

Estratégias de Aplicação da **PADARIA CONCEITO**



SEBRAE

Expediente:

**PROJETO DE DESENVOLVIMENTO DO SETOR DE
PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA COM ATUAÇÃO NA
QUALIDADE, PRODUTIVIDADE E SUSTENTABILIDADE**

Convênio ABIP / ITPC / SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Diretor Presidente: Luiz Barretto

Diretora Técnica: Heloisa: Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças: José Cláudio dos Santos

Unidade de Atendimento Setorial Indústria

Kelly Cristina Sanches

Unidade de Atendimento Setorial Indústria

Maria Regina Diniz de Oliveira

www.sebrae.com.br

Associação Brasileira das Indústrias de Panificação e
Confeitaria (ABIP)

Presidente: José Batista de Oliveira

www.abip.org.br

Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (ITPC)

Márcio Rodrigues

www.institutoitpc.org.br

Ficha Técnica

Redação: Janaina Goulart

Projeto Gráfico: Patrícia Santos

Edição: Márcio Rodrigues

Supervisão: Maria Regina Diniz / Márcio Rodrigues

Layout: Diógenes Arquitetos e A Priori

Setembro 2015

SUMÁRIO

1. Apresentação	04	6.1.11. Trufas / Chocolates Artesanais	26
2. Padaria Conceito	05	6.1.12. Sorvete Italiano (Produção Própria)	27
3. Guia Padaria Conceito – Apresentação em Feiras e Eventos		6.1.13. Confeitaria Fina (Doces e Tortas)	27
3.1. Montagem de uma Padaria Conceito em Tamanho Real	06	6.1.14. Cafeteria e Lanches	27
3.1.1. Passo a Passo para Estruturação da Padaria Conceito	06	6.1.15. <i>Gourmet Show</i>	28
3.2. Trilha do Conhecimento	10	6.1.16. <i>Buffet</i> Autosserviço	28
3.2.1. Passo a Passo para Estruturação da Trilha do Conhecimento	11	6.2. Recebimento de Mercadorias	28
3.3. Vídeo e Palestra	18	6.3. Estoque	29
3.3.1. Passo a Passo para Estruturação do <i>Stand</i> da Padaria Conceito ..	18	6.4. Pré-pesagem	29
4. A Evolução da Panificação Brasileira	21	6.5. Produção	29
5. Tipos de Padarias		6.5.1. Planejamento e Controle de Produção – PCP	30
5.1. Loja Tradicional	22	6.5.2. Padaria Tradicional e <i>Boulangerie</i>	30
5.2. Loja <i>Master</i>	22	6.5.3. Confeitaria Seca	30
5.3. Loja <i>Gourmet</i>	22	6.5.4. Confeitaria Fina	30
5.4. Loja <i>Express</i>	23	6.5.5. Salgados e Doces	31
5.5. Loja Especializada, Confeitaria ou Boutique de Pães	23	6.5.6. Cozinha	31
5.6. Loja Quiosque	23	6.5.7. Forneamento	31
6. Conceito Setores da Empresa de Panificação		6.5.8. Congelamento	31
6.1. Loja	24	6.6. Higienização de Utensílios	32
6.1.1. Mesa de Produtos	24	6.7. Corte e Frios	32
6.1.2. Conveniência de Produtos	24	6.8. Expedição	32
6.1.3. Adegas	25	6.9. Sala do Diretor	32
6.1.4. Geladeira de Laticínios sem Porta	25	6.10. Vestiários	33
6.1.5. Congelados Próprios	25	7. Ferramentas por Setor na Panificação	
6.1.6. Forneamento de Pães na Loja	25	7.1. Setor Administrativo/Financeiro	33
6.1.7. Autosserviço de Pães	25	7.2. Setor Gestão de Pessoas	34
6.1.8. Degustação na Loja	26	7.3. Estruturação dos Processos Produtivos	35
6.1.9. Frios para Autosserviço (encartelados)	26	7.4. Regulamentação	36
6.1.10. <i>Check-out</i> com grande variedade	26	7.5. Mercado: Operação de Loja e <i>Marketing</i>	36

1. APRESENTAÇÃO

Em setembro de 2014, ABIP, ITPC e SEBRAE firmaram novo convênio de cooperação técnica, sendo essa a terceira experiência conjunta de trabalho visando o desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria. O objetivo dessa nova parceria é promover a competitividade dos pequenos negócios das padarias artesanais por meio do desenvolvimento e implantação de estratégias de qualidade, produtividade e sustentabilidade do segmento.

Estes três itens – qualidade, produtividade e sustentabilidade – são os que norteiam a elaboração das ações e permeiam os quatro focos estratégicos e eixos do projeto:

- Desenvolvimento tecnológico dos pequenos negócios, clientes do Sebrae, participantes da cadeia produtiva do segmento de Panificação e Confeitaria;

- Inteligência Competitiva;
- Acesso dos pequenos negócios ao mercado;
- Apoio técnico aos estados.

Nesse contexto, a elaboração de estratégias de aplicação da Padaria Conceito como negócio se insere dentro do eixo de “Acesso dos Pequenos Negócios ao Mercado”, por apresentar orientações de organização e realização desse modelo em eventos nos quais os pequenos negócios podem ter acesso à tecnologias e formatos de atuação inovadores e que reúnam a diversidade de produtos e serviços atualmente desenvolvidos dentro do setor.

Este guia apresenta-se como uma dessas estratégias de aplicação da Padaria Conceito, contudo, não bastam orientações de estruturação, necessita-se de uma conceituação a respeito.



2. PADARIA CONCEITO

A Padaria Conceito expressa uma nova concepção para a panificação e confeitaria brasileira, focada numa amplitude de produtos e serviços que visam atender a toda diversidade de demanda que o consumidor atual apresenta. Com atenção especial ao *foodservice*, as padarias incluem aspectos como um amplo mix de produtos, que aliam conveniência e frescor, além do cuidado com a apresentação e investimentos em diversos segmentos de serviços no ponto de venda. Exemplo, como os pães, confeitaria, cafeteria, frutas, legumes, chocolataria, *buffet* de café da manhã, almoço a quilo, *happy hour*, pizzas, adegas, sopas e caldos, lanchonete, restaurante, entre outros.

Destacam-se ainda outros elementos que agregam valor aos produtos, como embalagens especiais, iluminação diferenciada e mesmo um formato inovador de *layout*, máquinas e equipamentos, balcões, congelamento e a estruturação de centrais de produção.

O estilo da padaria que hoje temos no país apresenta-se como referência não somente no setor de alimentos, mas também na panificação mundial. O modelo de negócio da padaria brasileira tem sido apresentado em feiras e eventos internacionais a investidores estrangeiros que passaram a conhecer o conceito e a investir nesse mercado, ofertando aos empresários nacionais novas opções de maquinário, utensílios e equipamentos. Nossas empresas de panificação apresentam um modelo que varia muito em relação a outros lugares no mundo que mantém o padrão tradicional de vendas, limitando-se, muitas vezes, à oferta somente de pães.

O intuito é disseminar não somente para os empresários estrangeiros, mas principalmente para os interessados no Brasil esse conceito da padaria brasileira, como forma de facilitar o desenvolvimento de seu negócio. Não é raro verificar que há empresários que ainda não conseguem adequar sua empresa de acordo com as exigências e demandas do consumidor moderno que busca na padaria um espaço para compras que vão muito além do pão francês.



3. GUIA PADARIA CONCEITO APRESENTAÇÃO EM EVENTOS EM GERAL

A Padaria Conceito tem sido utilizada em feiras e eventos ligados ao pequeno negócio como forma de apresentar o potencial da Panificação e Confeitaria brasileira, além de mostrar as correlações que podem ser feitas com outros setores.

Este material procura organizar a aplicação da Padaria Conceito, explicitando possíveis variações de tamanho e formato, de maneira que os visitantes consigam visualizar (independente do tamanho do espaço) toda a conceituação que a empresa, além de evitar distorções na sua realização.

Propõe-se que a Padaria Conceito possa ser apresentada nos seguintes formatos:

- Montagem de uma Padaria Conceito em tamanho real;
- Trilha do Conhecimento;
- Vídeo e Palestra.

3.1. Montagem de uma Padaria Conceito em Tamanho Real

Essa opção de apresentação da Padaria Conceito é a mais complexa. Trata-se da montagem de uma padaria em tamanho real com apresentação da área de vendas, incluindo a variação de oferta de produtos e serviços que são oferecidos hoje pelas padarias, como lanches, cafeteria, restaurante, área de refeições e outros de acordo com o espaço destinado à exposição. O importante é que nesse espaço seja apresentada a diversidade de possibilidades que representam a panificação brasileira atualmente.



A orientação é que esse stand tenha a área física de aproximadamente 300m², sendo:

- Área total do stand: média de 300m², dividido entre área de vendas e produção;
- Área de vendas com média de 100m², com móveis e apresentação de produtos de produção própria e revenda;
- Área de produção com média de 100m², com maquinários e equipamentos, inclusive com produção no local;
- Pontos de fornecimento da água e energia para utilização na produção;
- Área de aproximadamente 100m² dividida entre recepção; espaço de circulação dos visitantes no stand; área de convivência para contatos e atendimentos com mesas e cadeiras e um pequeno espaço para armazenamento de estoque (matéria-prima, material de distribuição ou outro).

3.1.1 Passo a Passo para Estruturação da Padaria Conceito

Passo 1: Definição dos Setores e Linhas de Produtos

A primeira ação é a definição de todos os setores e linhas de produtos que serão oferecidos nessa Padaria Conceito. Esse é o primeiro passo para que se tenha noção do que será necessário apresentar no *layout* dessa padaria, tanto na área de vendas, quanto de produção.

É importante que a definição da linha de produtos siga tanto a tendência no que abrange uma empresa tida como Padaria Conceito, como faça referência aos hábitos de consumo regionais, de acordo com o local em que está acontecendo o evento de panificação (feira, seminário ou outro).

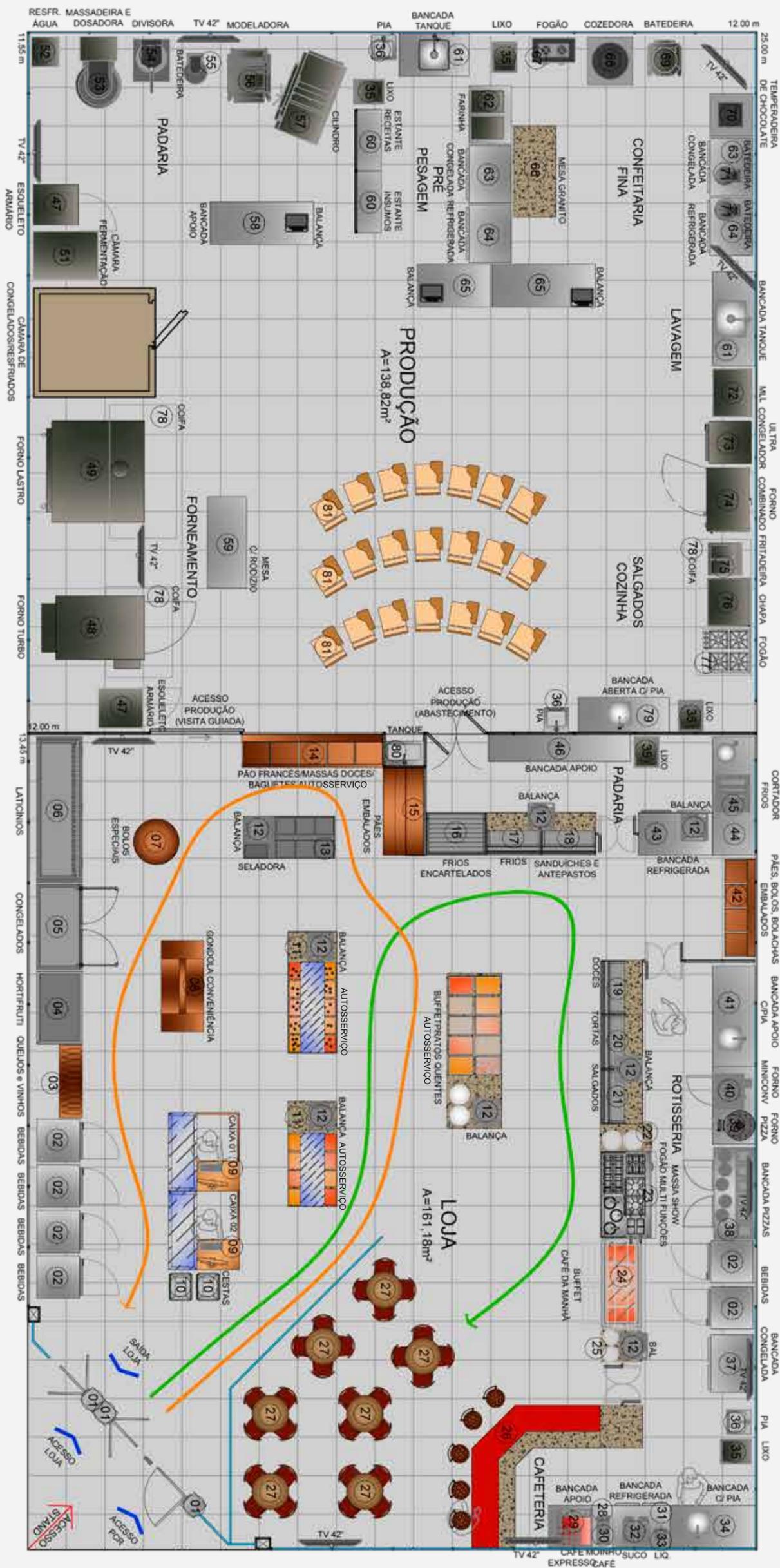
Passo 2: Layout Padaria Conceito

Definidos os setores e linhas de produtos que serão apresentados na Padaria Conceito, é possível então desenvolver um layout que esteja de acordo tanto com o tamanho da área total disponível, como destinados para a área de vendas e de produção.

A área de vendas deve demonstrar opções de ofertas de produtos e serviços conforme vislumbrado em uma Padaria Conceito, como setor de restaurante, rotisseria, frios, congelados, hortifruti, área de pães, confeitaria, lanches etc.

Layout Padaria Conceito com 300m²

Fonte: Planta Baixa Stand Padaria Conceito área 300.00m², elaborada por:
DIÓGENES ARQUITETOS



STAND PADARIA CONCEITO - 300.00m²

* LEGENDA LOJA

- | | | |
|---|--|--|
| 1 - Catracas | 16 - Frios Encartelados | 31 - Balcão Refrigerado |
| 2 - Geladeiras | 17 - Balcão Refrigerado - Frios | 32 - Suco |
| 3 - Queijos e Vinhos | 18 - Balcão Refrigerado
Sanduíches e Antepastos | 33 - Liquidificador |
| 4 - Hortifruti | 19 - Balcão Refrigerado - Doces | 34 - Bancada c/ Pia |
| 5 - Congelados | 20 - Balcão Refrigerado - Tortas | 35 - Lixo |
| 6 - Laticínios | 21 - Balcão Aquecido - Salgados | 36 - Pia p/ Higienização |
| 7 - Mesa Bolos Especiais | 22 - Apoio Pratos | 37 - Balcão Congelados |
| 8 - Gôndola - Conveniência | 23 - Massa Show | 38 - Bancada Pizza |
| 9 - Caixa | 24 - Buffet Café | 39 - Forno Pizza |
| 10 - Cestas | 25 - Apoio Balança | 40 - Forno MiniConv |
| 11 - Autosserviço - Mesa | 26 - Balcão Cafeteria | 41 - Bancada |
| 12 - Balança | 27 - Mesas | 42 - Vitrine - Pães/Bolos/
Bolachas Embaladas |
| 13 - Mesa Apoio Empacotamento | 28 - Balcão Apoio | 43 - Bancada Refrigerada |
| 14 - Vitrine - Pão Francês/Massas Doces | 29 - Café Expresso | 44 - Balcão Apoio |
| 15 - Bancada - Pães Embalados | 30 - Moinho Café | 45 - Cortador Frios |
| | | 46 - Bancada Apoio Fechada |

* LEGENDA PRODUÇÃO

- | | | |
|--|--------------------------|----------------------------------|
| 47 - Esqueleto Armário | 58 - Bancada de Apoio | 70 - Temperadeira de Chocolate |
| 48 - Forno Turbo | 59 - Mesa c/ Rodízio | 71 - Batedeira Pequena |
| 49 - Forno Lastro | 60 - Estantes | 72 - Máquina de Lavar |
| 50 - Câmara de Congelados e Resfriados | 61 - Bancada c/ Tanque | 73 - Ultracongelador |
| 51 - Câmara Fermentação | 62 - Base Farinha | 74 - Forno Combinado |
| 52 - Resfriamento Água | 63 - Bancada Congelada | 75 - Fritadeira |
| 53 - Massadeira e Dosadora | 64 - Bancada Refrigerada | 76 - Chapa |
| 54 - Divisória | 65 - Mesa | 77 - Fogão |
| 55 - Batedeira | 66 - Mesa Granito | 78 - Coifa |
| 56 - Modeladora | 67 - Fogão | 79 - Bancada c/ Pia |
| 57 - Cilindro | 68 - Cozedora | 80 - Tanque |
| | 69 - Batedeira | 81 - Cadeira c/ Apoio de Escrita |

Fonte: Legendas Stand Padaria Conceito área 300.00m², elaborada por:

 **DIÓGENES** ARQUITETOS

Já a área de produção exige uma atenção diferenciada quanto ao desenvolvimento do *layout*. É necessário que sejam descritos todos os equipamentos necessários para realização da produção sugerida para essa Padaria Conceito.

É importante que a área de produção demonstre as novas tecnologias que são utilizadas na panificação atual, como congelamento, pré-pesagem dentre outras. As instalações e equipamentos dessa área devem ser compatíveis com o que está sendo apresentado no espaço de vendas. Por exemplo, se a área de vendas é munida de restaurante, na área de produção tem que ter espaço para produção de refeições, assim como espaço para fabricação de pães especiais, confeitaria etc. Nesse modelo de apresentação da Padaria Conceito é indicado haver elaboração real de produtos a serem degustados na área de vendas.

Passo 3: Montagem da Padaria Conceito

Layout pronto, o foco passa a ser o mobiliário e os equipamentos que irão compor a Padaria Conceito. Para a montagem, é fundamental que a entidade responsável firme parceria com fornecedores de móveis, equipamentos, fornos, utensílios, de produtos de revenda, dentre outros para que consiga ilustrar todo esse contexto de uma empresa de panificação real. A parceria pode ser estendida também para fornecedores de matéria-prima que podem oferecer seus produtos e também dar suporte com técnicos que fiquem disponíveis para a fabricação de produtos na Padaria Conceito.

Passo 4: Estrutura para Funcionamento da Padaria Conceito

Stand com Padaria Conceito estruturado, é o momento de definir como será seu funcionamento. A proposta é que os visitantes conheçam a Padaria Conceito através de uma visita guiada. Para condução dessa visita, sugere-se a atuação de, aproximadamente, 11 pessoas, divididas entre as seguintes funções:

1. Uma a duas pessoas na recepção para dar as boas-vindas aos visitantes do *stand*, coletando informações importantes para inscrição na visita técnica que deverá ter horários para ocorrer, como a cada uma hora durante todo o período de realização do evento (feira, congresso, seminário etc.). Para a inscrição o interessado deverá preencher uma ficha contendo todos os dados importantes ao seu cadastro (nome completo, CPF, nome da empresa em que atua, CNPJ, cargo, e-mail, telefone e en-

dereço). Nesse momento, caso haja, será entregue também informações a respeito da visita técnica à Padaria Conceito;

2. Duas pessoas na área de vendas simulando o atendimento. O ideal é que estejam uniformizadas como atendentes e que tenham condições de dar explicações sobre o funcionamento da operação de vendas: atendimento, *marketing* etc.;
3. Duas pessoas na área de produção capacitadas para fabricar os produtos que serão oferecidos na área de vendas. Esse número pode ser acrescido por técnicos das empresas fornecedoras que estabelecerem parcerias na Padaria Conceito;
4. Seis profissionais especializados do setor de panificação que serão divididos entre área de vendas e área de produção – três em cada – que irão conduzir as visitas técnicas e darão aos visitantes explicações a respeito do setor de panificação, assim como a respeito das ferramentas aplicadas na área de atendimento e de produção ilustrados na Padaria Conceito. É importante que esses profissionais tenham conhecimento amplo a respeito dos conceitos atuais da padaria.



Passo 5: Funcionamento da Padaria Conceito

Os visitantes do evento terão acesso à Padaria Conceito através de visitas guiadas, de acordo com a estrutura organizada no passo anterior para essa finalidade.

Esse formato é elaborado justamente para que os participantes possam verificar a estruturação de uma padaria em concepções ideais. A logística adequada pede que aconteça uma visita a cada uma hora de funcionamento do evento. Serão em média seis participantes por visita que deverão efetivar seu devido cadastro na recepção do *stand*.

A visita é dividida em dois momentos: na área de vendas e na área de produção.

- **Área de Vendas:** O profissional que receber os visitantes na área de vendas contextualizará o setor de alimentação, panificação e confeitaria e falará também a respeito das tendências. Essa pessoa também explicará a respeito das ferramentas e dos

conceitos aplicados na área de vendas de uma empresa de panificação. A proposta é que o visitante, nesse momento, tenha informações sobre o funcionamento da operação de loja, sobre atendimento ao cliente e as estratégias de *marketing* utilizadas pelas padarias.

Essa visita deverá ser feita em 30 minutos e na sequência, os visitantes irão para a área de produção.

- **Área de Produção:** Nesse momento a visita será conduzida por um profissional que tem conhecimento amplo sobre o setor de panificação, mas especificamente sobre a área de produção. Ele terá condições de contextualizar a importância do tamanho da área de produção X equipamentos utilizados. Será através desse contato que os visitantes receberão informações sobre as ferramentas e conceitos importantes para otimização da produção, como a pré-pesagem, congelamento, definição do mix de produtos, padronização de receitas, dentre outras.



Essa visita terá duração média de 30 minutos.

Ao final da visita à área de produção, os visitantes que tiverem dúvidas ou quiserem outras informações poderão conversar com o profissional responsável pela condução da visita, na área de convivência da Padaria Conceito.

3.2. Trilha do Conhecimento

Essa opção de demonstração da Padaria Conceito é interessante para as situações em que não for possível a montagem de uma unidade em tamanho real, seja pela condição de espaço físico ou da estrutura de equipamentos, móveis e outros itens disponíveis para ilustrar o ambiente.

A Trilha do Conhecimento pode ser concebida em dois modelos variando a metragem do espaço total e os setores apresentados. Em ambas versões são apresentadas salas temáticas, nas quais serão mostrados conceitos que definem o que chamamos de Padaria Conceito.

As cinco salas apresentam os seguintes temas:

- Área de Mercado: *Marketing* e Operação de Loja;
- Processos Produtivos;
- Regulamentação;
- Administrativo-financeiro
- Pessoas.

Modelo I (230m²):

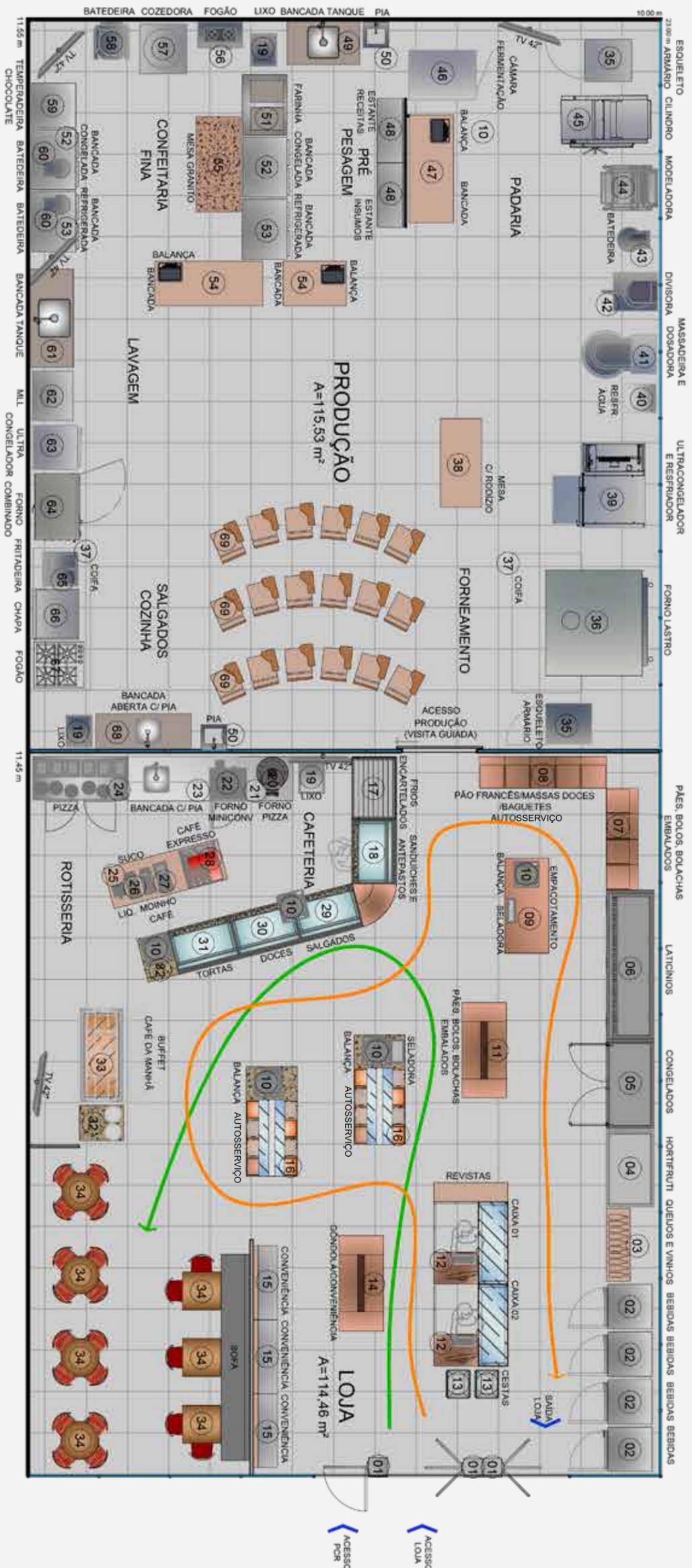
Nesse modelo é apresentada a área de vendas da padaria, com espaço para recepção, circulação dos visitantes, salas temáticas, espaço para armazenamento de estoque do *stand* (matéria-prima, material de distribuição ou outro) e área de convivência com mesas e cadeiras para contatos e atendimentos.

A área total do *stand* é de aproximadamente 230m², sendo 80m² destinados ao espaço de vendas, 100m² destinados a salas temáticas (20m² por sala) e 50m² divididos entre os demais espaços citados.

A área de vendas é apresentada com produtos de produção própria e de revenda – com apoio de fornecedores do setor de panificação. Essa loja funciona como um espaço de convivência e negócios com mesas e cadeiras e também servindo café – o que pode ser feito com em parceria com algum fornecedor também.

Além da área de vendas são apresentadas as cinco salas com temas variados nas quais são exibidas ferramentas utilizadas pelo setor na panificação.

Layout Trilha do Conhecimento (Modelo I)



Fonte: Planta Baixa Stand Padaria Conceito área 230.00m², elaborada por:
DIÓGENES ARQUITETOS

STAND PADARIA CONCEITO - 230.00m²

* LEGENDA LOJA

- | | | |
|--|----------------------------------|--|
| 1 - Catracas | 12 - Caixa | 23 - Bancada aberta c/ Pia |
| 2 - Geladeiras | 13 - Cestas | 24 - Bancada Pizza |
| 3 - Queijos e Vinhos | 14 - Gôndola - Conveniência | 25 - Bancada Fechada |
| 4 - Hortifruti | 15 - Gôndola Parede Conveniência | 26 - Suco |
| 5 - Congelados | 16 - Autosserviço | 27 - Moinho Café |
| 6 - Laticínios | 17 - Frios Encartelados | 28 - Café Expresso |
| 7 - Vitrine - Pão Francês/Massas Doces | 18 - Sanduíches e Antepastos | 29 - Balcão Quente
Vitrine Salgados |
| 8 - Vitrine - Pão Francês/
Massas Doces Embalados | 19 - Lixo | 30 - Balcão Refrigerado
Vitrine Doces |
| 9 - Mesa Apoio Empacotamento | 20 - Forno Pizza | 31 - Balcão Refrigerado Tortas |
| 10 - Balanças | 21 - Bancada | 32 - Apoio c/ Balança |
| 11 - Pães/Bolos/Bolachas Embaladas | 22 - Forno MiniConv | 33 - Buffet Café |
| | | 34 - Mesas |

* LEGENDA PRODUÇÃO

- | | | |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 35 - Esqueleto Armário | 46 - Câmara Fermentação | 58 - Batedeira |
| 36 - Forno Lastro | 47 - Bancada | 59 - Temperadeira |
| 37 - Coifa | 48 - Estante | 60 - Batedeira Pequena |
| 38 - Mesa c/ Rodízio | 49 - Bancada c/ Tanque | 61 - Bancada c/ Tanque |
| 39 - Ultra Congelador e Resfriador | 50 - Pia de higienização | 62 - Máquina de Lavar |
| 40 - Água Resfriada | 51 - Base Farinha | 63 - Ultracongelador |
| 41 - Massadeira e Dosadora | 52 - Bancada Congelada | 64 - Forno Combinado |
| 42 - Divisória | 53 - Bancada Refrigerada | 65 - Fritadeira |
| 43 - Batedeira | 54 - Bancada c/ Balança | 66 - Chapa |
| 44 - Modeladora | 55 - Mesa Granito | 67 - Fogão |
| 45 - Cilindro | 56 - Fogão | 68 - Bancada Aberta c/ Pia |
| | 57 - Cozadora | 69 - Cadeira c/ Apoio de Escrita |

Fonte: Legendas Stand Padaria Conceito área 230.00m², elaborada por:

 **DIÓGENES ARQUITETOS**

STAND PADARIA CONCEITO - 180,20m²

* LEGENDA LOJA

- | | | |
|-----------------------------------|--|------------------------|
| 1 - Catracas | 13 - Balança | 25 - Moinho Café |
| 2 - Caixa | 14 - Seladora/Empacotamento | 26 - Liquidificador |
| 3 - Geladeiras | 15 - Vitrine - Pão Francês/
Massas Doces/Baguetes | 27 - Suco |
| 4 - Congelados | 16 - Bancada Apoio | 28 - Bancada Resfriada |
| 5 - Hortifruti | 17 - Frios Encartelados | 29 - Bancada Congelada |
| 6 - Laticínios | 18 - Balcão Refrigerado
Sanduíches e Antepastos | 30 - Chapa |
| 7 - Pães/Bolos/Bolachas Embaladas | 19 - Balcão Aquecido
Vitrine Salgados | 31 - Forno MiniConv |
| 8 - Gôndola - Conveniência | 20 - Balcão Refrigerado
Vitrine Doces | 32 - Forno Pizza |
| 9 - Cestas | 21 - Buffet Autosserviço | 33 - Bancada Apoio |
| 10 - Bomboniere | 22 - Apoio p/ Pratos | 34 - Bancada Pizzas |
| 11 - Mesas | 23 - Vitrine Vertical Tortas | 35 - Bancada de Apoio |
| 12 - Balcão de Autosserviço | 24 - Café Expresso | 36 - Bancada c/ Pia |

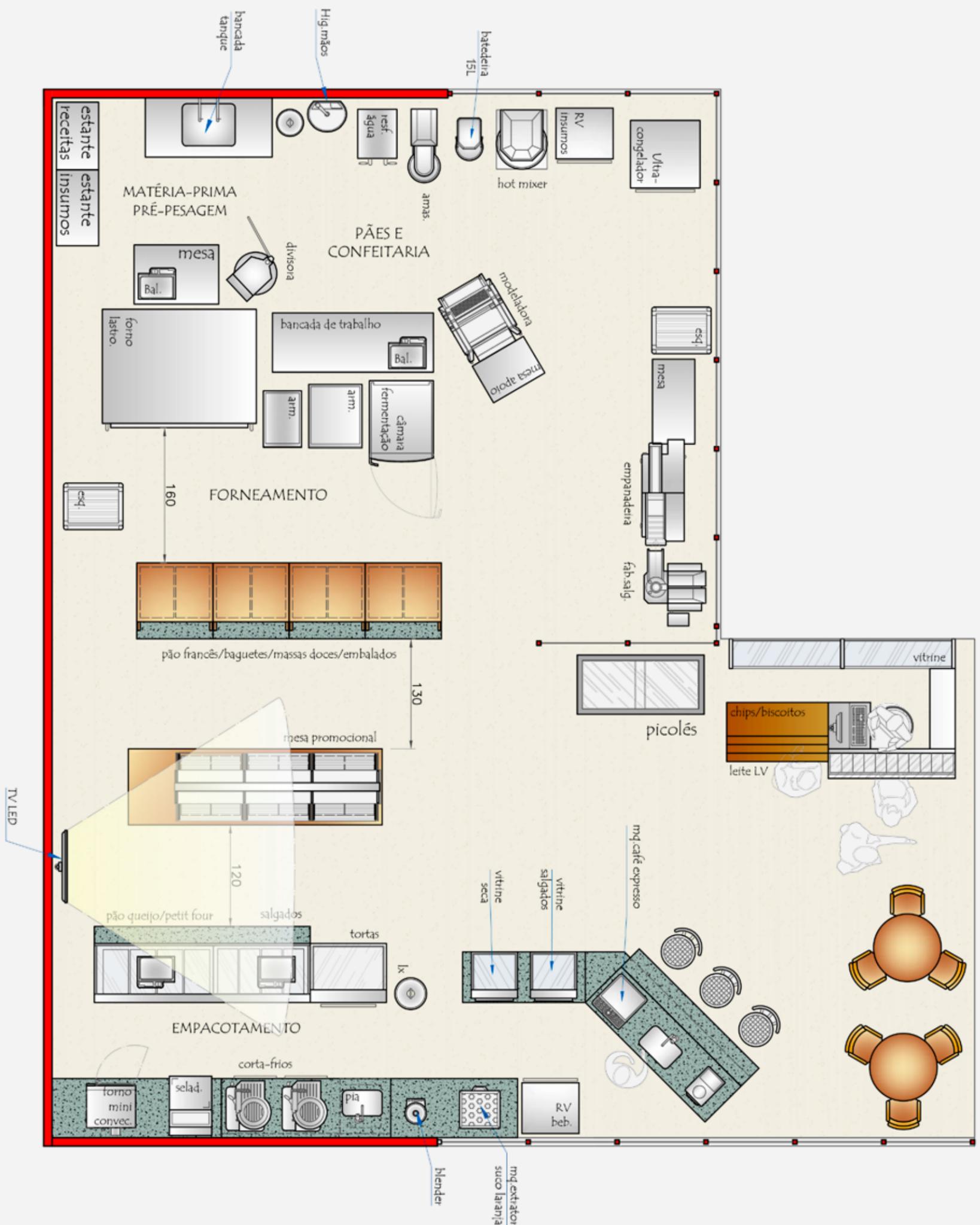
* LEGENDA PRODUÇÃO

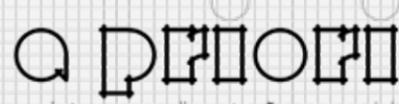
- | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| 37 - Coifa | 49 - Bancada Apoio c/ Balança | 61 - Cozedora |
| 38 - Forno Lastro | 50 - Estante | 62 - Fogão |
| 39 - Esqueleto Armário | 51 - Bancada c/ Tanque | 63 - Batedeira |
| 40 - Mesa c/ Rodízio | 52 - Lixo | 64 - Ultracongelador |
| 41 - Ultracongelador e Resfriador | 53 - Pia Higienização | 65 - Fritadeira |
| 42 - Resfriamento de Água | 54 - Base Farinha | 66 - Chapa |
| 43 - Massadeira e Dosadora | 55 - Bancada Congelada | 67 - Fogão |
| 44 - Divisória | 56 - Bancada Refrigerada | 68 - Forno Combinado |
| 45 - Batedeira | 57 - Bancada Refrigerada | 69 - Máquina de Lavar |
| 46 - Modeladora | 58 - Batedeira Pequena | 70 - Bancada c/ Tanque |
| 47 - Cilindro | 59 - Temperadeira Chocolate | 71 - Cadeira c/ Apoio de Escrita |
| 48 - Câmara Fermentação | 60 - Mesa Granito | 72 - Bancada Apoio |

Fonte: Legendas Padaria Conceito - Área: 180.20m², elaborada por:

 **DIÓGENES**ARQUITETOS

Layout Trilha do Conhecimento (Modelo III)



FOLHA: 01	ESCALA: 1 : 50	CLIENTE: PADARIA CONCEITO	 projetos para alimentação comercial fone: (31) 3443-5950
	DATA: AGO/2015	CONTEÚDO: LAYOUT	

Passo 3: Montagem da Trilha do Conhecimento

Com o *layout* desenhado, o passo seguinte é definir o mobiliário que comporá a área de vendas apresentada na Trilha do Conhecimento do Modelo I. Para conseguir o mobiliário que será exposto é importante que a entidade responsável firme parceria com fornecedores de móveis, equipamentos, fornos, utensílios, de produtos de revenda, dentre outros para que consiga ilustrar o contexto da área de vendas de uma padaria.

Os modelos II e III também exigirão mobiliário que deverá ser alugado junto à empresa montadora de *stands* responsável pelo evento.

Passo 4: Estrutura para Funcionamento da Trilha do Conhecimento

Montado o *stand* da Trilha do Conhecimento, o passo seguinte é a estruturação do funcionamento da Trilha do Conhecimento. Estima-se que são necessárias aproximadamente dez pessoas, divididas entre as seguintes funções:

- Uma a duas pessoas na recepção para dar as boas-vindas aos visitantes do *stand*, coletando informações importantes para inscrição na trilha que deverá ter horários para ocorrer, como a cada uma hora durante todo o horário de realização do evento (feira, congresso, seminário etc.). Para inscrição o interessado deverá preencher uma ficha contendo todos os dados importantes para seu cadastro (nome completo, CPF, nome da empresa em que atua, CNPJ, cargo, e-mail, telefone e endereço). Nesse momento, caso haja, será entregue também informações a respeito da visita técnica à Trilha do Conhecimento – Padaria Conceito;
- No modelo I em que há a área de vendas são necessárias duas pessoas simulando o atendimento. O ideal é que estejam uniformizadas como atendentes e que tenham condições de dar explicações sobre o funcionamento da operação de vendas: atendimento, *marketing* etc. Já no modelo II em que não há área de vendas, são necessárias duas pessoas para esclarecimento de dúvidas e oferta de informações às pessoas que participarem da Trilha do Conhecimento. No modelo III também são necessárias duas pessoas na área de venda para atendimento aos visitantes.
- Cinco profissionais especializados do setor de panificação serão divididos entre as salas temáticas. Eles receberão os visitantes dando explicações a respeito do tema referido na sala e sobre as ferramentas aplicadas em uma Padaria Conceito. É im-

portante que esses profissionais tenham conhecimento amplo a respeito dos conceitos atuais da padaria.

Passo 5: Funcionamento da Trilha do Conhecimento

Os visitantes do evento terão acesso à Trilha do Conhecimento através de visitas guiadas, de acordo com a estrutura organizada no passo anterior para essa finalidade.

A logística da visita à Trilha do Conhecimento é realizar uma entrada por hora de funcionamento do evento. Serão em média seis participantes por visita que deverão efetivar seu devido cadastro na recepção do *stand*.

A visita é dividida em etapas:

Etapa 1:

Na área de vendas ou na área de convivência – dependendo do modelo adotado – é feita uma apresentação de uma padaria conceito, considerando a evolução da panificação nacional e o cenário atual da panificação. Tal explicação pode ser complementada com apresentação de algum vídeo. Essa etapa tem duração média de dez minutos.



Etapa 2:

Sala 1 - Área de Mercado: Marketing e

Operação de Loja: Nessa primeira sala os visitantes recebem explicações em formato de minipalestra sobre a área de mercado, com informações sobre ferramentas aplicadas no atendimento ao cliente, funcionamento da loja, *marketing* e posicionamento de mercado, dentre outras. Para ilustração, o anfitrião poderá utilizar fotografias fixadas na sala, apresentação através de projeções ou alguma outra interatividade, como uma dinâmica ou exercício. Essa etapa tem duração média de dez minutos.

Ao terminar a visita do primeiro grupo nessa fase, já é possível iniciar a visitação com um segundo grupo, também formado por quatro a cinco pessoas. As apresentações são

simultâneas. É interessante que tenha algum sistema de indicação para que o profissional que conduzirá a próxima visita saiba se a turma que o antecede se encaminhou para a sala seguinte, como exemplo luz vermelha indicando ocupação e verde desocupação do espaço.

Etapa 3:

Sala 2 – Processos Produtivos: Na sala seguinte, os visitantes recebem explicações, através de minipalestra, sobre as ferramentas utilizadas na área de produção de uma padaria. São apresentados todos os processos realizados na área de produção como planejamento do calendário de produtos, controle de produção, produção compartilhada, dentre outros. Nessa fase é importante ter ilustrações através de fotografias, projeções ou alguma outra interatividade, como uma dinâmica ou exercício. Essa etapa tem duração média de dez minutos.

Etapa 4:

Sala 3 – Regulamentação: Nesta etapa, em uma nova sala, o anfitrião fala sobre sustentabilidade, Boas Práticas de Fabricação (BPF), questões regulamentares da atividade de panificação, dentre outras questões referentes à regulamentação. Ilustrações através de fotografias, projeções ou alguma outra interatividade, como uma dinâmica ou exercício também deverão ser utilizados nessa etapa. Essa parte da visita tem duração média de dez minutos.

Etapa 5:

Sala 4 – Administrativo-financeiro: Nesta etapa o assunto abordado são ferramentas referentes a essa área dentro de uma empresa de panificação, como os indicadores, controle do custo de mercadoria vendida, apuração do resultado operacional, dentre outras. Projeções, ilustrações podem ser utilizadas – a interatividade também é bem-vinda nessa apresentação. A duração média é de dez minutos.



Etapa 6:

Sala 5 – Pessoas: Esta última etapa aborda um dos assuntos mais importantes na operação de uma empresa de panificação, que são as pessoas envolvidas. A apresentação feita pelo anfitrião foca nas ferramentas relacionadas à gestão estratégica das pessoas, estrutura administrativa, contratação de pessoal, integração da equipe, dentre outras. É imprescindível haver interatividade com os visitantes nessa etapa da visita. A duração média é de dez minutos.

A visita completa tem duração média de uma hora. Ao sair da última etapa o visitante recebe apostila, folder, informativos ou outro material oferecidos pelas entidades responsáveis pela Trilha do Conhecimento. A visita termina no espaço de convivência no qual os visitantes poderão ser abordados por fornecedores parceiros com apresentação e degustação de produtos. A organização desse momento poderá ser feita por padarias reais parceiras do projeto. Essas padarias terão o espaço concedido por determinado período e deverão enviar um (a) colaborador (a) devidamente uniformizado que serão responsáveis em direcionar os visitantes para experimentarem os produtos confeccionados na padaria. As empresas que participarem estarão presentes em formato de rodízio.

3.3. Vídeo e Palestra

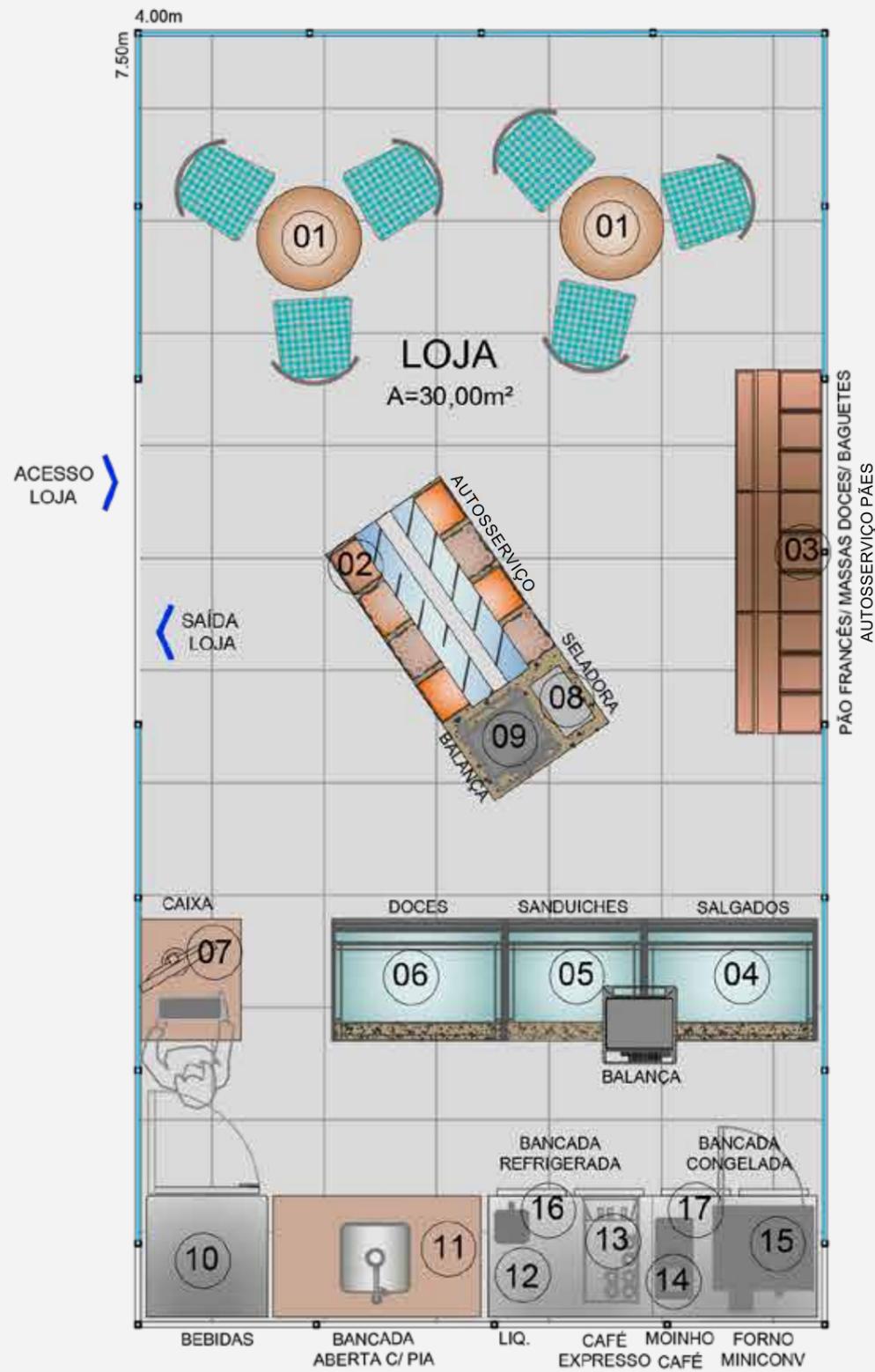
Essa opção de demonstração da Padaria Conceito é para situações em que o espaço destinado para sua apresentação é bastante limitado. A indicação é que aconteça em torno de 30m², sendo 10m² destinados para a recepção, e de 20m² para a sala interna.

3.3.1. Passo a Passo para Estruturação do Stand da Padaria Conceito

Passo 1: Layout Stand

O primeiro passo para estruturação desse stand é definir seu layout. A proposta é que tenha dois espaços: a recepção e uma sala interna.

Layout Stand Padaria Conceito – Vídeo e palestra com 30m²



* LEGENDA

- | | | |
|---|-------------------|------------------------|
| 1 Mesas | 7 Caixa | 13 Café Expresso |
| 2 Balcão de Autosserviço com balança e seladora | 8 Seladora | 14 Moinho Café |
| 3 Vitrine - Pão Francês Massas Doces e Baguetes | 9 Balança | 15 Forno MiniConv |
| 4 Balcão Aquecido - Salgados | 10 Refrigerador | 16 Bancada Refrigerada |
| 5 Balcão Refrigerado - Sanduíches | 11 Bancada c/ Pia | 17 Bancada Congelada |
| 6 Balcão Refrigerado - Doces | 12 Liquidificador | |

Fonte: Planta Baixa Stand Padaria Conceito e Legenda Área: 30.00m², elaborada por:

Passo 2: Montagem do Stand

Na recepção é interessante ter um balcão para acolhimento dos visitantes e a exposição de uma televisão. A sala interna será destinada à apresentação da Padaria Conceito através de uma palestra. Essa sala deverá possuir um telão com *data-show* e cerca de dez cadeiras para acomodação dos visitantes.

A locação do mobiliário desse *stand* deverá ser feita junto à empresa montadora de *stands* responsável pelo evento.

Passo 3: Estrutura para Funcionamento do Stand

Para funcionamento desse modelo de apresentação da Padaria Conceito são necessárias aproximadamente três pessoas, divididas entre as seguintes funções:

- Uma ou duas pessoas na recepção para dar as boas-vindas aos visitantes, coletando informações importantes para cadastro. A ficha de cadastro deverá conter dados, como: nome completo, CPF, nome da empresa em que atua, CNPJ, cargo, e-mail, telefone e endereço. A pessoa da recepção deverá conduzir em número de dez pessoas para assistir a palestra a ser proferida na sala de dentro;
- Uma pessoa para proferir uma palestra didática sobre Padaria Conceito. Essa palestra abordará as ferramentas utilizadas em cada área da padaria: *Marketing* e Operação de Loja, Processos Produtivos, Regulamentação, Administrativo/Financeiro e Pessoas. A palestra durará aproximadamente de 40 minutos e no encerramento haverá material disponível para distribuição: folders, folhetos, informativos e outros. A sala destinada à palestra comporta aproximadamente dez pessoas ou mais, caso haja um pouco mais de espaço disponível nesse *stand*.

Passo 4: Funcionamento Apresentação Padaria Conceito

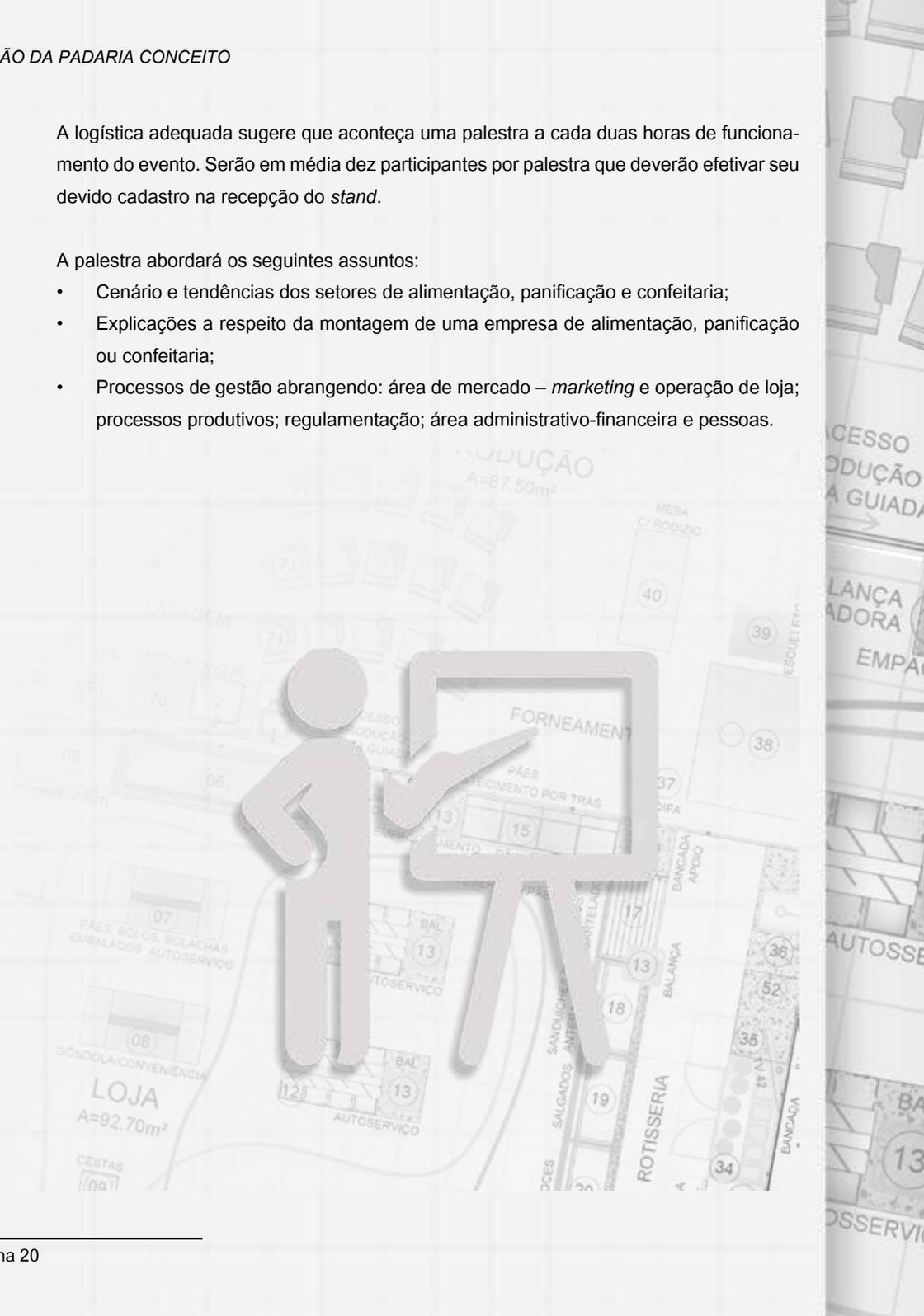
Ao chegar ao *stand* o visitante também visualizará um vídeo falando a respeito do cenário do setor de alimentação, panificação e confeitaria e das tendências. O primeiro contato será a abordagem da pessoa da recepção explicando sobre a palestra que é proferida na sala interna.

O acesso às informações sobre Padaria Conceito será feito através da palestra realizada pelo palestrante.

A logística adequada sugere que aconteça uma palestra a cada duas horas de funcionamento do evento. Serão em média dez participantes por palestra que deverão efetivar seu devido cadastro na recepção do *stand*.

A palestra abordará os seguintes assuntos:

- Cenário e tendências dos setores de alimentação, panificação e confeitaria;
- Explicações a respeito da montagem de uma empresa de alimentação, panificação ou confeitaria;
- Processos de gestão abrangendo: área de mercado – *marketing* e operação de loja; processos produtivos; regulamentação; área administrativo-financeira e pessoas.



4. A EVOLUÇÃO DA PANIFICAÇÃO BRASILEIRA

Ao passar por problemas econômicos na década de 90, o empresário panificador atento às oportunidades do mercado começou a imaginar um novo modelo de negócio que transformaria a padaria como era conhecida. Percebendo esse mercado em evolução e sensível às necessidades do setor de panificação, entidades como a ABIP, ITPC e Sebrae passaram a investir em trabalhos de consultoria e treinamento para o empresário-panificador e sua equipe. O momento era propício para a adoção de novos modelos de negócios e, principalmente, de gestão. Essa união de forças entre o empresário panificador com sua criatividade, inovação e capacidade de adaptação gerou um novo modelo de negócio, reinventando a padaria no Brasil.

Hoje, as padarias trazem uma enorme gama de produtos e serviços que colocam o setor de panificação na posição de segundo lugar entre os setores de alimentos. Este novo conceito oferece um amplo mix de produtos de pães e confeitaria, além de cafeteria, frutas, legumes, chocolataria, produtos de conveniência, café da manhã, almoço a quilo, sorveteria, *happy hour*, pizzas, adega, caldos e sopas. Embalagens especiais vieram para adicionar valor agregado aos produtos e novos sistemas informatizados passaram a deixar o negócio ainda mais profissional e ajudam a simplificar a gestão.



A fim de viabilizar a oferta de todos esses produtos e serviços da nova padaria, a indústria de máquinas e equipamentos do Brasil promoveu uma importante evolução tecnológica. Ela trouxe ao mercado novos equipamentos como balcões refrigerados, congelamento de massa de pães, congelamento de porções de refeições, móveis, armários e muitas outras soluções que foram determinantes para esse grande sucesso que as padarias brasileiras atingiram.

Com todas essas condições, o empresário-panificador reinvestiu o resultado desse crescimento na melhoria da arquitetura e do ambiente de suas lojas: novos *layouts*, balcões, decorações, *check-outs*, iluminação e muitos mais. Cada nova oportunidade gerou a oferta de novos produtos e serviços diferenciados. Não apenas um novo modelo de atendimento ao público, mas um novo modelo de negócio foi consolidado, levando a tecnologia e a forma de trabalho da padaria para as centrais de produção e para os modelos industriais.

As centrais de produção são constituídas de pequenas redes de padarias para otimizar a operação e garantir a mesma qualidade em todas as unidades da rede. Noventa por cento da produção são concentradas nessas centrais que fabricam tortas, confeitaria, doces, pães especiais, salgados, sanduíches. Os outros 10% continuam sendo feitos nas padarias, como é o caso do pão do tipo francês.

Já as padarias indústrias são especializadas na produção, sem atendimento ao público ou varejo, usando a mesma tecnologia e processos, atendendo a empresas, hospitais, escolas, penitenciárias e órgãos públicos com produtos como pães e lanches.

Todo esse sucesso é fruto dessa reação feita pelo mercado de panificação e da reinvenção do negócio. As padarias brasileiras estão em crescimento apresentando e investindo nesse novo e amplo modelo de negócio, o qual denominamos Padaria Conceito.

Hoje as entidades do segmento brasileiro de panificação e empresas prestadoras de serviços, a exemplo de empresas de arquitetura, automação, treinamento, tecnologia de gerenciamento e gestão estão acessíveis aos empresários que tem interesse em investir nesse setor e trabalhar com esse novo conceito no Brasil ou em qualquer parte do mundo.

5. TIPOS DE PADARIAS

A incorporação de novos produtos e serviços nas empresas de panificação, adequados ao tamanho físico e disponibilidade de investimento por parte dos empresários fez com que fossem criados diferentes perfis de lojas, cada um focado em um modelo diferente de atuação.

É possível perceber a consolidação de modelos de lojas divididos em escala industrial, padarias de supermercados e processo artesanal. Na escala industrial a produção é feita em larga escala e a venda destes panificados não se destina somente ao consumidor local, mas ao atacado. Destaca-se a produção dos congelados e de pães embalados.

Nas padarias de supermercados, a produção de panificados não é o principal negócio, mas se configura com a produção e venda de produtos com preços menores que ampliam a concorrência. As padarias de supermercado também podem ter métodos artesanais nos processos de fabricação.

No processo artesanal, a produção de panificados e confeitados é feita no local e é considerada o carro-chefe do estabelecimento. Geralmente, a venda é direta ao consumidor, mas há também revenda para outros estabelecimentos, sem muita escala.

Seguem os principais tipos de padarias artesanais:

5.1. Loja Tradicional

Uma loja tradicional apresenta oferta reduzida de produtos e serviços, em face às múltiplas opções com as quais as padarias atualmente vêm operando. Esse tipo de padaria tem como foco a produção própria, mas também oferece alguns itens básicos de conveniência, laticínios e lanches.



5.2. Loja Master

Apresenta amplo mix de produtos e oferece toda a conveniência ao consumidor para que este não se desloque a outro local. Esse tipo de loja se apresenta como um minisupermercado, no qual se encontra produtos panificados, mas principalmente variedade em produtos de revenda, como biscoitos industrializados, enlatados, frios, bebidas, produtos de limpeza e outros. Esse tipo de loja costuma oferecer também um setor de hortifruti.



5.3. Loja Gourmet

São lojas que apresentam alimentos prontos para todas as refeições do cliente. É possível encontrar *buffet* de café da manhã, almoço *self-service* e/ou executivo, rotisseria, pizzaria, comida japonesa, sanduíches montados na hora, crepes, sopas, dentre outras opções.



Existe também um tipo de *layout* de loja que pode ser considerado tanto **Master** quanto **Gourmet**, pois reuni os diferenciais de ambos.



5.4. Loja Express

São padarias com foco em lanches e refeições rápidas, com atendimento ágil. É comum encontrar nessas empresas refeições prontas para levar, kits de lanches, pizzas em fatias.



5.5. Loja Especializada, Confeitaria ou Boutique de Pães

Essas padarias trabalham a produção própria com intensidade, como foco na qualidade e reconhecimento de “grife” de seus produtos. Geralmente são fabricadas receitas de alto valor agregado, as quais são priorizados sabor e aparência.



5.6. Loja Quiosque

São padarias localizadas em locais públicos de grande circulação de pessoas, como praças, shoppings, largos, aeroportos, rodoviárias, dentre outros. Apresenta um mix reduzido de produtos e foco em produtos que atendam as necessidades do público alvo, podendo ser café, confeitaria, lanches rápidos, produtos para levar, ou outros. Sua estrutura é de uma pequena área de atendimento, com medição que pode variar entre 10 a 20m². A fabricação dos produtos deve ser feita em uma central de produção ou uma padaria tradicional, com finalização de alguns processos no próprio quiosque, como acabamentos e fornecimento.



6. CONCEITOS SOBRE SETORES DAS EMPRESAS DE PANIFICAÇÃO

Seguem alguns conceitos atuais a respeito de como devem se apresentar os setores dentro de uma empresa de panificação, com posicionamento, móveis e equipamentos necessários de acordo com os produtos e serviços oferecidos:

6.1. Loja

Com o objetivo de melhorar a qualidade das vendas das padarias, foram inseridos novos conceitos com melhor aproveitamento do espaço de vendas.



A Padaria Conceito está adaptada para servir ao cliente em todos os momentos de consumo, desde a praticidade da conveniência até o conforto da alimentação pronta no local. Para isso, o *layout* é elaborado pensando em facilitar o dia a dia e otimizar a mão de obra. Uma das estratégias para ampliar os resultados da padaria é a implantação de autosserviço, de forma que o próprio cliente tenha acesso aos produtos, servindo-se, mas ainda assim é mantida a opção do atendimento ser feito pelos funcionários caso o cliente deseje.

6.1.1. Mesa de Produtos

O consumidor hoje busca não somente os pães tradicionais, mas pães com fermentação natural, pães especiais, pães típicos de outros países como a baguete francesa, ciabatta e tantos outros. Por isso, a ampliação do mix de pães é essencial.



Alguns produtos como pães especiais, biscoitos e bolos, podem ser ofertados em mesas de autosserviço, passando comodidade e praticidade ao cliente, além de servir como uma grande ferramenta para aumentar o tíquete médio. Quanto mais perto do produto o cliente

está, maior será seu consumo. Quando a venda é assistida por uma pessoa que conhece as especificações dos produtos e aproveita o momento para promovê-los através de degustação e venda casada, a empresa tem um grande diferencial competitivo.

Seguem alguns equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação da mesa de produtos:

- Vitrine com portas para fácil acesso dos clientes por se tratar de autosserviço. (Essas vitrines têm temperatura ambiente para os pães e é refrigerada no caso da confeitaria. O *design* da vitrine deverá ser pensado para ter na parte de baixo do móvel, prateleiras e espaço para os pães embalados);
- Balança de pesagem com etiquetadora;
- Suporte para filme que assegura embalar produtos confeitados em bandejas de isopor;
- Embalagens de papelão, sacos de papel, bandejas de isopor, caixa de plástico transparente e caixa de isopor.

6.1.2. Conveniência de Produtos

Tornar a loja atrativa é o grande desafio do panificador, por isso é importante que a empresa tenha um mix variado de produtos para revenda, ampliando as capacidades de estar presente em todos os momentos de compra. Um vasto mix de produtos de conveniência eleva o fluxo de clientes, possibilitando que a loja aumente sua venda de fabricação própria.



A conveniência traz ao cliente soluções de compras para aqueles produtos que faltam em casa no dia a dia. Para atender esta demanda, é necessário que a padaria tenha um mix adequado ao seu público, controle de abastecimento e preço visível para o cliente.

Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação da conveniência:

- Prateleiras/aramados

6.1.3. Adega

Vinhos, *whiskys* e especiarias têm aumentado muito o consumo nos últimos anos, tendo em vista que o paladar do consumidor vem se tornando muito mais exigente. Esse setor, além de refinar a imagem da loja, tem como objetivo aumentar o valor agregado, além de sugerir vendas de outros produtos para combinar com cada ocasião.



Alguns equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação da adega:

- Prateleiras com acabamento diferenciado para realçar as garrafas de vinho;
- Armário com porta de vidro para produtos de valor agregado maior.

6.1.4. Geladeira de Laticínios sem Porta

Seguindo o mesmo conceito do setor de frios, onde o cliente tem tido menos tempo e a busca pela praticidade tem se tornado maior, essa geladeira oferece mais conforto ao cliente e otimiza o trabalho da mão de obra, com grande variedade de iogurtes, bebidas lácteas, sucos, margarinas etc.



Equipamentos e móveis importantes para assegurar a adequada operação da venda de laticínios:

- Geladeira aberta para lojas com fluxo maior de clientes;
- Geladeira com porta para lojas com fluxo menor de clientes ou em regiões quentes.

6.1.5. Congelados Próprios

Quando a empresa já possui um setor de congelamento, garantindo produção em escala e acabamento na loja, é oportuno aproveitar esses mesmos produtos ofertando-os na loja. Nesse caso, a empresa gera um novo momento de consumo e aproveita produtos que já estão prontos.

Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação dos congelados próprios:

- Geladeira aberta para lojas com fluxo maior de cliente;

- Geladeira com porta para lojas com fluxo menor de cliente ou em regiões quentes.

6.1.6. Forneamento de Pães na Loja

O objetivo desse conceito é deixar a empresa com o cheiro de pão a todo o momento. Esse conceito costuma elevar a venda de pães tradicionais e especiais, assim como garantir que a loja seja atrativa em todos os horários.



Os produtos assados na frente do cliente devem passar a percepção de produtos frescos e de qualidade, mesmo que cheguem congelados, vindos da central de produção. Esses fornos podem ficar atrás de uma parede de vidro, porém com *layout* que permita que o cheiro de pão chegue à loja.

Outra opção são os fornhinhos que fazem o assamento de pequenas porções ao longo de todo o dia oferecendo aos clientes pães quentinhos.

Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação do forneamento de pães na loja:

- Um forno mini turbo, que assa pães na frente do cliente e na loja;
- Balcão com cestos para autosserviço;
- Balança com etiquetadora;
- Embalagens de papel.

6.1.7. Autosserviço de Pães

Esse conceito gera praticidade e agilidade na loja, eliminando as indesejadas filas e dando mais liberdade ao cliente.

É muito importante que a empresa possua um bom acompanhamento das atendentes nesse setor para ofertar e aumentar o tíquete médio.



Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação do autosserviço de pães:

- Armário alto para exposição de pães, caso o forno não fique no campo de visão do cliente;
- Armário baixo para exposição de pães, caso o forno fique no campo de visão do cliente;
- Cestos e pegador para agilizar o autosserviço.

6.1.8. Degustação na Loja

Um (a) promotor (a) de vendas tem como função apresentar produtos de alto valor agregado e estimular o cliente a conhecer as “delícias” da empresa, além de tornar a loja dinâmica, aumenta o tíquete médio e o valor agregado. Em outras palavras, quem experimenta, degusta e compra! E a padaria pode explorar essa máxima.

Para que a degustação gere venda é preciso ser estrategicamente pensada, com definição do produto, horário, local e pessoa que irá fazer a degustação acompanhada. Importante que ao lado dessa degustação tenham os produtos de fácil acesso aos clientes.

6.1.9. Frios para Autosserviço (encartelados)

Sabemos que, na maior parte das empresas do setor, ainda há grande procura por fatiados na hora. Porém no tempo do cliente está cada dia mais escasso. A oferta de produtos já fatiados busca otimizar a mão de obra e dar praticidade e confiança ao cliente, pois todos os produtos são embalados à vácuo eliminando possibilidades de contaminação.



As bandejas dos frios devem ser montadas no momento em que a padaria está com menor movimento, aumentando a produtividade da mão de obra.

É necessário também que seja mantido o serviço de fatiamento na frente do cliente caso seja de sua preferência.

A venda dos frios encartelados ou fatiados na hora da compra precisa passar aos clientes qualidade e confiança.

Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada operação de venda dos frios para autosserviço encartelados:

- Fatiadora de frios;
- Embaladora a vácuo;
- Suporte para embalar as bandejas com filme;
- Balança etiquetadora;
- Balcão expositor com as peças inteiras;
- Balcão expositor aberto para as cartelas de frios.

6.1.10. Check-out com grande variedade

Produtos de alto valor agregado no caixa e corredor que antecedem o momento do pagamento costumam ser propícios para o aumento do tíquete médio por se tratar de compra por impulso. Conforme pesquisas realizadas, é utopia pensar que não vai haver desvios por parte dos clientes com produtos expostos no caixa. Porém, o acréscimo em vendas e controles constantes compensa e agrega lucratividade à empresa. Os produtos de fabricação própria, como doces variados, trufas e brigadeiros acondicionados em caixinhas especiais aumentam o tíquete médio por se caracterizar compra por impulso, em função do local de exposição. Essa é uma área de grande destaque para os produtos de produção própria.



Para adequada operação do *check-out* com grande variedade:

- Expositores baixos e abertos para fácil acesso dos clientes e posicionados estrategicamente no caixa ou na fila do caixa.

6.1.11. Trufas / Chocolates Artesanais

A oferta de chocolate é um conceito muito recente na panificação e tem gerado bons resultados, agregando valor à empresa, refinando seus conceitos, aumentando tíquete médio e gerando mais um momento de consumo. A empresa, através desse setor, pode aproveitar a oportunidade para oferecer embalagens especiais e vender presentes personalizados.



Para assegurar a adequada venda de trufas/chocolates artesanais é necessário:

- Vitrine refrigerada com porta de fácil acesso aos clientes, autosserviço;
- Balcão expositor refrigerado exigindo atendimento ao cliente.

6.1.12. Sorvete Italiano (Produção Própria)

Aproveitando a evolução do poder de consumo da população e gerando mais oportunidades ao cliente que deseja conhecer novos sabores, o sorvete de produção própria traz um novo conceito às padarias inovadoras que buscam oportunidades de criar novos sabores e aumentar vendas após as refeições.



Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada venda do sorvete italiano:

- Balcão expositor congelado para sorvete;
- Acessórios para o atendimento.

6.1.13. Confeitaria Fina (Doces e Tortas)

O consumidor tem dado mais valor à apresentação dos produtos, assim como buscado provar novidades. Isso gera uma grande oportunidade à panificação de introdução da confeitaria.



Seguindo a tendência de o cliente buscar exclusividade, as monoporções são uma ótima sugestão para atrair um público independente, que quer experimentar novidades todos os dias.

As monoporções são hoje tendências por se tratar de venda e consumo por impulso, mas uma vitrine mostrando as diversas opções de tortas, vendidas inteiras ou em fatias, é muito importante para que a confeitaria venda o desejo de consumir pela beleza e aspecto que passe sabor diferenciado, frescor e qualidade.

Para assegurar a adequada venda de confeitaria fina e tortas são necessários:

- Vitrine refrigerada com porta de fácil acesso aos clientes do autosserviço;

- Balcão expositor refrigerado exigindo atendimento ao cliente;
- Balança com etiquetadora;
- Embalagens diferenciadas que valorizem os produtos.

6.1.14. Cafeteria e Lanches

É essencial criar um ambiente diferenciado na padaria que traga o cliente para este momento de consumo onde encontrará café, café com leite, suco, pão de queijo, pão na chapa, salgados e opção de sanduíches quentes. O cheiro de café coado ou café expresso é importantíssimo dentro do ambiente da padaria, pois harmoniza com o cheiro do pão fresquinho e do pão de queijo. O café tem uma excepcional margem de contribuição. A cafeteria deve oferecer comodidade ao cliente mesmo que ele prefira fazer o lanche em pé. Esse ambiente atrai o cliente para mais um momento de compra, consolidando a tendência de consumo dentro da padaria.



Para uma adequada venda de produtos de cafeteria e lanches são necessários:

- Chapa para lanches;
- Coifa;
- Máquina de café expresso;
- Máquina para café coado;
- Balcão;
- Bancos altos;
- Mesas com cadeiras baixas;
- Vitrine para salgados;
- Liquidificador;
- Microondas;
- Forno elétrico;
- Máquina de lavar louça;
- Pia com cuba funda;
- Vasilhame e acessórios necessários.

6.1.15. *Gourmet Show*

Preparar produtos na loja, frente ao cliente, além de humanizar o ambiente, torna-se muito mais atrativo, dando a oportunidade do consumidor se deliciar com produtos que foram feitos na hora, além de proporcionar um cheiro agradável por todo o ambiente. Esse conceito pode variar entre pizzas, sanduíches, crepes, tapiocas, macarrão, panquecas ou lanches prontos oferecidos em cardápio bem elaborado.



Os produtos feitos ou acabados na loja, à vista do cliente, são uma grande estratégia para gerar vendas por impulso atraindo atenção pelo cheiro e aspecto de frescor e qualidade.

Esses produtos permitem o consumo dentro da padaria ou mesmo que o cliente os leve para consumir em casa. Nesse caso, as embalagens precisam ser feitas adequadamente.

Equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada venda através do *gourmet show*:

- Forno para pizza;
- Mesa de montagem de pizza;
- Balão de atendimento;
- Balcões refrigerados para os ingredientes;
- Chapa a gás ou elétrica especial para crepe e tapioca;
- Equipamento de pasta *show*;
- Refresqueira.

6.1.16. *Buffet Autosserviço*

O *buffet* autosserviço é localizado no centro da loja ofertando produtos em todos os momentos de compra. Um dos grandes motivos para o autosserviço ser um sucesso é a possibilidade de o cliente escolher o que consumir e a rapidez do processo, garantindo um maior rodízio de lugares na empresa.

É importante ressaltar que o *buffet* necessita de maior controle na expedição e consumo,

pois a grande variedade e quantidade podem gerar desperdícios quando a empresa não está preparada. Uma das fortes tendências da Padaria Brasileira é tornar o negócio um centro *gourmet* no qual o consumidor terá ao longo do dia todas as opções de refeições que melhor lhe convier. É necessário oferecer:

Manhã: café da manhã e brunch;

Meio dia: almoço;

Tarde: Salgados, sanduíches, *happy hour*;

Noite: Sopas, massas, pizzas e ceia.



Atualmente, as padarias oferecem do café da manhã até a sopa da noite através do autosserviço, mesmo a porção de venda variando entre quilo e unidade.

Alguns equipamentos e móveis necessários para assegurar a adequada venda de *buffet* autosserviço:

- Mesa com cadeiras para as refeições;
- Balcão expositor com pista quente e fria;
- Cubas ou *rechauds* para os alimentos, que trazem mais mobilidade e diminui o número de pratos em exposição;
- Balcão de atendimento com corredeira;
- Balança etiquetadora ou comanda eletrônica interligada ao caixa;
- Refresqueira;
- Balcão para bebidas ou uma cuba com gelo mantendo as bebidas geladas;
- Pratos;
- Talheres;
- Pratos de sobremesa;
- Copos;
- Garrafa térmica para café e chá - cortesia após refeição;
- Máquina de chopp.

6.2. Recebimento de Mercadorias

É importante que a empresa tenha um local específico para verificação das mercadorias que

são recebidas, acrescentando processos como “espelho da nota” e “registro de entrada no ato do recebimento”. Esses processos minimizam uma série de erros operacionais que podem gerar redução da lucratividade.

Seguem alguns equipamentos e utensílios importantes para auxílio no recebimento de mercadorias:

- mesa de escritório;
- bancada de trabalho inox;
- bancada de trabalho inox com pia;
- torneira;
- balança de piso;
- adesivo grelha de piso;
- computador;
- cadeira de escritório.

6.3. Estoque

A matéria-prima, quando exposta na área de produção, fica vulnerável ao desperdício. Por isso é importante que toda mercadoria esteja em um estoque fechado e controlado através dos princípios do PVPS (Primeiro que vence, primeiro que sai). O controle de estoque, quando bem feito, disponibiliza informações ao setor de compras, minimizando erros como pedidos desnecessários e quantidades erradas.



Para um estoque seguro e de fácil manuseio, é importante:

- Prateleiras para armazenamento de material;
- Câmera frigorífica;
- Freezer;
- Computador;
- Mesa;
- Espaço com paletes para armazenamento de sacos de farinha;

- Estantes / prateleiras inox;
- Adesivo câmara fria sobre mdf.

6.4. Pré-pesagem

É o setor que pesa, antecipadamente, os insumos para a produção. Através da pré-pesagem podemos aumentar o tempo de produção da mão de obra especializada, garantir que todos os produtos sejam pesados, aumentando assim a qualidade final e reduzindo o desperdício da produção. A pré-pesagem garante que o planejamento e controle de produção sejam realizados, pois é o vínculo entre a liberação da matéria-prima e o setor de manipulação.



Equipamentos e utensílios necessários no setor de pré-pesagem:

- Prateleiras para armazenamento de material;
- Balança;
- Potes plásticos para armazenamento de matéria-prima;
- Baldes plásticos para armazenamento de material;
- Sacolas plásticas;
- Calculadora;
- Balcão refrigerado;
- Balança;
- Pia para higienização de mãos.

6.5. Produção

O setor de produção deve ter foco na alta produtividade, minimizando desperdícios e rupturas na loja, com garantia de qualidade dos produtos. As padarias brasileiras, focadas nesta produtividade, ampliam os momentos de consumo otimizando o espaço e equipamentos da área de produção. Consequentemente, essas padarias oferecem café da manhã



a quilo, almoço a quilo ou *a la carte*, mix ampliado de pães e produtos panificados à tarde. No jantar é oferecido pizza, sopas e caldos, além de produtos para *happy hour*. Nos momentos de menor operação da produção são fabricados produtos para o congelamento, o que irá assegurar a ampliação da produtividade e estoque de produtos para os momentos de vendas adicionais, garantindo o abastecimento da loja.

6.5.1. Planejamento e Controle de Produção – PCP

(sala do gerente de produção)

Saber o que e quanto produzir, minimizando sobras, perdas e faltas, é o grande desafio do setor de PCP. Para que a produção tenha um bom planejamento, é importante que a empresa tenha controles e esses sejam analisados antes de efetuar os pedidos. Também é importante enfatizar que, quando a empresa possui um calendário semanal detalhando quais produtos serão feitos diariamente, as possibilidades de acerto são maiores. É importante saber que a falta de produtos gera rupturas na loja, assim como a sobra gera desperdícios.

Itens necessários para o planejamento e controle de produção:

- Quadro de controle da produção;
- Computador com impressora;
- Mesa do gerente;
- Mesa de reunião com cadeiras;
- Armário de documentos;
- Telefone.

6.5.2. Padaria Tradicional e *Boulangerie*

Com o mesmo volume de produção e número de funcionários, aumentando o preço médio dos produtos do setor, podemos aumentar o faturamento por funcionário. Por isso é importante que a empresa elabore o seu mix de produção, acrescentando produtos sofisticados com alto valor agregado.

Equipamentos e utensílios importantes para a padaria tradicional e *boulangerie*:

- Bancada de trabalho inox;
- Bancada de trabalho inox com pia;
- Torneira;

- Pia para higienização de mãos;
- Balança;
- Armário carrinho;
- Câmara fermentadora;
- Modeladora;
- Cilindro;
- Divisora;
- Masseur;
- Resfriador com dosadora.

6.5.3. Confeitaria Seca

Um dos setores mais tradicionais da padaria e confeitaria. Os produtos, geralmente bolos secos, linha queijo e polvilho têm boa aceitação por parte dos consumidores. A confeitaria seca auxilia no aumento do mix de produtos e, conseqüentemente, no aumento do tíquete médio de venda. Precisa-se de uma área reservada e climatizada para manter a qualidade e a boa gestão das matérias-primas utilizadas para efeito de controle do CMV (custo da mercadoria vendida).

Para a produção da confeitaria seca é importante ter:

- Bancada de trabalho inox;
- Bancada de trabalho inox com pia;
- Torneira;
- Balcão refrigerado;
- Batedeira doméstica;
- Dosadora de bolos;
- Batedeira industrial;
- Pia para higienização de mãos.



6.5.4. Confeitaria Fina

Baseando-se no mesmo conceito citado no setor de padaria, agregar produtos refinados no setor de confeitaria, além de reforçar o conceito de empresa inovadora, tem como objetivo aumentar o faturamento dos funcionários do setor. A confeitaria fina também tem por objetivo trazer mais variedade tornando a loja mais atrativa. É importante que o setor tenha um local

específico e climatizado para garantir a qualidade e ter um controle melhor, pois a confeitaria trabalha com matéria-prima de alto valor.

Confira alguns itens necessários na produção da confeitaria fina:

- Bancada de trabalho inox;
- Balcão refrigerado;
- Refrigerador;
- Batedeira doméstica;
- Batedeira industrial;
- Pia para higienização de mãos;
- Temperadeira de chocolate;
- Forno de microondas;
- Balança;
- Ar condicionado.

6.5.5. Salgados e Doces



Este setor trouxe inovação para as padarias sendo considerada uma extensão da confeitaria. Dependendo do volume, requer uma área reservada e climatizada, pois trabalha com produtos quentes e frios. Agrega valor ao mix de produtos e serviços da padaria e aumenta o tíquete médio de vendas. Permite o atendimento a eventos, festas e buffets, impactando diretamente no faturamento.

Equipamentos importantes no setor de salgados e doces:

- Bancada de trabalho inox;
- Balança;
- Pia para higienização de mãos;
- Bancada de trabalho inox altura especial para empanadeira;
- Empanadeira;
- Ar condicionado.

6.5.6. Cozinha

Como os consumidores têm aumentado a procura por produtos prontos e alimentação fora do lar, a empresa precisa estar preparada para ofertar refeições no local. A cozinha tem como objetivo, além de aproveitar produtos e mão de obra, tornar a loja mais dinâmica ofertando refeições e serviços. O almoço gera fluxo de clientes em momentos ociosos na maior parte das padarias. Porém é importante ter planejamento antecipado e controles. A tecnologia possibilita a elaboração prévia dos pratos e o acabamento na hora do pico de movimento, garantindo melhora na produtividade, através de fornos combinados e ultracongeladores.

Equipamentos importantes na cozinha:

- Bancada de trabalho inox;
- Bancada de trabalho inox com pia;
- Torneira;
- Pia para higienização de mãos;
- Fogão industrial quatro bocas;
- Fritadeira;
- Chapa com suporte;
- Forno combinado com suporte.

6.5.7. Forneamento

O forneamento tem por objetivo trazer a sensação de produtos feitos na hora. Porém é importante que a demanda desse setor seja administrada pela área de vendas e não pela produção. Sugere-se fornecer produtos à vista do consumidor, pois o forneamento garante uma loja mais atrativa e dinâmica.



Confira os equipamentos necessários para forneamento:

- Forno turbo;
- Forno de lastro;
- Bancadas de trabalho inox.

6.5.8. Congelamento

A tecnologia garante ao panificador alta produtividade na produção e loja abastecida em to-

dos os momentos. Ter produtos congelados armazenados garante reserva suficiente para não faltar nos momentos de maior demanda, assim como reduz a dependência de profissionais, no caso de alguém faltar ao trabalho. O congelamento faz com que a empresa produza em maior quantidade determinados produtos, aumentando, assim, a produtividade de cada setor. A produção em escala possibilita aumento de faturamento com mesmo custo fixo.

Seguem alguns itens necessários no processo de congelamento:

- Bancada de trabalho inox;
- Seladora;
- Embaladora;
- Balança etiquetadora;
- Adesivo câmara de congelamento sobre mdf.



6.6. Higienização de Utensílios

A área de higienização e limpeza dos utensílios em geral é de grande importância para evitar contaminações cruzadas na empresa. Esse setor também melhora a produtividade da equipe, pois aumenta o tempo útil dos funcionários que já manipulam os produtos, já que os mesmos têm utensílios limpos e em condições de uso sempre à disposição quando necessário.



Itens imprescindíveis para garantir uma boa higienização de utensílios:

- Bancada de trabalho inox;
- Bancada de trabalho inox com tanque;
- Torneira;
- Adesivo grelha de piso;
- Lixeiras inox.

6.7. Corte e Frios

Muitos consumidores preferem comprar frios e embutidos nas padarias e confeitarias por encontrarem produtos fatiados sempre frescos. Fator de atratividade na padaria. O setor exige muita higiene e limpeza para manutenção da qualidade dos produtos. Os órgãos fiscalizadores estão sempre “de olho” neste setor e exigem uma área especial e climatizada. O controle de custos para efeitos de análise deve ser feito em períodos curtos de tempo.

Seguem alguns equipamentos e utensílios importantes na estrutura para corte e frios:

- Balcão refrigerado;
- Pia para higienização de mãos;
- Balança etiquetadora;
- Fatiadora de frios;
- Ar condicionado.

6.8. Expedição

É o filtro entre a loja e a produção, para que a empresa tenha informações suficientes de produtos produzidos, sobras, faltas e controle de qualidade. Esse setor aumenta as garantias de loja abastecida sem sobras em excesso, além de liberar para a loja apenas produtos com padrão de qualidade e boa apresentação. As placas de identificação dos produtos podem ser separadas antecipadamente nesse setor.

Seguem alguns itens necessários na expedição:

- Bancada de trabalho inox;
- Balança etiquetadora;
- Seladora.

6.9. Sala do Diretor

A sala do diretor é um local importante que garante ao empresário um espaço confortável para análise de seus indicadores e da saúde financeira do negócio.

Itens indicados para constarem na sala do diretor:

- Quadro de gráficos e resultados de desempenho da padaria para acompanhamento;
- Computador com impressora;
- Mesa;
- Mesa de reunião com cadeiras;
- Armário de documentos;
- Telefone.

6.10. Vestiários

O cuidado com questões básicas, como local adequado e confortável para a alimentação dos funcionários, limpo para que se troquem e guardem objetos de uso pessoal pode não parecer tão importante como é. No entanto, é fator determinante, juntamente com outros para a retenção dos talentos.

É importante ter nos vestiários:

- Armário para os funcionários;
- Banco para facilitar a troca de roupa;
- Espelho;
- Pia;
- Vaso sanitário.

7. FERRAMENTAS POR SETOR NA PANIFICAÇÃO

Seguem as principais ferramentas de importante aplicação a cada setor de uma empresa de panificação:

7.1. Setor Administrativo / Financeiro

- **Controle do Custo de Mercadorias Vendidas (CMV)**
Ferramenta para análise entre o CMV previsto e o realizado.

- **Controle de Apuração do Resultado Operacional (ROP)**

A Apuração do Resultado Operacional mostra o lucro líquido e a geração de caixa da empresa.

- **Inventário**

Lista de bens e materiais disponíveis em estoque que estão armazenados na empresa ou externamente, mas pertencentes a ela. Para sua realização, é necessária a contagem de todos os itens de revenda e matérias-primas.

- **Controle de Movimentação de Mercadorias – Política de Compras**

A Política de Compras é um instrumento de definição das prioridades e de estruturação das regras para compras de mercadorias na empresa. Ao aplicar as ferramentas que a compõem, o empresário organiza o processo de compras e assim previne erros, desvios e desperdício de capital.

A política de compras abrange as seguintes ferramentas: calendário de fornecedores, controle de compras de rotina, cotação de preços, pedido de compras, controle para atualização de preços, controle de recebimento dos produtos e controle de grupos críticos (produtos de alto valor agregado e muito sujeitos a desvios, como revistas, cigarros e recargas de celular).

- **Controle de Movimentação Financeira**

Permite manter todas as informações financeiras da empresa atualizadas e sob controle. Aborda as seguintes ferramentas: acerto de caixa, movimentação do caixa central, conciliação bancária, controle de cheques pré-datados, contas a pagar, títulos a receber e previsão de caixa.

- **Gerenciamento dos Custos**

- Permite o repasse de um preço de revenda justo, compatível com o mercado;
- Permite conhecimento de produtos que não dão lucro;
- Possibilita o incentivo de vendas de produtos mais rentáveis;
- Facilidade na definição do mix de produção;



- Condições de realizar promoções mais audaciosas;
- Torna a empresa mais competitiva.

7.2. Setor Gestão de Pessoas

• Simulação de Custos

É uma forma de estimar os custos da padaria, chegando a resultados como o custo de mercadoria vendida, lucro bruto, margem de contribuição e outros.

• Apuração do Custo

Trata-se da simulação para apuração do custo dos produtos produzidos e revendidos na padaria.

• Indicadores

São informações de mercado que servem de base de comparação com os dados da empresa em análise, como: produtividade humana, tíquete médio, salário médio por funcionário, postos de trabalho, custo de mercadoria vendida, dentre outros.

• Construção de Indicadores

Com base nos dados da empresa e nos indicadores de mercado são definidos e estruturados indicadores importantes que irão servir de orientação para análise dos dados da empresa, assim como possíveis projeções de indicadores considerados ideais.

• Indicadores Conjunturais

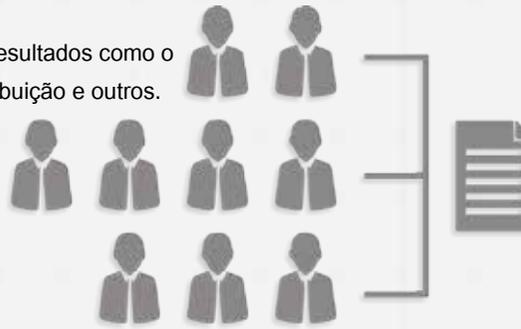
São indicadores de média de gastos de empresas do mercado com custos operacionais que permitem ao empresário comparar com seus indicadores.

• Análise Comparativa de Performance Simplificado

Permite um diagnóstico que revela a situação atual da empresa, tomando por base parâmetros de indicadores recolhidos junto às melhores empresas de seu ramo de atuação.

• Análise dos Processos Críticos Simplificado – APCS

Trata-se de uma análise que revela a situação da empresa, tomando por base parâmetros atualizados em relação ao mercado.



• Gestão Estratégica de Pessoas

Abrange a avaliação de como funciona o RH da empresa e o estilo gerencial existente.

• Ciclo Motivacional e Hierarquia das Necessidades Humanas

Análise do comportamento humano com foco no que o motiva para alcance de seus objetivos.

• Estrutura Administrativa

Definição do organograma.

• Descrição de Cargos

Descrição dos cargos existentes na empresa, considerando as vinculações hierárquicas, funções principais e secundárias, dentre outras atribuições.

• Perfil de Cargos e Candidatos

Estruturação do perfil dos cargos e dos candidatos que compõem a estrutura de pessoas da empresa, traçando um planejamento para contratação dos funcionários.

• Recrutamento e Seleção

Definição das informações necessárias sobre o candidato às vagas disponíveis na empresa, como dados pessoais, escolaridade, experiência profissional etc.

• Contratação de Pessoal

Levantamento de informações junto ao candidato às vagas disponíveis na empresa, considerando aspectos relevantes de conhecimento a seu respeito, relacionados à área familiar, de saúde, escolar e profissional.

- **Integração**

Trata-se de um treinamento introdutório à atividade organizacional que propicia a integração do funcionário recém-admitido à cultura da empresa. Geralmente é oferecido ao funcionário um Manual de Integração.

- **Acompanhamento Funcional – Grupo**

É um acompanhamento das atividades dos funcionários da empresa, através do qual é possível mensurar o senso de responsabilidade dos funcionários em geral para com a empresa.

- **Acompanhamento Funcional – Individual**

É um acompanhamento detalhado de cada funcionário para mensurar o senso de responsabilidade e comprometimento de cada funcionário para com a empresa.

- **Plano de Carreira**

É o planejamento das oportunidades de crescimento oferecidas pela empresa a seus funcionários.

- Inteligência no Planejamento do Cardápio;
- Tempos e Movimentos;
- Calendário de Produção.

- **Controle de Produção**

Levantamento da produção própria da empresa, permitindo identificar o nível de produtividade.

- **Divisão de Tarefas – Produção**

Definição das tarefas que serão realizadas por cada funcionário, possibilitando um rodízio de funções.

- **Pré-pesagem**

Sistema utilizado pelas padarias, o qual se faz a preparação prévia dos ingredientes de cada receita, de cada produto que será confeccionado para a área de vendas. Essa preparação é feita em um local apropriado e por uma pessoa treinada para exercer tal função.

- **NR-12**

A Norma Regulamentadora de Segurança no Trabalho em Máquinas e Equipamentos NR-12/2010 trata-se de adequações a serem feitas nas máquinas e equipamentos da panificação, como forma de adequá-los em seus devidos itens de segurança.

- **Congelamento de Pães**

Tecnologia utilizada nas empresas de panificação para preservar o alimento por mais tempo, permitindo à empresa uma maior diversificação de produtos e, aumento da produtividade por funcionário da indústria.

- **Padronização de Receitas**

Procedimentos para elaboração de um padrão nas receitas dos produtos de produção própria da empresa, garantindo a qualidade do produto final.

7.3. Estruturação dos Processos Produtivos

- **Organização da Produção**

Antes de organizar a produção é imprescindível que seja trabalhado na empresa as Boas Práticas de Fabricação (BPF).

- **Planejamento da Produção**

Requer conhecimentos básicos sobre: máquinas, mão de obra, meio ambiente, método utilizado e matéria-prima.

Abrange:

- Fluxograma de Processo de Panificação;
- Formulários para controles que permitem prever resultados e assim fazer planejamento da produção tecnicamente correto.



- **Norma Técnica “Panificação – Pão Tipo Francês – Diretrizes para Avaliação de Qualidade e Classificação”**

Norma elaborada por técnicos e estudiosos para contribuir na ampliação da competitividade do pão tipo francês e estabelecer um padrão de qualidade para o produto.

7.4. Regulamentação

- **Boas Práticas de Fabricação (BPF)**

São regras, normas e práticas de higiene que visam garantir as condições higiênico-sanitárias do produto, assegurando o bem estar dos consumidores, seguindo orientações da Resolução – RDC Anvisa nº 216/04.

- **Qualidade e Higiene**

Cuidados na manipulação de alimentos como forma de garantir sua qualidade e higiene, considerando aspectos como: recebimento de mercadorias, armazenamento, preparo, exposição para venda e outros.

- **Rotulagem**

Trata-se de uma forma de identificação do produto, considerando a quantidade, a origem e o prazo de validade. A rotulagem nutricional é regulamentada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA.

7.5. Mercado: Operação de Loja e Marketing

- **Planejamento Operacional em Vendas**

Funcionários bem informados e treinados, cientes de suas funções, dos valores prezados pela empresa, dos seus poderes e limitações têm condições de prestar um atendimento de melhor qualidade ao cliente.

- **Treinamento Equipe de Atendimento**

Treinamento junto à equipe do setor quanto a informações a respeito dos produtos de produção própria que são vendidos na empresa.

- **Organização na Operação de Loja**

- Definição da planta baixa no setor de vendas;
- Definição das atividades na área de vendas;
- Divisão de tarefas para a equipe de vendas;
- Padronização das atividades no setor de atendimento;
- Definição dos atributos do produto;
- Avaliação de rotinas;
- Anjo da guarda.

- **Sistema de Vendas**

Diferenças entre autosserviço e sistema de balcão.

- **Exposição de Produtos no Ponto de Venda**

- Planta baixa no setor de vendas;
- Produtos de maior valor agregado.

- **Degustação**

Ferramenta utilizada para apresentação dos produtos de produção própria aos clientes.

- **Abastecimento de Produtos**

Gerenciamento de rupturas.

- **Aumento do Tíquete Médio Geral**

Atenção para os produtos de revenda “ativadores de vendas” da padaria.

- **Planejamento do Mix de Produtos**

Definição do mix de produtos de produção própria e de revenda a ser comercializado na padaria, com análise da margem de contribuição.

- **Apresentação e Preço**

Atenção para a apresentação e identificação de preço dos produtos.



- **Promoção com Produtos de Revenda**

Organização da loja e definição do mix de produtos para realização de promoções.

- **Relação com Fornecedores**

Negociação com fornecedores para compra dos produtos “ativadores de vendas”.

- **A Concorrência**

Definição de estratégias para realizar vendas perante a concorrência.

- **Planejamento de Marketing**

Definição de técnicas e ferramentas de *marketing* a serem utilizadas pela empresa.

- **Definindo Táticas de Vendas**

Análise e definição de ações a serem desenvolvidas pela empresa como forma de efetuar as vendas, considerando questões como: identidade visual, logomarca, embalagem, decoração, limpeza, organização, dentre outras.

- **Etapas para Desenvolvimento de uma Campanha Promocional**

Definição de um critério padrão para desenvolvimento de campanhas promocionais.

- **Táticas de Marketing por setor**

Definições de ações de *marketing* setorializadas, divididas entre área produtos de produção própria, produtos de revenda, frios, lanchonete e outros.

- **Calendário de Sazonalidade**

Definição de ações de *marketing* a serem desenvolvidas de acordo com a época do ano, como as férias de verão, carnaval, Páscoa, festas juninas e Natal, por exemplo.

- **Acompanhamento das Ações de Marketing**

Definição de um sistema de acompanhamento das ações de *marketing* desenvolvidas pela empresa como forma de manter a periodicidade, efetividade e os resultados das ações realizadas.





Convênio



ABIP / ITPC / SEBRAE