



GASQUES, Vilma. Padarias descobrem a vantagem da união: estabelecimentos de Campinas formam primeira 'cooperativa', que reúne 11 panificadoras, e negociam produtos e serviços a preços menores. Correio Popular, Campinas, 17 out. 2003.

VILMA GASQUES

Da Agência Anhangüera

vilma@rac.com.br

Seguindo a receita para redução de custos e melhoria dos serviços, as panificadoras de Campinas começam a se agrupar em um tipo de "cooperativa" para, em conjunto, contratar serviços e fazer as compras junto aos fornecedores.

A prática, que já começou a ser adotada em algumas capitais, como Brasília, chegou a Campinas com o Grupo Quality Life, que já reúne 11 estabelecimentos.

"Essa união nos dá um poder de negociação maior e, assim temos condições de desenvolver a área de produção e oferecer mais qualidade ao consumidor", disse o presidente da Associação dos Panificadores de Campinas e Região, Wagner Celso Ceravolo.

De acordo com ele, esta estratégia proporciona uma redução de pelo menos 20% na compra de compra da matérias-primas. Ela também barateia a contratação de assessorias especializadas para as padarias – profissionais de nutrição e de outras áreas, que oferecem cursos de aperfeiçoamento para os funcionários.

O resultado prático é o lançamento de novos produ-

tos – o que também faz parte de uma estratégia de inovação do segmento. Uma das novidades que o Quality Life está lançando, por exemplo, é uma linha de pães lighth, que será comercializada nas 11 padarias que fazem parte do grupo.

"Além de melhorar o serviço, o custo menor resulta em um poder de compra maior, com giro de mercadoria. E as parcerias com nossos fornecedores também proporciona uma redução de custos para os nossos clientes, já que podemos repassar os descontos para o consumidor final. A Associação já está sugerindo a idéia para que sejam formados outros grupos em Campinas", destacou.

COMIDA

Uma outra tendência forte neste segmento de panificadoras, que já está sendo difundida há cerca de dois anos e hoje atinge cerca de 10% dos estabelecimentos da cidade é agregar o serviço de restaurante ao de panificadora, transformando as padarias numa espécie de fast-food de lanches e pratos rápidos.

"A padaria hoje tem de ser muito mais do que um lugar onde as pessoas vão comprar pão e leite. Elas devem atender a outras necessidades do cliente, e de forma rápida", completou.



Padaria: estabelecimentos buscam a diversificação e descobrem as vantagens do associativismo