



EMPREENDER EM ALIMENTOS E BEBIDAS



EMPREENDER NA PANIFICAÇÃO



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

© Sebrae 2017. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9610/1998)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Unidade de Atendimento Setorial Indústria
SGAS 605 – Conjunto A – Cep: 70.200-904 –
Brasília/DF
Telefone (61) 3348-7346
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente
Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica
Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças
Vinícius Nobre Lages

Unidade de Atendimento Setorial Indústria
Gerente: Kelly Cristina Sanches

Analistas:
Maria Regina Diniz de Oliveira
Mayra Monteiro Viana

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)
Presidente: Márcio Rodrigues
www.institutoitpc.org.br

Supervisão:
Maria Regina Diniz de Oliveira
Mayra Viana
Márcio Rodrigues
Emerson Amaral

Redação: Renato Alves
Edição e revisão: Renato Alves
Projeto Gráfico: Igor Marques

Participe também das próximas edições.
Envie suas dúvidas e sugestões para o email:
renato@institutoitpc.org.br

Sumário

1- Introdução	4
2- O setor de Panificação e Confeitaria	5
3- O MEI no setor de alimentos	6
4- Empreender na panificação	8
5- Gerenciando o negócio	16

1- Introdução

Em setembro de 2014 ABIP, ITPC e Sebrae firmaram um convênio de cooperação técnica, com o objetivo de promover a competitividade dos pequenos negócios das padarias artesanais por meio do desenvolvimento e implantação de estratégias de qualidade, produtividade e sustentabilidade do segmento de Panificação e Confeitaria.

Este convênio envolve 14 ações distribuídas em quatro focos estratégicos. Destes, o “Foco 3: Serviço de Inteligência Competitiva para o Setor de Panificação e Confeitaria” envolve a ação de “Mapeamento do MEI do segmento de Alimentos e Bebidas”. Propôs-se a busca por entendimento sobre o MEI, além do desenvolvimento de conteúdos que o auxiliem na inserção pelo mercado de alimentos, panificação e confeitaria, da qual faz parte este material, bem como os 30 artigos técnicos elaborados por esta parceria.

2- O setor de Panificação e Confeitaria

Levantamento realizado pelo Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC) em parceria com a Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) indica que a melhor notícia para as empresas de panificação e confeitaria pesquisadas foi a de que a venda dos produtos fabricados pelas próprias padarias cresceu 11,2%. Esse levantamento realizado em mais de 400 empresas de todo o país, abrangendo representantes de todos os portes reflete o momento atual do segmento no país.

O segmento de panificação e confeitaria brasileiro registrou um crescimento nominal de 3,08% em 2016 (não descontada a inflação), o que equivale a um faturamento de R\$ 87,24 bilhões. O resultado é um pouco melhor do que o alcançado em 2015 (2,7%), mas ainda assim mostra o momento de desaceleração pelo qual se vem passando. É um paciente estável, cuja saúde merece acompanhamento (e precisa dele).



O momento econômico do país influenciou nesse resultado, bem como as mudanças de mercado, com novos entrantes e variações no perfil de consumo (lojas de vizinhança, food trucks e atacarejos, entre outros, influenciaram na decisão de onde comprar). A inflação geral no país foi de 6,29%, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA).

As vendas de produção própria representaram 63,05% do volume de faturamento, ou R\$ 55,01 bilhões, enquanto os itens de revenda foram responsáveis por 36,95% do faturamento (equivalentes a R\$ 32,23 bilhões).

3- O MEI no setor de alimentos

Os microempreendedores individuais brasileiros totalizam hoje mais de 5,5 milhões, segundo levantamento do Governo Federal. Desses, parte significativa trabalha com serviços ou produtos referentes a alimentos e bebidas.

A expressividade desse segmento pode ser mesurada quando observado que das vinte atividades mais comuns entre os MEIs, seis são relacionadas ao setor alimentício. A mais comum são as lanchonetes, minimercados e produção de alimentos para consumo doméstico, como marmitas e pratos congelados.

De acordo com o Instituto Foodservice Brasil (IFB), o mercado brasileiro de foodservice é bastante fragmentado, no qual mais de 80% dos estabelecimentos são independentes. E somando a essa conta os locais que compõem redes menores (de até cinco estabelecimentos), chega-se a 93% dos empreendimentos como familiares e de pequeno porte.

Ainda de acordo com o IFB, há a predominância de empresas com faturamento bem pequeno, no qual 64% têm faturamento mensal abaixo de R\$ 50 mil. Ao mesmo tempo, há o perfil diferente das principais redes de alimentação, as quais possuem estágios maiores de profissionalização, modelos de abastecimento e apelo ao consumidor, por exemplo.

No geral, o IFB considera que o mercado de foodservice brasileiro é ao mesmo tempo jovem e alvo de desenvolvimento contínuo, sendo que 11% das empresas têm menos de um ano de atividade e 41% têm quatro anos ou menos.

O espaço do food service é um nicho interessante e bastante presente pelos MEIs. Cada vez mais se percebe sua atuação, funcionando muitas vezes até como um fornecedor de padarias, mercearias, supermercados. Com a alta nos custos de produção, motivadas pelo momento econômico desfavorável, muitas padarias estão buscando nos MEI parceiros para produção e fornecimento de produtos como petit four, biscoitos, produtos de confeitaria.

Com isso, percebe-se uma chance muito grande de crescimento e afirmação dos MEIs, buscando maior legalização e profissionalização. De acordo com pesquisa de análise realizada pelo convênio ABIP/ITPC/Sebrae, a maior parte dos entrevistados disse estar no mercado há até seis anos, mas com histórico de realização de trabalho informal. Isso significa que desde a criação da lei, muitos optaram por legalizar os negócios, sendo 34% atraídos pelos benefícios que a normativa prevê.

Esse cenário se mostrou mais marcante nos tempos de instabilidade econômica, em que o mercado sofreu com a dispensa de funcionários contratados em regime de carteira assinada e redução de postos de trabalhos formais. E assim como em outros momentos da economia, reinventar se tornou a palavra de ordem.

A boleira que anteriormente fazia apenas encomendas esporádicas agora têm os doces como atividade principal. Mercadorias, armazéns, casas de chá, cafeterias, produções de biscoitos e bolachas, tabacarias, fabricação de marmitas e refeições congeladas, sorveterias, salgados ou produtos voltados ao público alérgico: todos são nichos de oportunidade para ter o próprio negócio e se tornar um microempreendedor individual.



4- Empreender na panificação

Verificando as possibilidades crescentes de atuação do MEI dentro do segmento de panificação e confeitaria, descreve-se a seguir um roteiro que pode ser seguido pelo empreendedor que deseja ingressar no setor. Há que se ter cuidado com vários aspectos, desde o perfil do negócio até a atuação no mercado, passando por equipamentos e matéria-prima. Acompanhe as sugestões!

Perfil do negócio e do empresário

Para ter sucesso é preciso vender bem os produtos fabricados. Os panificados estão muito presentes na vida dos brasileiros, mas é preciso tornar-se o local preferido pelo cliente. E no meio de tanta concorrência, vale destacar alguns aspectos que levam o cliente a comprar, para que você se atente a eles na composição do negócio:

- Proximidade da residência;
- Proximidade do local de trabalho;
- Condições de higiene / limpeza;
- Cortesia no atendimento;
- Atendimento personalizado;
- Confiança e credibilidade com os clientes;
- Qualidade dos produtos;
- Variedade de pães e doces;
- Rapidez no atendimento;
- Pão quente a toda hora;
- Inovação de produtos;
- Ambiente agradável;
- Facilidade de pagamento;
- Preço mais acessível;

Observe que a comodidade é destaque, contudo, deve-se estar atento ainda a outras informações - o local onde será instalada a empresa, tipos de clientes e seus desejos, concorrentes, formas de acesso, estrutura, tudo isso fará o perfil da sua empresa.

Para se tornar um empreendedor, são várias as motivações, seja a vontade

de ganhar dinheiro por conta própria ou de ser o próprio patrão ou não estar subordinado a ninguém. Ou seja, é preciso disposição para abrir e manter uma empresa de sucesso.

Além disso, pesquisar e estudar é fundamental. É preciso um mínimo de conhecimento para que o negócio consiga sobreviver no mercado, cada dia mais concorrido. O empresário deve ser alguém, que, no mínimo, esteja disposto a assumir riscos, tomar decisões, desenvolver-se enquanto líder, ser dinâmico e otimista.

Aspectos legais

Para se tornar um MEI é muito simples, gratuita e realizável pela internet. Você tem todas as informações no Portal do Empreendedor - <http://www.portaldoeempreendedor.gov.br/>. Nos artigos técnicos desenvolvidos pelo convênio, também se aborda esse assunto.

Além disso, é importante que o empreendedor veja na sua cidade as especificidades da legislação, como proibição da instalação da empresa em determinados locais, situação fiscal dos sócios, exigências da Vigilância Sanitária e mesmo uma visita ao cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas para ver se não há outra empresa com o nome igual ao que se pretende batizar a nova empresa. Prefeituras, Juntas Comerciais são boas fontes de pesquisa. Isso para evitar problemas futuros, já pensando num provável crescimento do negócio que faça com que o MEI tenha que evoluir para uma empresa de pequeno porte.

Escolha do ponto

A localização é um ponto importante para o sucesso. Acompanhe detalhes importantes de verificar antes de fechar um contrato.

- Verifique se o imóvel atende ao perfil de loja que se pretende abrir. Veja a localização, se não está em áreas de risco, a capacidade de instalação, redes de água, luz e esgoto, acessos e transi-



to, se pode haver local para estacionamento, carga e descarga.

- Confira a situação do imóvel junto à prefeitura sobre regularização, habite-se, IPTU, zoneamentos, legislação sobre placas e identificação visual.

Assinando um contrato de locação

Conheça alguns termos importantes acerca contratos de locação de imóvel:

- Contrato: instrumento jurídico celebrado entre locador e locatário. Estabelece regras para utilização mediante o pagamento de aluguel.

- Locador: proprietário do imóvel (ou seu representante). Quem disponibiliza o imóvel para ser alugado.

- Locatário: inquilino, pessoa que pagará o aluguel para poder usar o imóvel.

- Cláusulas: Cada item do contrato em que se define as obrigações do locador, do locatário, valor do aluguel, duração do contrato, forma de pagamento, multas por atraso. Devem ser discutidas e avaliadas pelas duas partes antes até da assinatura do contrato.

- Documentos: tenha sempre em mãos a documentação atualizada do imóvel, comprovando que não há impedimentos ao prédio nem ao locador.

- Prazo: o prazo do contrato de aluguel deve ser bem pensado, pois deve ser maior que o período previsto de retorno do investimento. Lembre-se que o locador não é obrigado a prorrogar o prazo da locação, portanto este é um ponto importante e que deve ficar claro no contrato.

- Laudo de vistoria: veja o estado de conservação do imóvel junto com o locador. Relacione tudo que encontrar no prédio, portas, piso, mesas, armários, etc. Se for preciso reformar, não deixe de informar ao proprietário. Pode ser que alguma obra dependa de autorização dele ou mesmo interfira na segurança do local.

O papel do contabilista / contador

A legislação estabelece obrigações que as empresas devem seguir, tributárias, comerciais, fiscais, trabalhistas, entre outras. Como há várias especificidades nesse campo, é sempre importante a orientação de um profissional de Contabilidade, que conhece os caminhos para regularização de uma empresa e fará todo o acompanhamento necessário junto aos órgãos

públicos, não só na abertura, mas no dia a dia.

Antes de contratá-lo, pesquise, busque indicações. Saiba que, em caso de problema com o Fisco, o responsável é a empresa, não o contador. Assim, é muito importante que este trabalho esteja bem alinhado para que não haja problemas depois. Faça, inclusive, um contrato com a empresa de contabilidade, formalizando as obrigações de cada um.

Tributos e encargos sociais

Conheça os tributos federais:

- Simples Federal: sistema aplicável às microempresas e empresas de pequeno porte, definidas pela Lei 9.317/96.
- Lucro arbitrado: geralmente, o lucro arbitrado é adotado pela autoridade tributária arbitrando a base de cálculo do imposto das pessoas jurídicas, sempre que estas deixarem de cumprir suas obrigações adicionais, como a escrituração.
- Lucro real: é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, eliminações ou compensações estabelecidas pela legislação.
- Lucro presumido: lucro que se presume através da receita bruta de venda de mercadorias e/ou prestação de serviços. É uma forma de tributação utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL), das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas a apurar o lucro real. No lucro presumido a apuração do imposto é feita a cada três meses.



Contratação de empregado

O MEI pode ter um empregado ganhando até um salário mínimo ou o piso salarial da profissão. Já numa padaria e confeitaria que não seja MEI há uma série de colaboradores e eles devem ser contratados sob a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), ou seja, com carteira assinada. Os colaboradores devem ser registrados, com salário mensal combinado e de acor-

do com a convenção coletiva da categoria e recebendo férias, 13º salário, FGTS, etc.

De acordo com a CLT, o vínculo empregatício caracteriza-se pela relação de trabalho sempre que estiverem presentes os seguintes elementos: subordinação, horário, habitualidade e pessoalidade, mediante pagamento denominado salário.

Elaboração de um plano de negócios

O plano de negócios funciona como um guia que indicará se uma empresa é viável de ser estruturada, ou mesmo se há boas chances de resultado e crescimento para um negócio já existente que quer se expandir. Sua elaboração permite uma leitura detalhada e dinâmica a respeito do negócio e do setor no qual se encontra inserido, bem como a identificação de oportunidades reais e potenciais a serem agarradas pelo empreendedor. Resumindo, serve a três funções:

- 1 - Desenvolver ideias a respeito de como o negócio deve ser conduzido.
- 2 - Ferramenta de avaliar o desempenho da empresa ao longo do tempo.
- 3 - Buscar financiamentos.

Sua estrutura é constituída basicamente pelas seguintes partes:

1. Apresentação
2. O Projeto
3. A Empresa
4. Plano de Marketing
5. Planejamento Operacional
6. Projeções Financeiras
7. Parecer Final

O convênio ABIP/ITPC/SEBRAE elaborou um artigo técnico que detalha mais a elaboração de um Plano de Negócios. Você pode encontrá-lo em www.sebrae.com.br/padaria ou www.institutoitpc.org.br ou www.abip.org.br.

Equipamentos

Escolher corretamente os equipamentos para uma empresa de panificação

e confeitaria é muito importante. Eles devem ser estruturados de acordo com o perfil e capacidade produtiva da loja e tem considerável participação para a boa qualidade do alimento fabricado.

Veja a seguir alguns equipamentos básicos de uso nas padarias e confeitarias:

- Amassadeira ou masseira: assemelha-se a uma batedeira doméstica com um tacho ou bacia e garfos para misturar e cilindrar a massa. Usado para misturar ingredientes de uma receita.
- Armário ou câmara de fermentação: utilizado para alojar as massas modeladas durante o processo de fermentação (maturação) final.
- Assadeira: nela são colocados os pedaços modelados de massa para a fermentação final e forneamento.
- Balança: utilizada para pesar os ingredientes.
- Batedeira: utiliza-se para preparar massas e cremes de confeitaria.
- Cilindro: também conhecido como sovador, é utilizado como complementar da ação da masseira. É empregado para desenvolver o glúten na massa e melhorar a retenção dos gases da fermentação.
- Densímetro: utilizado para informar a densidade do ar.
- Divisora semiautomática: usada para dividir a massa em peso e volume iguais.
- Dosador de água: equipamento composto de máquina frigorífica, termômetro e dosador.
- Lâmina de incisão: com ela se faz a incisão da pestana na massa.
- Mesa de trabalho: ponto de apoio para as diversas tarefas do padeiro.
- Modeladoras: faz a modelagem do pão.
- Peneira: usada para separar substâncias reduzidas a fragmentos, retendo as partes mais grossas.
- Pirômetro: utilizado para medir o calor do forno.
- Termômetro: instrumento de medição de temperatura. Na panificação é



utilizado para informar a temperatura da massa.

Toda empresa de panificação e confeitaria precisa dos equipamentos básicos listados. Contudo, há alguns fatores que influem na aquisição e compra de equipamentos. Questões como legislação sanitária, segurança e normatização cada vez mais irão influir na decisão de compra de equipamentos. Veja outros equipamentos de uso das panificadoras e confeitarias, que ajudam a aumentar sua produtividade:

- Fornos de cocção lenta e manutenção: há modernos fornos de cocção lenta que adicionam lucratividade ao negócio aumentando o rendimento das carnes em torno de 15% dependendo do corte. A redução do consumo de energia pode chegar a 50% do consumo de um forno convencional. Também, a empresa ganhará com a economia com a não instalação de coifas e ventilação no ambiente e com a manutenção da comida fresca por horas.
- Fornos combinados: associação entre preparar, resfriar, conservar e regenerar vai possibilitar que se atinja alto nível de eficiência, segurança alimentar e rapidez no atendimento.
- Fornos modulares de lastro: indicados para a produção de pães, salgados, pizzas e produtos de confeitaria em geral.
- Forno Turbo: conserva o calor por mais tempo porque o pré-aquecimento e a retomada de temperatura são muito rápidos. É versátil podendo ser aquecido a gás, energia elétrica, lenha ou através de sistemas bioenergéticos que conciliam gás e eletricidade ou lenha e eletricidade. Pode ser utilizados para assar uma ampla variedade de alimentos, sendo indicado para a produção de pães e produtos de confeitaria em geral.
- Miniforno de convecção: sua principal característica é a dimensão que o torna ideal para a panificação em pequena escala, lojas de conveniência, lanchonetes ou mesmo como apoio em cozinhas comerciais.
- Resfriadores e congeladores rápidos: indicados para o resfriamento rápido de alimentos quentes, diminuindo os riscos de contaminação e deterioração e preservando as características dos originais dos alimentos preparados.
- Ultracongeladores industriais: com os ultracongeladores o alimento é congelado de uma forma que preserva todas as propriedades nutricionais. A empresa ganha agilidade na produção e aumento da capacidade de atendimento. Devido à qualidade no congelamento o produto ao ser descongelado não perde líquidos e mantém sua integridade.

Matéria-prima

Para um produto de boa qualidade é indispensável à utilização de matéria-prima de boa procedência. Portanto, é necessário conhecer bem os fornecedores e fazer um controle rígido da área de armazenamento de matéria-prima da padaria, para evitar que produtos percam a validade. Abaixo listamos algumas das matérias-primas:

Matérias-primas básicas

- Farinha de trigo
- Água
- Fermento
- Sal

Matérias-primas enriquecedoras

- Gordura
- Açúcar
- Melhoradores
- Leite
- Ovo
- Malte

Matérias-primas importantes para o uso da Panificação e Confeitaria

- Chocolate
- Pré-misturas



5- Gerenciando o negócio

Os métodos básicos para administrar uma padaria e confeitaria não devem ser diferentes dos praticados por um executivo. Saber aonde se quer chegar, integrar essa visão com a capacidade dos recursos disponíveis e implantar um plano de ação através de um gerenciamento claro e consistente são alguns dos passos a serem tomados. Assim podemos destacar que, para o bom funcionamento da padaria e necessários controles eficientes nas seguintes áreas:

Gestão Administrativa e Financeira

Administrar bem envolve conhecimento e capacidade de apurar minuciosamente os gastos que são necessários para a produção de seus produtos e/ou serviços.

O empreendedor deve dispor de capital para cobrir os custos iniciais, como investimentos fixos, capital de giro e outros gastos necessários à manutenção da empresa durante a fase inicial, quando ainda não atingiu seu ponto de equilíbrio (ponto no qual a margem bruta acumulada cobre os custos operacionais).

Para saber qual o momento em que o negócio começará a dar lucro ou o ponto de equilíbrio é necessário apurar e acompanhar diariamente os custos fixos e variáveis. Os custos fixos são aqueles que a padaria desembolsa independente da produção ou não, por exemplo: aluguel, água, energia elétrica, telefone, entre outros.

Os custos variáveis são valores desembolsados de acordo com o nível de produção, ou seja, aumentou a produção, aumentou os gastos, como a compra de farinha de trigo e outras matérias-primas.

Dentre os controles utilizados para se apurar o resultado da empresa em um período pré-determinado está o quadro de Resultado Operacional. Nele devem ser lançados as vendas, estoque inicial, os custos com compra de mercadoria, o estoque final, as despesas operacionais, suas retiradas e investimentos como gastos com reformas ou aquisição de máquinas ou veículo.

Isso para no final do mês saber se a empresa teve lucro ou prejuízo, se faturou o que estava previsto, de acordo com as compras feitas no período analisado, e fazer as análises necessárias para melhorar o resultado ou corrigir a diferença do faturamento previsto para o faturamento real.

Gestão da Produção

Gerenciar o processo de produção envolve um conjunto de atividades que busca fabricar produtos oferecidos pela empresa dentro dos padrões estabelecidos, utilizando da melhor maneira possível os recursos produtivos disponíveis.

Isso significa produzir o que foi determinado, dentro da maior eficiência possível, o que implica em sistemas adequados de planejamento e controle da produção.



Planejamento de produção

O planejamento das atividades do setor de produção é importante para evitar desperdício de tempo e, principalmente dinheiro. A falta de conhecimento das etapas e controles, do potencial dos equipamentos e funcionários é um indicativo de que o empresário ou o responsável pelo setor precisa buscar informações a respeito dos mesmos.

Desta forma, para se planejar a produção é preciso alguns conhecimentos básicos a respeito de: máquinas; mão de obra; meio ambiente; método utilizado; matéria-prima, além de se ter clareza da ordem em que os processos devem ocorrer.

Controles para a produção

Para agilizar o processo de produção e verificar se tudo está correndo perfeitamente no setor é necessária a implantação de alguns controles, como estabelecer um calendário de produção, para organizar a fabricação a cada dia, de forma previsível, ajudando a definir a quantidade correta de matéria-prima a ser utilizada.

Também é importante organizar toda a sequência de trabalho, determinando um fluxograma da produção, para que fiquem bem determinadas todas as etapas da produção. Acompanhar de perto a produção ajuda a minimizar perdas, bem como facilita o alcance de um bom padrão de qualidade.

Gestão de Mercado

Tornar-se o primeiro a ser lembrado pelo cliente, e vê-lo voltar sempre para comprar é o objetivo de qualquer negócio. Nesse sentido, é preciso estar sempre alerta, acompanhar os passos da concorrência, driblar as armadilhas que aparecem e agir antes que os concorrentes. Para isso há, como arma o marketing que, bem utilizado, pode atingir em cheio seus objetivos e atrair mais clientes.

Há várias ações que podem ser realizadas pelos empreendedores, desde a pesquisa sobre a concorrência, o mercado ao qual se pertença, tendências de consumo, novos produtos que possam agregar valor ao mix, promover degustações de produtos, firmar parcerias com fornecedores ou outros empresários, enfim, há uma série de atitudes e atividades que podem fazer com que uma empresa se torne referência em seu nicho de atuação ou mesmo no mercado como um todo.

Usando promoções como mote para aumento de vendas

Para atrair o cliente, uma das ações mais antigas são as promoções. No entanto elas funcionam, e muito, desde que bem realizadas. O propósito de uma promoção é dizer ao público que a empresa tem aquele produto ou serviço que satisfaz a sua demanda.

Dentre os resultados obtidos com a pro-



moção podemos citar:

- Aumento nas vendas;
- Aumento na participação do mercado;
- Melhora da imagem da marca;
- Aumento do conhecimento do seu negócio;
- Identificação de vantagens competitivas;
- Preparação do terreno para vendas futuras.

Promoções podem ainda envolver festivais, que podem ser trabalhados, por exemplo com produtos específicos (como Festival de Bolo, Festival de Folhados) ou mesmo se aproveitando uma datas sazonais (Dia das Mães, Dia das Crianças, Natal).

O importante é a empresa nunca se acomodar e achar que o cliente irá até ela naturalmente. É preciso sempre sinalizar que você pode suprir suas demandas!

Cuidados para não ver sua empresa acabar

- Mantenha uma visão estratégica do negócio.
- Estude os concorrentes, consumidores, o mercado, novos produtos. Sempre.
- Entenda o processo de produção do seu produto.
- Mantenha a área de vendas atrativa, de forma que os clientes circulem bem por ela, se preciso, ou vejam bem produtos e preços e se sintam tentados a consumir. Aromas, iluminação, cores podem ajudar a influenciar o cliente positivamente.
- Invista num bom atendimento. Sorriso e conhecimento do que se vende fatalmente conquistarão os frequentadores.
- Controle o negócio. Acompanhe os resultados de vendas, de produção, veja perdas e desperdícios e atue para eliminá-los quando ocorrerem.

6- Links úteis

Sebrae: www.sebrae.com.br

Panficação no site do Sebrae: www.sebrae.com.br/padaria

ABIP: www.abip.org.br

ITPC: www.institutoitpc.com.br

Propan: www.propan.com.br

Portal do Empreendedor: www.portaldoempreendedor.gov.br

SENAI: www.portaldaindustria.com.br

ABIA: www.abia.org.br

Instituto Food Service Brasil: www.institutofoodservice.com.br

Pequenas Empresas Grandes Negócios: <http://revistapegn.globo.com/>

Estadão PME: <http://pme.estadao.com.br/>

Exame: <http://exame.abril.com.br/pme/>

Este é um conteúdo desenvolvido por meio
do convênio ABIP, ITPC e SEBRAE

