



ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitearia com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade”

32 – A confeitearia na panificação

É conhecida como confeitearia a arte de produzir doces e o estabelecimento ou setor de uma empresa que vende produtos deste gênero. Por conta da similaridade entre os insumos, o perfil do consumidor e outras características, é comum a proximidade entre produtos confeitados e panificados. Apesar de tanta semelhança, esse setor apresenta uma grande divergência quanto ao seu aproveitamento dentro das empresas. Algumas têm setores amplamente desenvolvidos e que geram resultados importantes, enquanto outras não aproveitam o potencial que este mercado tem a oferecer.

A confeitearia é a combinação perfeita de criatividade, sabor e inovação. Seus produtos abusam não só do paladar e olfato, mas também da visão, um dos sentidos principais para garantir as vendas. Por conta dessas características, é fundamental a seleção adequada de profissionais, a escolha dos ingredientes, a infraestrutura interna, mas também dos equipamentos da empresa para seu sucesso.

Mesmo com tamanho investimento, a confeitearia tende a apresentar retorno devido a alta rentabilidade que o setor oferece. Em alguns casos, mediante o nível de investimento realizado, as características da empresa e seu público, é possível fazer da confeitearia a responsável



por 60% do faturamento da produção da padaria. Entretanto, para alcançar esses resultados também é importante uma dedicação especial ao setor, buscando aprendizado e destinando tempo para desenvolvê-lo.

O apelo de vendas inicial da confeitearia está no aspecto visual. A aparência e beleza dos produtos são fundamentais para despertar o desejo do consumidor. Qualidade e sabor também

ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do “Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade”

ajudam a oferecer uma experiência especial e prazerosa. O tamanho também é importante. Produtos muito grandes e com validade pequena podem desestimular a compra por medo da perda do produto ou receio de extrapolar a dieta. O ideal é oferecer porções menores ou a venda por quilo, em que o consumidor poderá comprar a porção desejada.

Oferecer tantas características é a maior inibição do mercado quanto ao setor. Alguns pani- ficadores ficam inibidos em investir na confeita- ria por medo de perdas e sobras. Entretanto, quanto mais retraída for a produção de confeita- dos, a possibilidade de eles serem consu- midos é muito menor. O sucesso do investimento no setor de confeitaria começa com o estímulo ao consumo, aumentando a variedade de pro- dutos para encantar o cliente.

Iniciando um setor de confeitaria mais estru- trado, as empresas podem progressivamente ir ampliando sua atuação. Mediante o resultado de sucesso obtido e a fixação de uma imagem de qualidade para o consumidor é possível am- pliar ainda mais a oferta de produtos. O setor oferece muitas possibilidades como oferecer tipos ainda mais diferenciados de produtos e a realização de festivais temáticos com grande apelo para o público.

Diante de tantas possibilidades e da necessi- dade de desenvolvimento das panificadoras, o investimento num setor de confeitaria se mostra uma possibilidade palpável e com boas perspectivas. Porém, como todos os tipos de projetos, requer planejamento e os devidos cuidados na gestão para que possa alcançar seu potencial e oferecer o resultado esperado.



ARTIGOS TÉCNICOS

Esta publicação é parte do "Projeto de desenvolvimento do setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade"

Principais pontos:

Uma das questões mais importantes relacionadas ao setor de confeitaria está em sua precificação. Para definir os preços, é preciso avaliar a margem de contribuição, a participação nas vendas, os custos variáveis, custo fixo, despesas comerciais. No caso da confeitaria, existem outras variáveis necessárias para a realização desse cálculo.

É preciso avaliar a produtividade, pois o custo/hora do funcionário é maior, tendo em vista que ele produz poucos quilos de produto quando comparado com um padeiro. Assim, o custo fixo por quilo fabricado é maior. Outro ponto importante a ser observado é o valor agregado do produto, considerando todas as matérias-primas de qualidade que são utilizadas, embalagens diferenciadas (sofisticadas ou não), entre outros valores que a confeitaria agrega.

O preço ajuda a formar uma imagem a respeito de determinado produto. Muitas empresas optam por fixar preços altos para apoiar posicionamento de exclusividade e luxo. Além disso, auxilia no posicionamento das linhas e produtos e deixa claro para que segmento ou público-alvo cada produto da linha se destina. Essa estratégia, porém, eleva a expectativa do consumidor em relação ao produto. Vale lembrar que, em meio a tantas confeitarias especializadas, a produção da padaria deve ser de qualidade.

Para conhecer o lucro real de cada produto, deve-se conhecer a Margem de Contribuição de cada um.

Veja como encontrar a "Margem de Contribuição" no resultado da sua empresa com o exemplo abaixo:

Produto	Custo variável ou custo de aquisição	Preço de venda	Lucro bruto	Estimativa de venda/periódo (Unidades vendidas)	Lucro x Estimativa de venda (Reais)	Valor bruto de venda (Reais)
Item 1	R\$ 20,00	R\$ 25,00	R\$ 5,00	90	R\$ 450,00	R\$ 2.250,00
Item 2	R\$ 10,00	R\$ 20,00	R\$ 10,00	180	R\$ 1.800,00	R\$ 3.600,00
Total					R\$ 2.250,00	R\$ 5.850,00

Para encontrar o total do Valor Bruto de Venda do segundo item, faça a seguinte operação:

Estimativa de Venda X Preço de Venda
Exemplo: $180 \times 20 = 3.600$

Depois, faça uma regra de três:

$$\begin{array}{l} 5.850 - 100\% \\ 3.600 - X \\ \hline \end{array}$$

Então: $3.600 \times 100 / 5.850 = 61,53\%$

No caso deste exemplo, a margem de contribuição do item 2 de 61,53% sobre o total vendido.