos com apelos como “Fit”, “Natural”, “Zero Açúcar”, “Light” e “Integral”.

No entanto, por trás das embalagens coloridas e das promessas de bem-estar, muitos deles pertencem à categoria dos Ultraprocessados, alimentos altamente industrializados, que frequentemente possuem baixo valor nutricional e excesso de aditivos, como são os casos das barrinhas de cereal, sucos de caixinha, cereais matinais e *snacks* “proteicos”, vendidos como aliados da saúde, mas que muitas vezes escondem ingredientes prejudiciais.

O QUE SÃO OS ULTRAPROCESSADOS

Os ultraprocessados são formulações industriais produzidas a partir de ingredientes refinados e substâncias extraídas de alimentos, como açúcares, gordu-

ras, amidos e proteínas isoladas. Além disso, recebem aditivos químicos responsáveis por aumentar o sabor, melhorar a textura, intensificar a cor e prolongar a validade.

Diferentemente dos alimentos *in natura* ou minimamente processados, eles passam por diversas etapas industriais e costumam apresentar composição muito distante da comida tradicional. Só que o problema não está apenas no processamento em si, mas na combinação de fatores como o excesso de tais substâncias. E a isso soma-se as estratégias de marketing de grande parte da indústria, que vende a ideia de saúde e equilíbrio desses produtos, que ajudam a criar uma imagem positiva, mesmo quando o alimento apresenta composição pouco saudável.

As barrinhas de cereal são um exemplo clássico disso. Embora sejam práticas e frequentemente associadas ao universo *fitness*, muitas contêm grandes quantidades de açúcar, xaropes,

gordura vegetal e aromatizantes artificiais, que muitas vezes fazem com que seu teor calórico e de açúcar se aproxime ao de chocolates e sobremesas industrializadas. E a aparência da embalagem também influencia fortemente o consumidor, com imagens de frutas frescas, folhas verdes e pessoas praticando exercícios, passando uma percepção de saúde que nem sempre corresponde ao conteúdo real do produto.

Diversos estudos científicos relacionam o consumo frequente de ultraprocessados ao aumento do risco de obesidade, diabetes tipo 2, hipertensão, doenças cardiovasculares e outros problemas metabólicos. Isso ocorre porque esses produtos costumam estimular o consumo exagerado, possuem alta densidade calórica e baixa capacidade de promover saciedade. E além dos efeitos físicos, há também os impactos culturais e sociais, uma vez que a substituição de refeições tradicionais por produtos industrializados reduz a varie-

dade alimentar e enfraquece hábitos culinários importantes para a saúde coletiva.

ALIMENTAÇÃO MAIS CONSCIENTE

Assim, aprender a interpretar rótulos é uma ferramenta essencial para evitar escolhas baseadas apenas em propaganda. E a lista de ingredientes é um dos pontos mais importantes. Os componentes aparecem em ordem decrescente de quantidade, ou seja, os primeiros ingredientes são os mais presentes no produto. E se açúcar, xarope de glicose, farinha refinada ou gordura vegetal aparecem logo no início da lista, isso já é um sinal de alerta. E outro aspecto importante é identificar os diferentes nomes usados para o açúcar, que chega “disfarçado” com nomes como maltodextrina, frutose e açúcar invertido. Além disso, listas muito longas de ingredientes geralmente indicam o maior grau de processamento. Então, quanto mais simples e natural for a composição, maior a chance de o alimento ser nutricionalmente interessante.

E se evitar completamente os ultraprocessados pode não ser uma realidade para as pessoas, pequenas mudanças já fazem diferença significativa. Dessa forma, priorizar alimentos *in natura* é uma estratégia fundamental, que ajuda a reduzir o consumo deles sem radicalismos.

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

QUEM SE ANTECIPA, VENDE MAIS!

POR CLAUDIA CYRILLO*



Tadeu Sakagawa

NÃO DURMA NO PONTO! Comece a se preparar para as datas sazonais com 30 a 60 dias de antecedência, planejando, por exemplo, a decoração temática da sua padaria.

As datas comemorativas deixaram de ser apenas momentos especiais no calendário. Hoje, elas representam grandes oportunidades de vendas para as padarias. Inverno, Dia dos Pais, Dia das Crianças, *Halloween*, Natal, campanhas de café da manhã e a temporada de panetones são exemplos de períodos que movimentam o consumo e despertam o desejo dos clientes por produtos diferenciados.

No mercado atual, não basta apenas esperar a data chegar. O consumidor procura novidade, experiência e conexão. E padarias que planejam campanhas sazonais com estratégia conseguem se destacar, fortalecer a marca e transformar cada data comemorativa em uma grande oportunidade de crescimento.

Então, o segredo para surfar nessa onda está em antecipar ações. Quem começa a divulgar antes, organizar vitrines temáticas e preparar campanhas estratégicas, conquista mais visibilidade, aumenta o fluxo na loja e vende muito mais. E antecipar campanhas transmite profissionalismo e gera expectativa nos clientes. Complementarmente – mas nem de longe menos importante –, vale lembrar a enorme importância das redes sociais nessas ações. E isso porque o comportamento do consumidor também mudou, e é nelas que os clientes procuram novidades, lançamentos e experiências ligadas às datas especiais. Por isso, criar conteúdos temáticos se tornou fundamental para fortalecer a marca e gerar vendas.

COMO PLANEJAR E EXECUTAR

Seguem algumas dicas de como fazer isso. Confira, e boas vendas!

Organize a sua programação:

- Lançamento de Produtos;
- Produção;
- Divulgação nas Redes Sociais; e
- Decoração da Loja.

Produtos temáticos – exemplos:

- Bebidas Quentes no Inverno;
- Kits de Café da Manhã no Dia dos Pais;
- Bolos e Doces no Dia das Crianças;
- Chocolates e Panetones no Natal; e
- Combos Especiais em Promoção.

Detalhes que fazem a diferença:

- Decoração Temática;
- Embalagens Especiais;
- Etiquetas Criativas;
- Ambientação da Loja; e
- Exposição Estratégica dos Produtos.

Divulgue antes da concorrência

- As campanhas começam nas redes sociais. Fotos, vídeos curtos e bastidores ajudam a despertar o desejo e preparar o cliente para comprar. Mostrar o lançamento de um produto antes da data aumenta a expectativa e gera mais engajamento.

SEMPRE AO SEU LADO

O SAMPAPÃO apoia as padarias em campanhas especiais ao longo do ano, incentivando ações que fortalecem as vendas e valorizam o setor de panificação. Além disso, a Escola IDPC realiza visitas técnicas temáticas voltadas ao aprimoramento de produtos sazonais, auxiliando profissionais a desenvolverem novas receitas, técnicas e apresentações para datas comemorativas.

Essas iniciativas ajudam as padarias a se prepararem melhor para os períodos de maior movimento, oferecendo mais qualidade, inovação e experiência aos clientes.

*CLAUDIA CYRILLO é encarregada do Marketing do SAMPAPÃO.

• Integral	1,80	Pão au chocolat	4,00
• Ciabatta	2,20	Bolo de cenoura	5,50
• Australiano	2,50	Torta de maçã	6,00
	3,50	Cookie	3,00



VALEU A PENA? O ROI oferece uma forma clara de medir o que funciona e o que precisa ser ajustado quando o assunto é investir em ações na padaria.

ABC para rastrear exatamente o que foi vendido e qual a margem de lucro líquido individual.

4. Melhore o Tíquete Médio e a Frequência

Geralmente, o ROI em padarias não vem só de vender mais unidades, mas de aumentar o valor que cada cliente gasta. Meça o impacto em ações como:

- Combos promocionais de café da manhã.
- Venda cruzada (Exemplo: oferecer frios artesanais junto com as baguetes).

5. Digitalize os números

Utilizar ferramentas de gestão são vitais para eliminar o “achismo”. Utilize plataformas de PDV como a do Sebrae (disponível no endereço <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-roi-e-como-calcular>) para obter relatórios consolidados e precisos sobre a sua operação.

DICA IMPORTANTE

Mas o ROI não é tudo. Então, cuidados ao interpretar. Embora seja um indicador poderoso, ele não deve ser analisado isoladamente. Confira outros pontos de atenção:

- **Tempo de Retorno** – Um ROI de 200% em 1 ano é diferente de 200% em 1 mês;
- **Escalabilidade** – O resultado pode não se repetir em maior escala; e
- **Impacto estratégico** – Algumas ações não trazem lucro imediato, mas fortalecem a marca ou fidelizam clientes.

Portanto, use-o como um pilar de análise, mas não como único critério de decisão.

Como calcular o ROI da sua padaria

Investir no negócio de uma padaria é uma necessidade constante. E isso implica manter o foco no aperfeiçoamento de múltiplos pontos e estruturar um planejamento de metas claras e factíveis, que não só caibam no bolso do proprietário, mas também possibilitem o acompanhamento dos resultados reais.

Assim, entender o retorno de cada investimento é uma prática essencial para a sustentabilidade do negócio. E uma das formas de medir – e, mais do que isso “provar” – os resultados dessas injeções de capital é o famoso ROI, sigla em inglês para *Return Over Investment*, ou Retorno sobre Investimento

Ao incorporá-lo à sua rotina de gestão, você ganha mais controle sobre a conquista de suas metas, reduz desperdícios e direciona melhor os recursos para aquilo que realmente gera valor.

PASSO A PASSO

Para calcular corretamente o ROI, é importante definir claramente o que entra na conta, considerando:

- **Investimento** – Todo o capital envolvido na ação. Pode ser a compra de equipamentos, gastos com marketing, custos com reforma, desenvolvimentos de produto, entre outros; e
- **Lucro Líquido** – Que é o resultado obtido com uma ação específica, já descontando custos variáveis, impostos, comissões, embalagens etc.

Só que aí tem um detalhe importante: não confunda lucro líquido com faturamento. O lucro líquido considerado tem que ser obrigatória e diretamente relacionado a cada ação específica. Ou seja, você tem que isolar o ganho financeiro líquido gerado por essa ação – como a compra de um forno turbo ou de uma campanha de marketing, exemplo –, e compará-lo com todos os custos envolvidos.

A FÓRMULA DO ROI

1. Para provar o sucesso de qualquer investimento, use a métrica-padrão na ilustração abaixo:

2. Contabilize os Custos “Invisíveis”

Um erro comum é olhar apenas para o valor do equipamento ou do serviço. Para um ROI real, subtraia da receita todos os custos operacionais, que incluem:

- O valor da energia elétrica extra ou insumos utilizados;
- Tempo de mão de obra dedicado àquela operação; e
- Custos de manutenção ou treinamento da equipe.

3. Isole as variáveis e controle o estoque

Para provar o ROI de um novo produto (como pães de fermentação natural, ou uma reforma) compare o antes e o depois isolando os dados. Utilize sistemas de Gestão de Estoque e Curva

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Receita Líquida do Investimento} - \text{Custo Total do Investimento}) \times 100}{\text{Custo Total do Investimento}}$$

COM INFORMAÇÕES DO BLOG PRÁTICA E DO SEBRAE.

O ITALIANO QUE CONQUISTOU O MUNDO

O pão italiano é um dos alimentos mais tradicionais e apreciados da gastronomia mundial. Sua história está profundamente ligada à própria evolução da panificação, atividade que acompanha a Humanidade há milhares de anos. Embora existam registros de pães fermentados desde o Egito Antigo, foi na Itália que diversas técnicas de produção foram aperfeiçoadas ao longo dos séculos, dando origem a pães de casca crocante, miolo macio e sabor marcante, características que tornaram o pão italiano conhecido em todo o mundo.

Na Itália, o pão sempre ocupou lugar de destaque na alimentação cotidiana. Cada região desenvolveu receitas próprias, adaptadas aos ingredientes locais, ao clima e aos costumes de sua população. Desde a Idade Média, os padeiros italianos

já utilizavam métodos de fermentação natural que conferiam mais sabor e durabilidade aos produtos. Entre os pães mais famosos surgiram variedades como a *ciabatta*, a *focaccia* e os tradicionais pães rústicos produzidos em fornos a lenha.

O chamado "Pão Italiano", conhecido internacionalmente, consolidou-se como um pão de formato redondo ou filão, elaborado com farinha de trigo, água, fermento e sal. Sua principal característica é a casca espessa e dourada, resultado de processos específicos de fermentação e cocção, que contrastam com um interior leve e aerado. Ao longo dos séculos, a imigração italiana levou essas tradições para diversos continentes, contribuindo para a popularização do produto em países da Europa, das Américas e da Oceania.



REDONDO OU FILÃO. A principal característica do Pão Italiano é a casca espessa e dourada, resultado de processos específicos de fermentação e cocção, que contrastam com um interior leve e aerado.

HERANÇA DA IMIGRAÇÃO

E esse foi o caso do Brasil. A história dele está diretamente relacionada à grande imigração italiana ocorrida entre o final do século 19 e o início do século 20. Milhões de italianos chegaram ao país em busca de novas oportunidades, especialmente nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina. Com eles vieram costumes, receitas e técnicas de panificação que passaram a integrar a cultura alimentar brasileira.

As primeiras padarias fundadas por imigrantes italianos reproduziam os métodos tradicionais de seus países de origem. Com o

tempo, o pão italiano conquistou consumidores de diferentes origens graças ao seu sabor diferenciado e à sua versatilidade. Hoje, ele está presente em padarias, supermercados, restaurantes e *delicatessens* de todo o país, sendo utilizado em refeições, sanduíches *gourmet*, *bruschettas* e acompanhamentos diversos. Mais do que um alimento, o pão italiano representa uma herança cultural transmitida por gerações. Sua trajetória revela a capacidade da gastronomia de conectar povos e preservar tradições, mantendo viva a influência italiana na mesa dos brasileiros e de consumidores em todo o mundo.

SEJAM BEM-VINDOS, NOVOS ASSOCIADOS DO SAMPAPÃO!

E o número de novos associados do SAMPAPÃO não para de crescer. Estamos muito felizes com a chegada de vocês à Nossa Família, e animados com a certeza de que isso trará contribuições valiosas para fortalecer a união do nosso grupo. Esperamos que encontrem aqui conosco um ambiente de evolução constante, de muito aprendizado e de grandes parcerias. Então, participem de nossas atividades, e sintam-se em casa para construirmos juntos um futuro de grandes conquistas!

BIG MOOCA PÃES E DOCES

Quarta Parada – São Paulo/SP

DR. LEVAIN PADARIA ARTESANAL MOOCA

Mooca – São Paulo/SP

NOVA IRACEMA PÃES E DOCES

Santa Cecília – São Paulo/SP

O PÃO PADARIA ARTESANAL

Brooklin – São Paulo/SP

PADARIA DA LUZ

Vila Dom Pedro II – São Paulo/SP

PADARIA E CONFEITARIA FLOR DO PARAÍSO

Jardim Regina Alice – Barueri/SP

PADARIA SANTA CRUZ

Vila Galvão – Guarulhos/SP

PÃES E DOCES GRANVITA

Jardim D'abril – Osasco/SP

PANIFICADORA E CONFEITARIA COVADONGA

Vila Madalena – São Paulo/SP

**“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**



**SAMPAPÃO
NO FACEBOOK**



**SAMPAPÃO
NO INSTAGRAM**



**SITE DA
ESCOLA IDPC**



**ESCOLA IDPC
NO FACEBOOK**



**ESCOLA IDPC
NO INSTAGRAM**



**TV SAMPAPÃO
NO YOUTUBE**