JORNAL SAMPAPÃO

SITE DO SAMPAPÃO

JORNAL SAMPAPÃO – ANO 3 / Nº 31
REVISTA IPC – ANO 86 / Nº 863

FIPAN 2026 SUPERA EXPECTATIVAS E CELEBRA O SUCESSO DO SETOR



SAMPAPÃO/TI Seven

NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E CONHECIMENTO EM ALTA NA MAIOR FEIRA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DA AMÉRICA LATINA [PÁGS. DE 9 A 20]

JANTAR DO PANIFICADOR 2026

UMA NOITE PARA CELEBRAR QUEM FAZ A PANIFICAÇÃO ACONTECER [PÁGS. DE 5 A 8]



Guilherme Ansah Ferez

GOURMET

DUAS DAS RECEITAS MAIS *TOP* APRESENTADAS NA ARENA SHOW DA ESCOLA IDPC NA FIPAN 2026 PARA VOCÊ TESTAR EM SUA PADARIA [PÁGS. 23 E 24]



Escola IDPC/SAMPAPÃO

E MAIS!

MENSAGENS AOS LEITORES • FIQUEM LIGADOS! • EM AÇÃO
AGENDA DE CURSOS DA ESCOLA IDPC • NUTRIÇÃO
CURIOSIDADES DA PADARIA



Magnific

ESTRATÉGIA

TRENDS OU CAMPANHAS SAZONAIS? EM QUE A PADARIA DEVE INVESTIR SEU MARKETING? [PÁG. 27]

JS_ed31.indd 1 08/09/26 16:32

PERGUNTA, QUE O SAMPAPÃO TE ESCUTA. E TE RESPONDE!

Se você visitou a FIPAN e o CONGRESSO FIPAN 2026, deve ter saído de ambos os eventos com a mente repleta de ideias e, principalmente, notado algo que, na verdade, você já sabia: o setor de panificação e confeitaria está em pleno processo de transformação, e quem não atentar para esse fato, fatalmente vai ficar para trás na corrida pelo mercado. E, na base de tudo isso, está o acesso à informação.

E esse é exatamente, o nosso papel aqui no nosso jornal: difundir e levar conhecimento e atualização de alta qualidade aos associados do SAMPAPÃO. Só que para isso, a gente precisa conhecer melhor a realidade dos desafios que você enfrenta em seu dia a dia, a fim de, juntos, encontrarmos soluções para eles.

Daí vem a importância de fortalecermos a conexão com os leitores do JORNAL SAMPAPÃO, por meio da sua imprescindível interação conosco. Como? Bem, é simples: enviando para nós não apenas sugestões de temas, opiniões, bem como dúvidas e perguntas relacionadas ao dia a dia do seu negócio, a fim de que, juntos, possamos encontrar respostas e soluções tangíveis para resolvê-las.

Longe de serem apenas suas, tais dúvidas são de toda a nossa categoria. E quando você as compartilha, nossa publicação passa a tratar de problemas reais, tornando o conteúdo imediatamente útil e aplicável. Além disso, essas questões promovem aprendizado coletivo: dúvidas recorrentes mostram padrões comuns de dificuldade, e permitem que as soluções apresentadas beneficiem muitos profissionais ao mesmo tempo, elevando o nível técnico e de gestão de todo o nosso setor, por meio do estímulo à inovação e a melhores práticas, uma vez que elas sinalizam pontos e áreas nas quais processos podem ser otimizados e testados, servindo até para criação de novos cursos e treinamentos da Escola IDPC.

E isso sem falar que aproximar os associados do SAMPAPÃO em nossa publicação cria uma comunidade ativa, porque nossos leitores se sentem ouvidos, passam a contribuir mais e a compartilhar resultados, enriquecendo ainda mais o conteúdo dela. Por isso, enviar dúvidas é uma contribuição estratégica: ajuda quem pergunta, auxilia todos que leem, e fortalece toda a nossa coletividade, garantindo assim o desenvolvimento contínuo e sustentável dela.

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 Bacelo Amorim
DIRETORIA FINANCEIRA
Delcino Pedro dos Santos e José Ricardo de Caires
DIRETORIA SOCIAL
Marcelo da Costa Fernandes
DIRETORIA TÉCNICA
Rodrigo Santanna Lopes Chaluppe
DIRETORIA DE PATRIMÔNIO
Carlos Gonçalves Teixeira
DIRETORIA DE MARKETING
Wagner Vale Ferreira
DIRETORIA CULTURAL
José Borges Pereira
SUPLENTES 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
Herminio 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
SUPLENTES 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 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, Herminio Alonso Bernardo, Manoel Alves Rodrigues Pereira, Luiz 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 Menegueli, 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 Santanna 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, Herminio 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

Juntos, construindo o futuro do nosso setor

No final de julho, após o grande sucesso da realização do Jantar do Panificador – que aconteceu no dia 3, no Círculo Militar de São Paulo –, dois outros eventos marcaram de forma extraordinária a agenda dos panificadores de todo o Brasil: a FIPAN e o CONGRESSO FIPAN 2026, no Expo Center Norte. E encerramos esses encontros com a certeza de que a panificação e a confeitaria nacionais seguem em uma trajetória de crescimento, inovação e fortalecimento. Prova disso são os resultados alcançados em ambos, confirmando mais uma vez a importância deles como o principal ponto de encontro do setor, reunindo empresários, profissionais, fornecedores, especialistas e lideranças de todo o país.

Ao longo dos dias da programação, tivemos a oportunidade de acompanhar o lançamento de novas tecnologias, tendências de mercado, soluções para gestão, além de equipamentos e produtos capazes de transformar a realidade das empresas. Mais do que uma feira de negócios, a FIPAN consolidou-se como um ambiente de conhecimento, relacionamento e geração de oportunidades.

Por sua vez, o CONGRESSO FIPAN 2026 também cumpriu plenamente sua missão de levar conteúdo de alto nível aos participantes. As palestras, debates e apresentações proporcionaram reflexões importantes sobre os desafios e as oportunidades que estão moldando o futuro da panificação. Temas como inovação, gestão de pessoas, Inteligência Artificial, comportamento do consumidor, rentabilidade e sustentabilidade estiveram no centro das discussões, contribuindo para a atualização e o desenvolvimento dos empresários do setor.

O expressivo número de visitantes, a participação de expositores de excelência, bem como o elevado nível técnico das atividades correlatas demonstram a pujança da nossa cadeia produtiva. Cada encontro realizado, cada negócio iniciado e cada conhecimento compartilhado, reforçam a relevância da FIPAN para o crescimento das empresas e para a evolução do mercado.

Agradecemos a todos que contribuíram para o sucesso desta edição: expositores, patrocinadores, palestrantes, parceiros, colaboradores e visitantes. O empenho e a confiança de cada um foram fundamentais para que alcançássemos resultados tão positivos. Sem dúvida alguma, o sucesso da FIPAN e do CONGRESSO FIPAN 2026 é uma conquista coletiva, e um sinal claro de que estamos preparados para construir um futuro ainda mais promissor.

Forte abraço!



Tadeu Sakagawa

Rui Manuel Rodrigues Gonçalves
Presidente do SAMPAPÃO

FIQUEM LIGADOS!


Imagem de preplecreations no Magnific

MEIS E MES LIDERAM O CRESCIMENTO

De acordo com os dados de uma pesquisa que acaba de ser divulgada pelo Sebrae, mais de 75 mil negócios ganharam forma no setor de panificação em 2025, representando um crescimento de 26% sobre os 59 mil novos comércios abertos em 2024. E se somado ao das novas confeitarias, esse número aumenta para incríveis 304 mil estabelecimentos ativos no Brasil, segundo a Abip. Tal cenário é dominado pelos microempreendedores individuais, com cifra próxima a 65%, seguidos pelas microempresas, com 30%. A Região Sudeste continua concentrando o maior número de operações, com 52%.

Proteínas, texturas e *sourdough*

O estudo *Taste Tomorrow*. Conduzido pela Puratos com base em *insights* de mais de 23.000 consumidores em 56 países, revela a visão mais atualizada sobre as tendências globais de panificação. Com uso de IA e análise de especialistas, as três *top trends* são: 1) procura versões ricas em proteínas em produtos como pães, biscoitos, bolos e até sobremesa; 2) contraste de texturas, como crocante com elástico, macio com crocante, e folhados com recheios indulgentes e cremosos; e 3) a aceleração na busca de produtos de fermentação natural, com a maioria dos entrevistados acreditando que o *sourdough* torna o pão mais saudável e melhora o seu sabor.


Imagem de ededchechine no Magnific

EXPEDIENTE

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

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

Presidente: Rui Manuel Rodrigues Gonçalves • **Conselho Editorial:** Alisson Fernando Silva Lopes, Andreia Roldão Perestrelo, Antonio Carlos Vale Fernandes, Antonio Manuel Teixeira Martins, Claudia 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:** ReferênciaGráfica • **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

DIÁLOGO QUE FORTALECE A PANIFICAÇÃO PAULISTA

Fotos: SAMPAPÃO





A agenda de agosto do presidente do SAMPAPÃO, Rui Gonçalves, foi marcada por dois encontros com candidatos às eleições majoritárias de outubro em São Paulo, para reforçar a importância da aproximação entre o setor de panificação e o poder público. O primeiro deles aconteceu no dia 10, durante a Reunião das Diretorias da FIESP, com a participação do governador Tarcísio de Freitas. E o segundo foi com o presidenciável Ronaldo Caiado e o candidato a vice de sua chapa, Gilberto Kassab, em um evento com lideranças empresariais, realizado no bairro dos Jardins. Momentos como esse fortalecem relações, ampliam o diálogo e contribuem para a valorização das padarias e de toda a cadeia da panificação no estado de São Paulo.

VEM AÍ O PADOCARIA-SP 2026!

Padocaria-SP

A maior celebração das padarias de São Paulo está de volta! Criado pelo gastrônomo Eduardo Maya e pelo jornalista Miguel Icassatti, com organização do SAMPAPÃO, o PADOCARIA-SP 2026 – concurso que elege, em diversas categorias, as melhores padarias da capital e de Guarulhos –, será lançado oficialmente na sede das entidades no dia 9 de setembro. A primeira fase da votação popular acontece de 10 a 27 de setembro. Já a segunda, com a continuação do voto popular, e o de um corpo de jurados especializados, entre os dias 9 a 25 de outubro. E a premiação dos vencedores está marcada para o dia 4 de novembro, na sede do SAMPAPÃO.

FALHA NOSSA!

Na edição passada do JORNAL DO SAMPAPÃO, na legenda da foto da reportagem sobre a Campanha SAMPAPÃO/ Copa do Mundo, registramos errado – como "Big Prime Master" – o nome da padaria da sócia-proprietária da casa, Alessandra Carvalho. O nome correto da padaria é "**Big Bread Master**". Pedimos desculpas à Alessandra e aos nossos leitores!

PÃO + PROTEÍNA + SAÚDE EM FOCO NO 3º ALIMENTAÇÃO

Representando o SAMPAPÃO, o vice-presidente do Sindipan-SP e do IDPC, Luis Ferreira, juntamente com sua esposa, Claudia Cristina, participaram do 3º AlimentAção, encontro idealizado e promovido no Hotel Titanic Penedo, em Itatiaia/RJ pelo Grupo Alimenta Sul Rio, com o apoio de entidades como o Sebrae RJ e a Firjan. O evento reuniu mais de 200 empreendedores e representantes de dezenas de municípios para a realização de debates sobre processos inteligentes, eficiência industrial, tendências de consumo e alimentação consciente, em palestras e painéis que destacaram inovações na panificação e confeitaria, entre as quais o tema "Pão + Proteína + Saúde".

SAMPAPÃO





SALÃO LOTADO. A Família Panificadora de São Paulo marcou presença em peso para celebrar o encontro anual do SAMPAPÃO.

Fotos: Guilherme Arsani Ferez e Tiago Borges

Uma noite absolutamente INESQUECÍVEL

Na sexta-feira, 3 de julho, o salão de festas do Círculo Militar de São Paulo, no Ibirapuera, foi palco de mais uma edição do tradicional Jantar do Panificador, promovido pelo SAMPAPÃO com o patrocínio da BAT, Bunge, Itaiquara e Sicredi e apoio da Aice-Alpi, Anaconda, Aurora, Coca-Cola-FEMSA, JTI, Meiwa Embalagens, Orquídea Santa Clara-101 e Seara-Gradina, que montaram receptivos logo na entrada do espaço, com ampla distribuição de brindes.

Com o salão completamente lotado, a Família Panificadora de São Paulo marcou presença em peso para celebrar o encontro anual, em uma noite que já faz parte do calendário de confraternização e valorização do setor. A escolha da data não é por acaso: o evento presta homenagem a Santa Isabel de Portugal, considerada a padroeira dos padeiros. Assim, em clima descontraído e acolhedor, a noite foi marcada pela alegria do reencontro, pela confraternização entre amigos e parceiros, e por uma atmosfera contagiante de boas energias, celebração e alto astral.



SÓ BOAS NOTÍCIAS: Rui Gonçalves destacando recentes conquistas da panificação na abertura do Jantar.



PRESTÍGIO. O evento do SAMPAPÃO contou com expressiva participação de representantes do poder público.



PANFICADORES DO ANO. A homenagem ao talento, criatividade e visão de negócios de gente que trabalha duro em sua jornada no dia a dia.



PARCEIROS FIÉIS. Patrocinadores e apoiadores do Jantar do Panificador 2026 recebendo sua merecida homenagem.

Abrindo a programação do evento, o presidente do SAMPAPÃO, Rui Manuel Rodrigues Gonçalves, destacou algumas das recentes vitórias em prol da categoria, como o adiamento da entrada em vigor da NR-1, resultante da atuação conjunta das entidades e a FIESP, trazendo segurança jurídica para o setor; o avanço da parceria das entidades com o Centro Técnico da Panificação em Confeitaria do SENAI, iniciativa que estimula a capacitação profissional do setor, e ainda o reconhecimento do *Chef* Hallyson Cezar, eleito como o "Melhor Confeiteiro das Américas" pela CIPAN, elevando o valor e atestando mais uma vez a qualidade do ensino da Escola IDPC.

"Mas tenho certeza de que muitas outras conquistas virão, como fruto da nossa afinada interação de objetivos com autoridades do governo e de personalidades de entidades parceiras, muitas das quais nos honram aqui com sua presença nesta noite, o que demonstra reconhecimento da importância da panificação para a economia, para a geração de empregos e para a melhoria de vida de famílias brasileiras. E seguiremos juntos, comprometidos e atentos nessa jornada, sempre buscando novas agendas de aplicação ao nosso ambiente de negócios, para reduzir a burocracia e valorizar os empreendedores que acordam cedo todos os dias para fazer o Brasil funcionar", destacou Rui, sem deixar de registrar agradecimentos ao apoio das Diretorias do SAMPAPÃO, à equipe técnica da Escola IDPC, e ainda à sua família.



SHOW DE 1ª QUALIDADE. A Banda Matrix contagiou os convidados com sua alegria e versatilidade musical.



AGRADECIMENTO ESPECIAL. As Diretorias do SAMPAPÃO comemorando e recebendo sua merecida homenagem no palco do Círculo Militar.

CONVIDADOS ILUSTRES

A expressiva participação de representantes do poder público, lideranças empresariais, entidades de classe e personalidades de diferentes áreas reforçou a importância e a representatividade da panificação no cenário econômico e social de São Paulo e do Brasil, evidenciando a capacidade do SAMPAPÃO junto a essas esferas. Assim, mais do que uma noite de confraternização, o evento tornou-se um importante momento de aproximação, diálogo e reconhecimento do trabalho desenvolvido diariamente por milhares de empresas e profissionais.

Entre os convidados que prestigiaram a noite, estiveram os deputados estaduais Danilo Balas e Fábio Faria de Sá; o vereador Marcelo Messias; Ricardo Terra, diretor do SENAI; Roberto de Lucena, ex-secretário de Turismo de São Paulo; Rodrigo Goulart, secretário municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho da cidade de São Paulo; Ticiano Neves Tavares, secretário de Esportes





COLOCANDO TODO MUNDO PARA DANÇAR. Mateus & Belini, a dupla sertaneja revelação do momento no Brasil. espalhando seu carisma na festa.

e Lazer de Guarulhos; Augustinho Juliati, presidente do AIPESP, de Franca; Antonio Goulart dos Reis, ex-deputado federal; Décio Augusto da Costa, diretor da FIESP; e Jorge Vieira Rodrigues, cônsul-adjunto de Portugal em São Paulo. E, no palco, todos tiveram oportunidade de manifestar seu apreço e apoio à classe panificadora, bem como ao diligente trabalho realizado pelo SAMPAPÃO.

PANIFICADORES DO ANO

A partir daí, a programação da noite seguiu com momentos de grande alegria. Foi assim quando a mestre-de-cerimônias do encontro, a jornalista e apresentadora da rádio BandNews FM, Débora Alfano, chamou ao palco os patrocinadores e apoiadores do Jantar, para receberem uma justa homenagem pela intensa e constante parceria mantida com o SAMPAPÃO.

E além da homenagem às Diretorias da AIPESP, outro momento emocionante do Jantar do Panificador foi a homenagem às Diretorias do SAMPAPÃO que, ao longo dos anos, ajudaram a construir e fortalecer a sua brilhante trajetória. Em um ambiente de confraternização, o reconhecimento celebrou não apenas os dirigentes que atualmente estão à frente das entidades, mas também o compromisso, a dedicação e o trabalho de todos aqueles que contribuíram para a valorização da panificação e para o desenvolvimento do setor em São Paulo.

Ponto alto da festa, sem dúvida, foi ainda a entrega do "Prêmio Panificadores do Ano 2026", que celebra o sucesso do trabalho de um seleto grupo de empresários do setor que se destacaram, por seu talento, criatividade e visão de negócios ao longo de sua jornada, escolhidos para representar toda a categoria dos panificadores paulistas.

Os homenageados deste ano foram Antonio Luiz Araújo de Barros e sua esposa Stefanne Cordeiro Barros, proprietários da Pão Nosso Pirituba; João Diogo e Ronaldo Macarrão, da CEPAM; Ronaldo Zucchermaglio Fernandes e José Luciano de Freitas, da Vila Nova; e Fabio Luiz dos Santos Gato, da Líder. E, como sempre acontece, o momento em que os representantes de cada padaria foram chamados ao palco do salão de festas do Círculo Militar de São Paulo para receber suas placas de homenagem, foi marcado por depoimentos emocionados e muitos aplausos da plateia.

E, claro, a música também foi protagonista no Jantar do Panificador 2026 do SAMPAPÃO! A Banda Matrix e a dupla sertaneja Mateus & Belini fizeram apresentações que levantaram convidados de suas cadeiras, e colocaram todo mundo para dançar. Com muita energia, repertório contagiante e sucessos para todos os gostos, os artistas garantiram uma noite ainda mais animada, transformando a confraternização em uma verdadeira festa da Família Panificadora.

O PÃO NA AVENIDA

Além da animação proporcionada pela banda Matrix, a noite do Jantar do Panificador reservou uma grande surpresa para os convidados: uma apresentação especial da bateria e das passistas da Tom Maior, escola de samba que vai levar a história do pão para o Sambódromo no Carnaval 2027 de São Paulo, com o tema "Eu Sou o Pão da Vida", enredo que está sendo desenvolvido em parceria com o SAMPAPÃO para mostrar a importância do pão na alimentação, na cultura e no cotidiano dos brasileiros.



APRESENTAÇÃO SURPRESA. A Tom Maior dando uma mostra da energia que vai invadir o Sambódro no Carnaval 2027.

Em meio à celebração, os ritmistas invadiram o evento com muita energia, transformando o ambiente em uma verdadeira festa de Carnaval e contagiando todos os presentes. E o ritmo da bateria, marcado pela força e pela tradição do samba paulistano, fez com que todos os convidados entrassem no clima com muito entusiasmo. Foi um momento de descontração, alegria e confraternização, que trouxe ainda mais brilho à celebração promovida pelo SAMPAPÃO.

"Estamos muito felizes em materializar a afirmação de Jesus Cristo, com um enredo que vai percorrer a história do trigo às mesas no nosso dia a dia, celebrando o pão como símbolo de fé, sustento, cultura e transformação social. E o desfile também homenageará as padarias, os padeiros e os confeiteiros que trabalham diariamente para alimentar São Paulo. É a força da panificação de São Paulo chegando à avenida!", comemorou Carlos Alves, o "Carlão". presidente da Tom Maior.

O SUCESSO DE UMA EDIÇÃO QUE ENCANTOU E VENDEU!



Fotos: SAMPAPÃO / Seven / Tadeu Sakagawa

LIGANDO OS MOTORES. A inauguração da FIPAN foi prestigiada por várias autoridades e personalidades.



HALL DE ENTRADA. E o público começa a chegar para a feira.

Apenas quatro dias, entre 21 e 24 de julho, foram suficientes para transformar o Expo Center Norte, em São Paulo, em uma grande vitrine do presente e, principalmente, do futuro da panificação, da confeitaria e do *foodservice* consolidada na feira que é considerada a maior nesses segmentos na América Latina, e uma das maiores no mundo.

E, em todos os sentidos, ela foi um grande sucesso, como demonstram os seus números, que dimensionam a força de uma das mais importantes cadeias da indústria de alimentos no Brasil. Promovida pelo SAMPAPÃO, com organização da Seven, ela reuniu cerca de 420 expositores e aproximadamente 1.800 marcas, que ocuparam quatro pavilhões do complexo de exposições situado na Zona Norte da capital paulista, com máquinas, equipamentos, ingredientes, insumos, embalagens, tecnologias, produtos acabados e serviços. Já o público visitante, formado majoritariamente por profissionais e empresários, vindos de diferentes regiões do país em caravanas, e ainda do exterior, com representantes de aproximadamente 40 países, superou os 58 mil visitantes circulando pelo evento.

Impressionantes também foram os números de vendas durante a FIPAN 2026, orbitando R$ 1,7 bilhão em negócios realizados, negociados e iniciados, evidenciando. a existência de uma cadeia produtiva ágil e atenta em investir na modernização e no aperfeiçoamento de seus estabelecimentos. Para os empresários, uma feira especializada como essa representa a oportunidade de comparar fornecedores, conhecer novas tecnologias e identificar soluções capazes de melhorar sua produtividade e eficiência. Por outro lado, para os fabricantes e fornecedores, o evento representa acesso direto a um público formado por compradores e tomadores de decisão. E é exatamente essa a combinação que explica a capacidade da feira de gerar negócios



VISITAÇÃO INTENSA: Os corredores do Expo Center Norte sempre lotados nos quatro dias da feira.



TECNOLOGIA APLICADA. A votação do público no Campeonato de Bolos foi feita em modernos terminais digitais.

em diferentes níveis da cadeia: em um único lugar, ela cria um ambiente no qual tendências podem ser apresentadas, testadas e transformadas em realidade.

Assim, os números confirmam a dimensão alcançada pelo evento e mostram que a FIPAN deixou de ser apenas uma feira de produtos e equipamentos para se transformar em uma plataforma de negócios, novas conexões, tecnologia e educação profissional.

E atestando a relevância da feira e o papel do setor na geração de empregos e no cenário econômico nacional, a cerimônia de abertura da FIPAN 2026 contou com a presença de várias autoridades e lideranças muito especiais. Entre elas, o prefeito de São Paulo, Ricardo Nunes; o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho Rodrigo Goulart, representando o governador Tarcísio de Freitas; o presidente da UIBC, Dominique Anract; o presidente da CIPAN Álvaro Peña; o presidente da FIESP, Paulo Skaf; o diretor titular adjunto do DEMPI da FIESP, Oziel Estevão; o presidente do Sindiseg, Adriano Serino; e o presidente-executivo da Abimapi, Cláudio Zanão.

CAMPEONATOS NAS ARENAS

Mas o sucesso da FIPAN 2026 não se refletiu apenas nos números, mas também na qualidade e diversidade de sua programação paralela. Na ARENA DO PÃO, o espaço dedicado à arte e à técnica de fazer pão, realizou demonstrações ao vivo, *workshops* e competições para revelar tendências e inovações da panificação artesanal e industrial. Grande destaque do local foi a competição pelo título de "Melhor Padeiro do Brasil" na disputa pelo cobiçado Troféu Trigo de Ouro, símbolo máximo de excelência na panificação nacional, vencido por Wallyson Ribeiro, que agora terá a oportunidade de integrar a equipe brasileira que representará o País no Mundial do Pão de 2027, na França. Já a ARENA DO CONFEITEIRO reuniu especialistas para aulas ao vivo com foco em técnica, tendências e o conceito "Faça e Venda", voltado à profissionalização de empreendedores do setor. Nela foi ainda realizado o 4º Campeonato de Bolos na FIPAN, dividido em cinco categorias, com seus respectivos vencedores: "Flores em Açúcar", Clarisse Cainã; "Pasta Americana", Rodrigo Gomes; "Bolo de Casamento", Ione Beatriz; "Cremes", Gisele Fernandes; e "Realista", Tathiany Waquil.

Realizado também durante a feira, o FIPAN PIZZA foi mais uma vez o grande palco da pizzaria brasileira, trazendo nesta edição uma novidade de peso: o *Campionato Mondiale della Pizza Selections Brazil*. Os vencedores foram Thales Machado, na cate-



ATRATIVIDADE. Mesas de pães de dar água na boca por todo o evento.



CURIOSIDADE. Público ávido para conhecer as novidades dos estandes.

goria "Clássica", e Paulo Almeida, na categoria "*Pizza In Teglia*", que garantiram vagas, com passagens e hospedagem pagas, para representar o Brasil na final do *Campionato Mondiale della Pizza*, em 2027, em Parma, na Itália.

Em 2026, a FIPAN também repetiu um grande sucesso de sua edição no ano passado. A Vila Salgados, reuniu empreendedores, profissionais e entusiastas para explorar técnicas artesanais e industriais, estratégias de vendas, precificação e escalabilidade da produção de verdadeiras paixões nacionais – como coxinhas, bolinhos de bacalhau, pastéis e esfihas –, com a proposta de transformá-las em negócios mais profissionais e rentáveis.

Finalmente, a feira também trouxe mais uma vez a ARENA *GELATO*, espaço dedicado a essa delícia que vem conquistando o Brasil, no qual foram realizadas aulas práticas e demonstrações conduzidas por *chefs* especializados, que compartilharam técnicas, ingredientes e os segredos por trás de produções inovadoras, comprovando que o *gelato* é uma sobremesa para o ano inteiro, e não apenas para o verão, para geração de receita em qualquer negócio do setor.

CONHECIMENTO NA PRÁTICA

Como não podia ser diferente, o espaço da ARENA SHOW IDPC foi um dos mais movimentados da feira. Com seu auditório sempre lotado, durante os quatro dias de feira, a Escola IDPC levou ao público uma programação intensa de demonstrações práticas e experiências voltadas à qualificação profissional, reafirmando sua importância na formação de mão de obra especializada para um dos segmentos mais tradicionais e dinâmicos da economia brasileira.

Com a presença de professores e técnicos da escola do SAMPAPÃO – além de *chefs* de várias empresas parceiras das entidades –, ali foi promovida uma verdadeira maratona de aprendizado, com mais de 30 aulas gratuitas, aproximando profissionais, empresários, estudantes e interessados em panificação e confeitaria às mais modernas técnicas para serem aplicadas diretamente no dia a dia das padarias e confeitarias.

E o grande destaque da programação foi a participação do *chef* Hallyson Cezar, professor da Escola IDPC, que ganhou ainda mais projeção ao conquistar o título de Melhor Confeiteiro das Américas pela CIPAN, tornando-se o primeiro brasileiro a alcançar esse feito na história da competição.

Em síntese, a proposta do espaço esteve alinhada à própria vocação do Instituto: transformar



CAPRICHO. Expositores se esmeraram bastante na apresentação de seus estandes.



IMBATÍVEIS. A equipe da Escola IDPC entregou o seu melhor em sua Arena Show.


ACEITA UMA DELÍCIA? A feira contou com uma ampla degustação de produtos.


A FEIRA QUE VENDE! Em cada espaço, excelentes negócios sendo fechados.


FABRÍCIO, DA AB MAURI. Participação estratégica de *Food Solutions*.



ISA, DA ANACONDA. Comemoração dos 75 anos do moinho.


FERNANDA, DA BUNGE. Estande veio com o conceito "Da Origem até Você".

conhecimento em prática e contribuir para que os participantes acompanhem a rápida evolução do mercado, em um setor onde novas metodologias de produção e oportunidades de negócios surgem continuamente, demonstrando que não existe inovação sem qualificação profissional.

CONFERINDO AO VIVO

E mais uma vez, a participação dos expositores na feira foi outro ponto alto da FIPAN 2026, estabelecendo contatos e efetivamente fazendo negócios no evento que já faz jus ao seu *slogan*: "A Feira que Vende!" Assim, ao longo dos estandes e corredores, o enorme público visitante pôde ver, degustar e conferir de perto o desempenho dos lançamentos em produtos para panificação e confeitaria, bem como observar o funcionamento e todo o cenário de novas possibilidades colocados à disposição deles em um só lugar.

Ao todo, foram cerca de 60.000 metros quadrados de área de exposição, distribuídos em quatro pavilhões do Expo Center Norte, destinados aos segmentos de Insumos, Ingredientes & Matérias-primas, Máquinas & Equipamentos, Embalagens e Acessórios nacionais e importados. E, em todos eles, as 17 empresas-parceiras do SAMPAPÃO, bem como os mantenedores da Escola de Panificação e Confeitaria do IDPC deram um verdadeiro *show* na feira.

Começando pelo setor de Insumos, Ingredientes & Matérias-primas, a **AB Mauri** teve uma participação de destaque na FIPAN 2026, utilizando seu estande como ferramenta de materialização da estratégia de negócios da sua unidade de Food Solutions. Entre as prioridades do processo, reforçou o posicionamento de alguns produtos, como foi o caso do Chantilly Refrigeratto, que já conta com alta aprovação dos confeiteiros e donos de padarias. "Em termos de lançamentos, apresentamos na feira a nossa nova linha de melhoradores de pães das marcas Fleischmann e Mauri, além do Ovomaltine Pote Creme Crocante, na inédita embalagem com 3kg", destaca Fabrício Almeida, gerente de Trademarketing da empresa.

No ano em que o moinho está completando seu 75º aniversário, a **Anaconda** aproveitou para fazer cinco lançamentos na feira. Foram três novas semolinas em embalagens de 5kg, com granulometrias diferentes: uma fina, para o preparo de pães artesanais, uma média, voltada para o polvilhamento e abertura de pizzas, e uma grossa, destinada a outras preparações culinárias específicas, como cuscuz e doces marroquinos. "Mas o nosso super lançamento foi a Farinha para Panetone, na versão em embalagem de 5kg, para otimizar seu uso em padarias e confeitarias, principalmente neste Natal, em que pese o fato de o panetone ser agora um produto que se vende o ano todo", sublinha Isa Telles, gerente de Marketing da Anaconda.

Pela terceira vez seguida, a **Bun-**


DARCY, DA IREKS. Mistura do Pão de 10 Brotos, trazido diretamente da Europa para o Brasil.



SIMONE E EQUIPE DA ITAIQUARA. Estande interativo focado no universo da panificação.



CLAUDIO, DA NITA. Show de novidades, com o lançamento de vários produtos na feira.

ge trouxe à FIPAN a Vila Bunge, um estande integrado com áreas temáticas, com o conceito "Da Origem até Você", para mostrar a abrangência do trabalho da empresa desde o campo até à mesa do consumidor. "Na feira, fizemos quatro lançamentos: as novas farinhas Rosa Branca Premium Proteína e Rosa Branca *Premium* Fibras, para acompanhar a tendência de alimentos mais saudáveis; o Óleo de Soja Soya Fry Max, em versão galão, para entregar mais rendimento e praticidade às multifrituras, e a Farinha Suprema Massas Frescas, ideal para aplicações refrigeradas e congeladas, mantendo a massa mais clara com o tempo", explica Fernanda Louvise, diretora da Marketing e P&D da Bunge.

Antenada às inovações e tendências de confeitaria e panificação, por sua vez a **Ireks** lançou na feira o novo Lievito Madre Duo, um *levain* para pães franceses, para conferir-lhes uma textura especial. Resgatando a ancestralidade do pão, a empresa também apresentou na FIPAN a Mistura Pronta para Pão de Espelta, que resgata a ancestralidade da história do pão. "Mas o nosso super lançamento em nosso estande foi o da inédita mistura para produção do Pão de 10 Brotos, trazida diretamente da Europa para o Brasil, unindo a força de cada grão germinado para entregar ao consumidor uma experiência única de sabor e identidade, que vai muito além do tradicional", comemora Darcy Holanda Mendes, diretor da Ireks Brasil.

SHOW DE NOVIDADES

Quem também fez o maior sucesso com sua participação na FIPAN 2026 foi a **Itaiquara**, com um estande interativo focado em experiências de marca e no universo da panificação. No Espaço PadoquITA, com cenografia temática inspirada em uma padaria, a empresa fez no estande degustações de sua versátil linha de produtos, além de ativações tecnológicas com o uso da IA, colocando os visitantes em um cenário personalizado de padaria, com impressão instantânea da foto, bem como uma ampla distribuição de brindes. "Nossa presença na feira este ano representou um momento de retomada, trazendo para um momento novo de evolução e de inovação da Itaiquara", diz Simone Guilherme, coordenadora de Marketing da companhia.



DANIEL, DA M.DIAS BRANCO. Lançamento das farinhas premium para pastéis e pizzas.

Já a **M. Dias Branco** fez em seu estande o lançamento da Pré-mistura para Pão Francês Padeiro *Mix* – com foco em padronização, rendimento e praticidade – além de novidades das marcas Adria, como as farinhas de trigo *Premium* Pastel e Pizza, a farinha Tradicional Tipo 1, em embalagem sustentável, e a Puro Sabor e Isabela, que chegam com identidade visual renovada, e produtos já presentes em outras de suas marcas como Medalha de Ouro, Finna, Imperial, Fry e Bella Massa. "A FIPAN é uma feira muito importante para nós, o que condiz com nosso objetivo de levar experiência para nossos clientes e consumidores", explica Daniel Ponçano, diretor de Foodservice e B2B da empresa.

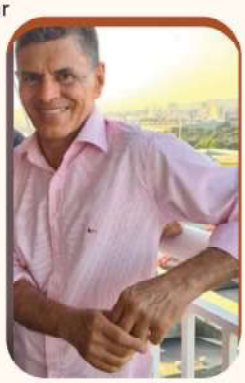
A **Nita** também esteve presente em mais uma FIPAN. E nela deu um *show* de novidades, com o lançamento de vários produtos, entre os quais a farinha Nita *Mix* Francês Ancestral para a panificação clássica; para pães artesanais, a Farinha *Levain* Desidratado; para *viennoiserie*, o Nita *Mix* Brioche de Chocolate; com foco na saudabilidade, o Nita *Mix* Grãos e Fibras e o Nita *Mix* Proteínas e Fibras; e ainda Farinhas Especiais para Massas Frescas. Complementarmente, a Nita anunciou sua nova parceria com a gigante austríaca Backaldrin, e a criação do novo *hub* de inovação Nita Lab. "Foram quatro dias inesquecíveis nos quais a Nita mostrou como proporcionar soluções completas para os negócios", celebra Claudio Irie, CEO da Nita.

O principal destaque da partici-

Mais vendas, mais fidelização e mais lucro: o poder da degustação

Pagar menos ou receber uma bonificação nem sempre significa lucrar mais.

O lucro de verdade está diretamente ligado à fidelização dos clientes. Afinal, vender é bom; fazer o cliente voltar é ainda melhor.



Gil (vendedor Pedacinho do Sol)

Quanto maior o volume de vendas, maior o faturamento. Mas, para isso, é fundamental oferecer um produto de qualidade consistente, capaz de conquistar o consumidor pelo sabor e pela experiência, e fazer com que ele encontre a mesma qualidade toda vez que retornar.

Foi pensando nisso que Gil desenvolveu uma estratégia de degustação para apresentar ao consumidor o diferencial do pão de queijo Pedacinho do Sol. A ideia é fazer o cliente experimentar o produto e perceber, já no primeiro contato, a qualidade, textura e sabor.

E, quando a experiência é realmente boa, o cliente quer levar para casa.

E o resultado aparece nas vendas

Considerando um aumento de apenas 30% no volume de vendas, o resultado projetado é de R$14.298,00 a mais em lucro bruto por mês.

Veja o exemplo:



Seu produto atual	
Consumo:	600 kg/mês
Custo:	R$ 20,00/kg
Custo mensal:	R$ 12.000,00
Preço ao consumidor:	R$ 60,00/kg
Faturamento:	R$ 36.000,00

Lucro bruto: R$ 24.000,00

Pedacinho do Sol	
Consumo:	780 kg/mês
Custo:	R$ 25,90/kg
Custo mensal:	R$ 20.202,00
Preço ao consumidor:	R$ 75,00/kg
Faturamento:	R$ 58.500,00

Lucro bruto: R$ 38.298,00

OBS: E esse é apenas um cenário. O aumento nas vendas pode chegar a **50%**.

Vantagens para o seu negócio:



1. Maior fidelização dos clientes
Um produto que conquista pelo sabor e pela qualidade aumenta as chances de o consumidor voltar e recomendar.

2. Aumento expressivo do lucro
Mais vendas significam maior faturamento e, consequentemente, maior potencial de lucro bruto.

3. Degustação sem custo de marketing
Para nossos parceiros, a ação de degustação é oferecida como cortesia, criando uma oportunidade de apresentar o produto diretamente ao consumidor.

JS_ed31.indd 14 08/09/26 16:33

PEDACINHO DO SOL
ALIMENTOS

Que tal levar essa experiência para a sua padaria?



Em um mercado cada vez mais competitivo, não basta apenas oferecer um produto. É preciso criar uma experiência que faça o consumidor perceber o valor daquilo que está comprando.

Nossa promotora realiza degustações e demonstra, na prática, a forma correta de assar o pão de queijo, garantindo excelência, padronização e redução de desperdícios.

Além de apresentar a qualidade dos produtos aos seus clientes, ela orienta sobre as melhores opções de consumo, oferecendo a possibilidade de levar o pão de queijo assado ou congelado.

Oferecemos uma variedade que conquista o consumidor, são 12 diferentes tipos de pães de queijo, pensados para atender a diferentes paladares.

Entre os campeões de vendas estão:



Canastra



Gourmet



Requeijão

E ainda temos opções como Frango, Avelã, Chipa, Multigrãos e muito mais! Mais variedade, mais opções para o seu cliente e mais oportunidades para o seu negócio.

E o melhor: tudo isso **sem nenhum custo** para o seu estabelecimento.







Agende uma visita sem compromisso
Gil: (11) 99401-8198



VALDECIR, DA ORQUÍDEA. Lançamento da linha Orquídea Profissional, para ampliar a atuação da empresa nas padarias.



GLENDA, DA RICH'S. Portfólio da empresa ganhou novos itens no segmento de soluções culinárias, tais como cremes para doces e salgados.

pação da **Orquídea** da FIPAN 2026 foi o de lançar sua marca e o site Orquídea Profissional, estratégia para ampliar sua atuação em padarias, confeitarias e no setor de *foodservice*. Atrelados a essa proposta, a empresa apresentou uma nova linha de brilhos e recheios, que estará disponível aos clientes nos próximos meses. "Nosso estande também contou com uma área dedicada ao preparo de pizzas, utilizando a farinha de longa fermentação da marca, além de um espaço voltado à linha Sabor de *France*, composta por pães pré-assados e congelados", pontua Valdecir Sartor, gerente comercial da Orquídea Alimentos.

Em seu retorno à FIPAN, a **Rich's** marcou presença na feira para apresentar seu momento de grande expansão de portfólio, antes muito focado na sua ampla oferta de *chantillys*, e que agora ganha novos itens no segmento de soluções culinárias, tais como cremes para doces e salgados, miradas para otimização de processos nas padarias, confeitarias e no *foodservice*. "Mas o super destaque no evento foi o anúncio de nossa entrada no segmento de mixologia, com o lançamento de nossas Espumas para Bebidas – as famosas *cold foams* –, prontas para aplicação em bebidas alcoólicas e não alcoólicas, tais como cafés e sodas italianas", salienta Glenda Mokreys, gerente de Marketing e Trademarketing da Rich's.

SOLUÇÕES IDEAIS

Entre as tendências que ganharam força na FIPAN 2026, o segmento de alimentos prontos e semiprontos se destacou pela capacidade de unir praticidade, variedade e agilidade, características cada vez mais valorizadas pelo consumidor.

E esse foi o caso da **Catupiry**, que mostrou na feira seu portfólio completo com mais de 30 soluções voltadas para o setor de *foodservice,* com destaque para padarias e pizzarias, ingredientes que garantem rendimento, estabilidade, padronização e segurança alimentar para produções em larga escala. "Assim como em nossa participação no ano passado, reforçamos em nosso estande o conceito de que a Catupiry é uma marca, e não apenas uma empresa de um único produto, trazendo, entre outras coisas, os lançamentos de nossos *croissants* de Catupiry Original, de Frango, de Provolone e de Chocolate ao Leite, prontos e congelados para fornear", explica Regiane Marçal, gerente comercial de Foodservice.

Também presente na feira, a área de Food Solutions da **Seara** apresentou soluções e portfólios focados em alta performance para o mercado de panificação e *foodservice*. "Os grandes lançamentos na feira foram a Margarina Gradina Pães Especiais de longa fermentação, com alto teor de lipídios, e o do concurso nacional '*Chef* Revelação Gradina', cujas inscrições já estão



REGIANE (ESQ.) E ANA ARVATI, DA CATUPIRY. Reforço no conceito de que a empresa não é de um produto só.



JOICE (ESQ.) E PAMELA FARIAS, DA SEARA. Soluções focadas em alta performance para o mercado.

abertas", conta Pamela Farias, gerente de Marketing da marca. "A FIPAN é a nossa principal feira para o mercado de *foodservice*, no atendimento do qual somos líderes com um *market share* de 80%. E esta é uma feira que vende muito!", completa Joice Fernandes, diretora do Food Solutions da Seara.

EMBALAGENS EM FOCO

O mercado de embalagens é essencial para a panificação e a confeitaria porque garante a conservação, a segurança e a valorização comercial dos produtos. E a participação de um grande número de empresas do setor foi outro ponto alto da FIPAN 2026.

Esse foi o caso da **IP Embalagens**, que trouxe como grande novidade na feira a Linha *Gold*, de produtos focados em sofisticação, elegância e valorização de produtos, unindo beleza, qualidade e praticidade. "A proposta dela foi oferecer, a um só tempo, uma solução para transformar a apresentação e a logística de itens para padarias, confeitarias e operadores do *foodservice*", resume Fernando Pinheiro, sócio-proprietário da IP. "Esse lançamento que chega ao nosso portfólio, reforçou ainda mais os laços comerciais e a amizade construída ao longo dos anos com nossos clientes, complementa André Luiz, sócio-administrador da empresa.

Já a **Meiwa Embalagens** confirmou na feira a adesão às tendências do setor: mais conveniência, valorização da apresentação dos produtos. e embalagens cada vez mais estratégicas, para elevar a experiência do consumidor final, com base na sustentabilidade, no *design* e na funcionalidade. "Hoje, a embalagem deixou de ser apenas um item de proteção para se tornar parte da experiência de compra, atuando como fator que influencia – e muito – a percepção dos clientes. Assim, investir em soluções que preservem a qualidade dos alimentos, facilitem o transporte, e estimulem a atratividade visual tornaram-se ferramentas importantes para aumentar a competitividade", sintetiza Ricardo Huang, CEO da empresa.

A seu turno, a **Paperbag** participou da FIPAN 2026 focada em fortalecer parcerias e expor seu portfólio de sacolas e sacos de papel personalizados, com destaque para a alta qualidade de acabamento e projetos voltados ao *delivery* e de identidade visual das padarias e confeitarias. "A flexibilidade de produção de nosso parque industrial nos permite atender a clientes de todos os portes, mesmo em pequenas quantidades. E uma sugestão que deixo é que, graças à nossa parceria com o SAMPAPÃO, os panificadores associados façam suas compras de maneira coletiva, o que permite o acesso não só à qualidade dos nossos produtos, como também reduz a escala do custo dos pedidos", diz Eugenio Bertamoni, diretor da Paperbag.



RICARDO E TAMMY, DA MEIWA. A embalagem deixou de ser apenas um item de proteção, para se tornar parte da experiência de compra.



EUGENIO E DENIS, DA PAPERBAG. Convite aos associados do SAMPAPÃO para que façam compras coletivas.



FERNANDO (ESQ.) E ANDRÉ, DA IP EMBALAGENS. Lançamento da Linha *Gold* une beleza, sofisticação e qualidade.



GILBERTO, DA BRALYX. Investir em tecnologia significa produzir melhor, com mais precisão e eficiência.



GUALDINO (2º DA ESQ. PARA A DIR.) E EQUIPE DA JTI. Foco da participação na FIPAN foi aprimorar a rentabilidade das padarias.



ADILSON (ESQ.) E DIEGO SCHANOSKY, DO SICREDI. Soluções financeiras focadas em conveniência e gestão integrada para o setor.

PRECISÃO E EFICIÊNCIA

A tecnologia também ocupou lugar de destaque na FIPAN 2026, e o setor de máquinas e equipamentos para panificação, confeitaria e *foodservice* esteve entre os grandes protagonistas da feira. Mais do que máquinas, os lançamentos apresentados na FIPAN 2026 revelaram uma transformação no próprio conceito de produção.

E esse, sem dúvida foi o caso da **Bralyx**, que trouxe como destaques em seu estande a FRX80, uma máquina desenvolvida para a produção de esfihas que trabalha com a massa diretamente, sem precisar de laminação; a Nina e a Hot Mixer 35, ambas para o preparo de massas de doces e salgados/ e ainda a Empanamix de Mesa, solução prática para empanar produtos como coxinhas e bolinhos de queijo com rapidez. "Investir em tecnologia significa produzir melhor, com mais precisão e eficiência, sem abrir mão da qualidade e da identidade artesanal que continuam sendo diferenciais importantes da panificação e da confeitaria brasileiras", incentiva Gilberto Poleto, presidente da Bralyx.

Atuando principalmente com foco institucional, estratégico e de relacionamento com o varejo de panificação e *foodservice*, a **JTI** participou da feira para reforçar sua plataforma de parcerias para o varejo. No pavilhão de exposições, a empresa utilizou seu espaço para estreitar o relacionamento com proprietários de padarias, mercados e operadores de *foodservice*, realizando várias ativações e intensa distribuição de brindes ao público, que lotou o estande da empresa nos quatro dias da FIPAN 2026. "Nosso foco foi apresentar soluções de exposição de produtos nos pontos de vendas, além de estratégias para aprimorar a rentabilidade do varejista de panificação e a conformidade com as regulamentações vigentes do setor", informa Gualdino Xavier de Freitas Junior, gerente de Vendas e Trade da companhia.

E outro fiel parceiro do SAMPAPÃO, o **Sicredi**, apresentou soluções financeiras focadas em conveniência, redução de custos e gestão integrada para o setor de panificação, confeita-



PREFEITO. Ricardo Nunes fez questão de prestigiar as aberturas do Congresso e da FIPAN 2026.



ESTIMA. Diversas autoridades e personalidades no palco, atenderam ao convite do SAMPAPÃO.



BOAS-VINDAS. Rui Gonçalves, presidente do SAMPAPÃO, em seu pronunciamento inicial no Congresso.



REFORMA TRIBUTÁRIA. A palestra de Eurico Santi foi uma das mais aguardadas no evento.

ria e *foodservice*, com destaque para o lançamento de novas maquininhas de cartão totalmente integradas aos terminais de pagamento dos operadores dos estabelecimentos que, pela mesma máquina ainda conseguem gerir o estoque, emitir notas fiscais, controlar pedidos e realizar o *checkout*. "Apresentamos ainda nosso amplo portfólio voltado a PMEs, com linhas de crédito, capital de giro e benefícios corporativos, além de ferramentas de serviços voltados à otimização da rotina financeira, tudo com atendimento consultivo, por meio de um modelo de relacionamento cooperativo", adiciona Adilson Sá, diretor do Sicredi.

CONGRESSO FIPAN 2026

E se a tecnologia e a inovação dominaram os estandes da FIPAN 2026, o comportamento do consumidor esteve no centro dos debates durante a realização do 6º Congresso FIPAN, promovido nos três primeiros dias da feira e que reuniu nada menos do que 1.500 congressistas. Com o tema "O Novo Consumo – Entender Pessoas é o Futuro dos Negócios", o congresso ampliou a discussão sobre os caminhos que o setor de panificação, confeitaria e *foodservice* precisa seguir diante de um mercado em constante transformação.

Ao longo do evento, especialistas, empresários e profissionais de diferentes áreas compartilharam conhecimentos e experiências sobre comportamento, gestão, inovação, tecnologia, liderança, estratégias empresariais e novas oportunidades de mercado. A proposta foi mostrar que compreender as mudanças nos hábitos de consumo deixou de ser uma tarefa restrita aos departamentos de marketing e passou a ser uma questão estratégica para a sobrevivência e o crescimento dos negócios.

A programação trouxe nomes de peso, como Diego Barreto, CEO do iFood; Paulo Camargo, ex-CEO do McDonald's Brasil; e Eurico Santi, coautor da Reforma Tributária, além de especialistas internacionais da França e da Bélgica. A diversidade de experiências contribuiu para ampliar a visão dos participantes sobre os desafios que estão sendo impostos às empresas por um consumidor mais informado, conectado e exigente.

E a escolha do tema não foi casual. O consumidor mudou – e continua mudando – em velocidade cada vez maior. Ele busca conveniência, variedade,

PODPÃOCAST TEM EDIÇÃO ESPECIAL NA FIPAN 2026

Criado pelos amigos e diretores do SAMPAPÃO Fábio Moreira, Eduardo Machado e Baltazar do Vale, mais uma vez o PODPÃOCAST teve participação marcante e foi grande sucesso em um estúdio montado na FIPAN 2026. A iniciativa já conquistou milhares de seguidores em seu canal do YouTube, principalmente por seu formato inovador de modelo de interação com os entrevistados, como se todos estivessem em um animado bate-papo em um balcão de padaria. E mais uma vez também, a edição especial da feira do programa teve a oportunidade de ouvir histórias de pessoas ligadas à panificação brasileira, entre panificadores, fornecedores parceiros da entidade e personalidades ligadas ao setor. Como não poderia ser diferente, uma das entrevistas que está atraindo a atenção de muitos internautas está sendo a realizada com Rui Gonçalves, presidente do SAMPAPÃO. (foto) Confira esta e muitas outras no canal do PODPÃOCAST no Youtube, no endereço https://www.youtube.com/@podpaocast



qualidade, rapidez, experiências e produtos diferenciados, mas também demonstra preocupação crescente com preço, saúde, alimentação, praticidade e relação custo-benefício. Ao mesmo tempo, a digitalização alterou a forma como as pessoas pesquisam, escolhem, compram e avaliam produtos e serviços.

Essa transformação cria novas oportunidades, mas também aumenta a responsabilidade dos empresários. Para os negócios de padarias, confeitarias e *foodservice*, a gestão já vai muito além de produzir produtos de qualidade e investir na melhoria do atendimento. Tornou-se fundamental compreender quem compra, por que compra, em que horário compra, quais são suas necessidades, quanto está disposto a pagar e quais produtos e serviços podem ser agregados à experiência de consumo. Nesse sentido, o 6º Congresso FIPAN cumpriu uma função que complementou perfeitamente a dinâmica dos estandes: a discussão de como utilizar esse conjunto de ferramentas para atender melhor às novas demandas do mercado.



EXPECTATIVA. Congressistas no *hall* de entrada do auditório, aguardando o início da programação.



O NOVO CONSUMO. Palestras abordaram temas cruciais para o desenvolvimento futuro do setor.

FIPAN E SETOR EM FATOS E NÚMEROS

- **R$ 1,7 bilhão em negócios** realizados, negociados e iniciados;
- Cerca de **58 mil profissionais** presentes;
- Aproximadamente **420 expositores**;
- Cerca de **1.800 marcas**;
- Representantes de aproximadamente **40 países**;
- **1.500 congressistas** no 6º Congresso FIPAN;
- Mais de **30 aulas gratuitas** promovidas pelo IDPC;
- **5 categorias** no Campeonato de Bolos;
- **3º Mundial do Pão de 2027**, na França, como próximo desafio para o vencedor brasileiro;
- **70.235 padarias no Brasil**, segundo estudo da Euromonitor apresentado pela FIPAN;
- **R$ 178,1 bilhões movimentados** pelo segmento segundo o estudo apresentado na feira;
- **332.558 empresas ativas** no setor de panificação e confeitaria em 2025, segundo a ABIP;
- **R$ 164,12 bilhões de faturamento** do setor em 2025, segundo a ABIP;
- Aproximadamente **2,76 milhões de empregos** diretos e indiretos; e
- Cerca de **50 milhões de consumidores** frequentando diariamente padarias e confeitarias, segundo dados divulgados pela ABIP e Sebrae.



Gestão estratégica em novo CURSO DA ESCOLA IDPC

O setor de panificação e confeitaria passa por uma das transformações mais intensas de sua história. Se no passado a gestão de uma padaria fundamentava-se primordialmente no conhecimento empírico, na intuição e na tradição familiar, o cenário contemporâneo exige uma postura altamente técnica, estratégica e analítica.

Isso vem redundando na consolidação de um modelo em que nossas casas se transformaram em verdadeiros centros multifuncionais de alimentação, experiência gastronômica e conveniência. Contudo, tal expansão vem trazendo cada vez mais complexidade operacional à gestão dos negócios em múltiplas frentes, ante a pressão sobre as margens de lucro, o atendimento de clientes mais exigentes e *omnichannel*, e a necessidade de vencer novos desafios para engajar colaboradores, a fim de driblar a escassez e a alta rotatividade de mão de obra no trabalho.

Com o objetivo de dar solução a essas questões, a Escola de Panificação e Confeitaria criou o Curso de Gestão de Padarias – Módulo II, desenhado justamente como a resposta prática para as dores e exigências do setor no cenário atual, promovendo uma formação executiva mais completa e aprofundada para proprietários, gerentes, gestores e líderes do setor.

"A busca por capacitação técnica por meio desse curso especializado promove a transição da gestão intuitiva para uma gestão orientada a dados e resultados. O conhecimento atualizado concede ao empresário a clareza necessária para tomar decisões seguras, inovar com responsabilidade e garantir a perpetuação dos seus negócios", explica Vanessa Vivian, nutricionista e coordenadora da Escola IDPC.



Tadeu Sakagawa e Magnific

DO FORNO AO CAIXA. Curso da Escola IDPC promove a transição da gestão intuitiva para uma gestão orientada a dados e resultados.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Realizado inteiramente *online* – portanto, eliminando a necessidade de deslocamentos durante o treinamento – o Curso de Gestão de Padarias – Módulo II tem uma carga horária total de 20 horas, dividida no estudo de cinco pilares estratégicos com quatro horas cada, que habilitam os profissionais com ferramentas práticas de gestão, atualização normativa, estratégias de retenção de talentos e soluções financeiras de alto impacto para elevar a produtividade, a eficiência operacional e a rentabilidade do negócio. Confira, a seguir, o que você e sua equipe vão aprender em cada um deles!

PILAR 1
ADMINISTRAÇÃO

Mapeamento e resolução técnica de gargalos operacionais no dia a dia da padaria

- **Diagrama de Ishikawa –** Ferramenta para identificar a causa raiz de problemas operacionais (como desperdícios de produção ou falhas em fornadas), analisando fatores como método, mão de obra e matéria-prima.
- **Metodologia dos 5 Porquês –** Técnica de investigação profunda, que questiona sucessivamente a causa de um problema até encontrar a sua origem real, evitando soluções superficiais.
- **Matriz GUT –** Sistema de priorização que utiliza os critérios de Gravidade, Urgência e Tendência para ajudar o gestor a decidir, de forma técnica, quais problemas devem ser resolvidos primeiro.
- **Plano de Ação 5W2H –** Modelo de plano de ação que define com clareza o que será feito, por que, onde, quando, por quem, como e quanto custará, garantindo que o planejamento saia do papel.
- **Ciclo PDCA –** Método de gestão focado na melhoria contínua, permitindo planejar ações, executar, checar indicadores e agir corretivamente para manter a eficiência da operação.

PILAR 2
GESTÃO DE PESSOAS

Alinhamento normativo, engajamento e retenção de equipes

- **Atualizações da NR-1 e o papel do líder na gestão de pessoas –** Conceito da NR-1 no dia a dia, riscos psicossociais, noções básicas do PGR, papel do líder e construção de cultura de segurança.
- ***Onboarding* e primeiros dias do funcionário –** Impacto do primeiro dia na permanência, estruturação da integração, apresentação de rotina e regras, explicação das funções e treinamento prático.
- **Liderança Situacional na prática –** Acompanhamento do colaborador, retenção de talentos, gestão de conflitos, postura do líder e conversas de ajuste.

PILAR 3
MARKETING

Fortalecimento da marca e fidelização no setor alimentício

• ***Branding* estratégico e posicionamento –** Conceito de marca, arquétipos, tom de voz e linguagem.

• **Experiência do cliente –** Consumidor *omnichannel*, mapeamento da jornada do cliente, pontos de contato e automação.

• **Gestão de marketing e crescimento do negócio –** Planejamento de marketing, rotina de marketing, investimento e indicadores.

PILAR 4
VENDAS

Estratégias avançadas para aumento de tíquete médio e atração de público

• **Posicionamento –** Excelência no atendimento, valor x preço, *mix* de produtos e produtos de marca própria.

• **Geração de vendas –** Prospecção, parcerias locais, gatilhos mentais, venda adicional, promoção sazonal (além do óbvio) e eventos geradores de fluxo.

• **Gestão de clientes –** Fidelidade e retenção, recuperação de clientes, regra de Pareto e melhoria contínua.

PILAR 5
FINANÇAS

Segurança fiscal, fluxo de caixa e ampliação da margem de lucro

• **Estoques –** Avaliação de Estoques e seus impactos no lucro das padarias e confeitarias.

• **Planejamento tributário –** Regimes tributários, MEI, Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real.

• **Distribuição de Lucros –** Remuneração paga aos sócios ou acionistas proporcionalmente à participação deles no capital da empresa, baseada nos resultados positivos obtidos pelo negócio.

• **Captação de recursos de terceiros –** BNDES e PRONAMPE.



• **Fluxo de Caixa II –** Realizado e projetado.

"Em resumo, participar do Curso de Gestão de Padarias – Módulo II da Escola IDPC ensina a mudar o papel do gestor, saindo da mera fase de 'apagar incêndios' no dia a dia, para focar na métrica mais importante: eficiência operacional com lucratividade sustentável", finaliza Vanessa Vivian.

AGENDA DE CURSOS IDPC – OUTUBRO 2026

Cursos	Data	Dias	Horário
Pães Doces (08h)	01/10 a 02/10	Qui. a Sex.	08h30 às 12h30
Sobremesa nas Taças (08h)	01/10 a 02/10	Qui. a Sex.	15h30 às 19h30
Croissant e Folhados Especiais (12h)	05/10 a 07/10	Seg. a Qua.	08h30 às 12h30
Pastel de Nata (08h)	06/10 a 07/10	Ter. a Qua.	08h30 às 12h30
Fermentação Natural (16h)	06/10 a 09/10	Ter. a Sex.	15h30 às 19h30
Pizzaiolo (16h)	06/10 a 09/10	Ter. a Sex.	15h30 às 19h30
Confeitaria Moderna (12h)	07/10 a 09/10	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	07/10 a 09/10	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Bolos Secos em Tiras (12h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	08h30 às 12h30
Pão Francês, Baguetes e Suas Versões (12h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	08h30 às 12h30
Chapeiro (MÓDULO I) (09h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	09h30 às 12h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	15h30 às 19h30
Croissant e Folhados Especiais (12h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	15h30 às 19h30
Chapeiro (MÓDULO II) (09h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	15h30 às 18h30
Qualidade do Pão Francês (12h)	13/10 a 15/10	Ter. a Qui.	15h30 às 19h30
Atendimento ao Cliente (08h)	14/10 a 15/10	Qua. a Qui.	08h30 às 12h30
Atendimento ao Cliente (08h)	14/10 a 15/10	Qua. a Qui	15h30 às 19h30
Croissant e Folhados Especiais (12h)	19/10 a 21/10	Seg. a Qua.	08h30 às 12h30
Noções em Confeitaria - Módulo I (20h)	19/10 a 23/10	Seg. a Sex.	08h30 às 12h30

Cursos	Data	Dias	Horário
Noções em Confeitaria - Módulo II (20h)	19/10 a 23/10	Seg. a Sex.	15h30 às 19h30
Pizzaiolo (16h)	20/10 a 23/10	Ter. a Sex.	08h30 às 12h30
Avançado de *Pizzaiolo* (16h)	20/10 a 23/10	Ter. a Sex.	15h30 às 19h30
Comunicação para Líderes (08h)	21/10 a 22/10	Qua. a Qui.	08h30 às 12h30
Comunicação para Líderes (08h)	21/10 a 22/10	Qua. a Qui	15h30 às 19h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	21/10 a 23/10	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Combinações e Harmonização de Tábuas de Frios (08h)	22/10 a 23/10	Qui. a Sex.	08h30 às 12h30
Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	22/10 a 23/10	Qui. a Sex.	08h30 às 12h30
Entremet (20h)	26/10 a 30/10	Seg. a Sex.	08h30 às 12h30
Noções em Confeitaria - Módulo III (20h)	26/10 a 30/10	Seg. a Sex.	15h30 às 19h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	27/10 a 29/10	Ter. a Qui.	08h30 às 12h30
Qualidade do Pão Francês (12h)	28/10 a 30/10	Qua. a Sex.	08h30 às 12h30
Confeitaria Moderna (12h)	28/10 a 30/10	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Panetones Trufados, Tradicionais e Fermentação Natural (12h)	28/10 a 30/10	Qua. a Sex.	15h30 às 19h30
Higiene e Manipulação dos Alimentos (08h)	EAD https://idpc.eadplataforma.app/		
Fermentação Natural (16h)	EAD https://idpc.eadplataforma.app/		
Panetones Artesanais (08h)	EAD https://idpc.eadplataforma.app/		

OBSERVAÇÕES:
As datas e horários poderão sofrer alterações.
As turmas poderão ser canceladas, caso não tenham o número mínino 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

DA FIPAN, DIRETAMENTE PARA A SUA PADARIA!

Mais uma vez, a unidade de ensino do SAMPAPÃO brilhou em sua participação na FIPAN! Sempre lotado por gente com vontade de aprender, o espaço da Arena Show IDPC apresentou uma programação completa, na qual se destacaram as apresentações de várias receitas, tanto tradicionais quanto inovadoras. E aqui, separamos duas delas, que foram destaques para essa seleta audiência. Confira!

Cookies Recheados



Os *cookies* – termo que vem do holandês *koekje* ("pequeno bolo") – surgiram no século 17, na Europa, quando padeiros britânicos assavam pequenas porções de massa apenas para testar a temperatura do forno, a fim de evitar desperdícios antes de colocar um bolo inteiro nele. E aí eles perceberam que essa "massa de teste" virava um biscoito crocante e saboroso, que logo passou a acompanhar o tradicional chá dos ingleses. Com a colonização, a receita viajou para a América, onde se tornaria a base de uma verdadeira revolução culinária. E lá, aconteceu um "acidente de inovação" muito curioso, que deu origem a outra revolução. Em 1930, no estado de Massachusetts, nos Estados Unidos, Ruth Wakefield, dona do famoso restaurante Toll House Inn, tentava assar biscoitos amanteigados, mas percebeu que havia ficado sem o chocolate de padeiro. Então, decidiu picar uma barra de chocolate meio amargo da Nestlé, esperando que ele derretesse na massa. Só que ele não derreteu por completo, criando pedacinhos em meio ao biscoito macio, dando origem ao saboroso *Cookie* de Chocolate. O sucesso foi imediato, levando a um acordo entre Ruth e a Nestlé para a impressão da receita no verso das embalagens do produto.

Rendimento: 16 unidades com 60g cada

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porções por embalagem: 1

Porção: 60g (medida caseira)

	100g	60g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	387	116	6
Carboidratos (g)	49	15	5
Açúcares totais (g)	31	9,3	
Açúcares adicionados (g)	31	9,3	19
Proteínas (g)	5,6	1,7	3
Gorduras totais (g)	19	5,6	9
Gorduras Saturadas (g)	10	3,1	16
Gorduras trans (g)	0,0	0,0	0
Fibras alimentares (g)	1,0	0,3	1
Sódio (mg)	67	20	1

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

INGREDIENTES: Farinha de trigo enriquecida com ferro e ácido fólico, leite condensado, manteiga sem sal, creme de leite, chocolate meio amargo, gotas de chocolate ao leite, açúcar refinado, açúcar mascavo, ovo pasteurizado, sal e bicarbonato de sódio.

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



MASSA TRADICIONAL

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Farinha de trigo	100	400
Manteiga	50	200
Gotas de Chocolate ao Leite	25	100
Açúcar Refinado	25	100
Açúcar Mascavo	25	100
Ovos	25	100
Sal	0,25	1
Bicarbonato de Sódio	0,25	1

BRIGADEIRO TRADICIONAL

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Leite Condensado	100	400
Creme de Leite	50	200
Chocolate Meio Amargo	37	150
Manteiga	4	15

PROCESSO DE FABRICAÇÃO: MASSA

1. Fazer o *mise-en-place*.
2. Com a manteiga em ponto de pomada, bater na batedeira com os açúcares, depois os ovos, depois a farinha, sal e o bicarbonato. E quando estiver uma massa formada, adicionar as gotas e bater só para misturar.
3. Armazenar na geladeira para firmar a massa, e depois bolear os *cookies*.
4. Para fazer recheado, separe 45g de massa, e recheie com 15g de creme de avelã com cacau, ou com brigadeiro tradicional.
5. Assar no forno turbo a 170°C, ou 180°C, de 10 a 12 minutos.

PROCESSO DE FABRICAÇÃO: BRIGADEIRO

1. Fazer o *mise-en-place*.
2. Colocar todos os ingredientes em uma panela, e cozinhar até atingir o ponto de brigadeiro.
3. Resfriar, e depois bolear para rechear os *cookies*.

Torta de Vitrine



As tortas de vitrine são as verdadeiras joias da confeitaria, feitas não apenas para serem comidas, mas também para serem admiradas. Quem nunca passou em uma padaria ou confeitaria e foi hipnotizado por elas? Para alcançar aquele visual digno de cinema, os confeiteiros utilizam técnicas refinadas, tais como a glaçagem espelho – aquela cobertura ultrabrilhante que reflete a luz e faz a torta parecer feita de vidro ou mármore –, além de decorações de chocolate, com texturas que dão altura e sofisticação ao doce, e ainda frutas frescas, tais como morangos, mirtilos e framboesas pinceladas com geleia de brilho. E, quando cortadas, mostram quase um projeto de engenharia, com camadas perfeitamente definidas e limpas, combinando uma base de massa crocante, um centro surpreendente com geleia ácida, caramelo salgado ou compota de frutas, e um corpo com uma mousse aerada, chocolate cremoso, ou uma bavaroise aveludada que derrete na boca. Ou seja, são irresistíveis!

TÉCNICAS DE GLAÇAGEM

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Chocolate Branco	100	300
Glucose	100	300
Açúcar Refinado	100	300
Leite Condensado	67	201
Água	50	150
Gelatina	7	21
Água para Hidratar a Gelatina	40	120
Corantes Branco e Colorido	Q.B	Q.B

***MOUSSE* DE CHOCOLATE**

Ingredientes	Porcent. (%)	Quant. (g/ml)
Chantilly	100	300
Chocolate Meio Amargo	87	261
Creme de Leite UHT	67	201
Gelatina	3	9
Água	20	60

Rendimento: 1 unidade com 831g

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL

Porções por embalagem: 1

Porção: 60g (medida caseira)

	100g	60g	% VD (*)
Valor energético (kcal)	336	202	10
Carboidratos (g)	47	28	9
Açúcares totais (g)	41	25	
Açúcares adicionados (g)	40	24	49
Proteínas (g)	3,1	1,9	4
Gorduras totais (g)	17	10	15
Gorduras Saturadas (g)	9,8	5,9	29
Gorduras trans (g)	0,1	0,1	4
Fibras alimentares (g)	1,1	0,7	3
Sódio (mg)	45	27	1

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

INGREDIENTES: Chocolate branco, *chantilly*, glucose, açúcar refinado, chocolate meio amargo, leite condensado, creme de leite, água, gelatina, corante branco e corante colorido.

ALÉRGICOS: CONTÉM LEITE E DERIVADOS. PODE CONTER TRIGO, CENTEIO, CEVADA, AVEIA, OVO, SOJA, AMENDOIM, AMÊNDOAS, AVELÃS, CASTANHA-DE-CAJU, CASTANHA-DO-PARÁ, MACADÂMIAS, NOZES, PECÃ, PISTACHES E CASTANHAS. CONTÉM LACTOSE. CONTÉM GLÚTEN.

ALTO EM AÇÚCAR ADICIONADO

PROCESSO DE FABRICAÇÃO:

1. Pesar todos os ingredientes da formulação.
2. Derreter o chocolate branco, e reservar.
3. Hidratar a gelatina na água, e reservar.
4. Ferver a glucose, o açúcar e a água em fogo brando até atingir 103ºC.
5. Retirar do fogo e adicionar o leite condensado e a gelatina hidratada.
6. Adicionar o chocolate branco derretido e o corante branco,
7. Passar pela peneira e por último adicionar o corante colorido.
8. Esperar atingir entre 30ºC a 35ºC.
9. Verter sobre a torta.

DICAS:

1. Caso não for utilizar a glaçagem imediatamente, guardar sob refrigeração.
2. Para alongar a glaçagem, basta colocá-la em um recipiente com água quente, aguardar atingir a temperatura de 30°C, e verter sobre a torta ou bolo congelados.
3. Para cada 200g de glaçagem, utilize 4g de corante branco.

PROCESSO DE FABRICAÇÃO: *MOUSSE*

1. Pesar todos os ingredientes da formulação.
2. Bater o *chantilly*, e reservar.
3. Derreter o chocolate, e hidratar a gelatina.
4. Misturar o chocolate derretido com o creme de leite em um *bowl*, colocar a gelatina hidratada, e misturar bem.
5. Verter essa mistura no *chantilly*.

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

POR VANESSA ELISANDRA VIVIAN*

Qual é a nossa necessidade diária de proteínas?

As proteínas são macronutrientes essenciais para a manutenção do equilíbrio interno e externo do organismo (homeostase), e desempenham nele funções estruturais, regulatórias, metabólicas e imunológicas. São constituídas por aminoácidos, dos quais nove são considerados essenciais, pois não podem ser sintetizados pelo corpo em quantidades suficientes e, portanto, devem ser obtidos por meio da alimentação.

E além de participarem da síntese e reparo dos tecidos corporais, as proteínas atuam na produção de enzimas, hormônios, transportadores, anticorpos e diversas moléculas biologicamente ativas. A ingestão adequada desses nutrientes é fundamental para a preservação da massa muscular esquelética, recuperação tecidual, resposta imunológica, cicatrização e adaptação ao exercício físico.

De acordo com *Institute of Medicine* (atual *National Academy of Medicine*, dos Estados Unidos), a recomendação de ingestão proteica diária varia conforme a idade, a composição corporal, o estado fisiológico, o nível de atividade física, e a presença de condições clínicas específicas. Contudo, para adultos saudáveis, ela é 0,8 g de proteína por quilograma de peso corporal por dia, valor suficiente para atender às necessidades da maioria da população sedentária e manter o balanço nitrogenado.

Entretanto, evidências mais recentes demonstram que indivíduos fisicamente ativos apresentam maior demanda proteica em razão do aumento da síntese proteica muscular, do remodelamento tecidual e das adaptações induzidas pelo treinamento.



Fotos: Imagens de Magnific

HOMEOSTASE. As proteínas desempenham funções estruturais, regulatórias, metabólicas e imunológicas no organismo.

ASSIM, AS RECOMENDAÇÕES ATUALMENTE MAIS ACEITAS INCLUEM:

- Adultos sedentários: aproximadamente 0,8 g/kg/dia;
- Exercícios de resistência (*endurance*), de 1,2 a 1,4 g/kg/dia;
- Treinamento de força e hipertrofia, de 1,6 a 2,2 g/kg/dia;
- Atletas submetidos a elevado volume de treinamento ou restrição energética, até 2,4 g/kg/dia, conforme avaliação individual; e
- Idosos, entre 1,0 e 1,2 g/kg/dia, podendo alcançar 1,2–1,5 g/kg/dia em situações de risco de sarcopenia ou durante processos de reabilitação.

DISTRIBUIÇÃO DA PROTEÍNA AO LONGO DO DIA

Além da ingestão total diária, a distribuição da proteína entre as refeições tem recebido crescente atenção na literatura científica. Estudos sugerem que o consumo de aproximadamente 0,25 a 0,40 g de proteína/kg de peso corporal por refeição, contendo quantidade adequada de aminoácidos essenciais – especialmente leucina – otimiza a síntese proteica muscular. Para adultos, isso geralmente corresponde a refeições contendo entre 20g e 40g de proteína, dependendo do peso corporal, da idade e do contexto metabólico.

QUALIDADE PROTEICA

A qualidade nutricional das proteínas é determinada pela digestibilidade e pelo perfil de aminoácidos essenciais. Atualmente, métodos como o *Digestible Indispensable Amino Acid Score* (DIAAS) são considerados mais

precisos para avaliar a qualidade proteica do que métodos anteriormente utilizados.

Proteínas de origem animal, como carnes, pescados, ovos, leite e derivados, apresentam elevada digestibilidade e perfil completo de aminoácidos essenciais. Já proteínas vegetais podem apresentar menor concentração de determinados aminoácidos limitantes, embora combinações alimentares diversificadas sejam capazes de suprir adequadamente as necessidades nutricionais da maioria da população.

PROTEÍNA E HIPERTROFIA MUSCULAR

O aumento da massa muscular depende da manutenção de um balanço positivo entre síntese e degradação proteica. O treinamento resistido representa o principal estímulo para a síntese proteica muscular, enquanto a ingestão adequada de proteínas potencializa essa resposta adaptativa.

Meta-análises indicam que ingestões em torno de 1,6 g/kg/dia são suficientes para maximizar os ganhos de massa muscular na maior parte dos indivíduos treinados, com benefícios adicionais limitados acima de aproximadamente 2,2 g/kg/dia, salvo em condições específicas, como restrição calórica ou programas de treinamento com elevado volume.

CONSIDERAÇÕES CLÍNICAS

Necessidades proteicas aumentadas também são observadas em diversas condições clínicas, incluindo trauma, queimaduras, pós-operatório, doenças crônicas, câncer e estados hipercatabólicos. Nesses casos, a prescrição deve ser individualizada, considerando a função renal, o estado nutricional, a resposta inflamatória e os objetivos terapêuticos.

Já em indivíduos com doença renal crônica não dialítica, a ingestão proteica deve ser ajustada conforme o estágio da doença e o acompanhamento por equipe multiprofissional, evitando recomendações generalizadas.

CONCLUSÃO

A recomendação proteica deve ser individualizada e baseada em evidências científicas, considerando fatores como idade, composição corporal, prática de atividade física, objetivos nutricionais e condições clínicas. Embora a recomendação de 0,8 g/kg/dia permaneça adequada para adultos sedentários saudáveis, sendo que indivíduos fisicamente ativos, idosos e pacientes em condições catabólicas frequentemente necessitam de ingestões superiores para otimizar a manutenção da massa muscular, a recuperação funcional e a saúde metabólica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Institute of Medicine. Dietary Reference Intakes for Energy, Carbohydrate, Fiber, Fat, Fatty Acids, Cholesterol, Protein, and Amino Acids. National Academies Press, 2005.

Morton RW, et al. A systematic review, meta-analysis and meta-regression of the effect of protein supplementation on resistance training-induced gains in muscle mass and strength in healthy adults. British Journal of Sports Medicine. 2018.

Jäger R, et al. International Society of Sports Nutrition Position Stand: Protein and Exercise. Journal of the International Society of Sports Nutrition. 2017.

Phillips SM, Van Loon LJC. Dietary protein for athletes: from requirements to optimum adaptation. Journal of Sports Sciences. 2011.

FAO. Dietary Protein Quality Evaluation in Human Nutrition. Report of an FAO Expert Consultation, 2013.



EQULÍBRIO NUTRICIONAL. Embora essencial, o valor diário de ingestão de proteínas varia de indivíduo para indivíduo.

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

POR CLAUDIA CYRILLO*

TRENDS OU CAMPANHAS SAZONAIS? EM QUAL A PADARIA DEVE INVESTIR SEU MARKETING?

Todos os dias surge uma nova *trend* nas redes sociais. Uma música viral, um desafio, um meme ou um formato de vídeo que rapidamente conquista milhares de visualizações. Mas será que toda padaria precisa acompanhar essas tendências?

A resposta é:
depende do objetivo.

AFINAL, O QUE É UMA *TREND*?

Trend é uma tendência que ganha grande popularidade em um curto período. Nas redes sociais, ela pode aparecer em diferentes formatos, tais como áudios, desafios, memes, efeitos, estilos de edição, ou temas que rapidamente são reproduzidos por milhares de perfis
O principal objetivo de uma *trend* é aumentar o alcance e gerar engajamento. Porém, ela também tem prazo de validade. Ou seja, o que está em alta hoje, pode perder força em poucos dias.

VALE A PENA ENTRAR NA *TREND*?

Sim, desde que ela faça sentido para a identidade da sua padaria. Participar de uma tendência apenas porque "todo mundo está fazendo" pode transmitir uma imagem pouco profissional, e até afastar clientes. Em contrapartida, quando a *trend* é adaptada ao universo da panificação, ela aproxima o público, humaniza a marca e aumenta a visibilidade nas redes sociais. Então, o segredo está em adaptar a tendência ao seu negócio, e não adaptar o seu negócio à tendência.

O QUE REALMENTE VENDE?

Enquanto as *trends* ajudam a gerar alcance, as **campanhas sazonais** costumam gerar resultados mais consistentes em vendas. Datas como Páscoa, Festas Juninas, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia Mundial do Pão e Natal são oportunidades para lançar produtos, criar promoções e fortalecer o relacionamento com os clientes. O consumidor já espera novidades nessas épocas, tornando a comunicação mais eficiente e aumentando as chances de compra.

O EQUILÍBRIO É O MELHOR CAMINHO

Em vez de escolher entre uma ou outra, o ideal é combinar as duas estratégias. As campanhas sazonais devem ser o elemento de planejamento principal do calendário de marketing da padaria. Já as *trends* podem ser utilizadas como complemento para trazer leveza, aumentar o alcance e mostrar que a marca está conectada ao comportamento do consumidor.
Uma boa regra é investir cerca de **80% do esforço em campanhas planejadas,** e utilizar os **20% restantes para conteúdos espontâneos e tendências**, sempre alinhados ao perfil da empresa.



Munhoz Padaria

FOCO NO OBJETIVO. A melhor estratégia não é escolher entre *trend* ou campanha sazonal: é, sim, saber quando usar cada uma delas para fortalecer sua marca e vender mais.

PLANEJAMENTO FAZ A DIFERENÇA

Antes de publicar qualquer conteúdo, pergunte:

- ⇨ Essa tendência combina com a identidade da minha padaria?
- ⇨ Meu público vai entender essa referência?
- ⇨ Esse conteúdo fortalece minha marca, ou apenas segue uma moda?
- ⇨ Estou aproveitando as datas importantes para gerar vendas?

Marketing eficiente não é fazer tudo o que está na moda. É criar conteúdo que fortaleça a marca, desperte o interesse do cliente e contribua para os resultados do negócio.

CONCLUSÃO

As *trends* são excelentes ferramentas para aumentar a visibilidade quando utilizadas com estratégia. No entanto, para quem busca crescimento sustentável, fidelização de clientes e aumento das vendas, um calendário bem-estruturado de campanhas sazonais continua sendo a base de um marketing eficiente. **Dessa forma, no fim das contas, a melhor estratégia não é escolher entre *trend* ou campanha sazonal: é, sim, saber quando usar cada uma delas para fortalecer sua marca e vender mais.**

***CLAUDIA CYRILLO**
é encarregada do Marketing do SAMPAPÃO.

Um sonho que se tornou REALIDADE

O sonho de padaria é um daqueles clássicos que dispensam apresentações. Dourado por fora, incrivelmente macio por dentro, coberto com uma fina camada de açúcar de confeiteiro e recheado generosamente com um creme aveludado – é quase impossível resistir quando ele "sorri" para os clientes através da vitrine.

Mas você sabia que essa maravilha da confeitaria brasileira tem uma certidão de nascimento bem distante do Brasil e uma história cheia de reviravoltas?

Pois é, a história do sonho começa na Alemanha do século XVIII, onde ele é conhecido como *Berliner* (ou *Berliner Pfannkuchen*). A lenda mais famosa conta que, em 1756, um padeiro de Berlim desejava muito servir no Exército Prussiano de Frederico, o Grande. Considerado inapto para o combate, ele foi acolhido como o padeiro oficial do regimento. Em agradecimento e empolgação, o padeiro resolveu criar um pãozinho especial em formato de bala de canhão. Como não tinha acesso a fogueiras ou fornos de campanha no campo de batalha, ele teve a brilhante ideia de fritar as bolotas de massa em frigideiras com gordura quente. E a invenção do homem foi um sucesso estrondoso, fazendo surgir o antepassado direto do nosso sonho.

GANHANDO O MUNDO

Rapidamente, a receita se espalhou pelo continente europeu, ganhando recheios de geleia de frutas e nomes diferentes em cada região. Em Portugal, ele virou a "Bola de Berlim", geralmente recheada com doce de ovos. Na Polônia, ele se transformou no *Pączki*, recheado com geleias de pétalas de rosa ou ameixa, ou cremes. Na Itália, ficou conhecido como *Bombolone* – chamado assim por seu formato "gordinho" de bomba –, com recheio de *crema pasticcera*, chocolate ou geleia. E nos Estados Unidos, é claro, a massa serviu de inspiração direta para os famosos *donuts*.



UM SONHO PERFEITO. Massa leve, crosta sequinha e recheio abundante, tudo junto produzindo uma verdadeira explosão de sabor na boca dos apaixonados pelo doce.

Padaria Requinte

Cruzando o oceano, a iguaria chegou ao Brasil trazida por imigrantes europeus no início do século 20. Só que aqui, a receita passou por uma gloriosa tropicalização: enquanto na Europa os recheios mais comuns eram as geleias e compotas, os padeiros brasileiros, fortemente influenciados pelos imigrantes portugueses, adaptaram o recheio para um creme de confeiteiro "turbinado", à base de leite, gemas, açúcar e baunilha) e, mais tarde, para o doce de leite. E, entre nós, ganhou o nome de "sonho", como uma forma poética em referência à sua textura leve, macia e à sensação reconfortante de saborear essa verdadeira delícia gastronômica.

Hoje, além do tradicional creme e do doce de leite, é fácil encontrar variações com brigadeiro, leite em pó com creme de avelãs, e até goiabada. Mas a essência continua a mesma: uma receita centenária que atravessou guerras e oceanos para transformar o café da tarde nas padarias em um momento dos deuses. Ou melhor, nem precisa ser só no café da tarde, porque qualquer hora é hora de sonho, não é verdade?!

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!

CASA DE PÃES ÁGUIA DOURADA
Chácara Santo Antônio – São Paulo/SP

LE FABRI – PADARIA ARTESANAL
Vila Madalena – São Paulo/SP

PADARIA ÍNDIA MAGNÓLIA
Rio Pequeno – 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**