BUNGE com você

WWW.BUNGEPRO.COM.BR A REVISTA DO PANIFICADOR

ano 8 número 49

Saborosas e quentinhas

Aproveite o inverno para investir em um bufê de sopas



PÁG. 6 O assunto é.
Conheça o 1º MBA no setor de alimentos e bebidas do Brasil

PÁG. 10 Gestão e Negócios.
Saiba o que é meritocracia, que recompensa o bom desempenho

PÁG. 16 Receitas.
Sugestões para incrementar a festa junina da sua padaria

10 de julho é o Dia da Pizza.

Comemore preparando as melhores receitas com a Farinha Suprema Especial para Pizza.

Para oferecer aquela pizza crocante, com massa levinha, aos seus clientes, use a Farinha Suprema Especial para Pizza. Além de oferecer uma ótima extensibilidade, que facilita o manuseio da massa, tem um sabor suave e sai do forno douradinha, deixando seus recheios ainda mais apetitosos.

Experimente!

Refeição



SABE
BÜNGE ESPECIALISTAS
0800-7027105

www.bungepro.com.br

BÜNGE Pro
SOLUÇÕES EM FOOD SERVICE

CARTA DO EDITOR

Inverno de negócios quentes

Estamos entrando na estação mais fria do ano. Mas para o setor de food service isso significa aquecimento nos negócios: enquanto baixam as temperaturas do lado de fora, dentro das padarias o ambiente é próprio para oferecer receitas quentinhas e reconfortantes, que vão de um simples café com leite a um farto buffet de sopas. Esta tendência vem estimulando a criação de receitas criativas e exclusivas, como é o caso da Euroville, de São Paulo, que desenvolveu a sopa Roupa Velha, cuja receita pode ser conferida nesta edição.

O clima é também de festa. No mês de São João, São Pedro e Santo Antônio, as comidas típicas das festividades juninas ganham espaço na mesa do consumidor. Em nossas páginas de receitas, você irá aprender a preparar iguarias como muffin de quentão e o bolo de aipim decorado com bandeirinhas, entre outras. Vale ainda conhecer o exemplo da delicatessen baiana Pão e Vinho, que está investindo em um festival de receitas à base de milho desenvolvidas especialmente para esta época.

Em virtude do Dia do Panificador, comemorado em 8 de julho, aproveitamos para deixar aqui nossos votos de que esse seja um inverno próspero. Queremos renovar o nosso compromisso em colaborar com a especialização, a profissionalização e o desenvolvimento do setor, ajudando os panificadores a alcançarem o sucesso em seus negócios. A propósito, vale conferir o lançamento do 1º MBA específico para o ramo de alimentos e bebidas e ficar atento às incrições para o vestibular da Universidade São Camilo, que tem um dos mais respeitados cursos de gastronomia.

Parabéns e boa leitura

SUMÁRIO

REVISTA BUNGE COM VOCÊ – ANO 8 – Nº 49

4 SUA PALAVRA · Empório do Pão, a padaria gourmet modelo de Fortaleza
5 MARKETING · Máquinas multibandeiras facilitam operações com cartões de crédito
6 O ASSUNTO É · O 1º MBA em alimentação do Brasil, o consumo de café e delícias de milho
8 TENDÊNCIA · Inverno é tempo de sopas, leves, quentinhas e nutritivas
10 GESTÃO E NEGÓCIOS · Saiba o que é meritocracia, que valoriza o bom desempenho
14 BALCÃO · O novo Festival Temático da Bunge e o Dia da Pizza
16 RECEITAS · Bolo de aipim, muffin de quentão, pão Northenho e sopa de mandioquinha
20 LINHA DIRETA · Conheça os benefícios da **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês**
22 MEU SUCESSO · Eduardo Braga conta como se apaixonou pela panificação
23 AGENDA · Os próximos eventos que você não pode perder

BUNGE

Revista Bunge Com Você • Marketing Cecília Ávila Martins e Denise de Simoni • Coordenação Geral Editora 4 Capas • Diretora Editorial Mariella Lazaretti • Diretor Comercial Georges Schnyder • Projeto Gráfico Fábio Santos • Editor de Arte Eduardo Galdieri • Editora Ana Paula Kuntz • Colaboradores Luisa Cella e Marina Monaco (texto), Ruth Figueiredo (revisão), Tadeu Brunelli e Ricardo D'Angelo (fotos), Silvio Rogério da Silva (tratamento de imagens), Beth Freidenson (produção) • Jornalista Responsável Mariella Lazaretti (MTb nº 15457) • Impressão Vox Editora – Rua Dr. Rubens Meirelles, 71 – São Paulo, SP.

PARA FALAR COM A REVISTA, ENVIAR CARTAS E SUGESTÕES, ENTRE EM CONTATO COM EDITORA 4 CAPAS.
Rua Andrade Fernandes, 283 – CEP 05449-050, São Paulo, SP • Tel./fax (11) 3023-5509
e-mail: bungecomvoce@4capas.com.br.

sua PALAVRA

ALEXANDRE PEREIRA

A padaria modelo de Fortaleza

Uma das mais modernas padarias do país acaba de ser inaugurada em Fortaleza, Ceará. A Empório do Pão, empreendimento de Alexandre Pereira, atual presidente da Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria (Abip), abriu as portas para servir como exemplo de padaria *gourmet* a panificadores de todo o país. Ocupando 600 m² no sofisticado Shopping Pátio Dom Luís, a loja tem a produção supervisionada por chefs, que cuidam com esmero dos produtos servidos nos bufês. Também tem uma completa linha de pães e doces, uma extensa carta de cachaças e espaço para *happy hour*. Tudo para estar na vanguarda de uma tendência revolucionária para a panificação, que Alexandre Pereira garante ser viável em qualquer parte do país.



MANIA NACIONAL: AS PADARIAS GOURMET SÃO VIÁVEIS EM TODAS AS REGIÕES, DIZ ALEXANDRE PEREIRA

***Bunge Com Você* – O que caracteriza uma padaria gourmet?**

***Alexandre Pereira* –** A principal característica são os serviços diferenciados, que fazem da padaria um lugar para se consumir muito mais que pão, assim como o cuidado na elaboração dos cardápios e a variedade de produtos de conveniência. Na Empório do Pão, temos uma creperia, fazemos tapioca, servimos sushi, mantemos uma área ao ar livre para que as pessoas se sentem e aproveitem o fim de tarde durante um *happy hour*. Nossa carta de cachaças conta com cerca de 100 rótulos, vindos da região de Minas Gerais, e a seção de frios é suprida de produtos importados. Além de tudo isso, temos uma linha de delicatéssens com mais de 3 mil itens e pães especiais, como a tradicional baguete francesa.

Por que esse modelo de negócios é vantajoso?

Há pelo menos cinco anos, a Abip vem defendendo esse conceito porque ele favorece o máximo aproveitamento do potencial de compra de cada cliente. As padarias têm grande fluxo, mas, para aumentar o lucro, é preciso criar formas de elevar o valor do tíquete médio. E uma maneira de fazer isso é colocar à disposição do consumidor uma ampla gama de produtos para que ele saiba que pode encontrar de tudo ali. Assim, ele poderá recorrer à padaria para fazer compras, alimentar-se, divertir-se e até providenciar algum presente.

Esse conceito funciona para cidades pequenas?

Com certeza. O modelo funciona também em municípios menores, contanto que o panificador saiba adaptar o negócio à realidade da população local. Talvez uma padaria do porte da Empório dos Pães seja um exagero para uma cidade interiorana, mas mesmo uma padaria menor deve investir na variedade dos serviços, oferecendo um ambiente acolhedor e produtos de qualidade.

MARKETING

Aceita cartão? Sim, todos

Unificação dos terminais de pagamento, prevista para julho, trará vantagens para lojistas que aceitam cartões de crédito e débito

Pagamentos com cartões de crédito costumam ser rápidos e seguros. Contudo, muitos lojistas ainda deixam de oferecer essa conveniência devido ao alto custo para manter o sistema. Atualmente, o aluguel de um terminal de pagamento (POS) – mais conhecido como maquininha – custa de 55 a 85 reais, fora as taxas sobre as vendas (que podem chegar a 5% por transação), com as quais os empresários devem arcar. E, para satisfazer a todos os clientes, seria preciso ter uma maquininha para cada bandeira de cartão de crédito.

Contudo, para quem oferece essa conveniência o mercado brasileiro conta com cerca de 571 milhões de cartões, número que deve crescer 10% em 2010, de acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs) – número expressivo, que mostra que pode valer oferecer essa conveniência.

A partir de julho, porém, essa realidade deve mudar radicalmente: com o fim do contrato de exclusividade entre a bandeira Visa e a credenciadora Cielo (ex-Visanet), a tendência é a expansão do serviço multibandeiras. Isso significa que, com uma única maquininha (ou seja, pagando apenas um aluguel), o lojista poderá faturar as contas tanto com cartões Visa quanto com Mastercard, com Amex ou com Diners, e ainda com bandeiras menores, como Sorocred, Hipercard e Avista, entre outras.

O processo é semelhante ao que aconteceu com a telefonia celular. Desde que entrou em vigor a portabilidade numérica, as pessoas podem trocar de operadora sem perder o número do telefone. Agora, os consumidores vão poder escolher qual cartão usar, conforme lhes for mais conveniente.



FOTO: TADEU BRUNELLI

A credenciadora Redecard, por exemplo, já tem terminais habilitados para operar com 16 bandeiras de cartão. Agora, a Cielo, sua principal concorrente, vai entrar na disputa por novos estabelecimentos credenciados. Quem sai ganhando com essa concorrência acirrada é o lojista, que passa a ter maior poder de barganha junto às credenciadoras, que devem, em breve, oferecer novos preços, serviços e benefícios para ganhar a preferência dos lojistas. Estimativas da Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) indicam que a economia gerada aos lojistas de todo o país, devido à unificação das diversas máquinas processadoras das operações de cartões de crédito, pode chegar a 200 milhões de reais por mês.

A orientação da entidade é para que os empresários negociem um novo contrato com as credenciadoras, com taxas reduzidas, prazos para pagamento e, em princípio, sem fidelização.

O ASSUNTO É...

Especialização

MBA para a indústria de alimentos


FOTO: ISTOCKPHOTOS

A Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia) e o Instituto de Ensino e Pesquisa em Administração (Inepad) lançam o primeiro curso de MBA em Gestão para a Indústria de Alimentos e Bebidas do país, para oferecer capacitação específica aos profissionais do setor alimentício. "Há uma demanda por especialização dos profissionais que desejam focar na carreira e assumir cargos de liderança nesse mercado", diz Denis Ribeiro, diretor de Economia e Estatística da Abia. As aulas, que têm início no dia 9 de agosto, serão ministradas via internet, permitindo que pessoas de todo o país participem e interajam ao vivo com os professores. A grade curricular inclui disciplinas como Geração de Valor na Indústria de Alimentos, Tendências na Indústria de Alimentos, Gestão Financeira, Responsabilidade Socioambiental e ainda traz três opções de aprofundamento: marketing e negócios, operações e logística e/ou economia e finanças. A taxa de inscrição custa 300 reais e o valor das mensalidades é 650 reais, com descontos para os associados da Abia. Mais informações no site **www.mbaabiainepad.org.br**

Lançamento

Farinha especial é destaque em feiras

A **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês** foi exposta durante duas feiras voltadas para o setor de panificação que aconteceram no mês de abril: a Minas Pão 2010 – XI Feira Nacional de Panificação, Confeitaria e Sorveteria, que ocorreu de 15 a 17, em Belo Horizonte –, e na Fennopan – Feira Norte-Nordeste de Panificação e Food-Service, nos dias 23, 24 e 25, em Recife. Nessa última, um stand-padaria servia fornadas de pão francês para degustação e aprovação dos visitantes. O produto é pioneiro, tem vantagens técnicas exclusivas e leva o selo de qualidade *O Autêntico Pão Francês*, conferido pela Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip).



FOTO: FELIPE JAVA



FOTO: FERNANDO J. AZEVEDO

VISITANTES DA MINAS PÃO E FENNOPAN PROVARAM E APROVARAM O PRODUTO

Negócios

Cafezinho profissional

Uma pesquisa da Associação Brasileira da Indústria de Café (Abic) revelou que, durante 2009, 18% dos brasileiros passaram a consumir mais café e 5% pretendem aumentar a quantidade que consomem atualmente. O crescimento é atribuído à profissionalização do mercado, com a formação de baristas (profissional especializado em café) e a chegada de produtos diferenciados e de melhor qualidade, como descafeinados, expressos e outros tipos especiais, que incentivaram principalmente o hábito de tomar café fora de casa: entre a classe C, por exemplo, enquanto o consumo doméstico cresceu 4% em sete anos, o consumo fora do lar teve 170% de aumento. As mulheres já representam 54% do total do público, e a faixa etária que mais tem adotado esse costume é de pessoas entre 27 e 35 anos.



FOTO: ISTOCKPHOTOS

Aumento geral de consumo de café

Local	2003	2009	Crescimento
Em casa	96%	98%	2%
Fora de casa	14%	48%	242%

Evolução do perfil do consumidor por idade

Faixa etária	2003	2009
15 a 19 anos	13 %	13 %
20 a 26 anos	18 %	14 %
27 a 35 anos	21 %	23 %
36 a 50 anos	27 %	28 %
Mais de 50 anos	21 %	22 %

Fonte: Abic

Oportunidade

Milho de todo jeito



Localizada no município baiano de Eunápolis, no Estado onde acontece a maior festa de São João do país, a rede de delicatéssen Pão e Vinho está lançando seu primeiro Festival do Milho. "O desejo do nordestino por comer milho, assim como o dos visitantes que vêm participar da festa é insaciável durante as festas juninas. Para aproveitar esse potencial e alavancar as vendas, preparamos receitas exclusivas para essa época", diz a proprietária Eliane dos Anjos. Além de pamonha, curau, **broa** e munguzá *(tipo de mingau)*, as cinco lojas da rede oferecerão rocambole de frango e creme de milho, paçoca salgada de linguiça e milho, bolo cremoso de milho, licor de milho e bombom de milho coberto com chocolate ao leite, são algumas das receitas desenvolvidas especialmente para a ocasião. As festas juninas têm origem na celebração do aniversário de São João Batista, em 24 de junho. A data coincide com a chegada do inverno na América do Sul, quando os agricultores festejavam a colheita – especialmente a do milho – e, para afastar os demônios da esterilidade acendiam fogueiras. Os outros santos homenageados são Santo Antônio e São Pedro.

Receita

CONFIRA ESTA RECEITA NO PORTAL WWW.BUNGEPRO.COM.BR

TENDÊNCIA
SOPA

Sabor de inverno

Leve, quentinha e rica em nutrientes, a sopa deixa de ser entrada para ocupar o prestigioso status de prato principal

As padarias brasileiras tornaram-se as grandes especialistas em servir caldos, cremes e sopas. Tanto que muitos estabelecimentos estão passando a oferecer esse serviço todos os dias durante o ano todo. Para quem ainda não aderiu a essa moda, o inverno é o momento ideal para começar a investir nesse serviço e avaliar a receptividade do público. Algumas padarias optam pelo serviço *à la carte*, para que o cliente escolha o que lhe será servido à mesa, mas o método que mais se populariza é o *self service*, com diversas sopas expostas em uma bancada, ao lado de pães e bolos dos mais variados. Na padaria **Euroville**, de São Paulo, o *bufê* de sopas é tão procurado que chega a representar 50% do lucro líquido a cada mês. Ali, todos os dias são servidos cinco sabores, sendo que três deles são fixos (minestrone, canja de galinha e creme de mandioquinha) e dois variam. "Oferecemos essas três fixas porque são muito procuradas, mas, fora essas, temos outros 15 tipos", diz o proprietário Ernesto Mendes. Receitas únicas e especiais também atraem clientes. É o caso da "roupa velha" – que leva bacalhau, batata, couve-flor, brócolis, pimentões, ovos cozidos, salsa, cebola, alho, azeite e sal –, e é uma das mais procuradas da padaria.

OFEREÇA UMA BOA VARIEDADE DE PÃES NO BUFÊ, PARA APRESENTAR AOS CLIENTES OUTRAS ESPECIALIDADES DA CASA



FOTO: CALU MACHADO

As sopas são pratos que conservam as vitaminas e os nutrientes de todos os alimentos que foram cozidos, uma vez que a água não é jogada fora como em outros processos de cozedura. O alto teor de fibra e de água tem efeito saciante e, quando contém boa quantidade de legumes, carnes e ovos, as sopas podem substituir refeições completas.

Quase tão antiga quanto o descobrimento do fogo, a sopa surgiu quando o homem percebeu que as carnes duras de caça ficavam macias e mais saborosas quando cozidas com água. Todos os povos a incorporaram



FOTO: RICARDO D'ANGELO

Invista em:

AUXÍLIO DE NUTRICIONISTA
Para receitas balanceadas e nutritivas, que aproveitem o melhor dos ingredientes.

RECEITAS EXCLUSIVAS
Designe um cozinheiro para bolar e executar receitas originais, que sejam um diferencial no cardápio e fidelizem os clientes.

ESPAÇO APROPRIADO
Reserve um balcão para dispor *réchauds* e todos os aparelhos necessários para manter a sopa aquecida.

ACOMPANHAMENTOS CAPRICHADOS
Diversifique pães, bolos e salgados e prepare opções de sobremesa para apresentar aos clientes outras delícias feitas na cozinha da padaria. Você também pode servir a sopa dentro de minipão italiano.

à alimentação por ser um prato fácil e com alto valor nutritivo e energético. Hoje, cada país tem sua sopa típica, seja quente ou fria. Dois clássicos que fazem o gosto dos brasileiros são o caldo de feijão e o caldo verde, herdado da cultura portuguesa. O gazpacho é uma especialidade espanhola preparada com tomate, pepino, alho, pão e azeite, e é servida fria. Na França, a preferência é por receitas à base de frutos do mar, como a bouillabaisse, que também leva legumes. Originário do Japão, o missoshiro, preparado com soja, hondashi, tofu e cebolinha, é de baixíssimo teor calórico e conquistou o público apaixonado pela culinária oriental.

NUTRITIVAS: RICAS EM FIBRAS E VITAMINAS, AS SOPAS PODEM SER O PRATO PRINCIPAL DE QUALQUER REFEIÇÃO



FOTO: RICARDO D'ANGELO

Roupa-velha

Conheça a receita exclusiva da padaria Euroville, uma das preferidas dos clientes

Ingredientes

100 ml de **Azeite Andorinha Extra Virgem**
2 cebolas
6 dentes de alho
2 kg de bacalhau
2 couve-de-bruxelas
1 cabeça de couve flor
1 kg de batata
8 ovos
500 ml de leite de coco
3 pimentões
6 tomates
400 g de amido de milho
Colorau ou açafrão a gosto
Sal a gosto

Modo de Preparo

Refogue o **Azeite Andorinha Extra Virgem**, o alho e a cebola. Acrescente o açafrão. Adicione a água em que foi cozido o bacalhau (cerca de 2 litros por quilo de peixe) e complete com mais água até totalizar 10 litros. Coloque todos os outros ingredientes e espere ferver. Quando as verduras estiverem cozidas, acrescente o amido de milho para engrossar.

GESTÃO E NEGÓCIOS

Honra ao mérito

Ao reconhecer e recompensar o desempenho dos funcionários, empresários garantem resultados melhores

Jorge Ferreira de Sousa, chefe de confeitaria da padaria Dona Deôla, começou este ano de 2010 com tudo, literalmente. Ele se empenhou muito durante os 12 anos em que trabalhou na panificadora e foi recompensado de diversas formas. Jorge ganhou todos os prêmios oferecidos pela empresa para os funcionários que apresentem os melhores resultados: uma viagem para o Nordeste, uma televisão e uma moto. Tudo isso graças a seu esforço e aos estímulos oferecidos pela rede de padarias que trabalha com a política de reconhecer e recompensar os bons resultados dos funcionários – a chamada meritocracia. Sua aplicação na panificadora Dona Deôla trouxe ótimos resultados para os funcionários, que, consequentemente, se refletirá nos negócios: "Neste ano comecei superdisposto e muito mais dedicado, não só para ganhar tudo de novo, mas também para influenciar outros a seguir meu caminho", diz Jorge. "Trabalho aqui há 12 anos e desde que foi implantada essa política, todos estão muito mais empenhados no trabalho".



O método de reconhecimento, recompensa e premiação em razão dos resultados garantem maior engajamento da equipe, que se sente elemento fundamental para o crescimento da corporação, buscando sempre levar resultados diretos para sua evolução dentro da empresa. "Muito utilizada hoje por sistemas de governo e empresas, e que pode ser perfeitamente adaptada a padarias, a forma de fazer gestão privilegiando o mérito e a capacidade do indivíduo faz tão bem para o crescimento e engajamento do colaborador quanto para os resultados práticos nas empresas", afirma Vicky Bloch, consultora de empresas e gestão de pessoas da empresa Vicky Bloch Associados. "O segredo do sucesso de uma empresa está nas pessoas", diz.

Para reconhecer e recompensar os bons resultados, é preciso haver parâmetros para os julgamentos, por isso, provas e avaliações de desempenho são necessárias tanto para evitar julgamentos pessoais quanto para deixar claro para o funcionário

o que se espera dele e o que ele deve fazer para crescer e ser beneficiado na empresa. "Nos últimos dois anos, a rede Dona Deôla passou a adotar ações meritocráticas para os funcionários que mais se destacam na qualidade do serviço", diz Susana Hepner, coordenadora de marketing da empresa.

Uma delas é a Deôla de Ouro. Implantada para avaliar as quatro lojas da rede, que passam por questionários específicos de cada departamento, como administração, marketing, compras e qualidade. No questionário de marketing, avalia-se a comunicação visual, a postura dos funcionários e o atendimento. Os questionários são bimestrais e realizados pelos coordenadores dos departamentos, que atribuem notas a cada setor. Uma média de cada loja é tirada e a loja vencedora ganha um ponto. No fim do ano, os pontos são somados e a unidade mais bem pontuada recebe o título de Deôla de Ouro. A loja recebe uma placa de honra ao mérito e todos os funcionários recebem um prêmio.

Outra ação de reconhecimento e gratificação é o Funcionário de Ouro, que ocorre mensalmente e é o preferido dos trabalhadores. São questionários de desempenho, que contemplam quesitos pessoais *(pontualidade, higiene pessoal, uso adequado do uniforme, etc.)*, operacionais *(uso correto dos equipamentos, limpeza do local de trabalho)* e qualidade no atendimento *(simpatia, atenção ao cliente etc.)* e cada um deles vale ponto. Quem responde o questionário, que é dividido entre a loja e a indústria, são os supervisores de cada loja, que mantêm um relacionamento diário com os funcionários. Depois de respondidos, os colaboradores são chamados um a um para ver sua nota, os pontos em que estão bem e aqueles que precisam ser melhorados, explicitando sempre o que é esperado deles e como eles devem trabalhar e se portar para garantir todos os pontos.

Após serem devidamente preenchidos, discutidos e assinados pelos funcionários, os formulários de todas as lojas são novamente enviados para o departamento de marketing, que elegerá, por meio da nota mais alta, o Funcionário de Ouro, que são cinco em cada loja, três do atendimento, um em cada turno, e dois da indústria. Os ganhadores recebem uma quantia em dinheiro e um símbolo de mérito, o *pin* de ouro, para ostentar o bom desempenho.





EQUIPE QUE VALE OURO: FUNCIONÁRIOS DA DONA DEÔLA SÃO AVALIADOS MENSALMENTE E GANHAM NOTAS QUE PODEM RENDER PRÊMIOS NO FINAL DO ANO



MERECIMENTO: POR SUA DEDICAÇÃO E TRABALHO EXEMPLAR, JORGE JÁ GANHOU VIAGEM, TELEVISÃO E MOTO

Para garantir o máximo de engajamento, o funcionário que mais ganhar o *pin* de ouro ao longo do ano, recebe na festa de fim de ano o título de funcionário do ano, e também leva para casa um prêmio maior, do nível de uma televisão tela plana, como em 2009.

Além dessas bonificações pelos bons resultados, os funcionários que somarem mais de quatro *pins* de ouro têm a chance de participar também, na festa de fim de ano, da loteria de ouro, que tem como prêmio uma moto no valor de 12.000 reais.

Para garantir a sensação de orgulho por fazer parte da equipe Deôla, a rede começou ano passado a presentear seus funcionários com mais de 10 anos de casa com uma placa de honra e uma viagem ao Nordeste. "Estas políticas de reconhecimento e recompensa que oferecemos são um investimento que trouxe resultados extremamente positivos para nossa rede, como aumento considerável na melhoria do atendimento, maior trabalho e cooperação em equipe, menor quantidade de desperdício. Tudo isso é visto a olho nu e também na redução de reclamações por parte dos clientes", afirma Susana Hepner.

Para a coordenadora de marketing da rede de padarias, é fundamental dar valor ao funcionário e instigá-lo a buscar melhorias em sua função e, por consequência, em toda a empresa. "Sem dúvida, depois que a política de meritocracia foi implantada na Dona Deôla, os funcionários estão mais dedicados e buscam fazer as tarefas plenamente por causa dos estímulos que oferecemos. Eles têm ciência de que só ganhará o Funcionário de Ouro se fizerem tudo dentro dos critérios estipulados e exigidos. Eles sabem que não podem chegar atrasados, não podem faltar sem justificativa, e sabem também que serão avaliados todos os meses", diz Susana.

A meritocracia traz resultados pontuais e positivos tanto para o colaborador quanto para a empresa. É uma metodologia que assegura melhores resultados, uma vez que é focada em objetivos concretos. "O sistema de reconhecimento das pessoas tem vantagens em qualquer situação, seja qual for a forma de recompensa, pois os colaboradores se sentem distinguidos e individualizados", afirma a consultora de empresas Vicky Bloch.

Adote essa política

- **Antes de tudo, estabeleça as regras do jogo: deixe explícito a cada funcionário quais são suas funções e o que se espera dele no trabalho e também esclareça quais são as metas que devem ser atingidas por cada pessoa e departamento.**
- **Defina ao início de cada mês, semestre ou ano que tipo de recompensas serão adotadas em sua política de meritocracia e com que periodicidade serão concedidas: valem homenagens internas (como placa de destaque para o funcionário do mês), prêmios em dinheiro, cursos de especialização ou até mesmo uma celebração em equipe.**
- **Valorize os colaboradores engajados: além daqueles que apresentam melhor desempenho, procure homenagear aqueles mais esforçados ou que estão há muitos anos na casa, para que se sintam reconhecidos e estimulados a continuar se dedicando à empresa.**
- **Estruture um esquema de avaliação imparcial: para evitar um julgamento parcial ou pessoal, utilize sistemas de exames de rendimento com parâmetros fixos e questões padronizadas para os questionários.**
- **Crie canais de comunicação direta entre funcionários e seus superiores: dar explicações sobre os resultados bons e também os ruins – o famoso feedback – é importante para que os funcionários saibam como podem melhorar seu desempenho. É importante fazer disso uma via de mão dupla, para que os funcionários também possam opinar sobre o funcionamento da empresa.**

O Autêntico Pão Francês tem o selo de identificação.

A Bunge investiu em tecnologia e buscou ingredientes inovadores para ampliar de forma expressiva a qualidade da Farinha

Suprema
PÃO FRANCÊS

Com isso criou a 1ª farinha do Brasil, especial para Pão Francês, que apresenta alguns importantes diferenciais:
- Maior absorção de água e rendimento;
- Melhor estabilidade e uniformidade;
- Pães com excelente volume e pestanas bem definidas.



O *Autêntico Pão Francês* é certificado pela Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria

BÜNGE Pro
SOLUÇÕES EM FOOD SERVICE

BALCÃO BUNGE

Delícias do momento

Com a temática da Copa do Mundo, novo material promocional da Bunge coloca as padarias em clima de comemoração

Não bastando um, há dois motivos de comemoração nos próximos meses: a Copa do Mundo, que é uma paixão, e as festas juninas, que são uma delícia. Em uma ação que vincula os dois eventos do momento, a **Bunge** lança o **Festival Temático Delícias do Momento Festa Verde e Amarela**. Os produtos trabalhados, dependendo da região, serão bolos, pizzas e petiscos.

As regras serão as mesmas do festival promovido no Dia das Mães: os clientes que participarem receberão receitas exclusivas e colecionáveis para oferecer aos consumidores pratos diferentes e saborosos durante os jogos. O material de apoio decorativo consiste em bandeirolas, precificadores e cartazes, além da consultoria de um profissional que poderá visitar o estabelecimento para dar mais orientações.

O festival é mais uma iniciativa da **Bunge** para estreitar o relacionamento com seus clientes e reforçar a importância comercial das datas comemorativas no setor de panificação, confeitaria e refeição. "A proposta é integrar toda a cadeia", diz Cecília Ávila Martins, gerente de marketing da **Bunge**. "O consumidor leva produtos de qualidade, o padeiro é valorizado e recebe treinamento, o dono da padaria conquista clientes, divulga seus produtos e aumenta o faturamento", conclui, lembrando que o Festival do Dia das Mães elevou em mais de 250% as vendas de alguns estabelecimentos.



MATERIAL DE APOIO DECORATIVO CONSISTE EM BANDEIROLAS, PRECIFICADORES E CARTAZES

Lucro em pedaços

O dia da pizza, comemorado em 10 de julho, dá um ânimo a mais para este mercado que já invadiu as padarias

Uma pesquisa realizada em novembro de 2009 pela consultoria ECD Food Service revela que, no Brasil, a produção em uma pizzaria de médio porte, que trabalha só com delivery, é de duas mil pizzas por mês, em média. Naquelas que têm salão para servir os clientes no próprio local, o número médio é de 3600 unidades de oito pedaços.

Para as padarias, o Dia da Pizza, comemorado em 10 de julho, pode ser uma boa oportunidade para reforçar a venda desse produto e aumentar os lucros. Afinal, não é difícil começar a produzi-las, já que os ingredientes para a massa são praticamente os mesmos usados para fazer pães. Em padarias da zona sul de São Paulo, por exemplo, o lucro bruto mensal obtido com a venda de pizzas (cerca de 35 unidades por dia), a um preço de 2,70 reais por pedaço, é de aproximadamente 20 mil reais.

A opção costuma fisgar principalmente aqueles clientes que mais apressados, dispostos a comer algo rápido que já esteja pronto no balcão. Assim, colocá-las junto aos outros salgados pode ser um bom termômetro para avaliar se a redonda é realmente a mais querida do Brasil.

Refeição



Para garantir sempre a vontade de mais um pedaço, conte com a qualidade da Farinha Suprema Especial para Pizza

- A cor clara permite uma massa mais branquinha, que ressalta o dourado após o forno.
- Ótima extensibilidade, que facilita o manuseio da massa.
- A pizza fica com um sabor leve e suave, textura crocante por fora e macia por dentro, valorizando o toque dos recheios.



Pizza Marguerita

Feita de muçarela, tomate e manjericão, esta é a receita mais tradicional do mundo

Ingredientes:

1ª Etapa: Massa

Farinha Suprema Especial Para Pizza
pré-assada conforme instruções da embalagem

2ª Etapa: Cobertura

40 g molho de tomate
300 g queijo muçarela (moído)
30 g tomate fresco em rodelas
5 g manjericão (folhas frescas)

Modo de preparo:

1. Espalhe o molho de tomate sobre o disco de massa. **2.** Cubra com queijo muçarela de forma bem generosa. **3.** Acrescente as rodelas de tomate e leve ao forno bem quente. **4.** Quando a massa estiver crocante e o queijo derretido, retire do forno e espalhe folhas frescas de manjericão.

Rendimento: porção individual
Grau de dificuldade: baixo

RECEITAS
BUNGE

Bolo de Aipim e Especiarias

Sempre presente nas Festas Juninas, este bolo de aipim enriquecido com castanha de caju e coco ralado recebeu também os aromas de erva-doce, café, canela e cravo-da-índia, resultando num bolo de sabor especial

- Dificuldade: *fácil*
- Rendimento: *10 unidades de 1,1 kg*
- Tempo de preparo: *1 hora*

Passo a passo

CONFIRA ESTA RECEITA NO PORTAL WWW.BUNGEPRO.COM.BR



FOTO: JADEU BRUNELLI | PRODUÇÃO: BETH FREIDENSON | PRATO, STELLA FERRAZ • CANECAS, AGAIN • TECIDO, DONATELLI

Ingredientes

Base

5 kg de **Mistura Pré-Mescla para Bolo Sabor Aipim**
3 litros de leite integral
2 kg de ovos
1 kg de castanha de caju triturada (xerém)
1 kg de coco seco ralado
10 g de erva-doce
45 g a *50 g* de café solúvel
5 g de sal
3 g de canela em pó
2 g de cravo em pó
Margarina Suprema para untar
Farinha de Trigo Suprema para polvilhar

Decoração

400 g de açúcar de baunilha

Modo de Preparo

Dissolva o café solúvel no leite e reserve. Em batedeira, leve os ovos, a **Mistura Pré-Mescla para Bolo Sabor Aipim**, as especiarias, o leite reservado e bata em velocidade média por 3 minutos. Adicione o coco, a castanha de caju triturada e bata por mais 1 minuto. Despeje a massa em uma assadeira quadrada, untada com **Margarina Suprema** e polvilhada com **Farinha de Trigo Suprema.** Leve para assar em forno preaquecido à temperatura de 180 °C, por 35 a 40 minutos. Retire do forno e deixe esfriar.

Decoração

Posicione o estêncil de bandeirolas sobre o bolo e polvilhe o açúcar de baunilha. Retire o estêncil delicadamente e corte no tamanho e formato desejados.

Muffins de Quentão

Deliciosos bolinhos individuais elaborados com massa de bolo neutro acrescida de quentão e pedacinhos de maçã cozida. Decorados com chantilly, gengibre ralado e paçoca, esta delícia será a atração das Festas Juninas deste ano



Dificuldade: fácil
Rendimento: 50 unidades de 50 g
Tempo de preparo: 1 hora

Passo a passo

CONFIRA ESTA RECEITA NO PORTAL WWW.BUNGEPRO.COM.BR

Ingredientes

Quentão

300 g de cachaça
300 g de água
200 g de maçã picada
200 g de açúcar
80 g de gengibre em pedaços
Casca de meio limão
Casca de meia laranja
1 a 2 unidades de canela em pau
2 a 3 cravos-da-índia

Bolo

1 kg de **Mistura Pré-Mescla para Bolo Neutro**
400 g de quentão (com as maçãs picadas)
100 g de ovos
200 g de gemas

Decoração

900 g de **Creme Chantilly Ricca** gelado
50 g de gengibre fresco ralado
200 g de paçoca

Modo de Preparo

Quentão

Em uma panela, leve todos os ingredientes para cozinhar, em fogo baixo, por aproximadamente 10 a 15 minutos. Desligue o fogo, adicione a cachaça, misture bem, tampe e deixe esfriar. Retire as cascas de laranja e limão, o pau de canela, os cravos e o gengibre. Reserve.

Massa

Em batedeira, leve todos os ingredientes para misturar, em velocidade média, por 5 minutos. Adicione as maçãs cozidas e picadas. Coloque formas de papel para muffins dentro de formas de empada ou de quindim, adicione a massa até preencher 3/4 da forma e leve para assar em forno preaquecido à temperatura de 180 °C por 20 minutos.

Decoração

Bata o **Creme Chantilly Ricca** com o gengibre ralado, conforme instruções na embalagem. Com a ajuda de uma manga e um bico de confeitar, aplique o chantilly sobre os muffins e finalize com a paçoca esfarelada.

Pão Nortenho

Pão rústico, elaborado com farinhas de trigo e de centeio, fermento natural, azeite extravirgem e azeitonas pretas. Decorado com cortes especiais, este pão é ideal para ser consumido como acompanhamento de refeições



Dificuldade: média
Rendimento: 23 unidades 420 g
Tempo de preparo: 4 horas

Passo a passo

CONFIRA ESTA RECEITA NO PORTAL WWW.BUNGEPRO.COM.BR

Ingredientes

Massa

5 kg de **Farinha de Trigo Suprema**
3 kg de fermento natural
2,5 kg de água
100 g de sal
100 g de fermento biológico fresco
500 g de farinha de centeio
100 ml de **Azeite Andorinha Extra Virgem**
300 g de azeitonas pretas ou verdes, fatiadas

Fermento natural

1 kg de **Farinha de Trigo Suprema**
200 g de iogurte natural integral
200 ml de água
Quantidade suficiente de **Farinha de Trigo Suprema**
Quantidade suficiente de água

Decoração

Sal grosso

Modo de Preparo

Fermento natural – em masseira, leve o iogurte, 1 kg de **Farinha de Trigo Suprema** e 200 ml de água para bater até formar uma massa, sem ponto de véu. Retire da masseira, coloque em recipiente com tampa e leve para descansar por 24 horas em temperatura ambiente. Pese a massa e adicione o peso encontrado em metade de farinha de trigo e metade de água. Misture à mão ou na masseira e leve para descansar em geladeira por mais 24 horas. Repita o processo, adicionando farinha e água por mais 3 dias. Conserve o fermento sempre em geladeira.

Massa – reserve a água. Em masseira, coloque a **Farinha de Trigo Suprema,** os demais ingredientes e a água, aos poucos, para bater por aproximadamente 5 minutos em velocidade média e 7 a 8 minutos em velocidade alta, até obter ponto de véu. Divida a massa em 21 unidades de 500 g, boleie e deixe descansar por 20 a 30 minutos. Torne a bolear, disponha sobre assadeiras perfuradas, previamente untadas com **Margarina Suprema** e leve para fermentar, em armário fechado, por 1h30 a 2 horas. Peneire a farinha de trigo sobre cada pão e com a ajuda de um bisturi, faça 4 cortes laterais, na vertical, sem juntá-los. Com a ajuda de uma tesoura, faça cortes horizontais na parte superior dos espaços entre os cortes verticais, de forma a modelar bicos. Leve para assar em forno preaquecido à temperatura de 170 °C, com vapor, por 50 a 60 minutos, sendo os 30 minutos finais com a porta entreaberta, para secar o pão.

Obs.: se optar por fazer a receita somente com fermento biológico, ajuste a quantidade de água.

Sopa de Mandioquinha com Pimentões e Minialmôndegas

Sopa cremosa de mandioquinha enriquecida com cubinhos de pimentões e adicionadas de minialmôndegas de carne. Saborosa e nutritiva se traduz numa refeição leve, completa e ideal para os dias de inverno

Ingredientes

Creme de mandioquinha

2,3 kg de mandioquinha
3 litros de água do cozimento
1 litro de **Creme Culinário Cukin**
500 g de cebola picada
500 g de pimentão vermelho picado
500 g de pimentão verde picado
40 a *50 g* de alho picado
40 ml de **Azeite Andorinha Extra Virgem**
60 a *80 g* de caldo de frango
Sal e pimenta a gosto

Minialmôndegas

1 kg de carne moída
250 g de pão amanhecido triturado
200 g de cebola ralada
150 g de ovos
35 g de alho
Sal e pimenta a gosto.
1 kg de **Gordura Vegetal Cukin Fry** para fritar

Modo de Preparo

Minialmôndegas

Em uma tigela, misture todos os ingredientes, modele na forma de minialmôndegas e leve para fritar em **Gordura Vegetal Cukin Fry**, aquecida a 190 °C. Escorra em papel absorvente e reserve.

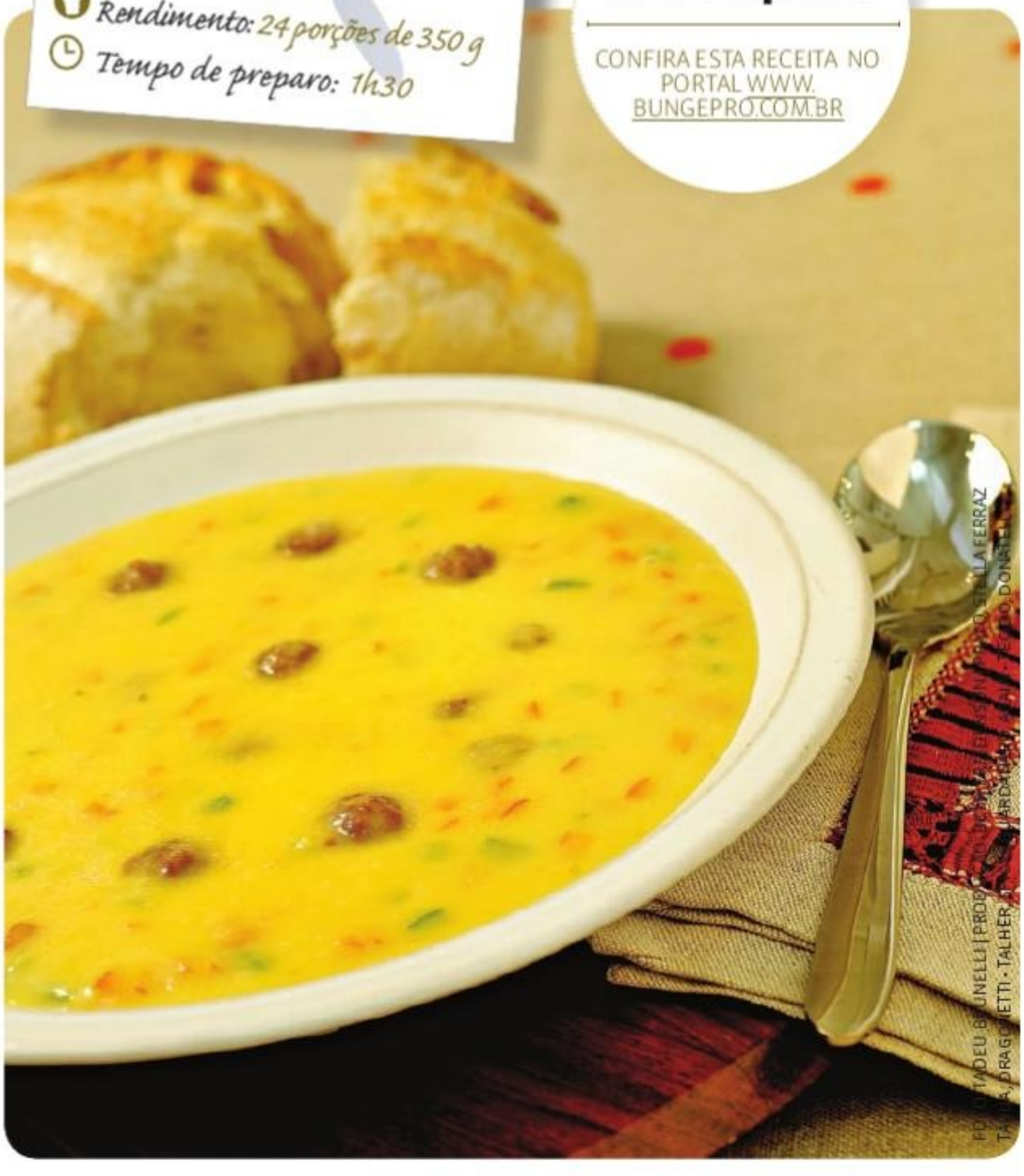
Creme de mandioquinha

Lave as mandioquinhas, retire-lhes as pontas e os pontos escuros. Em uma panela, adicione as mandioquinhas, a água, o caldo de frango e leve para cozinhar até que estejam bem macias. Se necessário, durante o cozimento, acrescente aos poucos água fervente. Retire as mandioquinhas e pese a água do cozimento, acrescentando mais água, se necessário, até completar 2,5 litros. Leve tudo para bater em liquidificador e reserve. Em uma panela, aqueça o **Azeite Andorinha**; junte o alho, a cebola, os pimentões e refogue. Adicione as mandioquinhas batidas e cozinhe por 3 minutos. Por fim, junte o **Creme Culinário Cukin**, misture bem e acerte o sal. Adicione as minialmôndegas e sirva quente.

Dificuldade: fácil
Rendimento: 24 porções de 350 g
Tempo de preparo: 1h30

Passo a passo

CONFIRA ESTA RECEITA NO PORTAL WWW.BUNGEPRO.COM.BR



LINHA DIRETA BUNGE

NOSSOS ESPECIALISTAS TIRAM SUAS DÚVIDAS

CENTRO DE SERVIÇOS E ATENDIMENTO AO CLIENTE

Crocante e macio, na medida certa

O pãozinho francês de todas as manhãs fica mais apetitoso, crocante e dourado com um novo ingrediente especial: a Farinha de Trigo Suprema Pão Francês

A Bunge desenvolveu, depois de muitas pesquisas, tecnologia e inovação, a **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês,** com o intuito de padronizar e melhorar significativamente a qualidade do produto final. "O projeto nasceu com base em um grande trabalho que estávamos desenvolvendo com a equipe de Inovação para a criação de um produto que apresentasse uma real percepção de melhora na qualidade final do pão francês", diz Cecília Ávila, gerente de marketing da Bunge.

A **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês** não é uma pré-mistura. O produto, pioneiro no mercado, nasceu com o respeitável aval da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (Abip), que conferiu-lhe o selo de qualidade "O autêntico pão francês", um pão de casca crocante e textura fina, de cor uniforme castanho-dourado e miolo de cor branco-creme com textura e granulação fina desigual, com uma das pestanas laterais bem levantada e peso unitário de 50 gramas.

De acordo com o presidente da Abip, Alexandre Pereira, a criação da farinha é muito importante para a padronização do pão francês, que está perdendo mercado para o pão industrial. "Com um país grande como o nosso e com diversas receitas do pão, um típico produto brasileiro e que representa 30% das vendas nas panificadoras, a padronização da receita trará aos consumidores o tradicional pão francês em qualquer parte do Brasil, o que resultará em aumento do consumo, uma vez que o pão terá a garantia do Tradicional Pão Francês, avalizada por nós da **Abip**", afirma Alexandre.



ILUSTRAÇÃO: DENIS DME

Além dos elementos comuns à farinha, como o ferro e o ácido fólico, a **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês**, própria tanto para a longa quanto para a curta fermentação, apresenta mais estabilidade e uniformidade. O principal diferencial do produto é a maior absorção de água, apresen-

tando maior rendimento e resultamdo em pães com mais volume, crocância e pestanas bem definidas. De acordo com o chef Luiz Farias, gerente nacional de serviços e atendimento ao cliente **Bunge**, o pão francês leva poucos ingredientes, sendo a farinha a base da receita. "Uma farinha selecionada e bem balanceada, como a **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês**, é o que garante a qualidade final do pãozinho", diz.

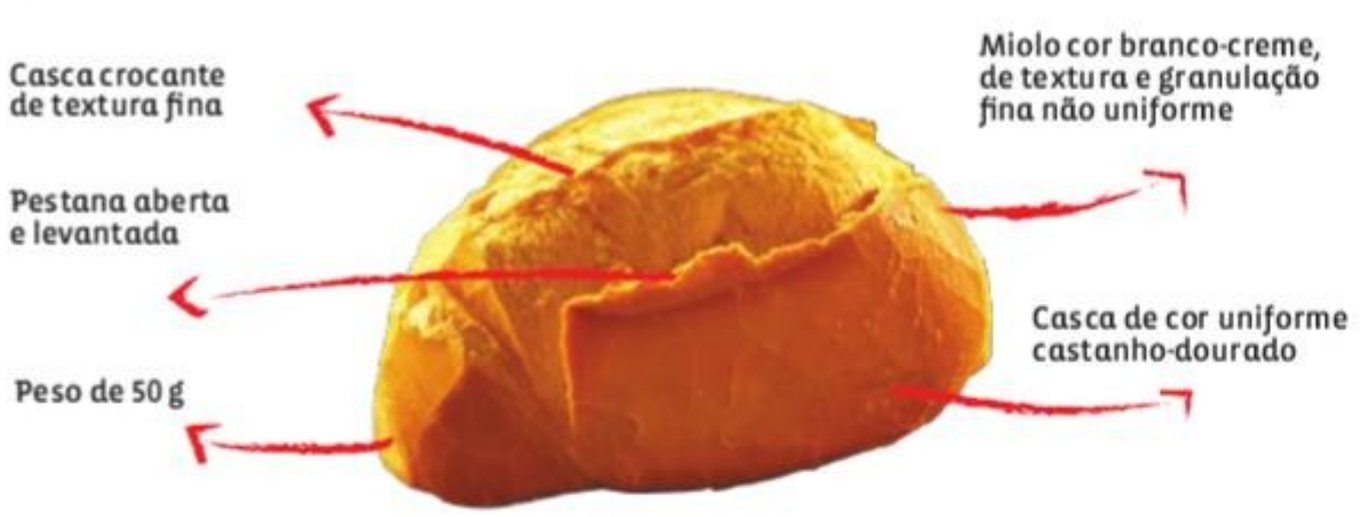
"O pão francês é, em geral, o produto que leva a maioria dos consumidores a visitar a padaria todos os dias. Por isso, é indispensável oferecer um produto de qualidade. Quem de nós não repete pelo menos um pedacinho quando o pão está fresquinho e saboroso?", diz Cecília Ávila Martins, gerente de marketing da **Bunge**, que espera um aumento mínimo de 30% nas vendas do pão francês nas padarias.

As padarias que aderiram à nova farinha já sentiram os bons resultados em suas fornadas. "Ao usar o novo produto, percebemos uma grande diferença em relação aos pães que fazíamos anteriormente. A casca ficou douradinha, de textura fina e crocante, a pestana lateral estava aberta e levantada, e todos os pães saíram com peso unitário de 50 gramas. Muitos dos meus clientes vieram me dizer que sentiram uma diferença expressiva no pão, alguns até disseram que no dia seguinte o pãozinho ainda estava macio", diz o proprietário da Padaria Santa Helena, Luciano Celeste.

A **Farinha de Trigo Suprema Pão Francês** é distribuída em sacos de 25 quilos e pode ser adquirida da equipe de vendas e com os representantes da **Bunge**, e os distribuidores parceiros, em todo o Brasil. A **Bunge** oferece ainda aos padeiros o auxílio de chefs espalhados por todo o país para tirar suas dúvidas: **Serviço de Atendimento Bunge Especialistas (Sabe) – tel. 0800-7027105.**



→ Características do pão francês validadas pela Abip



→ Cor da casca



→ Miolo



→ Textura da casca



→ Peso: 50 g

SABE
SERVIÇO DE ATENDIMENTO
BUNGE ESPECIALISTAS
0800-7027105

* É importante lembrar que as respostas são genéricas e servem apenas como parâmetro. Caso você prefira uma assessoria personalizada, ligue para o **SABE**, no telefone **0800-7027105.**

MEU SUCESSO

EDUARDO BRAGA

Atraído pela química da panificação

O cheiro do pão saindo do forno foi fatal para o herdeiro abraçar o negócio familiar



DUDA, O HOMENAGEADO: A LANCHONETE QUE LEVA SEU NOME USA PÃES ENCONTRADOS EM OUTRA EMPRESA DA FAMÍLIA, A PADARIA ROMANA

"Durante a adolescência eu costumava acompanhar meu pai, José Pompeu, nas visitas ao setor de produção da Romana, nossa padaria fundada por ele em 1984. Observando todo aquele movimento, as máquinas trabalhando e as mãos na massa, literalmente, fui me encantando com o mundo da panificação. Especialmente com esse departamento, em que, numa química perfeita, farinha, água, ovos, margarina e outros ingredientes se unem para dar forma a produtos maravilhosos, com cheiro e sabor que são ainda mais gostosos para quem tem o privilégio de vê-los saindo do forno. Não é difícil, portanto, entender por que nunca pensei em outra carreira que não fosse ser empresário de panificação.

Em 1987, quando tinha 14 anos, expandimos os negócios da família com a inauguração de uma lanchonete, a **Duda's Burger** – um braço da Romana, especializado em lanches rápidos. O nome, diga-se de passagem, não deixa de ser uma homenagem ao caçula dos filhos de José Pompeu: eu mesmo (Duda é meu apelido). Nosso pai ainda participa como conselheiro máximo da empresa, mas a gestão já está com a nova geração: hoje, a administração das lojas está sob o comando de meus irmãos, enquanto eu cuido do setor de produção industrial que sempre foi meu foco principal. Ali, o trabalho é intenso, uma vez que, além da padaria e da lanchonete, abastecemos outros 100 pontos de venda em Fortaleza, Ceará, com bolos, biscoitos e pães com a marca Romana. Para ter uma ideia do volume da produção, usamos diariamente 7.500 quilos de farinha.

Essa alta capacidade foi conquistada graças aos investimentos em tecnologia feitos continuamente no decorrer desses anos. Com a automatização da produção, atingimos um alto padrão de qualidade, e a informática contribui com um gerenciamento preciso dos negócios. Outro detalhe do qual não abrimos mão é o treinamento dos funcionários, que só na linha de produção somam quase uma centena. Com base em parcerias com fornecedores como a Bunge, realizamos um trabalho de atualização, aperfeiçoamento com nossos colaboradores, para fomentar a motivação e o compromisso em manter nossa empresa como referência nacional.

Raio X

Duda's Burger
Área: 500 m²
Número de funcionários: 500, em toda a rede
Rua Barão do Rio Branco, 992
Fortaleza, CE
Tel. (85) 3433-6229

AGENDA BUNGE

ATUALIZE SEUS CONHECIMENTOS

Anote e não perca

Alguns dos principais eventos do ano estão chegando, cheios de novidades e lançamentos para o setor de *food service*

Novidades

ACOMPANHE NO PORTAL AS ATUALIZAÇÕES DOS CURSOS E EVENTOS WWW.BUNGE.COM.BR

FEIRAS E EVENTOS



JULHO

Fipan

No dia 20 de julho começa a 17ª edição da Fipan, a maior feira de panificação, confeitaria e *food service* da América Latina. A feira é uma enorme vitrine destinada a promover negócios para todos os segmentos que operam o *food service*, sendo um importante canal entre a indústria e os segmentos transformadores. Os destaques desta edição serão o salão industrial, a rodada de negócios, o 7º Pancofest e o 2º ciclo de palestras IDPC/Fipan

Data: de 20 a 23
Local: Expo Center Norte – R. José Bernardo Pinto, 333, Vila Guilherme, São Paulo, SP
Informações: www.fipan.com.br

EXPO BRASIL CHOCOLATE

Primeira exposição de chocolates, produtos e equipamentos, com cerca de 50 expositores. Participação de produtores e fabricantes de matéria-prima, marcas industriais gourmets e artesanais, franquias, docerias, confeitarias, gelaterias, representantes exclusivos, entre outros.
Data: de 22 a 25
Local: Centro de Eventos São Luís – Rua Luís Coelho, 323, Consolação, São Paulo, SP
Informações: www.expochocolate.com.br

1º Salão da Indústria de Alimentos – SAI

Exporão durante a feira cerca de 150 fornecedores que atendem às indústrias de médio e grande porte, produtoras de biscoitos, massas, pizzas, bolos, chocolates e sorvetes.
Data: de 20 a 23
Local: Expo Center Norte – R. José Bernardo Pinto, 333, Vila Guilherme, São Paulo, SP
Informações: www.sindipan.org.br

AGOSTO

EQUIPAR

Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para Alimentação Fora do Lar e 8ª Feira de Negócios da Abrasel, Juiz de Fora, Minas Gerais. Com a presença de fabricantes, produtores e distribuidores de alimentos in natura, orgânicos e processados, bebidas, utensílios, mobiliários, uniformes, materiais e serviços de limpeza, higiene, manutenção e conservação, treinamentos, cursos, palestras e cozinha show.
Data: de 24 a 26
Local: La Rocca Centro de Eventos – Av. Deusdedith Salgado 2400, Juiz de Fora, MG
Informações: www.abraseljf.com.br

cursos

Abertas as inscrições para o vestibular da São Camilo



Dia 20 de junho acontece a prova para o vestibular da Universidade São Camilo, na cidade de São Paulo, que conta com um dos melhores cursos de gastronomia do país. As cozinhas experimentais, que reproduzem ambientes industriais em escala reduzida, são tão bem equipadas que vêm sendo utilizadas pela **Bunge** para as aulas do **Circuito de Capacitação**. A graduação forma profissionais habilitados para atuar em cozinhas de hotéis, restaurantes, confeitarias, padarias, lanchonetes, crítica gastronômica, entre outros. As inscrições estão abertas. Mais informações pelo telefone **0800-17 85 85** ou pelo site **www.saocamilo-sp.br**



Carinho e dedicação, ingredientes do nosso pão de cada dia.

Seja no dia a dia ou nas datas especiais, lá está quem faz a diferença: os panificadores e suas receitas que levam amor e sabor às mesas das famílias brasileiras.

8 de julho
Uma homenagem ao Dia do Panificador.

www.bungepro.com.br

Panificação

BÜNGE Pro
SOLUÇÕES EM FOOD SERVICE

SABE
BÜNGE ESPECIALISTAS
0800-7027105