

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS – UFAM
FACULDADE DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ENGENHARIA DE
PRODUÇÃO
MESTRADO EM ENGENHARIA DA PRODUÇÃO

OS INVESTIMENTOS FIXOS VOLTADOS À MELHORIA DA
QUALIDADE E PRODUTIVIDADE EM MICROEMPRESA
INDUSTRIAL DE PANIFICAÇÃO NA CIDADE DE MANAUS

LUIZ FELIPE DE MELO FROTA

MANAUS
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS – UFAM
FACULDADE DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE ENGENHARIA DE
PRODUÇÃO
MESTRADO EM ENGENHARIA DA PRODUÇÃO

LUIZ FELIPE DE MELO FROTA

OS INVESTIMENTOS FIXOS VOLTADOS À MELHORIA DA
QUALIDADE E PRODUTIVIDADE EM MICROEMPRESA
INDUSTRIAL DE PANIFICAÇÃO NA CIDADE DE MANAUS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal do Amazonas, como parte do requisito para a obtenção do título de Mestre em Engenharia da Produção, área de concentração Gestão de Produção

Orientador: PhD Waltair Vieira Machado.

MANAUS
2016

Ficha Catalográfica
Catalogação na fonte pela Biblioteca Central da
Universidade Federal do Amazonas

Ficha catalográfica elaborada pelo bibliotecário
Flaviano Lima de Queiroz - CRB11^a/255

F941i Frota, Luiz Felipe de Melo

Os investimentos fixos voltados à melhoria da qualidade e Microempresa industrial de panificação na cidade de Manaus. / Luiz Felipe de Melo Frota. - Manaus, 2016.

132 f. : il. color. ; 30 cm

Inclui referências.

Dissertação (Mestre em Engenharia de Produção). Universidade Federal do Amazonas. Orientador: Prof. Dr. Waltair Vieira Machado.

1. Empresas de financiamento - Manaus 2. Padarias - Manaus 3. Sociedades de investimentos em pequenas e médias empresas 4. Microfinanças I. Machado, Waltair Vieira (Orient.) II. Título

CDU (2007): 658.14(811.3)(043.3)

LUIZ FELIPE DE MELO FROTA

OS INVESTIMENTOS FIXOS VOLTADOS À MELHORIA
DA QUALIDADE E PRODUTIVIDADE EM
MICROEMPRESA INDUSTRIAL DE PANIFICAÇÃO NA
CIDADE DE MANAUS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal do Amazonas, como parte do requisito para a obtenção do título de Mestre em Engenharia da Produção, área de concentração Gestão de Produção.

Aprovado em 16 de junho de 2016

BANCA EXAMINADORA

Prof. PhD Waltair Vieira Machado
Universidade Federal do Amazonas

Prof. Dr. Flávio Machado Moita - Membro
Universidade Federal do Amazonas

Profa. Dra. Ana Flávia de Moraes Moraes - Membro
Universidade Federal do Amazonas

AGRADECIMENTOS

Gostaria de iniciar agradecendo a DEUS por todas as graças que tenho recebido e, principalmente, por incluir na minha vida as maravilhosas pessoas abaixo lembradas.

Aos meus pais Cláudio Dantas Frota e Cidecleuma de Melo Frota pelo amor incondicional, paciência e dedicação ao longo de trinta anos.

Ao meu irmão Luiz Cláudio de Melo Frota pelo apoio e compreensão nesta caminhada.

A minha namorada Vanessa Mendonça de Souza Vieiralves pelo apoio pessoal.

Ao Prof. PhD. Waltair Vieira Machado pelos ensinamentos transmitidos com tanto profissionalismo e seriedade.

Aos professores da UFAM/PEP do Programa de Mestrado de Engenharia da Produção pelos ensinamentos proferidos.

Aos professores, membros da Banca Examinadora, pela valiosa apreciação deste trabalho e pelas contribuições.

Ao Sebrae/UACIN – Unidade de Atendimento Coletivo Indústria, na pessoa do senhor Carlos Henderson Tavares Cardoso.

“Algumas pessoas acham que foco significa dizer sim para a coisa em que você irá se focar. Mas não é nada disso. Significa dizer não às centenas de outras boas idéias que existem. Você precisa selecionar cuidadosamente.”

Steve Jobs

LISTA DE QUADROS

I	Características das MPEs no Brasil	13
II	Representatividade das Micros e Pequenas empresas	20
III	Representatividade das Micros e Pequenas Empresas no Brasil	21
IV	Classificação Empresarial por Receita Auferida	23
V	Classificação dos estabelecimentos segundo porte	24
VI	Diversificação dos Produtos de Panificação	43
VII	Procedimentos Operacionais Padronizados	51
VIII	Depreciação de Máquinas E Equipamentos	69
IX	Dimensão Financeira	70
X	Dimensão Processo Produtivo	74
XI	Dimensão Qualidade Dos Produtos	79
XII	Dimensão Crédito De Fomento	86
XIII	Créditos de Fomento Avaliados	93
XIV	Equipamentos A Serem Adquiridos	95
XV	Linha de Crédito Adequada Ao Investimento	97
XVI	Planilha de Pagamento	97

LISTA DE FIGURAS

I	Relatório De Posição Consolidada de Operações De Credito	34
II	Produção Da Brother's Indústria de Alimentos Ltda.	45
III	Loja Express da Lindopan Manaus	46
IV	Produção Integrada de Uma Panificadora E Confeitaria	50
V	Áreas Dos Procedimentos Operacionais Padronizados	52
VI	Área De Estocagem	56
VII	Setor De Pré-Pesagem	57
VIII	Setor De Produção	58
IX	Dimensões e Asserções Avaliadas	65

LISTA DE LAYOUT

I	Arranjo Físico de Produção e Atendimento	55
II	Investimentos em Mobiliário e Reforma	96

LISTA DE GRÁFICO

I	Participação relativa das MPEs no total de estabelecimentos	15
---	---	----

LISTA DE SIGLAS

ABIP – Associação Brasileira da Indústria de Panificação
ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas ANTAQ
AFEAM – Agência de Fomento do Estado do Amazonas
ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
BASA – Banco da Amazônia S/A
Banco Central do Brasil – BACEN
BB – Banco do Brasil S/A
CEF – Caixa Econômica Federal
FINAME - Agência Especial de Financiamento Industrial
FNO - Fundo Constitucional de Financiamento do Norte
ITPC - Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria
Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas
TQS - Total Quality Service
UFAM – Universidade Federal do Amazonas

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Contextualizações do Tema e Justificativa	12
1.2	O Problema da Pesquisa e as Hipóteses	14
2	OBJETIVOS E HIPÓTESES	17
2.1	Geral	17
2.2	Específicos	17
2.3	As hipóteses	17
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
3.1	A Essencialidade as Microempresas	18
3.2	A Importância das Microempresas no Brasil	19
3.3	Critério de Classificação das Micros e Pequenas empresas no Brasil	23
3.4	O Crédito de Fomento e sua Importância para o Microempresário	25
3.5	A Importância das Agências de Fomento e dos Créditos de Desenvolvimento	31
4	O SETOR DE PANIFICAÇÃO NO BRASIL	42
4.1	As Padarias no Brasil hoje: estrutura física e organizacional	43
4.2	A Preocupação com o Processo Produtivo das Panificadoras	47
5	METODOLOGIA DA PESQUISA	62
5.1	Delineamentos da Pesquisa	62
6	ANÁLISE CRÍTICA DOS RESULTADOS APURADOS NA PESQUISA	70
7	A OPÇÃO PELA LINHA DE CRÉDITO DE FOMENTO	92
8	CONCLUSÕES	98
14	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102

RESUMO

Os micros e pequenos estabelecimentos do segmento de panificação e confeitaria passam por profundas transformações para puderem atender a uma demanda de clientes cada vez mais exigentes e informados. Tais empresas, diante dessa exigência mercadológica, necessitam investir continuamente na melhoria do processo produtivo do seu estabelecimento, especialmente na compra de máquinas e equipamentos modernos e na melhoria do atendimento. Contudo, tais empresas, geralmente necessitam de crédito de fomento o que constitui-se no objeto de estudo da presente dissertação, cujo objetivo geral é analisar a importância da concessão de crédito de fomento a uma microempresa de panificação e confeitaria na cidade de Manaus, demonstrando seu efetivo impacto na melhoria do processo produtivo e da qualidade dos produtos oferecidos aos clientes.

A metodologia da pesquisa empregada foi: quanto à natureza: uma pesquisa aplicada; Quanto aos objetivos: pesquisa descritiva; Do ponto de Vista dos procedimentos técnicos: foram usadas a pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso real, além de pesquisa feita em 39 (trinta e nove) estabelecimentos de Micro e Pequeno Porte. Verificou-se que as empresas que desejam investir na melhoria do processo produtivo e no layout físico, contam com o apoio técnico do Sebrae e de inúmeras linhas de crédito de fomento. Ao analisar tais linhas de financiamento, o pesquisador chegou a conclusão que o financiamento da Agência de Fomento do Estado do Amazonas – AFEAM, atende perfeitamente aos propósitos, especialmente por ser de longo prazo e pela segurança e rapidez na concessão do crédito

Palavras-chave: Panificadoras, Financiamentos, Produção, Microempresa.

ABSTRACT

The micro and small outlets in the bakery and confectionery segment undergo profound changes to can meet a demand of customers increasingly demanding and informed. Such companies on this marketing requirement, need to continuously invest in the improvement of the production process of its establishment, especially the purchase of machinery and modern equipment and improved customer service. However, such companies generally need to promote what constitutes the of this dissertation study object credit, whose overall objective is to analyze the importance of the development of lending to micro-enterprises of bakery and confectionery in the city of Manaus, demonstrating its actual impact on improving the production process and the quality of products offered to customers.

The methodology employed research was: the nature: applied research; As to the objectives: descriptive; The view point of the technical procedures: were used bibliographical, documentary and real case study research, and research done in 39 (thirty nine) Micro and Small establishments. It was found that companies wishing to invest in improving the production process and the physical layout, rely on technical support from Sebrae and numerous development credit lines. By analyzing such lines of credit, the researcher came to the conclusion that the financing of the State of Amazonas Development Agency - AFEAM, perfectly meets the purposes, especially for being long-term and for the safety and speed in granting credit

Keywords: Breadmaker, Financing, Production, Microenterprise.

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualizações do Tema e Justificativa

A automação dos processos produtivos em larga escala e a conseqüente redução dos postos de trabalho nas indústrias consideradas tradicionais, têm enfatizado o papel das micro e pequenas empresas como geradoras de renda e absorvedoras de mão-de-obra. Neste sentido, diversos organismos têm voltado sua atenção para programas de apoio às micro e pequenas empresas já constituídas e para o desenvolvimento da capacidade empreendedora visando à constituição de novos empreendimentos em bases sólidas e sustentáveis.

As MPEs possuem, no geral, características comuns próprias que as distinguem das grandes empresas. Essas características compreendem desde a forma de relacionamento com o cliente até a sua forma organizacional, caracterizando, assim, um padrão “homogêneo”. O mundo das micro e pequenas empresas (MPEs) possui grande diversidade de padrões de reprodução econômica em meio ao desenvolvimento capitalista brasileiro.

A importância das MPEs para o desenvolvimento é demonstrada pela quantidade de pequenos negócios existentes no país. Em paralelo, existe um grande número de empresas que abrem e fecham suas portas, gerando instabilidade para quem trabalha nestes estabelecimentos, bem como prejuízo aos empreendedores. Muitos destes empresários não possuem conhecimento ou habilidade para administrar seus negócios, mas acreditam na intuição e no sucesso de suas iniciativas.

Leone (1999) considera que as MPEs trabalham com especificidades organizacionais, pois possuem estrutura organizacional simples. Estas empresas, em sua maioria, trabalham a gestão na figura do proprietário-dirigente. O cliente pode discutir diretamente com o proprietário da empresa sobre preço, produto, participação, sendo possível o envolvimento dos funcionários para argumentar e conversar com o dirigente. O empresário toma decisões com base na experiência, no julgamento e intuição.

Por esta postura, em muitas empresas a figura do proprietário, pessoa física, se confunde com a pessoa jurídica, o que explica a importância do empreendedor e da noção de empreendedorismo nas MPEs. Para Ottoboni *et al.* (2002) entre as razões que justificam a preocupação com o desempenho das MPEs estão o gerenciamento financeiro e a forma de utilização deste gerenciamento, muito influenciada pela personalidade do proprietário da empresa.

Maluche (2000) corrobora com as colocações de Ottoboni *et al.* (2002) relatando que existe uma série de fatores que pode influenciar o fechamento de uma empresa, tais como a falta de capital, dificuldades de se obter crédito, falta de mão de obra especializada, mudanças constantes na política econômica do país, tributação elevada. Para o autor, o fator principal decorre da falta de preparo do empreendedor na forma de gerir seu negócio.

Dentre as principais características das Micro e pequenas empresas, Torrès e Julien (2005) registra o que segue:

Quadro I Características das MPEs no Brasil

CARACTERÍSTICAS DOS MICROS E PEQUENOS EMPREENDIMENTOS EMPRESARIAIS NO BRASIL		
1. Estrutura organizacional simples	2. Limitação de recursos financeiros	3. Ausência de burocracia interna
4. Baixo grau de diversificação produtiva	5. Limitação de recursos humanos	6. Produção para mercados locais ou especializados
7. Proximidade do mercado e do cliente	8. Rapidez de resposta	9. Flexibilidade e adaptabilidade às mudanças do entorno

Fonte: Torrès e Julien (2005)

Segundo a Unidade de Gestão Estratégica – UGE do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae 2014, a participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira vem crescendo muito nos últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas sua participação na economia.

Para reforçar essa visão, Lacerda (2006), destaca que, uma concepção alternativa sobre a economia tem sugerido que os micros e pequenos

empreendimentos estão cumprindo um papel muito mais importante do que se pensava anteriormente. Essa visão é fruto do reconhecimento da capacidade da micro e pequena empresa de contribuir mais eficazmente ao desempenho da política do Estado, ao fortalecimento econômico e a um desenvolvimento social verdadeiro.

Devido ao grau de importância das empresas desse porte, diversas entidades públicas e privadas, além de pesquisadores e profissionais, dedicam-se ao estudo das problemáticas e importância dessas empresas. Essa relevância amplia-se ao longo das análises e vem reforçar a necessidade de entender a contribuição dos financiamentos para o processo produtivo dessa categoria de empresas.

A abordagem desse tema é justificada principalmente pelo papel fundamental que os financiamentos de fomento, voltados ao aproveitamento das oportunidades de investimento, assumem no ambiente econômico e, nesse caso, no contexto das microempresas de Panificação e Confeitaria na cidade de Manaus.

Nesse cenário, vale destacar a importância do papel do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Amazonas (SEBRAE/AM) e da Agência de Fomento do Estado do Amazonas (AFEAM), oferecendo diferentes modalidades de crédito.

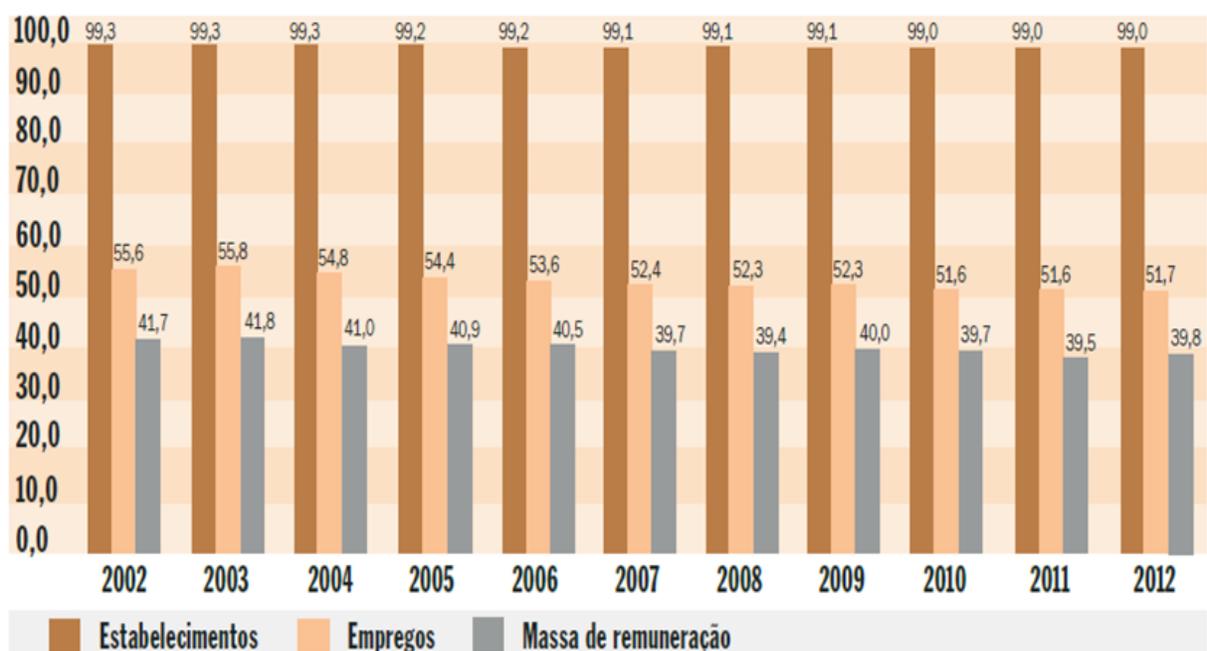
1.2 – O Problema da Pesquisa e as Hipóteses

Atualmente, há cerca de 9 milhões Micro e Pequenas Empresas no País, o que representa mais da metade dos empregos formais. Essas empresas já são as principais geradoras de riqueza no comércio no Brasil (53,4% do PIB deste setor). No PIB da indústria, a participação das micro e pequenas (22,5%) já se aproxima das médias empresas (24,5%). E no setor de Serviços, mais de um terço da produção nacional (36,3%) têm origem nos pequenos negócios.

Os dados acima demonstram a importância de incentivar e qualificar os empreendimentos de menor porte, inclusive os Microempreendedores Individuais. Isoladamente, uma empresa representa pouco, mas juntas, elas são decisivas para a economia.

Conforme se observa no Gráfico II, elaborado pelo DIEESE, com fonte do Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS, a participação relativa das MPEs no total de estabelecimentos, emprego e massa de remuneração paga aos empregados formais nas empresas privadas não agrícolas no Brasil, no período de 2002 até 2012 registra que os pequenos negócios empregam 52% da mão de obra formal no País e respondem por 40% da massa salarial brasileira

Gráfico I - Participação relativa das MPEs no total de estabelecimentos, emprego e massa de remuneração paga aos empregados



Fonte: TEM/RAIS

Responsáveis por parte considerável do emprego da força de trabalho na economia, essas empresas estão marcadas pelas profundas desigualdades de produtividade, de acesso ao financiamento e recursos próprios para investimento e de capacidades inovativas que levam às distintas estruturas de contratação e proteção do emprego no interior delas.

A alta rotatividade do trabalho e o emprego informal de baixa qualidade convivem com formas dinâmicas de contratação, muitas vezes superiores às das grandes empresas, o que mostra mais uma vez o traço heterogêneo deste segmento, que demanda políticas públicas específicas à realidade exposta pelas MPEs.

Com efeito, as Micros e Pequenas necessitam de ferramentas que facilitem a continuidade no mercado, propiciando competitividade e eficiência. Landau (1992) reporta competitividade do ponto de vista macro, como o crescimento sustentado de toda uma população, produzindo uma melhora em seu padrão de vida, disponibilizando empregos a todos aqueles que se propõem a trabalhar, sem prejuízo para as gerações futuras. Tenório (1999) traduz eficiência como os resultados alçados em relação aos recursos usados.

Logo, os conhecimentos pertinentes aos financiamentos e sua gestão se constituem em elementos centrais para a competitividade das microempresas. Ante ao exposto é que o tema reveste-se da relevância necessária para ser discutido em meios acadêmicos e profissionais. Com este foco, o crédito de fomento constitui-se no objeto de estudo desta dissertação que **buscará responder o seguinte problema da pesquisa:**

Como planejamento do crédito de fomento, voltado à compra de máquinas e equipamentos, pode contribuir para a melhoria da qualidade e produtividade de uma microempresa de Panificação e Confeitaria na cidade de Manaus?

O crédito, que estimula o nascimento de novos negócios, a implementação de inovação e tecnologia dentro da empresa e o aprimoramento da capacidade gerencial, desenvolve nas Micro e Pequenas Empresas - MPE e nos Microempreendedores Individuais a necessidade de que precisam tornarem-se competitivos frente a um mercado cada vez mais acirrado com cenários econômicos desfavoráveis.

Um dos grandes problemas da micro e pequena empresa está relacionado à gestão do ciclo financeiro. Este ciclo representa a janela crítica para a empresa, pois a mesma já pagou a matéria prima e ainda não recebeu pela venda efetuada. Assim, **quanto maior o ciclo financeiro, maior será a necessidade de capital de giro.**

2 OBJETIVOS E HIPÓTESES

2.1 Geral

Analisar a importância da concessão de crédito de fomento a uma microempresa de panificação e confeitaria na cidade de Manaus, demonstrando seu efetivo impacto na melhoria do processo produtivo e da qualidade dos produtos oferecidos aos clientes.

2.2 Específicos

- a) Caracterizar as microempresas de panificação e confeitaria em seus aspectos conceituais e legais e sua importância na geração de emprego e renda;
- b) Obter informações sobre a correlação qualitativa entre o sucesso financeiro e a consistência estratégica das panificadoras de pequeno porte de diferentes modelos de loja.
- c) Verificar como os financiamentos de fomento contribuem para a melhoria do processo produtivo das microempresas do setor analisado.

2.3 As hipóteses que norteiam a presente pesquisa parte das seguintes premissas:

- a) As linhas de créditos destinadas aos investimentos fixos e mistos efetivamente estimulam o ciclo processo produtivo das microempresas de panificação em Manaus;
- b) Os créditos de fomento atualmente ofertados pelas instituições bancárias suprem as necessidades para implantação, expansão, modernização ou realocação de empreendimentos;
- c) As linhas de crédito destinadas pela AFEAM às microempresas de panificação e confeitaria realmente são concedidas sem burocracia e em condições favoráveis de taxas, prazos e garantias;

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção tem o propósito de apresentar uma revisão da literatura sobre o tema Microempresa e Crédito de Fomento, procurando, apresentar uma abordagem sobre seus aspectos conceituais, legais e sua importância na economia.

3.1 A Essencialidade as Microempresas

O crescimento do Brasil depende dos micros e pequenos empreendimentos existentes nos mais diversos pontos do país. Crepaldi (1998) retrata a empresa como uma associação de pessoas com o objetivo de explorar um ramo de negócio que produz ou oferece bens e serviços, objetivando lucros futuros. Franco (1986) considera a empresa como constituída para exploração de uma atividade econômica, seja mercantil, industrial, agrícola, ou de prestação de serviços.

Cassarro (1999) a descreve como uma entidade jurídica, cuja obrigação é apresentar lucro, o qual deve ser utilizado para crescimento e atender às necessidades sociais da empresa. Dentre as principais características das microempresas o autor registra:

- a) Trabalho próprio ou de familiares;
- b) Geralmente inexistente administração especializada;
- c) Não pertencer a grupos financeiros;
- d) Inexistência de produção em escala;
- e) Possui condições peculiares de atividades reveladoras de exigüidade de negócio;
- f) Geralmente apresenta uma organização rudimentar;
- g) Na produção, apresenta menor complexidade do equipamento produtivo, causando baixa relação investimento mão-de-obra;

Julien (1994), reforça que não existe apenas um critério, mas vários que podem ser misturados para definir uma micro ou pequena empresa:

- a) Tamanho reduzido: número de empregados, faturamento;

- b) Baixa especialização dos diretores, empregados e equipamentos;
- c) Centralização da administração;
- d) Estratégia intuitiva ou pouco formalizada;
- e) Sistema de informação interno pouco completo, ou pouco organizado,
- f) Adaptação às mutações da economia e maior segmentação dos mercados.

Verifica-se que mesmo passados mais de duas décadas, muitos dos critérios definidos pelos autores permanecem atuais, principalmente em relação à baixa especialização das atividades, centralização da administração e formação de mão de obra. Para Cossentino (1996) as características que geram dificuldades para as micros e pequenas empresas podem ser assim registradas:

- a) Pessoal mal qualificado para padrões mais elevados de tecnologia e gestão;
- b) Fragilidade financeira, derivada do autofinanciamento e recursos de curto prazo;
- c) Fracas conexões de Pesquisa e Desenvolvimento;
- d) Falta de suporte para a melhoria da produtividade.

3.2 A Importância das Microempresas no Brasil

O Brasil é um país de empreendedores. Muitos brasileiros têm idéias de novos negócios e as concretizam sob a forma de micro e pequenas empresas, aproveitando vantagens que o setor proporciona como a desburocratização administrativa e jurídica, simplificação nos tributos (sobretudo com o enquadramento no SIMPLES - Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições de Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte) e acessos facilitados a determinadas linhas de crédito (graças ao apoio de entidades oficiais, como Sebrae e BNDES, por exemplo).

As Microempresas vêm adquirindo, ao longo dos últimos 30 anos, uma importância crescente no país, pois é inquestionável o relevante papel socioeconômico desempenhado por estas empresas. O empreendedorismo vem

crescendo muito no Brasil nos últimos anos e é fundamental que cresça não apenas a quantidade de empresas, mas sua participação na economia.

Atualmente, são cerca de 9 milhões Micro e Pequenas Empresas no País, o que representa mais da metade dos empregos formais, mas havia a necessidade de saber o quanto elas contribuem para o Produto Interno brasileiro. Logo, as microempresas têm sim um papel fundamental para promover o crescimento econômico do país. Em primeiro lugar, esses negócios ajudam a criar empregos e renda para a população, sendo uma das principais causas da redução das desigualdades sociais.

De acordo com o Sebrae 2014, os valores absolutos, a produção gerada pelas micro e pequenas empresas quadruplicou nos últimos dez anos, saltando de R\$ 144 bilhões em 2001 para R\$ 599 bilhões em 2011, em valores da época. Os valores foram apurados até 2011 para manter a mesma forma de cálculo considerando os dados do IBGE disponíveis sobre os pequenos negócios.

A apuração foi feita com a soma das riquezas geradas por empresas de todos os portes nos setores de Comércio, Indústria, Serviços e Agroindústria – exceto o setor público e as intermediações financeiras, uma vez que não há micro e pequenas empresas nestes setores.

Com resultado, o relatório do Sebrae 2014 destaca que as micros e pequenas empresas, por setores da economia brasileira, estão assim representadas:

Quadro II – Representatividade das Micros e Pequenas empresas

Setores da Economia Brasileira	Representatividade
Comércio: São as principais geradoras de riqueza no Brasil,	Respondem por 53,4% do PIB deste setor;
No PIB da Indústria: já se aproxima das médias empresas (24,5%);	A participação das micro e pequenas (22,5%)
No setor de Serviços: A participação do micros e pequenos negócios respondem por uma substancial parcela.	Mais de um terço da produção nacional (36,3%)

Fonte: Sebrae 2014

Os dados acima demonstram a importância de incentivar e qualificar os empreendimentos de menor porte. Isoladamente, uma empresa representa pouco. Mas juntas, elas são decisivas para a economia, pois os pequenos negócios

também empregam 52% da mão de obra formal no País e respondem por 40% da massa salarial brasileira.

Os principais motivos para o bom desempenho dos pequenos negócios na economia brasileira são:

- a) A melhoria do ambiente de negócios (em especial após a criação do Supersimples que reduziu os impostos e unificou oito tributos em um único boleto);
- b) O aumento da escolaridade da população e
- c) A ampliação do mercado consumidor, com o crescimento da classe média.

Segundo o Sebrae 2014, esses três fatores têm motivado o brasileiro a empreender por oportunidade e não mais por necessidade. Antes as pessoas abriam um negócio próprio quando não encontravam emprego. Hoje, de sete a cada 10 pessoas iniciam um empreendimento por identificar uma demanda no mercado, o que gera empresas mais planejadas e com melhores chances de crescer. O quadro III abaixo, demonstra a importância das micros e pequenas empresas no Brasil.

Quadro III – Representatividade das Micros e Pequenas Empresas no Brasil

Número de Micros e Pequenos Empreendimentos	8,9 Milhões
Participação no Produto Interno Bruto	27%
Percentual de empregos gerados com carteira assinada	52%
Percentual da massa total de salários pagos	40%

Fonte SEBRAE

Barros (apud Lacerda, 2006, p.42) revela as funções que a pequena empresa exerce como contribuição ao processo evolutivo do País como sendo:

- a) A significativa contribuição na geração do Produto Nacional;
- b) A excelência na absorção de grande contingente da mão-de-obra a baixo custo;
- c) A sua alta flexibilidade locacional, desempenhando importante papel na interiorização do desenvolvimento;
- d) A capacidade de gerar uma classe empresarial nacional, através da absorção de uma tecnologia gerencial produzida em seu próprio ambiente;
- e) A possibilidade de atuação no comércio exterior proporcionando uma salutar diversificação na pauta de exportações;
- f) A sua condição de ação complementar aos grandes empreendimentos.

Para se entender a importância das micro e pequenas empresas na economia brasileira, fazem-se necessário primeiramente compreendê-las em termos conceituais, legais e de caracterização. Em termos conceituais, definir o que são as micros e pequenas empresas têm-se constituído em uma tarefa relativamente complexa devido basicamente à existência de três motivos:

- a) Pela presença de um grande número de variáveis, tanto quantitativas quanto qualitativas, tais como: ativo fixo, número de empregados, faturamento, consumo de energia, volume de produção, tipo de participação no mercado de trabalho, acesso ao crédito, dentre outros;
- b) Pela demora na regulamentação do art. 179 da Constituição Federal que versa sobre o tratamento diferenciado às micro e pequenas empresas, o que levou diversas entidades da federação a buscarem disciplinar a matéria, adotando, muitas vezes, soluções conflitantes que não lograram atingir a meta de tornar as micro e pequenas empresas em estratégia de desenvolvimento econômico auto-sustentado;
- c) Pelo fato de a noção de micro e pequena empresa ser uma idéia puramente relativa, admitindo, portanto, mais de um ponto de vista.

3.3 Critério de Classificação das Micros e Pequenas empresas no Brasil

Segundo Lacerda (2006), existe vários critérios utilizados para a definição das MPMEs. Algumas definições se baseiam no número de empregados, no capital social, na receita bruta, na receita operacional líquida, no grau de sofisticação tecnológica, considerados de forma isolada ou em conjunto.

Em termos legais, a definição de MPE pode ser obtida a partir de dois conceitos: pela receita auferida ou pelo número de pessoas ocupadas na empresa.

I Pela Receita Auferida

As empresas são classificadas como de micro e pequeno porte, conforme tenham receita de até R\$ 3.600.000,00 anuais. Dada a impossibilidade de se obter as informações do IBGE em tal classificação, optou-se por utilizar a classificação de porte de empresas por número de pessoas ocupadas. O quadro a seguir mostra que, quando considerados os três grandes setores de atividades, as empresas selecionadas obedecem ao critério estabelecido por lei, embora, em algumas atividades industriais mais desagregadas, o valor superior das pequenas empresas seja ultrapassado.

Quadro IV Classificação Empresarial por Receita Auferida

QUANTO À RECEITA BRUTA ANUAL AUFERIDA	
PORTE	FATURAMENTO
Microempreendedor Individual - EI - Lei 123/06	Até R\$ 60.000,00
Microempresa - ME - Lei 123/06	Até R\$ 360.000,00
Empresa de Pequeno Porte - EPP - Lei 123/06	De R\$ 360.000,01 até R\$ 3.600.000,00

Fonte: Sebrae 2014

Em termos legais, e de acordo com o art. 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, republicada em atendimento ao disposto no art. 5º da Lei Complementar nº 139, de 10 de novembro de 2011, as MPMEs são:

Art. 3º - Para os efeitos desta Lei Complementar, consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte a sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário a que se

refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, conforme o caso, desde que:

I - no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais);

II- no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais). DOU de 15.12.2006, republicado em 31.1.2009, republicado em 31.1.2012 e republicado em 6.3.2012.

II Por Números de Pessoas Ocupadas da Empresa

Neste caso, classificam-se como microempresas aquelas nas atividades de serviços e comércio com até 9 pessoas ocupadas, e como pequena empresa as que tinham entre 10 e 49 pessoas ocupadas; na atividade industrial, são microempresas aquelas com até 19 pessoas ocupadas, e pequenas empresas entre 20 e 99 pessoas ocupadas.

Quadro V Classificação dos estabelecimentos segundo porte

Porte	Setores	
	Indústria ⁽¹⁾	Comércio e Serviços ⁽²⁾
Microempresa	até 19 pessoas ocupadas	até 9 pessoas ocupadas
Pequena empresa	de 20 a 99 pessoas ocupadas	de 10 a 49 pessoas ocupadas
Média empresa	de 100 a 499 pessoas ocupadas	de 50 a 99 pessoas ocupadas
Grande empresa	500 pessoas ocupadas ou mais	100 pessoas ocupadas ou mais

Fonte: Sebrae 2014

De acordo com Queiroz (apud Lacerda, 2006), a discussão acerca da importância das MPEs na economia do Brasil é de longa data e sinaliza para o seu incentivo como solução para o desenvolvimento do País, visando à diminuição da pobreza, da marginalidade, das desigualdades sociais e da concentração de renda.

Nesse sentido, não se está falando apenas em nível de Brasil, mas como também em nível mundial. Com a confirmação pela prática de que o capitalismo,

corrigidas distorções naturais percebidas nas mazelas da distribuição de renda e do desemprego, as micro e pequenas empresas ainda são o sistema que melhor permite o crescimento econômico e o desenvolvimento das nações.

A importância das micro e pequenas empresas agora são conclamadas na ordem de prioridade nacional, sem o que o país se veria impossibilitado de integrar-se à nova ordem econômica internacional perdendo seu lugar no comboio da história (COELHO, 2001).

3.4 – O Crédito de Fomento e sua Importância para o Microempresário

O crédito, que estimula o nascimento de novos negócios, a implementação de inovação e tecnologia dentro da empresa e o aprimoramento da capacidade gerencial. Desenvolve nas Micro e Pequenas Empresas - MPE e nos Microempreendedores Individuais a necessidade de que precisam nascer bem e tornassem competitivos frente a um mercado cada vez mais acirrado com cenários econômicos desfavoráveis. A busca de recursos financeiros nem sempre é uma tarefa fácil para os pequenos negócios, mas é uma procura constante basta observar a demanda de orientações empresariais no atendimento do SEBRAE.

Todo financiamento somente deve ser feito com objetivo de fomentar a empresa tornando-a mais competitiva e permanente no mercado. As micros e pequenas empresas costumam necessitar de capital de giro e investimentos fixos ou mistos. Logo, optam pelo crédito de fomento, que, operacionalmente é de fácil concessão, contudo, cabe a instituição averiguar se a empresa não está trabalhando com práticas espúrias, o que certamente compromete o recebimento futuro do que se emprestou.

As Instituições Financeiras sempre estão dispostas a emprestar, contudo, sabem que o risco faz parte das operações de crédito e deve ser minimizado. Por isso, trabalham todas com limites pré-estabelecidos. O risco de uma oficina mecânica é certamente diferente ao de uma panificadora. Cabe ao gerente de carteira avaliar com critério ético e profissionalismo o pedido de crédito e não avaliar se o dono da empresa é conhecido.

O número elevado de micro e pequenas empresas com dificuldades de pagar os créditos obtidos fora da carteira de fomento são uma fonte de alerta para

a análise de crédito para outras empresas do mesmo setor. Esse aspecto se torna relevante na decisão do empréstimo que, por vezes, adota práticas para facilitar o empréstimo sem se preocupar em receber.

Para os agentes financeiros, é necessário distinguir com todo o cuidado os tipos de tomadores de recursos:

- a) Há empresário que quer pagar e não possui capacidade de pagamento;
- b) Aquele empresário que só paga após ação judicial; e
- c) O empresário que não quer pagar, só quer o crédito para depois não repagá-lo.

Logo, a confiança no cliente deve estar respaldada na capacidade e no caráter do cliente. Segundo Paiva (1997, p. 5), “a função financeira de crédito é a administração de ativos com a disposição de assumir riscos, visando obter o melhor resultado possível”. O risco permeia a atividade humana, mas diferentemente para cada um. Risco não é incerteza. Pode-se eliminar a incerteza, mas não o risco; esse só pode ser minimizado. O risco está baseado em probabilidades com a sua expectativa baseada em dados históricos, a incerteza não dispõe de dados para o seu embasamento.

Para as instituições financeiras, todos os financiamentos, especialmente os de longo prazo, estão sujeitos a diversas fontes de risco. Os principais tipos de risco de investimentos financeiros podem ser assim listados:

- a) **Risco de Inadimplência ou de crédito:** decorre da possibilidade de uma empresa não poder honrar seus compromissos;
- b) **Risco de Mercado:** refere-se a mudanças e expectativas do mercado;
- c) **Risco de Liquidez:** decorre de deságios e comissões de venda de ativos com pouca liquidez;
- d) **Risco de Poder de Compra:** inflacionário;
- e) **Risco Político:** refere-se a mudanças políticas que afetam o mercado;
- f) **Risco de Transparência:** ligados à falta de visibilidade exata das posições financeiras das instituições por meio de análises de balanço.

As diversas fontes de risco são independentes, mas podem ocorrer simultaneamente. “Esse aspecto é de extrema importância na avaliação dos vários instrumentos financeiros” (LIMA; BELLUZO, 1997, p. 91).

O risco de inadimplência, segundo Santos (2003, p. 17), “pode ser determinado por fatores internos e externos. O risco total de crédito é função direta desses dois fatores”.

- a) **Entre os fatores internos** podem-se elencar profissionais desqualificados; controles de riscos inadequados, ausência de modelos estatísticos; concentração de crédito com clientes de alto risco; e
- b) **Fatores externos** são de natureza macroeconômica.

O risco se refere a tudo que pode ocorrer fora do que foi previsto anteriormente. Para Paiva (1997, p. 5), “cada pessoa possui uma atitude frente ao risco e isso permite se dizer que alguém é mais arrojado, moderado ou conservador”. O risco não pode ser confundido com incerteza. Em finanças risco e incerteza têm conceitos diferentes, assim, segundo Paiva (1997, p. 6), pode-se dizer que:

- a) Risco existe e pode ser mensurado a partir de dados históricos do tomador, assim a concessão do crédito se faz a partir de premissas conhecidas e aceitáveis; e
- b) Incerteza é quando a decisão de crédito é feita de forma subjetiva, pois os dados históricos não estão disponíveis.

Risco é a probabilidade de perda. O risco de crédito é a probabilidade do tomador não honrar seus compromissos no vencimento. O risco de crédito é diferente do risco da operação, mas mantém um relacionamento direto com a operação que deu origem ao crédito. Se houver erro na forma da contratação, da garantia recebida e outras variáveis que são utilizadas na decisão de se deferir o crédito. Todavia não se decide pensando que o tomador não vai honrar seus compromissos.

Segundo Santos (2003, p. 72), toda vez que uma instituição financeira “[...] vende um crédito está automaticamente comprando um risco com todos os efeitos bons e ruins que a transação envolve“. A maior preocupação que uma instituição financeira tem é a inadimplência, por isso, a análise dos cenários macroeconômicos.

Acontecimentos externos, recessão, aumento da taxa de juros, refletem-se na capacidade de pagamento da empresa por gerarem fluxos de caixas menores. Para Santos (2003, p. 72), “os fatores internos e externos contribuem diretamente para o aumento do risco“. Os fatores internos em geral são de natureza administrativa, como exemplo:

- I. Profissionais desqualificados;
- II. Controles inadequados;
- III. Concentração de crédito em clientes de alto risco;
- IV. Falta de modelagem estatística;
- V. Política Estratégica de crédito da Instituição.

Os fatores externos são de natureza macroeconômicas e por isso se relacionam diretamente com a liquidez. Para Santos (2003, p. 73) “o monitoramento da situação macroeconômica é fundamental para a adequada gestão do risco, além de disso, o credor tem que conhecer a quem pertence à empresa”, o setor da atividade econômica que atua. A inflação, a taxa de juros, flutuações cambiais, concorrência, e outros fatores devem ser usados em modelagens estatísticas que permitam prever o risco.

O maior risco numa operação de crédito, especialmente os de longo prazo, na qual se enquadra os créditos de fomento, é o desconhecimento do tomador e da operação a que o crédito se destina, mesmo que existam garantias, pois um empréstimo baseado em garantias se tornará um mau empréstimo. Uma Instituição Financeira “sobrevive” de serviços e operações de crédito saudáveis e lucrativas. Sendo a confiança um pilar básico na concessão de crédito, ela também se baseia em dois elementos fundamentais:

- a) Vontade de o tomador cumprir o estabelecido no contrato de crédito;
- e
- b) Habilidade do tomador em fazê-lo.

As informações sobre o cliente são importantíssimas e requisito fundamental para a análise subjetiva do risco do crédito, essas informações são tradicionalmente conhecidas como os 5 (cinco) Cs do crédito, a saber:

I. Caráter:

Segundo Schrickel (2000, p. 48), "este é o "C" de crédito mais importante, tendo em vista que independente do montante emprestado, este se refere à capacidade que o tomador tem em repagar o empréstimo". É aqui se constrói a ficha cadastral, peça deveras importante na análise da capacidade de pagamento do tomador.

Quando bem elaborada, a ficha cadastral é uma fonte preciosa de informações sobre o tomador. Para tal são utilizados os bancos de dados de proteção ao crédito para se avaliar o histórico do tomador de recursos, sua capacidade de pagamento, se há cheques devolvidos, protestos falência.

A ficha cadastral deve preencher todos os requisitos para uma boa análise da capacidade do tomador. Nesse caso não se coloca a prova, o princípio da idoneidade do tomador, quando as "coisas vão bem" o tomador não tem problemas. Nos momentos em que as vendas ou lucros estão abaixo do esperado ou necessário, é que esse caráter realmente é testado. As disponibilidades de recursos e a criatividade e o pragmatismo, ou seja, o que fazer e como fazer para superar as dificuldades. Para Schrickel (2000, p. 49), "para se ter uma boa noção do caráter do tomador é analisar o cenário em que atua, como também a conjuntura econômica, sempre vislumbrando possíveis riscos para o pagamento da dívida".

II. Capacidade:

A capacidade se refere à habilidade de pagar. Para Schrickel (2000, p. 50), "capacidade e caráter se confundem em certos aspectos. Com o processo de industrialização o sistema econômico ficou mais complexo".

A globalização trouxe uma aceleração ainda maior no sistema econômico as mudanças tornaram-se cada vez mais rápidas, radicais e freqüentes. Toda essa complexidade tem dado um peso maior à capacidade de mutação das empresas, sendo que se uma empresa demonstra capacidade de se administrar seu negócio, fazendo-o prosperar, assim já está demonstrando sua capacidade de pagamento.

Segundo Schrickel (2000, p. 51), "uma atenção especial deve ser dada ao gerenciamento da empresa tomadora de recursos". Um outro ponto a analisar é o currículo profissional dos administradores, se um profissional obteve "sucesso" na carreira, isso revela indícios da capacidade de pagamento da empresa; contudo essa regra não pode ser rígida e outros fatores devem ser avaliados.

III. Capital:

Capital se refere na conversão de negócios em renda. Segundo Schrickel (2000, p. 52), "aqui é mais importante toda a análise do balanço patrimonial, do que só o Capital Social". Não é só o Patrimônio Líquido, é a estrutura econômico-financeira da empresa. Se as linhas de crédito disponíveis e os recursos próprios da empresa forem insuficientes, é bem provável que o insucesso da empresa seja grande.

Segundo Schrickel (2000, p. 53), "[...] esse é um sinal claro de falta de recursos e muito provavelmente a empresa não conseguirá honrar compromissos assumidos".

IV. Condições:

Segundo Schrickel (2000, p. 53), "as condições dizem respeito ao cenário micro e macroeconômico em que o tomador, no caso a empresa, está inserido".

As variáveis como risco país, taxa de juros, atividade econômica, estão correlacionados.

Toda a negociação de crédito com empresas devem levar em conta o contexto atual e as perspectivas futuras da economia. É certo que os emprestadores de recursos tendem a ser mais liberais em momentos de recuperação econômica e mais cautelosos em momentos recessivos.

V. Colateral:

É grafada como em inglês e o seu significado é garantia, também chamado garantia acessória. Refere-se à riqueza patrimonial das empresas. "Sua importância é para atenuar o risco, é uma tentativa de diminuir a inadimplência" (SCHRICKEL, 2000, p. 55).

Segundo Schrickel (2000, p. 55), "[...] o ideal é nunca relacionar o colateral com os pontos fracos dentro do elemento caráter", pois incluirá riscos que não devem ser assumidos pelo banco, e sim aos elementos capital, capacidade e condições para minimizar os pontos fracos do tomador de recursos para estes elementos.

3.5 A Importância das Agências de Fomento e dos Créditos de Desenvolvimento

Em consonância com as normas do Banco Central, as agências de fomento surgiram a partir do processo de reestruturação do segmento bancário nacional, no âmbito do Programa de Incentivo à Redução da Presença do Setor Público na Atividade Financeira (PROES), previsto na Medida Provisória nº 2.192-70, de 2001.

O PROES previa que as instituições financeiras sob o controle dos estados seriam extintas, privatizadas ou transformadas em instituições financeiras dedicadas ao financiamento de capital fixo e de giro associado a projetos no País, denominadas agências de fomento.

As Agências de fomento são Instituições com o objetivo principal de financiar capital fixo e de giro para empreendimentos previstos em programas de desenvolvimento, na unidade da Federação onde estiver sediada.

Entre os potenciais beneficiários do financiamento (operações ativas) estão projetos de infraestrutura, profissionais liberais e micro e pequenas empresas. Indústria, comércio, agronegócio, turismo e informática são exemplos de áreas que podem ser fomentadas.

A agência de fomento pode inclusive abrir linhas de crédito para municípios de seu estado, voltadas para projetos de interesse da população. Excepcionalmente, quando o empreendimento visar benefícios de interesse comum, as agências de fomento podem prestar assistência a programas e projetos desenvolvidos em estado limítrofe à sua área de atuação.

Além de recursos próprios, essas instituições só podem, em operações passivas, empregar recursos provenientes de fundos e programas oficiais; orçamentos federal, estaduais e municipais; organismos e instituições financeiras nacionais e internacionais de desenvolvimento; e captação de depósitos interfinanceiros vinculados a operações de microfinanças (DIM). É vedada a captação de recursos junto do público.

As agências de fomento devem ser constituídas sob a forma de sociedade anônima de capital fechado. Cada estado e o Distrito Federal podem constituir uma única agência, que ficará sob o controle do ente federativo onde tenha sede. A expressão Agência de Fomento, acrescida da indicação da Unidade da Federação controladora, deve constar obrigatoriamente da denominação social da instituição. A supervisão de suas atividades é feita pelo Banco Central.

3.5.1 – A Agência de Fomento do Estado do Amazonas

Como órgão integrante da administração indireta do Estado, constituída como empresa pública revestida da forma de sociedade anônima de capital fechado, a AFEAM teve sua criação autorizada pela Lei Estadual nº 2.505, de 12/11/1998 e suas regras de constituição e funcionamento definidas pela

Resolução do CMN nº. 2.574/98, de 17/12/1998 (norma Regulamentadora do artigo. 1º, parágrafo 2º. da Medida Provisória 1.773/32, de 14/12/1998).

Obteve autorização do Banco Central do Brasil - BACEN para iniciar seu funcionamento em setembro de 1999 (carta DEORF/DEFIN nº 99/195, de 02/09/1999, publicada no diário oficial de mesma data).

Enquadrada como Instituição Financeira por força do que dispõe a Medida Provisória nº 2.139-64, de 27/03/2001, com participação majoritária do Estado do Amazonas (representado por 99,98% das ações). A AFEAM tem como missão institucional: "Concorrer para o desenvolvimento sustentável do Estado do Amazonas, através de apoio creditício e de participações em ações técnicas público-privadas que propiciem a geração de trabalho e renda, e contribuam para a melhoria da qualidade de vida do povo amazonense".

Quando ao Desempenho Operacional da AFEAM no exercício de 2015, destacam-se:

O total dos financiamentos contratados, tomando-se por base todas as fontes de recursos, alcançou a cifra de R\$ 134.943 computando 18.884 operações de crédito. Desse montante, R\$ 68.682 foram destinados aos municípios do interior através de 10.277 operações e R\$ 66.261 à capital amazonense, totalizando 8.607 financiamentos.

O Relatório da Posição Consolidada de Aplicação de Crédito – Por Setor – Todos os Recursos, detalha por setor econômico, a alocação do total aplicado pela AFEAM utilizando todas as fontes de recurso. Na capital a indústria concentrou 40% (R\$ 26.318) dos investimentos, seguida pelo comércio 35% (R\$ 23.553) e serviço com 23% (R\$ 15.351), o rural recebeu apenas 2%(R\$ 1,039). No interior o serviço liderou o volume de investimento com 39% (R\$ 26.977), o comércio representa 34% (R\$ 22.907) seguido pelo rural, 14% (R\$ 9.851) e indústria com 13% (R\$ 8.947). Em números absolutos o comércio detém 34% (R\$ 46.460), a indústria 26% (R\$ 35.265), o rural 21% (R\$ 28.016) e o serviço 19% (R\$ 25.202). Esse volume aplicado gerou e/ou manteve 56.667 ocupações econômicas, sendo 7.800 no setor rural, 8.099 na indústria, 26.484 no comércio e 14.284 em serviços.

Figura I
RELATÓRIO DA POSIÇÃO CONSOLIDADA DE APLICAÇÃO DE CRÉDITO
 Por Setor – Todos os Recursos

SETOR	DATA BASE:						31/12/2015
	CAPITAL		INTERIOR		TOTAL		OCUPAÇÕES ECONÔMICAS
	Nº OP	VALOR (R\$)	Nº OP	VALOR (R\$)	Nº OP	VALOR (R\$)	
RURAL	75	1.039	2.525	26.977	2.600	28.016	7.800
INDÚSTRIA	1.251	26.318	1.402	8.947	2.653	35.265	8.099
COMERCIO	4.514	23.553	4.298	22.907	8.812	46.460	26.484
SERVIÇO	2.767	15.351	2.052	9.851	4.819	25.202	14.284
TOTAL	8.607	66.261	10.277	68.682	18.884	134.943	56.667

Fonte: AFEAM 2016

3.5.2 – Linhas de Crédito de Fomento

O mercado de crédito é um importante indutor para o desenvolvimento econômico e social, o crédito tem importante papel no processo de acumulação de capital e o acesso às fontes de financiamento é considerado um fator determinante para o crescimento econômico das empresas. A maioria das MPEs necessitam da inserção de capital de terceiros para que possam financiar as atividades de produção e realizar investimentos importantes para expansão e sustentabilidade nesse mercado cada vez mais competitivo. No entanto, em sua maioria enfrentam dificuldades ao buscarem recursos para financiamentos ou investimentos junto as instituições de crédito. Segundo dados do SEBRAE (2012), grande parte das MPEs, não tem acesso ao sistema oficial de crédito, sobretudo financiamento à produção.

As MPEs têm um papel fundamental para alavancar o crescimento econômico do Brasil. Um vetor importante para a continuidade do crescimento é a necessidade de expansão do crédito. A pequena empresa precisa de crédito e o desafio é suprir com condições compatíveis com o negócio.

As MPEs possuem um grande potencial a ser explorado em termos de geração de emprego e renda. Logo, o crédito é essencial para o funcionamento dos setores produtivos, e o acesso as fontes de financiamentos representam

importante instrumento para a expansão e sobrevivência das MPEs neste mercado competitivo.

A deficiência de planejamento aliada à falta de conhecimento sobre o mercado de crédito e de opções adequadas de financiamentos são os principais motivos que prejudicam as MPEs que buscam recursos no mercado financeiro para expansão dos negócios.

O objetivo do fomento financeiro é mobilizar recursos e integrar instrumentos para o fortalecimento das empresas. Através do crédito as MPEs têm a possibilidade de realizar investimentos com o objetivo de ampliar a capacidade produtiva e conseqüentemente crescimento dos negócios.

Segundo Barreiros 2010: “Uma empresa bem administrada, organizada e com planejamento em dia tem mais chances de conseguir crédito em condições adequadas para o negócio”. O processo de análise da necessidade de captação de recursos no mercado de crédito é um fator determinante para o sucesso do crédito. Para realizar uma análise adequada é preciso conhecer a estrutura de capital da empresa, possuir informações precisas sobre a capacidade de pagamento e os níveis máximos de endividamentos admissíveis.

3.5.3 Linhas de Crédito mais adequadas ao fomento de MPE de Panificação e Confeitaria

A conquista e o sucesso do crédito dependem de planejamento, organização, gestão de negócios e gestão financeira. Desde que planejado e aplicado da maneira correta, o crédito é uma importante ferramenta para alavancagem dos negócios.

O crédito de fomento tem por finalidade suprir a necessidade de capital de giro (compra de matérias-primas ou mercadorias e financiamento de vendas), ou viabilizar projetos de investimento (aquisição de máquinas e equipamentos ou obras civis). Contribuindo para o aumento da capacidade produtiva e conseqüentemente incremento do faturamento. Dentre as principais linhas de crédito de fomento pesquisadas disponíveis para a finalidade de Investimentos Mistos para uma Microempresa de Panificação e Confeitaria na cidade de Manaus, constatou-se:



Linha de Crédito: Micro e Pequena Empresa

Finalidade: Crédito de desenvolvimento que tem por objetivo contribuir e apoiar os empreendimentos, na ampliação, diversificação, implantação, modernização, reforma e outros investimentos, pela concessão de financiamentos adequados às reais necessidades dos setores produtivos.

Beneficiários: Micro e Pequenas Empresas.

Taxa De Juros: 6% a.a.+TJLP

Limites De Financiamento: de R\$ 15.000,01 até R\$ 150.000,00 (sujeito à análise do crédito).

Prazo: Até 48 (quarenta e oito) meses, com 6 (seis) meses de carência.

Garantia: Avalistas ou Bem móvel e Imóvel



O Banco do Brasil oferece modalidades de crédito que podem atender a demanda de pequenos investimentos, sendo que as taxas de juros podem variar de acordo com o prazo e estabelecimento onde for efetuada a contratação da operação. As taxas, prazos e limites podem variar conforme características dos clientes e adesão a assessoria financeira. O CET - Custo Efetivo Total - pode variar de acordo com o valor do empréstimo, prazo, taxa de juros, tarifa de abertura de crédito, IOF, entre outras despesas.

Dentre as diversas fontes de financiamentos pesquisadas, linha de crédito para o microempresário do segmento de Panificação e Confeitaria investir em inovação, renovar estoques e aumentar a produção e as vendas foi:

Linha de Crédito: O BB Crédito Empresa

O que financia: Financia a aquisição de equipamentos de informática, máquinas, material de construção e veículos novos, como:

- Máquinas e equipamentos novos fabricados no país.
- Equipamentos de informática nacionais novos, como computadores, tablets, notebook, softwares, impressoras, monitores, sistemas de segurança (CFTV), dentre outros;
- Veículos de passeio e comerciais leves novos ou com o ano de modelo igual ao ano em curso, como camionetes (veículo de carga); camionetas (veículo misto); jipes; veículos de passeio e utilitários; motocicletas e triciclos;
- Material de construção, desde os mais básicos (areia, cimento e brita) até de acabamento (pisos e revestimentos).

Beneficiários: Micro e Pequenas Empresas, com faturamento bruto anual de até R\$ 90 milhões.

Taxa De Juros: 8% a.a.+ TJLP

Limites De Financiamento: de R\$ 15.000,01 até R\$ 150.000,00 (sujeito à análise do crédito).

Prazo: Até 60 (meses) meses, com até 3 (tês) meses de carência.

Garantia: Alienação fiduciária do bem financiado e opção de vinculação do Fundo de Garantia de Operações (FGO) que propiciam melhores taxas.



A CAIXA oferece financiamentos para micro e pequenas empresas que querem expandir seus negócios, modernizar suas operações, melhorar seu espaço físico ou diversificar seu setor de atuação. Com as linhas de crédito disponíveis, é possível reformar, ampliar, adquirir equipamentos e financiar projetos.

Linha de Crédito: PROGER Investimentos

O que financia: Investimento e capital de giro associado

Porte de Empresa: Micro e Pequena Empresa

Valor Financiamento: Até 90% do projeto, limitado a R\$ 600.000,00. Inclui-se neste limite a parcela de capital de giro associado, quando houver, que não pode exceder a 35% do total do financiamento, limitada a R\$30.000,00.

Prazo de Pagamento: Até 48 meses, incluindo carência de até seis meses.

Taxas: TJLP + 6,5% ao ano e IOF conforme legislação vigente.

Durante período de carência, é devido o pagamento mensal da parcela de juros e TJLP

Garantias: A alienação fiduciária dos equipamentos financiados e o aval dos sócios são obrigatórios. Outras garantias a critério da CAIXA.



Linha de Crédito: FNO - Amazônia Giro MPE

O que financia: Capital de Giro (matérias-primas, mercadorias, insumos negociando o pagamento à vista com fornecedor)

Porte de Empresa: Micro e Pequena Empresa

Valor do Financiamento: Até R\$300.000,00 (Limite sujeito à análise de crédito (90% de recursos do FNO e 10% de Cheque Especial).

Prazo de Pagamento: Até 36 meses, incluindo até 6 meses de carência

Taxas: Taxa de Juros: 10,59% a.a

Bônus de adimplência: (-15%) sobre o valor da taxa de juros para pagamento efetuado até a data de vencimento.

Garantias: Garantias Fidejussória, também conhecida como a garantia através de avalista desde que seja comprovado o seu patrimônio, através da Declaração do Imposto de Renda, e no caso de imóveis e veículos aceita-se também o documento de compra e venda.

OBS: Recursos depositados diretamente em conta corrente, esta linha é disponível somente para correntista do Banco da Amazônia.

3.5.3.1 Documentação Necessária para Obtenção do Crédito

Visando a elaboração de uma análise de crédito que possa subsidiar corretamente a tomada de decisão por parte do Agente Financeiro, vários documentos são necessários, tanto do tomador do financiamento, quanto dos seus avalistas, assim como dos bens a serem dados em garantia à operação. Seguindo as Normas do Banco Central do Brasil – BACEN, a documentação pode variar, contudo, a maioria dos bancos pesquisados solicita os seguintes documentos comprobatórios:

Cadastro/pessoa jurídica

- Ficha cadastral de Pessoa Jurídica;
- Contrato Social/Estatuto Social ou registro de Sociedade Empresária Individual, devidamente registrado na Junta Comercial (com a chancela visível da JUCEA);
- Todas as alterações contratuais, com chancelas visíveis da JUCEA;
- Comprovante de localização da empresa atualizado (Ex. conta de água, energia elétrica, telefone fixo, IPTU etc);
- Cópia do contrato de aluguel, no caso de empresa localizada em imóvel alugado (reconhecido em cartório);
- Alvará de Licença de Funcionamento (juntamente c/comprovante de quitação da taxa);
- Certidões Negativas de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União, CNDT; CRS (CEF) e de tributos estadual e municipal, todas em validade;
- Licenças (IPAAM, DVISA ou outros, conforme a atividade desenvolvida);
- Demonstrações contábeis dos 03 (três) últimos exercícios, com certificado de regularidade do profissional;

- Balancete recente, de até 60 dias, com respectivas Demonstrações de Resultados;
- Balanço de Abertura, para empresas em processo de implantação;
- Em se tratando de Investimento Fixo/Misto apresentar: No mínimo 02 (duas) Proposta (s) / Orçamento (s) dos fornecedores; catálogos de máquinas e equipamentos, veículos, móveis e utensílios e orçamento das construções civis a realizar, bem como o cronograma físico-financeiro e Memorial Descritivo, elaborado por um profissional qualificado.

Cadastro/pessoas físicas - sócios/avalistas

- Ficha cadastral de Pessoa Física;
- Documento oficial de identificação (RG/CNH/CTPS e etc) inclusive do cônjuge;
- CPF (inclusive do cônjuge);
- Certidão de casamento com Averbação de Divórcio (se for o caso), Declaração de União Estável (se for o caso) ou Certidão de Óbito (se cônjuge falecido);
- Comprovante de residência atualizado (Ex. conta de água, energia elétrica, telefone fixo, IPTU etc);
- Declaração IRPF com recibo de entrega do último exercício.

Documentação de garantias – imóveis

- Certidão Narrativa de Matrícula, Registro de Imóveis e Averbações. Na Ausência desse instrumento, deverão ser apresentados a AFEAM os seguintes documentos: Registro do Imóvel; Certidão Negativa de Ônus Reais e Certidão de Inexistência de ações Reais e pessoais e Reipersecutórias;
- Certidão Vintenária, também expedida pelo Cartório de Registro de Imóveis competente;

- Certidão negativa de Impostos, expedida pela Prefeitura do Município onde está localizado o imóvel, ou comprovante de pagamento do imposto predial/territorial pago nos últimos 05 (cinco) anos;
- Certidão Negativa do proprietário, dos Tribunais de Justiça Estadual e Federal, cíveis e criminais;
- Caso o imóvel componha o patrimônio da empresa, requisitar as certidões supracitadas também em nome da empresa.
- Em caso de apartamento, ou casa situada em condomínio, apresentar certidão da administração do empreendimento de quitação de débitos condominiais.

Documentação de garantias - veículos/embarcações/máquinas e equipamentos

- Veículos (Apresentar o DUT do veículo);
- Máquinas e Equipamentos (Apresentar Nota Fiscal);
- ANÁLISE - DOCUMENTAÇÃO DO PROJETO – OBRA CIVIL
- Em se tratando de investimento em obras/reformas/ampliação de engenharia civil (infraestrutura), apresentar se necessário:
- Projeto devidamente registrado e aprovado junto aos órgãos competentes;
- Alvará de construção emitido pela Prefeitura.

4. O SETOR DE PANIFICAÇÃO NO BRASIL

A Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria - ABIP registra que, no Brasil, existem cerca de 63 (sessenta e três) mil panificadoras que atendem, diariamente, 44 milhões de brasileiros. Aproximadamente 96% dos estabelecimentos desse importante setor é composto de micro e pequenas empresas. Muitos desses estabelecimentos têm caráter familiar e estão distribuídos em todas as regiões do país.

Os produtos panificados representam 10% do consumo de alimentos do país e o mercado tem registrado crescimento nas vendas (11% em 2014 e 13% em 2015).

As padarias representam um segmento dos mais tradicionais do Brasil, combinando atividades de indústria e de comercialização de alimentos. O desenvolvimento do setor de panificação acentuou a concorrência, trouxe inovações em máquinas, equipamentos e processos de fabricação e também proporcionou novos enfoques nos relacionamentos comerciais (fornecedor - produtor - cliente).

As padarias tiveram que se adaptar muito rapidamente para sobreviver em meio às novas exigências do mercado ao enfrentarem a concorrência do setor de panificação das grandes redes de supermercados e também de padarias “clandestinas” (ou de fundo de quintal) que produzem sem nenhuma preocupação com a higiene, regularização, registros contábeis ou trabalhistas, pagamentos de impostos e taxas etc., além de se apropriarem indevidamente de energia e água, vendendo seus produtos em carros ambulantes ou bicicletas.

Embora o termo padaria seja, automaticamente, relacionado com a fabricação e comercialização de pães e acompanhamentos, é importante destacar sua transformação gradual em centros de convivência, gastronomia e serviços, em um movimento que procura atender às mudanças de comportamento, necessidades e preferências do consumidor (BNDES, 2011).

Segundo a ABIP, o pão francês ainda é o produto mais vendido na maioria das padarias brasileiras. Porém, nos últimos anos, o setor passou por várias mudanças e hoje é comum encontrarmos os seguintes produtos:

Quadro VI – Diversificação dos Produtos de Panificação

PRODUTOS	
Produtos de panificação (pães, roscas, bolos, pães especiais);	Comidas prontas;
Produtos de gastronomia (azeites, vinagres, temperos, frutos secos, massas etc).	Laticínios;
Produtos de mercearia;	Salgados;
Bebidas em geral;	Cafeteria;
Produtos de conveniência (cigarros, balas, gomas de mascar, sorvetes etc.);	Frios e congelados;

Fonte ABIP 2014

A Associação Brasileira da Indústria da Panificação e Confeitaria - ABIP registra que, mesmo a da crise econômica brasileira de 2016, o faturamento do setor devesse crescer em torno de 13%, considerando a tendência das pessoas ficarem mais em casa. Em 2015 o consumo dos produtos de panificação e confeitaria tiveram uma taxa de crescimento do faturamento no país aproxima-se de 11% (ABIP, 2016).

4.1 As Padarias no Brasil hoje: estrutura física e organizacional

Entre os setores da economia, a indústria representa o setor secundário – o primário corresponde à agricultura e o terciário ao comércio e aos serviços. A panificação e confeitaria no Brasil estão inseridas no setor secundário, ou setor industrial, em que há transformações das matérias-primas (setor primário) em produtos manufaturados que, em seguida, podem ser comercializados ou não. Para a área denominada de panificação e confeitaria existem inúmeras formas de produção.

A Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) divide essa grande área em **Panificação Industrial e Panificação Artesanal** (IBGE, 2010, ABIP, 2010).

a) A Panificação e Confeitaria em Escala Industrial:

Estão voltadas para o atacado, com foco na fabricação de pães embalados,

congelados, bolos, panetones, massas de pizzas, biscoitos, entre outros produtos. Geralmente, esses produtos têm pouco ou quase nenhum contato manual, o que dificulta a contaminação e faz com que o prazo de validade seja muito maior que os produtos artesanais, além de contar com o auxílio de inúmeros aditivos que preservam suas propriedades organolépticas (sabor, aroma e textura) por muito mais tempo. Seus principais consumidores normalmente são supermercados, panificadoras e mercearias (ABIP, 2009).

Um exemplo de Panificadora em Escala Industrial é a Brother's Indústria de Alimentos Ltda. Em junho de 1991, uma pequena panificadora foi fundada nas dependências de um supermercado situado na capital do Amazonas. E aí nasceram os primeiros produtos **Brother's**.



Poucos meses depois, em 1992, a panificadora adquiriu equipamentos mais modernos e transferiu-se para uma fábrica na Rua Monte Carlo no bairro Planalto, local onde até hoje se encontra. Com a nova infra-estrutura, a empresa passou a diversificar seus produtos **Broter's**, tais como Bolos, Panetones, Torradas Especiais, pãezinhos e manteiguinhas para o lanche de todos os dias.

Os primeiros produtos eram distribuídos em apenas um supermercado da cidade, mas rapidamente passaram a ser distribuídos para outras casas comerciais, chegando a vendê-lo além dos limites do Estado do Amazonas, sendo líder na Região Norte.

Hoje a empresa conta com **70 funcionários**, que comandam os mais modernos equipamentos de panificação, numa área de 3.360m² (área construída) e 6.864,75m² (área onde se situa a indústria), para produzir os mais variados tipos de Pães, doces e salgados.

Figura II – Produção da Brother's Indústria de Alimentos Ltda.



Fonte: www.brothers-am.com.br

Filosofia empresarial da Brother's Indústria de Alimentos Ltda.

Negócio: Produzir e comercializar alimentos com sabor e qualidade.

Missão: Produzir e comercializar produtos alimentícios com qualidade, primando pela limpeza do seu ambiente de trabalho, visando superar as expectativas dos clientes e colaboradores.

Princípios:

- I. Qualidade dos produtos fabricados;
- II. Respeito e valorização das pessoas;
- III. Atendimento excelente;
- IV. Inovação contínua;
- V. Equipe de resultados comprometida com a missão.

b) Panificação e confeitaria artesanal

Correspondem às padarias voltadas para a venda direta ao consumidor. De acordo com a ABIP (2014), esses estabelecimentos estão divididos em:

- I. **Loja Master:** estrutura para oferecer ao consumidor toda a conveniência para a aquisição dos produtos de sua necessidade sem precisar se deslocar a outro estabelecimento.
- II. **Loja Gourmet:** focada, principalmente, em alimentos prontos e abrangendo todas as refeições do consumidor.
- III. **Loja Express:** focada em lanches e refeições rápidas, com agilidade no atendimento.
- IV. **Especializada ou boutique de pães:** possui produtos de produção própria com extrema qualidade e reconhecimento de “grife” de produtos.

Um exemplo de Loja Master em Manaus, pode ser representado pela Lindopan Panificadora e Confeitaria, tendo em vista a variedade de produtos, a qualidades de pães, atendimento rápido, menu de bebidas bem distribuídas, excelente localização, menu de sobremesas satisfatório e destinados à clientes que prezam pela qualidade.

Figura III – Loja Express da Lindopan Manaus.



Fonte: www.tripadvisor.com.br

Os novos serviços introduzidos no setor de panificação e confeitaria, principalmente aqueles relacionados à administração e incentivados pelo *foodservice* (Mercado de alimentação fora do lar), são responsáveis por cerca de 60% do crescimento identificado (ABIP, 2014). As vendas de produção própria representam a maior parte do volume de faturamento, R\$ 27,60 bilhões. O volume de faturamento abarca, inclusive, os cerca de 20% de empresas informais que compõem o setor.

Mais de 25 mil funcionários foram contratados pelas padarias brasileiras em 2014. O Setor gerou cerca de 760 mil empregos diretos e 1,8 milhão de forma indireta. Ademais, é atualmente o setor que mais precisa de mão de obra qualificada e, para o qual sempre há vagas para novos profissionais qualificados ou não para trabalhar em diferentes funções (ABIP, 2014).

4.2 A PREOCUPAÇÃO COM O PROCESSO PRODUTIVO DAS PANIFICADORAS

Com o objetivo de melhorar a qualidade e a produtividade das padarias, foram inseridos novos conceitos com melhor aproveitamento do espaço. Para isso, Os novos layouts são 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.

Segundo ABIP - Associação Brasileira das Indústrias de Panificação e Confeitaria e o ITPC - Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria 2012, diante das mudanças no processo produtivo das panificadoras, é essencial a preocupação constante com a higiene e limpeza da área de produção e de atendimento aos clientes. Porém, a incorporação de outros produtos e serviços pelas padarias tem exigido a implantação de estratégias, de um lado preventivas e, de outro, mais agressivas, tanto na área de gestão como na de produção, como a implantação das Boas Práticas. No caso de alimentos, os perigos são agentes que representam riscos à saúde do consumidor. Um alimento contaminado pode conter perigos de diversas naturezas e trazer enormes prejuízos a uma panificadora. Dentre

os perigos no processo produtivo das panificadoras estão:

I. Os perigos físicos

Mais comumente associados aos produtos de panificação são: fragmentos de vidro que podem estar presentes nas matérias-primas ou serem incorporados durante o preparo; insetos (ou seus fragmentos), roedores (ou suas fezes); fragmentos de plástico de embalagens; parafusos e arruelas que soltam de equipamentos, além de tarraxas de brinco e fragmentos de lâmina de barbear.

II. Os perigos químicos

Compreendem os resíduos de inseticidas, detergentes, desinfetantes e, principalmente, as micotoxinas (toxinas produzidas por fungos ou bolores durante o armazenamento inapropriado), dentre outros contaminantes.

Apesar de os limites estabelecidos nas legislações serem considerados seguros, a adição de melhoradores de massas e conservantes são perigos potenciais que devem ser considerados.

Vários ingredientes e mesmo corantes utilizados na fabricação dos produtos de panificação, com o caso do corante amarelo de tartrazina e dos produtos derivados de soja e do trigo, podem provocar reações, que variam de leves a extremamente sérias, em algumas pessoas. É importante que os ingredientes reconhecidos como alérgenos estejam devidamente indicados no rótulo, como o caso do glúten, por exemplo.

III. Os perigos biológicos

- a) **Bactérias** é bastante frequente encontrá-las em produtos muito manipulados, como os produtos de confeitaria, se as pessoas não tomarem cuidados com a higiene. Muitas bactérias produzem toxinas (como a do botulismo) que são como verdadeiros venenos. A bactéria patogênica mais frequentemente encontrada nos produtos de

panificação é o *Bacillus cereus*, que produz esporos resistentes ao calor (por isso não são destruídos ao se cozinhar ou assar os alimentos).

b) **Bolores ou Mofos**

São microrganismos filamentosos parecidos com fios de algodão. São frequentemente encontrados em pães, frutas e cereais. Muitos produzem toxinas, chamadas micotoxinas, consideradas perigos químicos pelo efeito acumulativo no organismo e que podem causar problemas graves à saúde do consumidor. Os bolores podem ser vistos na superfície dos alimentos mofados, mas seus filamentos se desenvolvem formando uma enorme rede por todo o interior do alimento.

c) **Leveduras ou Fermentos**

Usados para fazer pães, bebidas alcoólicas e massas. Podem também estragar os alimentos (fermentando-os, por exemplo), mas não provocam problemas à saúde de quem os come.

d) **Vírus e Parasitos**

Os vírus são ainda menores do que as bactérias e muitos causam doenças. Os parasitos compreendem protozoários (ameba, giárdia etc.) e os ovos de helmintos (vermes), que podem contaminar os alimentos e provocar, muitas vezes, problemas graves à saúde do consumidor.

Os microrganismos podem ser encontrados em praticamente todos os lugares. nas padarias os mais importantes são: POEIRA Existem milhões de microrganismos em cada grama de terra. São levados aos ambientes de preparo e manipulação de alimentos junto com a poeira que se deposita nas roupas, na pele, nos pelos e nos cabelos; AR Quanto mais empoeirado ou mais cheio de poeira de

farinha o ambiente estiver, maior a quantidade de microrganismos no ar; PISO E PAREDES Quanto mais sujos, mais contaminados por microrganismos. ÁGUA se não for tratada (com cloro ou pela fervura etc.) pode conter microrganismos perigosos (aqueles que afetam a nossa saúde).

4.2.1 As Boas Práticas no processo produtivo das Panificadoras e Confeitarias

As boas práticas são regras na produção de alimentos que, quando praticadas, ajudam a prevenir as contaminações. São aplicadas do campo à mesa, ou seja, na produção agropecuária, na indústria, no transporte, na distribuição/comércio de alimentos e no preparo de refeições, seja de que tipo for (pão, tortas, sanduíches, pizzas, salgadinhos, doces ou pratos elaborados). São regras relacionadas à higiene pessoal, higiene dos utensílios e instalações, cuidados na produção, entre outras, que contribuem para a produção de alimentos seguros.

A padaria tem a característica de atuar desde a produção até a venda, integrando atividades de fabricação de alimentos, manipulação de alimentos na loja, exposição de alimentos à venda, serviço de alimentação, loja de conveniência e entrega a domicílio de alimentos. Em todas essas atividades as Boas Práticas devem ser aplicadas para se prevenir a contaminação dos alimentos.

Figura IV – Produção Integrada de uma Panificadora e Confeitaria



Alguns dos requisitos de Boas Práticas são considerados críticos e imprescindíveis para a segurança dos alimentos e são denominados Procedimentos Operacionais Padronizados (POP). Estabelecem instruções sequenciais para a realização de operações rotineiras e específicas na produção, armazenamento e transporte de alimentos para assegurar a ausência do risco de contaminação dos produtos durante seu processamento. Assim, os POP formalizam a aplicação de requisitos fundamentais do Programa de Boas Práticas.

Estes procedimentos devem ser monitorados e ações corretivas devem ser tomadas, imediatamente, ao se detectar desvios dos limites (condição ou atividade) estabelecidos. Os resultados das monitorações e ações corretivas devem ser registrados e verificados. É de fundamental importância o levantamento das causas dos desvios para prevenir que ocorram novamente.

De acordo com a ANVISA (Resolução RDC no 275/2002), a panificadora, por ser uma pequena indústria, deve desenvolver, implementar e manter 8 POP:

QUADRO VII – POP ITENS VITAIS

Procedimentos Operacionais Padronizados (POP).	
01	Higienização das instalações, equipamentos, móveis e utensílios.
02	Controle da potabilidade da água.
03	Higiene e saúde dos manipuladores.
04	Controle integrado de vetores e pragas urbanas.
05	Manutenção preventiva e calibração de equipamentos.
06	Manejo dos resíduos.
07	Seleção das matérias-primas, ingredientes e embalagens.
08	Programa de recolhimento de alimentos.

Fonte: Adaptado do Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria 2012

Quando a padaria apenas desenvolve atividades relacionadas com um serviço de alimentação, somente 4 POP são requeridos:

1. Higiene das instalações móveis e utensílios;
2. Higienização de reservatório de água;
3. Higiene e saúde dos manipuladores;
4. Controle integrado de vetores e pragas.

Conforme descrito acima, os Procedimentos Operacionais Padronizados (POP).

são itens de Boas Práticas voltadas para a segurança e qualidade das panificadoras e confeitarias para com seus clientes que requerem:

1. Monitoramento (controle);
2. Registro;
3. Aplicação de ações corretivas, no caso de desvios identificados nos monitoramentos;
4. Verificação.

Figura V – Áreas Dos Procedimentos Operacionais Padronizados



Fonte: Adaptado do Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria 2012

4.2.2 Edificações e Instalações

Pode-se dizer que, dentro dos limites estabelecidos pela estratégia competitiva da operação, um bom projeto de arranjo físico pode visar tanto eliminar atividades que não agreguem valor, como enfatizar atividades que agreguem.

O projeto das instalações deve contemplar espaço suficiente para atender, de maneira higiênica e operacional, todas as operações para a produção de alimentos com efetivo controle das contaminações.

O projeto deve permitir a separação, por meios físicos ou outros meios eficazes, das várias operações de produção dos alimentos (por ex.: armazenamento de matéria-prima, produção, armazenamento de produto acabado), evitando a contaminação cruzada.

Na unidade de produção, o fluxo do processo não deve permitir o cruzamento de matérias-primas das áreas sujas (recepção/armazenamento) com os das áreas limpas (preparo/montagem). Isso evita que as matérias-primas ofereçam risco de contaminação para os alimentos prontos para o consumo

(contaminação cruzada), ou seja, o projeto deve garantir o fluxo unidirecional do processo.

A contaminação cruzada também é prevenida impedindo que os colaboradores que manipulam matérias-primas ou produtos semi elaborados entrem em contato com o produto acabado enquanto não tenham trocado o uniforme e higienizado as mãos.

É tolerado um ambiente único para a produção, desde que as atividades e os procedimentos de preparo sejam muito bem definidos por áreas (bancadas ou mesas) ou por horários de trabalho para que não haja risco de contaminação cruzada.

Também é necessário analisar a possibilidade de separação das equipes de trabalho das diferentes áreas sujas (matéria-prima/recepção) e das áreas limpas (processamento).

Para Krajewski, Ritzman e Malhorta (2009, p.259): Os layouts afetam não apenas o fluxo de trabalho entre os processos em uma instalação, mais também os processos em outros lugares de uma cadeia de valor. Desse modo, as decisões de layout de processo devem ser tomadas considerando-se seus efeitos sobre toda cadeia de valor.

O planejamento de layout abrange decisões em relação à disposição física dos centros de atividade econômica necessárias aos vários processos de uma instalação. A meta do planejamento de layout é consentir que clientes, trabalhadores e equipamentos atuem de maneira mais eficaz sem que um atrapalhe o outro. A maneira pela qual o processo de fabricação ou armazenagem é realizado compromete os custos de manipulação de materiais, o tempo de produção total e a produtividade do trabalhador.

Dessa forma cada tipo de layout favorecerá a empresa de alguma maneira, e este deverá ser escolhido dependendo do tipo de atividade que a empresa desempenha. Dentre os tipos de layout, destacam-se:

- a) **Layout por processo ou funcional** existe um espaço onde fica agrupada uma quantidade de máquinas de forma aleatória e os produtos irão passar por todos os processos. Neste caso o produto não irá passar de forma seqüencial pelas máquinas, tendo como vantagem o fato de que a possível paralisação de uma máquina não prejudicará o processo. De acordo com Slack, Chambers e Johnston (2008, p.203), “o arranjo físico por processo é

assim chamado por que as necessidades e conveniências dos recursos transformadores que constituem um processo na operação dominam a decisão sobre o arranjo físico”.

- b) **Layout por produto ou em linha todas as máquinas** estão voltadas para trabalhar com apenas um produto, ou para produtos semelhantes, e cada processo da fabricação é diferente do seguinte. Segundo Corrêa e Corrêa (2006, p.412), “chamam-se arranjo físico por produto por que a lógica usada para arranjar a posição relativa dos recursos é a seqüência de etapas do processo de agregação de valor”.
- c) **Layout posicional** o qual trata de todo o processo envolvendo o produto desde o início até o término sendo o mesmo realizado em um local fixo, ou seja, os recursos transformados não se movem entre os recursos transformadores. Para Slack, Chambers e Johnston (2008, p.202), “os materiais, informações ou qualquer outro recurso que irá sofrer alguma transformação ficam estáticos, ou seja, parados, quem irá circular serão as pessoas, as máquinas, os equipamentos, instalações na medida em que for necessário”.

4.2.3 O sistema de layout em panificações

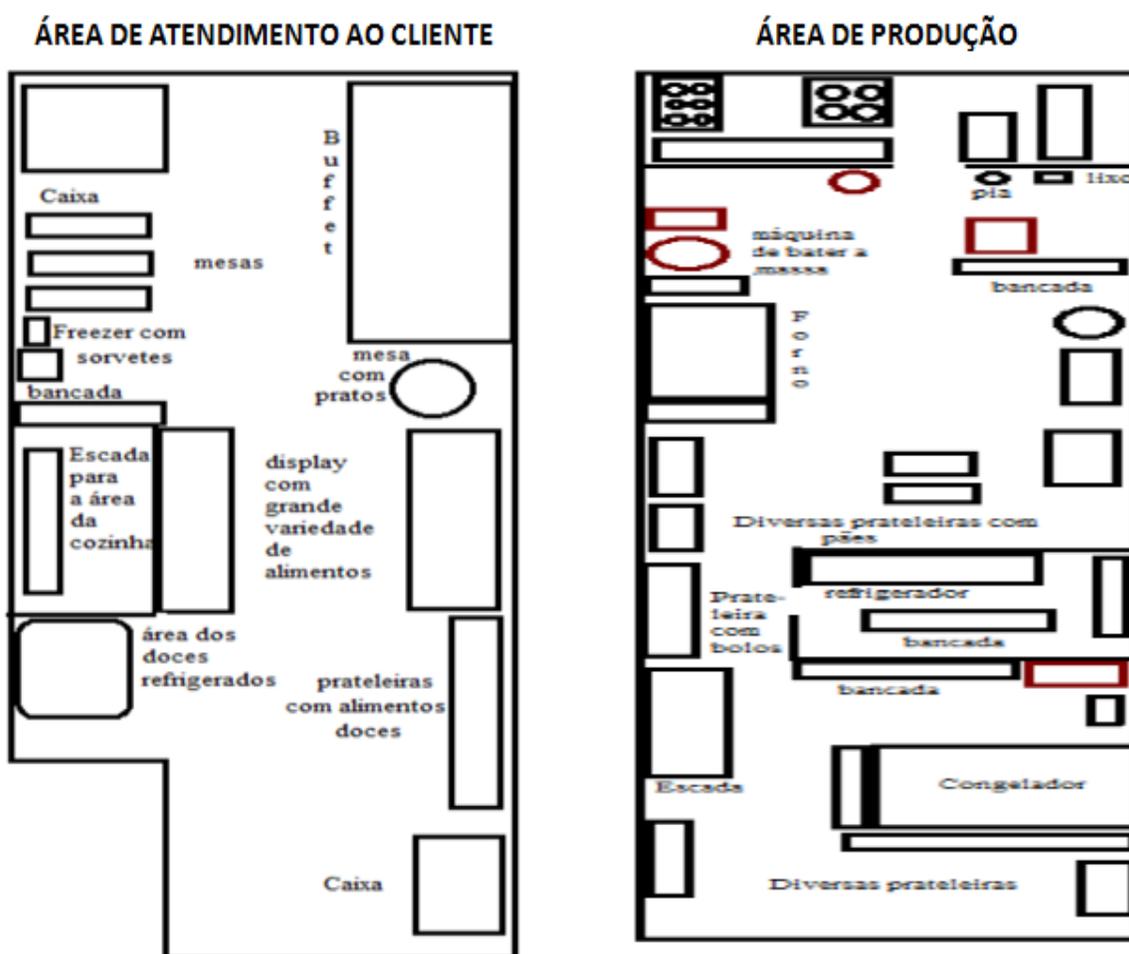
No processo de produção de uma panificadora e confeitaria, é importante ter noção do espaço físico da loja e saber que ela possui limites e limitantes, ou seja, ainda seguido a linhas de raciocínio de Castro et al. (2004, p.10), “ter um ponto de venda que exponha o produto de forma adequada e atrativa, que respeite a hierarquia de valores do mesmo, aliado a uma boa iluminação e organização pode ser determinante na concretização de uma venda”.

Com as constantes mudanças no mercado, precisa-se ter uma organização versátil, que possa ser adaptar o layout conforme vão surgindo às necessidades, contudo para chegar-se ao melhor layout às vezes são necessárias várias reformas, o que conseqüentemente de um lado acarreta custos para a empresa, mais que, no entanto proporciona um retorno favorável para a mesma já que os

clientes (internos/externos) se sentirão mais a vontade e evitarão desgastes físicos desnecessários.

Conforme Luiz e Braga (2006), por meio do layout ou arranjo físico, define-se “como será a distribuição dos diversos setores da empresa, de alguns recursos (mercadorias, estantes, gôndolas, vitrines, prateleiras, equipamentos, móveis, etc.) e das pessoas no espaço disponível”. Deixando claro que um bom arranjo físico traz uma série de benefícios para a organização os utilizam de forma adequada.

ARRANJO FÍSICO I – Layout de Produção e Atendimento



Fonte: O Autor

Dentre as áreas vitais para a excelência na produtividade dos produtos de panificação, em um bom layout destacam-se:

I. 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.

FIGURA VI – ÁREA DE ESTOCAGEM



Fonte: Adaptado ITPC 2012

II. Pré-pesagem

É o setor que pesa, antecipadamente, os insumos para a produção. Através da pré-pesagem pode-se 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.

FIGURA VII – SETOR DE PRÉ-PESAGEM



Fonte: Adaptado ITPC 2012

III. 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, ampliaram os momentos de consumo otimizando o espaço e equipamentos da área de produção.

Conseqüentemente, 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.

FIGURA VIII – SETOR DE PRODUÇÃO



Fonte: Adaptado ITPC 2012

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. Dentre os itens necessários para o planejamento e controle de produção destacam-se:

a) Área de Produção de Panificados

Com o mesmo volume de produção e número de funcionários, aumentando o preço médio dos produtos do setor, pode-se 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.

b) Área de Produção de 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).

c) Área de Produção de 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.

d) Área de Produção de 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.

e) 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.

f) 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.

g) Congelamento

A tecnologia garante ao panificador alta produtividade na produção e loja abastecida em todos 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.

h) 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.

i) 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.

j) 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.

k) 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.

5. METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo tem por objetivo demonstrar todos os procedimentos adotados durante as fases da pesquisa, desde a sua fase inicial - delineamento da pesquisa e coleta de dados - até a sua fase final - análise dos dados coletados e resultados, a partir dos objetivos traçados neste estudo.

Segundo Lakatos e Marconi (1992) toda pesquisa tem por objetivo o levantamento de dados que podem ser obtidos de variadas fontes, quaisquer que sejam os métodos utilizados ou técnicas empregadas.

Na pesquisa foi efetuada em 39 (trinta e nove) MPEs do ramo de Panificação e Confeitaria do município de Manaus. Foi utilizada como instrumento de coleta, a técnica do questionário digital com perguntas fechadas.

5.1 Delineamentos da Pesquisa

5.1.1 Quanto à Natureza:

Esta pesquisa revela-se como uma **Pesquisa Aplicada**, pois objetivou resolver um problema existente na realidade. Tem como motivação a necessidade de produzir conhecimento para aplicação de seus resultados, com o objetivo de “contribuir para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade” (APPOLINÁRIO 2011, p. 152).

5.1.2 Quanto à Abordagem:

Esta pesquisa está enquadrada como **Pesquisa Qualitativa e Quantitativa**: pois considerou que os montantes de recursos aplicados no processo produtivo das microempresas e que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. O ambiente natural foi a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador será o instrumento-chave.

5.1.3 Quanto aos Objetivos:

Com lastro nos ensinamentos de (Gil, 1991) a pesquisa foi enquadrada como: **Pesquisa Descritiva:** Pois visou descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolveu o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados e levantamentos: questionário e observação sistemática aplicado entre os empresários do segmento de Panificação e Confeitaria na cidade de Manaus beneficiados pelos empréstimos.

5.1.4 Do Ponto de Vista dos Procedimentos Técnicos

No que concerne aos procedimentos técnicos, a presente pesquisa contempla:

- a) **Pesquisa Bibliográfica:** pois foi elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado em sites das Instituições pesquisadas.
- b) **Pesquisa Documental:** foi elaborada a partir de materiais que não receberam tratamento analítico.
- c) **Pesquisa de estruturada** com abordagem basicamente qualitativa, encaminhada por meio digital para 39 (trinta e nove) empreendedores do ramo de Panificação e Confeitaria na cidade de Manaus. O pesquisador se limitou à descrição factual do evento coletado.
- d) **Estudo de caso:** pois envolveu o estudo de objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento.

Ao efetuar levantamento de dados da pesquisa, descobriu-se que a ABIP – Associação Brasileira das Indústrias de Panificação, desenvolveu o PROPAN – Programa de apoio à panificação, juntamente com apoio de organismos como o

Sebrae. Estas ações incluem palestras de sensibilização, treinamentos e consultoria, englobando os setores administrativo, financeiro, gestão de pessoas, gestão de ambiente, gerência da produção, padronização de processos, desenvolvimento de novos produtos, atendimento ao cliente, marketing e vendas.

5.1.5 Do Universo e Amostra da Pesquisa

O universo da pesquisa foram as empresas de Panificação e Confeitaria instaladas na cidade de Manaus. A amostra foi retirada de uma população de 80 (oitenta) Panificadoras e Confeitarias em vários bairros, correspondente a uma amostra de 39 (trinta e nove) empresas desse importante segmento. Na Composição da amostra utilizou-se a técnica probabilística para amostragem aleatória simples, com índice de confiança de 95,0%. O erro amostral tolerável para o estudo de 5% calculado com fulcro nas seguintes fórmulas:

Fórmula de cálculo

Esta calculadora on-line utiliza a seguinte fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde:

n - amostra calculada

N - população

Z - variável normal padronizada associada ao nível de confiança

p - verdadeira probabilidade do evento

e - erro amostral

5.1.6 Da Coleta e Tratamento dos Dados

No que diz respeito ao tratamento dos dados, utilizou-se coleta e consolidação, através de questionários aplicados entre os sujeitos envolvidos no processo, bem como entrevistas direcionadas a fim de extrair o máximo de

informações necessárias ao completo detalhamento do estudo de caso. Os questionários e entrevistas foram aplicados, tomando-se como base de informação as seguintes Dimensões e Asserções:

FIGURA IX – DIMENSÕES E ASSERÇÕES AVALIADAS

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS	
(2.1)	A panificadora apresenta um reduzido capital de giro, o que afeta a compra de matéria-prima;
(2.2)	Os investimentos em melhorias operacionais são necessários, mas nos faltam recursos financeiros;
(2.3)	As vendas praticadas por empresas clandestinas prejudicam o faturamento da panificadora;
(2.4)	O faturamento da panificadora apresenta decréscimo em função da crise econômica brasileira;
(2.5)	O faturamento é suficiente para abater os custos fixos, os variáveis e os impostos;
DIMENSÃO III – PROCESSO PRUDITIVO	
(3.1)	A ampliação das instalações e de novo mix de produtos são essenciais para a competitividade da panificadora no local onde está instalada;
(3.2)	As máquinas e equipamentos da panificadora estão ultrapassados, o que afeta a produtividade;
(3.3)	A falta de recurso para treinamento de pessoal afeta a produção da panificadora;
(3.4)	A panificadora necessita tornar o Layout mais moderno para melhorar o fluxo de produção;
(3.5)	A panificadora faz uso da informática no controle das entradas e saídas do estoque;
DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS	
(4.1)	A panificadora vende produtos e serviços com a qualidade exigida pelos clientes;
(4.2)	Os treinamentos e desenvolvimentos dos funcionários estão voltados à melhoria dos produtos;
(4.3)	Há variedade de produtos que atende perfeitamente as demandas dos clientes;
(4.4)	Nos produtos usamos somente matérias-primas e o processo adequado, mantendo aroma e sabor;
(4.5)	A área de produção e atendimento ao cliente é extremamente limpa e convidativa;
DIMENSÃO V – ACESSO AOS CRÉDITOS DE FOMENTO	
(5.1)	O acesso ao crédito de FOMENTO é mais convidativo, contudo burocratizado e demorado;
(5.2)	Os créditos de fomento exigem garantias patrimoniais e, sem isso, o financiamento é negado;
(5.3)	O agente técnico SEBRAE tem dado o suporte necessário ao desenvolvimento das panificadoras;
(5.4)	Diante das dificuldades, comumente se recorrem a créditos com juros não subsidiados;
(5.5)	As instituições financeiras que operam os créditos de fomento atendem com a agilidade e qualidade necessária

Fonte: O autor

5.1.7 Sujeitos da Pesquisa

O local da pesquisa foi delimitado conforme abaixo:

a) Empresa Panificadora X

Empreendimento Familiar, onde o proprietário, ao longo dos últimos 20 (vinte) anos explora o segmento de Panificação e Confeitaria. Sua clientela é formada por pessoas de classe social D (segundo o IBGE, famílias com renda de 2 a 4 salários mínimos) e classe social E (famílias com renda de até 2 salários mínimos).

b) Endereço:

Avenida Brasil, Bairro da Compensa, Zona Oeste da cidade de Manaus. É importante registrar que na avenida Brasil funciona como a principal artéria de comércio, onde são mais freqüentes lojas de materiais de construção, dentre outras.

c) Estrutura do Empreendimento:

A empresa possui uma estrutura organizacional formada por apenas 6 (seis) pessoas, assim descritas: O proprietário, 1 (padeiro), 1 ajudantes da produção, 2 ajudantes de atendimento, 1 caixa.

d) Espaço Físico do Empreendimento:

A panificadora está localizada em um terreno próprio de 12 metros de frente por 20 metros de fundos, em um total de 240 M2. No local, funciona a panificadora com as seguintes dependências:

Área Física Construída:

- **Calçada** com Recuo 10 (dez) metros de largura e 5 (cinco) metros da fundos, por, onde atualmente serve de estacionamento para 5 (cinco) carros de clientes;

- **Área de atendimento ao cliente** (salão de atendimento) com 10 (dez) metros de frente por 3 (três) metros de fundos;
- **Área de Produção** de 8 (oito) metros de frente por 9 (nove) metros de fundos, com um total de 72 (setenta e dois) M2;
- **Depósito:** com 1.70 (dois) metros de frente por 5 (cinco) metros de fundos, com um total de 8,5 M2;
- Dois Banheiros e área de circulação.

e) Estrutura Fixa da Panificadora e Confeitaria:

Máquinas velhas ou em uso, são usadas no processo produtivo da Panificadora e, por serem muito antigas, apresentam conceitos de fabricação antigos, sem segurança, com objetivo de produção.

A depreciação dos equipamentos é um custo que deve ser considerado na calculo do custo do pão. No comércio de equipamentos para padarias, panificadoras e confeitarias encontram-se modelos, de fornos e maquinas com funções específicas para atender a necessidade de mercado.

As padarias estão se transformando em grandes lojas que pouco lembram aquelas portinhas de antigamente. Muitas estão num processo de transição, procurando adaptarem-se à nova situação, elas podem ser confundidas com um mini-mercado ou loja de conveniências. Um pouco de cada coisa é a realidade da nova padaria.

O que permanece é a necessidade de máquinas e equipamentos para padaria modernos que auxiliem, agilizem e facilitem o trabalho, para que tanto o pequeno empresário quanto o grande investidor tenham o sucesso almejado.

A depreciação dos equipamentos para padaria é um custo que deve ser considerado no cálculo do custo do pão e dos demais produtos. Isto é, a diferença que corresponde a desvalorização dos equipamentos durante seu prazo de vida útil deve ser considerada como custo no decorrer destes anos.

Por força da Norma Reguladora 12 (NR12), que obriga os panificadores a adequarem seus equipamentos e máquinas para garantir a segurança do trabalhador e a redução de acidentes de trabalho, o empresário fará os investimentos necessários,

contudo, tendo em vista limitações financeiras, terá que recorrer à empréstimos de terceiros.

A Norma Regulamentadora 12 (NR12) e seus anexos definem referências técnicas, princípios fundamentais e medidas de proteção para garantir a saúde e a integridade física dos trabalhadores e estabelece requisitos mínimos para a prevenção de acidentes e doenças do trabalho nas fases de projeto e de utilização de máquinas e equipamentos de todos os tipos, e ainda à sua fabricação, importação, comercialização, exposição e cessão a qualquer título, em todas as atividades econômicas, sem prejuízo da observância do disposto nas demais Normas Regulamentadoras - NR aprovadas pela Portaria n.º 3.214, de 8 de junho de 1978, nas normas técnicas oficiais e, na ausência ou omissão destas, nas normas internacionais aplicáveis.

A depreciação corresponde ao encargo periódico que determinados bens sofrem, por uso, obsolescência ou desgaste natural. A taxa anual de depreciação de um bem será fixada em função do prazo, durante o qual se possa esperar utilização econômica. As principais taxas praticadas são as seguintes:

- Edificações – 4% ao ano
- Instalações – 10% ao ano
- Móveis e Utensílios – 10% ao ano
- Máquinas e Equipamentos – 10% ao ano
- Ferramentas – 15% ao ano
- Veículos – 20% ao ano
- Caminhões – de 20% a 25%
- Equipamentos de Informática – 20% ao ano

QUADRO VIII
DEPRECIÇÃO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS
DA PANIFICADORA ANALISADA

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS DA PANIFICADORA X	TEMPO DE VIDA ÚTIL	TEMPO DE USO	DEPRECIÇÃO
FORNO ELÉTRICO 10 TELAS	10 anos	8 anos	80%
AMASSADEIRA ESPIRAL	10 anos	6 anos	60%
BATEDEIRA	10 anos	6 anos	60%
CILINDRO	10 anos	8 anos	80%
ESTUFA FECHADA	10 anos	8 anos	80%
MODELADORA DE PÃO	5 anos	2 anos	40%
REFRIGERADOR VERTICA	5 anos	2 anos	40%
FATIADEIRA PAO	5 anos	2 anos	40%
MOINHO PAO	5 anos	2 anos	40%
DIVISORA DE MASSA	10 anos	2 anos	20%
BALCÃO CONFEITARIA	5 anos	3 anos	60%
VITRINE ESTUFA C/ BANDEJAS	10 anos	8 anos	80%
VITRINE CAIXA	5 anos	3 anos	60%
BATEDEIRA PLANETARIA 12 LITROS	5 anos	3 anos	60%
REFRIAGERADOR AUTO SERVIÇO	5 anos	3 anos	60%
ESTUFA FECHADA VAZIO P/20	10 anos	3 anos	60%
BALANÇA ELETRONICA	5 anos	3 anos	60%
CONSERVADOR ILHA	5 anos	3 anos	60%
PRATELEIRA CONJUGADA	10 anos	3 anos	60%
SANDUICHEIRA CONJUGADA	5 anos	3 anos	60%
CORTADOR DE FRIOS AUTOMATICO	10 anos	3 anos	60%
FOGÃO DE 02 BOCAS	10 anos	3 anos	60%

Fonte: O Autor

6. ANÁLISE CRÍTICA DOS RESULTADOS APURADOS NA PESQUISA

QUADRO IX – DIMENSÃO FINANCEIRA

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(2.1) A panificadora apresenta reduzido índice de capital de giro, o que afeta a compra de matéria-prima;	1. Sempre	33	85
	2. Às Vezes	4	10
	3. Raramente	1	3
	4. Nunca	1	3

Fonte: O Autor

Um dos maiores geradores de falências de pequenas panificadoras é causado pela falta de capital de giro, ou seja, a reserva financeira feita para ser usada em momentos de necessidade. Mesmo aquelas que apresentam lucratividade, se não tiverem atenção ao quanto é guardado, podem sofrer sérias conseqüências no abastecimento de matéria-prima. Isso acontece porque o faturamento de todo mês pode apresentar variáveis, provocadas por demandas da clientela.

A gestão financeira em uma pequena empresa é voltada, na maior parte do tempo, para a solução de problemas de capital de giro, entre eles o financiamento de estoques e administração das insuficiências de caixa. Esses problemas podem ser evitados por meio de uma administração de capital de giro que valorize a prevenção de sua ocorrência (SANTOS, 2001). A cultura da administração amadora e da tomada de decisão improvisada não está em sintonia com a boa gestão de uma micro empresa. Logo, é essencial administrar profissionalmente o Capital de Giro, começando com o planejamento de caixa.

Segundo GITMAN (1987), é essencial atingir dos objetivos financeiros da empresa e as expectativas dos empresários. Logo, percebe-se que, no caso das 39 (trinta e nove) micros empresas de panificação envolvidas na pesquisa, os proprietários desempenham, além do papel administrativo e produtivo, o papel de controlador do fluxo de caixa, essencial para o crescimento da empresa e maximização do lucro.

Na asserção relativa ao Capital de Giro, pode-se perceber que, dos 39 (trinta e nove) respondentes, 85% sempre apresenta dificuldade financeira para a

compra de matéria-prima. Tal situação pode ser motivada pelos fatores relatados pelos respondentes como:

- Falta de melhor determinação das tendências e expectativas de receitas e despesas e da sazonalidade;
- Desorganização dos controles financeiros;
- Falta de uma melhor identificação da participação de cada produto/serviço no Faturamento Mensal das panificadoras avaliadas;
- Necessidade de melhor identificação, avaliação e estabelecimento de metas para os custos e vendas;
- Melhor orientação no planejamento voltado à contratação de financiamentos de longo prazo.

QUADRO IX – DIMENSÃO FINANCEIRA

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(2.2) Os investimentos em melhorias operacionais são necessários, mas nos faltam recursos financeiros;	1. Sempre	28	72
	2. Às Vezes	4	10
	3. Raramente	6	15
	4. Nunca	1	3

Fonte: O Autor

De acordo com Fonseca (2009), finanças vêm a ser o conjunto de princípios econômicos e financeiros que possam possibilitar em curto ou longo prazo a maximização do resultado apresentado através da administração dos recursos alocados numa determinada empresa. Todavia, os aspectos financeiros de microempresas diferem das médias e grandes empresas, uma vez que são usadas quantidades distintas de ferramentas para a tomada de decisão, além da movimentação monetária e controle do processo produtivo.

Numa microempresa as finanças são geridas, muitas vezes, pelo dono do empreendimento, o qual, geralmente, não possui sólido conhecimento sobre as técnicas a serem utilizadas para que possa administrar financeiramente seu negócio de maneira adequada, além disso, o fluxo de informações dentro de uma microempresa fica cada dia mais complexo, exigindo cada vez mais um número maior de dados para auxiliar à tomada das decisões.

A pesquisa demonstrou que 72% dos empresários sempre apresentam falta de recursos financeiros para atender corretamente aos investimentos no processo produtivo, além disso, 10% demonstraram que eventualmente, também apresentam as mesmas dificuldades. Embora um total de 82% dos empresários consideraram haver necessidade de investimentos em melhorias operacionais, afirmaram que padecem da falta de recursos financeiros para subsidiar tais investimentos. Diante de tal situação e considerando que, se faz necessário o constante investimento no processo produtivo, muitas microempresas apresentam dificuldades para enfrentar as pressões normais do cotidiano e, por falta de recursos, acabam podendo apresentar queda de produtividade, ou até, encerrando suas atividades.

QUADRO IX – DIMENSÃO FINANCEIRA

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(2.3) As vendas praticadas por empresas clandestinas prejudicam o faturamento da nossa panificadora;	1. Sempre	8	21
	2. As Vezes	5	13
	3. Raramente	16	41
	4. Nunca	10	26

Fonte: O Autor

O mercado de panificação está cada vez mais concorrido devido à mudança no perfil e do hábito do consumidor. Um fator que afeta o ramo de panificação em Manaus é a existência de padarias clandestinas (ou fundo de quintal) onde: sem higiene, regularização, registros contábeis ou trabalhistas, pagamentos de impostos e taxas, além da possibilidade de apropriação indevida de energias e de água, produzem e vendem em vários pontos da cidade. Contudo, o Manauara ainda prefere adquirir os produtos nas panificadoras tradicionais. Entre os 39 respondentes da pesquisa, observou-se que as vendas clandestinas raramente afetam o faturamento das panificadoras. Tal situação, conforme relatos, pode ser resultante de fatores como:

- **Preço/variedade:** Caracterizado pela diversidade dos produtos oferecidos, conforto no acesso, estacionamento, ambiente agradável, apresentação, atenção e presteza dos funcionários;
- **Localização:** A preferência pelas padarias se deve ao fato de o estabelecimento estar próximo à residência ou ao local de trabalho como o principal fator de consumo.
- **Qualidade do produto e variedades:** Consumidores geralmente preferem as padarias tradicionais pela melhor qualidade do pão (sabor, maciez e temperatura), maior variedade de produtos, além do agilidade no atendimento, mais espaço, higiene.

QUADRO IX – DIMENSÃO FINANCEIRA

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(2.4) O faturamento da panificadora apresenta decréscimo em função da crise econômica brasileira;	1. Sempre	22	57
	2. As Vezes	4	10
	3. Raramente	4	10
	4. Nunca	9	23

Fonte: O Autor

A pesquisa demonstrou que 57% dos respondentes afirmaram que os faturamentos das panificadoras na cidade de Manaus sofreram decréscimo em função da crise econômica brasileira. É importante registrar que, conforme levantamento do Instituto Tecnológico de Panificação e Confeitaria (ITPC), através de pesquisa em mais de 1.200 empresas de todo o país, abrangendo representantes do setor de panificação de todos os portes, revelou que as panificadoras e confeitarias tiveram um crescimento de apenas 2,7% em 2015. Dentre os fatores que ajudaram a tornar o ano mais difícil para os empresários destacaram-se:

- Redução no fluxo de clientes, fator que contribuiu diretamente para o menor crescimento no faturamento;
- Incremento de 6.8% das despesas operacionais;
- Encarecimento da matéria-prima, considerando uma inflação de 10,67% medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) ano passado.

QUADRO IX – DIMENSÃO FINANCEIRA

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(2.5) O faturamento é suficiente para abater os custos fixos, os variáveis e os impostos;	1. Sempre	24	62
	2. Às Vezes	11	28
	3. Raramente	4	10
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

Embora o Brasil esteja em uma crise econômica, 62% dos estabelecimentos de panificação e confeitaria pesquisados na cidade de Manaus, registraram que o faturamento mensal é suficiente para arcar com os custos das suas panificadoras. Esse resultado demonstra que é um bom negócio empreender no ramo de panificação e confeitaria.

Corroborando com o resultado acima, registra-se que estudo do SEBRAE – Serviço de Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e da ABIP – Associação Brasileira da Indústria de Panificação, demonstram que: As padarias estão deixando de ser apenas estabelecimentos responsáveis pela fabricação artesanal e venda de pães fresquinhos, biscoitos, bolos e outras guloseimas, freqüentados pelos clientes em determinados horários do dia e da noite.

QUADRO X – DIMENSÃO PROCESSO PRODUTIVO

DIMENSÃO III – PROCESSO PRODUTIVO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(3.1) A ampliação das instalações e de novo mix de produtos são essenciais para a competitividade da panificadora no local onde está instalada.	1. Sempre	33	85
	2. Às Vezes	4	10
	3. Raramente	2	5
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

Segundo o Projeto de Desenvolvimento do Setor de Panificação e Confeitaria com atuação na Qualidade, Produtividade e Sustentabilidade, desenvolvido em setembro de 2015 pelo SEBRAE – Serviço de Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, em parceria com a ABIP – Associação Brasileira da Indústria de Panificação e do Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (ITPC), as empresas de panificação brasileiras apresentam um modelo de negócio 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.

De acordo com o estudo, as panificadoras e confeitarias no Brasil, expressam uma nova concepção 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, adega, sopas e caldos, lanchonete, restaurante, entre outros.

O estudo das 3 (três) renomadas instituições, ratificam o resultado apurado junto aos 39 respondentes da pesquisa, uma vez que 85% (oitenta e cinco) afirmaram que a ampliação das instalações e de novo mix de produtos são essenciais para a competitividade da panificadora no local onde está instalada.

QUADRO X – DIMENSÃO PROCESSO PRODUTIVO

DIMENSÃO III – PROCESSO PRODUTIVO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(3.2) As máquinas e equipamentos da minha panificadora estão ultrapassados, o que afeta a produtividade;	1. Sempre	17	44
	2. Às Vezes	9	23
	3. Raramente	7	18
	4. Nunca	6	15

Fonte: O Autor

Segundo Soares (2011), de pequenos comércios que apenas vendiam o pão e o leite às grandes lojas de conveniência, com uma extensa gama de produtos e serviços, as panificadoras e confeitarias brasileiras evoluíram graças a fatores determinantes para o sucesso, como a evolução da tecnologia voltada às máquinas e equipamentos para panificação, que são responsáveis por facilitar o trabalho de padeiros e auxiliares, além de produzir em maior quantidade, com mais qualidade a aumentar o faturamento.

Portanto, investir em equipamentos modernos é uma das alavancas para o enfrentamento da concorrência e o crescimento das empresas do segmento. O investimento em máquinas e equipamentos modernos visa a produção com alta

qualidade e uniformidade do produto, além de baixar os custos operacionais e tornar o empreendimento extremamente competitivo no mercado.

É importante registrar que 67% dos respondentes da pesquisa nas 39 empresas de panificação de Manaus, demonstraram que, embora o faturamento ofereça condições para arcar com os custos, as máquinas e equipamentos estão ultrapassados, o que tem afetado a produtividade das mesmas.

QUADRO X – DIMENSÃO PROCESSO PRODUTIVO

DIMENSÃO III – PROCESSO PRODUTIVO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(3.3) A falta de recurso para treinamento de pessoal afeta a produção da panificadora;	1. Sempre	28	72
	2. Às Vezes	5	13
	3. Raramente	4	10
	4. Nunca	2	5

Fonte: O Autor

Os programas de treinamento/desenvolvimento devem acompanhar o mercado em suas mudanças sociais, econômicas e tecnológicas. Atualmente, o treinamento vem sendo utilizado pelas empresas com o objetivo geral de desenvolver colaboradores internos, tanto na aprendizagem de novas habilidades quanto na ampliação qualitativa daquelas já existentes, uma vez que as pressões sócio-culturais, tecnológicas, econômicas e políticas direcionam as organizações contemporâneas a se adaptarem às exigências que o mercado impõe, focando intensamente seu capital humano.

Na visão de Chiavenato (2014): *“as empresas são fundamentalmente constituídas de inteligência, algo que apenas as pessoas possuem, e o capital somente será bem aplicado quando for inteligentemente investido e administrado. Para tanto, o correto investimento na gestão de recursos humanos torna-se prioritária em relação à administração do capital ou a qualquer outro recurso empresarial, como máquinas, equipamentos, instalações, etc.”*

As empresas do segmento de panificação e confeitaria que realmente querem estar competitivas e não somente presentes no mercado, já se deram conta da essencialidade do treinamento e desenvolvimento e sabem que, se investirem da forma correta, o retorno será garantido. Contudo, como se pode observar no resultado da pesquisa efetuada, 85% dos respondentes afirmaram

que há falta de recurso para treinamento de pessoal e isso afeta a produção da panificadora.

QUADRO X – DIMENSÃO PROCESSO PRODUTIVO

DIMENSÃO III – PROCESSO PRODUTIVO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(3.4) A panificadora necessita tornar o Layout mais moderno para melhorar o fluxo de produção;	1. Sempre	28	72
	2. Às Vezes	5	13
	3. Raramente	4	10
	4. Nunca	2	5

Fonte: O Autor

O objetivo geral de um layout é permitir a funcionalidade do processo produtivo, proporcionando um fluxo de trabalho de materiais fluido ou um padrão de tráfego que não seja complicado tanto para os trabalhadores como para clientes da empresa. Para atingir tais objetivos, é imprescindível uma análise rigorosa sobre o arranjo físico de máquinas, equipamentos, pessoas etc.

É necessário que se estabeleça a capacidade de instalação e o potencial de produção da empresa, tal condição é relevante para que não se incorra em erros, como o alto custo das instalações. Ao projetar o layout, devem-se levar em consideração suas necessidades, mas deve-se ressaltar, no projeto, a importância de um estudo para mudanças futuras, como diminuição ou aumento do arranjo físico. Logo, é necessário que se estabeleçam alguns princípios para a elaboração do arranjo físico de uma empresa, entre eles destacam-se:

- I. **Princípio da economia do movimento** – O arranjo físico ótimo tende a diminuir a distância a ser percorrida pelos operários e ferramentas entre as operações de fabricação;
- II. **Princípio do fluxo progressivo** – O movimento ininterrupto de uma operação para a próxima, sem transportes de volta ou cruzamento de materiais, homens e equipamentos, é o preferível;
- III. **Princípio da flexibilidade** – A possibilidade de rearranjos econômicos para adaptar a produção às mudanças do produto, do volume de produção e dos equipamentos e processos, deve ser sempre preferida.
- IV. **Princípio da integração** – A integração entre os fatores é necessária para que o arranjo físico seja ótimo, deve ser sempre preferida.

Com a observância dos princípios acima, o processo produtivo ganha mais fluidez, uma vez que: Facilita o fluxo de materiais e pessoas, evitando atropelos e minimizando distância; Permite a expansão por meio de áreas de reserva; Utiliza da melhor maneira o espaço disponível; Diminui os investimentos em equipamentos e instalações; Permite controle de qualidade e da qualidade da produção; Assegura segurança e conforto aos operários e facilita a supervisão e gera flexibilidade em caso de alterações, sem longas paradas da produção.

O resultado da pesquisa efetuada nos 39 estabelecimentos do ramo de panificação e confeitaria na cidade de Manaus demonstra que 72% dos empresários, sempre necessitam tornar o Layout mais moderno para melhorar o fluxo de produção, contudo, ficam limitados pelo alto custo necessário. Registra-se que alguns empresários recorreram às linhas de crédito bancário, entretanto, devido à burocracia, optaram por crédito da carteira comercial, onde o custo do recurso emprestado é elevado.

QUADRO X – DIMENSÃO PROCESSO PRODUTIVO

DIMENSÃO III – PROCESSO PRODUTIVO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(3.5) A panificadora faz uso da informática no controle das entradas e saídas do estoque;	1. Sempre	12	31
	2. Às Vezes	1	3
	3. Raramente	9	23
	4. Nunca	17	44

Fonte: O Autor

O controle físico e financeiro de estoque tem como objetivo básico informar a quantidade disponível de cada item existente na empresa, seja matéria-prima, seja mercadoria, e quanto essa quantidade significa em valores monetários. Uma das consequências da falta de controle está no fato de não ser possível checar se o consumo efetivo dos materiais está de acordo com a sua real necessidade. Com efeito, não conhecer o consumo médio dos materiais dificulta a compra que vise diminuir a necessidade de capital de giro da empresa.

Diante da situação acima, todo processo de movimentação de estoque deve ser estabelecido por meio das Normas de Entrada e Saída de Estoque. Com informações estatísticas sobre o que está saindo, o gestor pode calcular o giro das mercadorias/materiais, auxiliando na compra para melhor aproveitamento do

capital de giro da empresa. Além disso, terá segurança de que estas mercadorias/materiais são utilizadas na empresa, e não desviadas.

Embora a situação acima seja essencial e desejável, geralmente os micro empresários do setor de panificação e confeitaria em Manaus, apresentam as seguintes características:

- I. Muitas vezes os proprietários não possuem o conhecimento necessário em gestão de inventário;
- II. Há poucos funcionários e os mesmos estão diretamente envolvidos com a produção e venda;
- III. Não há um espaço adequado para o estoque;
- IV. Por falta de adequado controle de estoque, algumas panificadoras formam os ingredientes de uma receita que tende a gerar: dinheiro parado, peças obsoletas no estoque, perdas e furtos, falta de peças para atendimentos, dificuldade em calcular custo de produtos, não cumprimento de prazos de contrato, entre outros.

No que concerne à dimensão III – Processo Produtivo, Asserção 3.5, o resultado da pesquisa demonstrou que 67% das panificadoras e confeitarias de Manaus participantes da pesquisa, ainda não fazem uso da informática no controle das entradas e saídas do estoque. Considerando as dificuldades de recursos para capital de giro, proprietários informaram se limitar a compra da matéria-prima em pequenas quantidades. É importante ressaltar que tal fato onera desnecessariamente a empresa.

QUADRO XI – DIMENSÃO QUALIDADE DOS PRODUTOS

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(4.1) A panificadora vende produtos e serviços com a qualidade exigida pelos clientes;	1. Sempre	30	77
	2. Às Vezes	9	23
	3. Raramente	0	0
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

As panificadoras e confeitarias têm a característica de atuar desde a produção até a venda, integrando atividades de fabricação de alimentos,

manipulação de alimentos na loja, exposição de alimentos à venda, serviço de alimentação, loja de conveniência e entrega a domicílio de alimentos. Em todas essas atividades as Boas Práticas devem ser aplicadas para se prevenir a contaminação dos alimentos. Logo, zelar pela qualidade do serviço prestado deve ser um dos grandes mandamentos de todo empreendedor do segmento de panificação.

Manter o controle de qualidade sobre a higiene e saúde dos alimentos, por exemplo, é uma tarefa que exige constância e rigor, pois todas as panificadoras precisam se adequar às normas sanitárias e ter um controle de qualidade sobre os produtos e serviços ofertados aos clientes.

De acordo com a ANVISA (Resolução RDC no 275/2002), a panificadora, por ser uma pequena indústria, deve desenvolver, implementar e manter 8 (oito) Procedimentos Operacionais Padronizados (POP):

- I. Higienização das instalações, equipamentos, móveis e utensílios;
- II. Controle da potabilidade da água (Higienização de reservatório de água);
- III. Higiene e saúde dos manipuladores;
- IV. Controle integrado de vetores e pragas urbanas;
- V. Manutenção preventiva e calibração de equipamentos;
- VI. Manejo dos resíduos;
- VII. Seleção das matérias-primas, ingredientes e embalagens;
- VIII. Programa de recolhimento de alimentos.

O resultado da pesquisa efetuada entre 39 (trinta e nove) panificadoras de Manaus demonstrou que 77% dos respondentes, sempre estão comprometidos com a qualidade dos produtos e serviços exigidos pelos clientes, enquanto 23%, por limitações financeiras, às vezes cumprem todos os Procedimentos Operacionais Padronizados (POP). É importante registrar que todos os pesquisados informaram que efetuam as boas práticas como: Monitoramento (controle); Registro; Aplicação de ações corretivas, no caso de desvios identificados nos monitoramentos e constante verificação.

QUADRO XI – DIMENSÃO QUALIDADE DOS PRODUTOS

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(4.2) Os treinamentos e desenvolvimentos dos funcionários estão voltados à melhoria dos produtos;	1. Sempre	24	62
	2. Às Vezes	12	31
	3. Raramente	2	5
	4. Nunca	1	3

Fonte: O Autor

Na atualidade, o empresariado está inserido em um cenário permeado por grandes e velozes transformações, as quais se configuram nos níveis: social, político, econômico, tecnológico e científico. O impacto dessas transformações obriga as organizações a reverem seus modelos internos de gestão, tanto dos meios de produção, mas principalmente, das pessoas que nelas atuam. Desse modo, se fazem necessários o preparo e o desenvolvimento contínuo dos trabalhadores para que esses possam atuar com propriedade perante essa nova realidade.

Hanashiro, Teixeira e Zaccarelli (2007) registra que: “Entende-se por treinamento o aprimoramento do desempenho do funcionário para que possa aumentar a produtividade dos recursos – físicos, financeiros, informações, sistemas, etc. – colocados à disposição dele para realizar o seu trabalho. O treinamento tem como finalidade a aquisição e o aperfeiçoamento de conhecimentos e habilidades para desempenhar determinadas tarefas em curto prazo”.

Na Dimensão IV – Qualidade dos Produtos, asserção 4.2, que trata dos treinamentos e o desenvolvimento dos funcionários voltados à melhoria dos produtos, observa-se que 62% sempre estão preocupados com os treinamentos, especialmente para fazer face às exigências para a competitividade, enquanto 31%, por limitações financeiras, somente às vezes investem no treinamento e desenvolvimento do pessoal.

É importante registrar que o SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, a Associação Brasileira das Indústrias de Panificação e Confeitaria (ABIP) e o Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (ITPC) procuram incentivar as panificadoras e confeitarias para que seus funcionários participem de cursos, palestras e formação e atualização de trabalhadores no

segmento. Os treinamentos e desenvolvimentos oferecidos pelas entidades acima, estão direcionados ao processo produtivo das empresas de panificação, desde o manuseio da matéria-prima, passando pelos processos de produção e até relacionamento interpessoal. Segundo as instituições, já há uma visível melhora na qualidade e na diminuição do desperdício, na melhoria da qualidade dos produtos e serviços e no retrabalho.

QUADRO XI – DIMENSÃO QUALIDADE DOS PRODUTOS

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(4.3) Há variedade de produtos que atende perfeitamente as demandas dos clientes;	1. Sempre	15	38
	2. Às Vezes	14	36
	3. Raramente	6	15
	4. Nunca	4	10

Fonte: O Autor

O mercado de alimentação é muito competitivo as empresas de panificação devem sempre inovar para manter seus clientes satisfeitos. Além de ser fundamental que o empresário conheça e domine muito bem o segmento, o mesmo precisa de informações técnicas que só alguém com experiência no ramo poderá passar. É essencial que o empresário e seus funcionários estejam sempre inovando para que, de maneira profissional, possa aumentar bastante as chances de sucesso da empresa nesse mercado. É importante registrar que as padarias são classificadas em 4 tipos, são eles:

- I. Boutique: As padarias do tipo boutique são aquelas que se encontram localizadas em regiões de alto poder aquisitivo e que comercializam produtos de fabricação própria e importados.
- II. De serviço: Essas padarias são aquelas padarias localizadas em regiões centrais das cidades e em ruas de grande circulação e de maior concentração de lojas comerciais ou escritórios. Elas oferecem além dos próprios produtos de padaria e confeitaria, outros serviços adequados para essas localidades, como: bar, lanchonete, fast food entre outros.
- III. De conveniência: São as mais comuns de serem encontradas. São as padarias dos bairros tipicamente residenciais. A denominação de

conveniência vem dos tipos de produtos que comercializam. Além daqueles típicos de padarias, comercializam outros tipos de produtos considerados de conveniência podendo chegar a três mil itens ou mais.

- IV. Pontos quentes: Esse tipo de padaria é uma tendência na Europa e vem ganhando força no Brasil. A padaria abre uma filial, envia alguns tipos de pães já embalados ou congelados que serão assados no ponto quente.

Las Casas (2007) explica que, um dos principais elementos do marketing de uma empresa está voltado para o gerenciamento das atividades mercadológicas que satisfaçam os clientes, se tornando essa a chave do sucesso para todos os empreendimentos. A empresa busca atrelar a oferta dos produtos ou serviços para demandas específicas do mercado. A escolha por um mix de produto mais amplo pelos proprietários de panificadoras é uma forma de se destacar no setor, proporcionando ao cliente que encontre o que procure dentro de seu estabelecimento e não na concorrência. Desta forma é de extrema importância um mix de produto amplo. Com esta amplitude a panificadora tem uma maior facilidade em atender as necessidades dos clientes, se tornando um diferencial competitivo dentro do setor.

O resultado da pesquisa apurou que 74% das 39 empresas pesquisadas, sempre ou quase sempre, estão preocupadas com a diversificação de produtos e, na medida do possível, procuram oferecer produtos e serviços que atendam perfeitamente as demandas dos clientes.

QUADRO XI – DIMENSÃO QUALIDADE DOS PRODUTOS

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(4.4) Nos produtos usamos somente matérias-primas e o processo adequado, mantendo aroma e sabor;	1. Sempre	28	72
	2. Às Vezes	11	28
	3. Raramente	0	0
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

Hoje, as padarias trazem uma enorme gama de produtos e serviços e 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. Contudo, somente quem utiliza as melhores matérias-primas para seus produtos consegue produzir com qualidade superior. Por esta razão, a qualidade e a segurança de todos os componentes são de extrema importância.

O pão feito com cuidados e arte, matérias-primas adequadas e processo correto, garantirão que se evitem distorções graves no grande diferencial sabor e aroma. Definir um “bom pão” não é tarefa tão fácil e simples como parece, ainda mais quando se toma todo o universo de pães existentes, com conceitos que variam segundo os países e as regiões – onde os hábitos se converteram em leis. No caso do pão francês, sem dúvida, o mais consumido no Brasil e, conseqüentemente o carro chefe das padarias no que se refere ao número de unidades vendidas e, em muitos casos, é o responsável pela maior parcela do faturamento, o uso de matéria-prima de ótima qualidade e a observância das boas práticas produtivas, oferecem aos consumidores um aroma e sabor inigualável.

Na pesquisa da presente dissertação, no que concerne à qualidade do produto, a asserção 4.4 que trata do uso de matéria-prima e processo adequado voltado à manutenção de aroma e sabor, pode-se afirmar que 72% sempre procuram usar matéria-prima de qualidade, enquanto que 28%, por limitação financeira ou operacional, ainda necessita melhorar, embora já estejam fazendo as adequações necessárias.

QUADRO XI – DIMENSÃO QUALIDADE DOS PRODUTOS

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(4.5) A área de produção e atendimento ao cliente é extremamente limpa e convidativa;	1. Sempre	14	36
	2. Às Vezes	19	49
	3. Raramente	6	15
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

Por ser o responsável pelo manuseio dos alimentos durante os diversos processos de manipulação dos mesmos, o homem é considerado a principal fonte de contaminação dos alimentos. Portanto, faz-se necessário que os manipuladores de alimentos tenham consciência da importância da prática de “higiene pessoal e ambiental adequada” antes e durante o preparo dos alimentos, pois um simples contato das “mãos não-higienizadas” com os alimentos poderá

ser suficiente para que ocorra a transmissão de vários tipos de microrganismos aos mesmos.

Em uma panificadora e confeitaria, para se produzir com qualidade e demonstrar aos clientes que a segurança dos mesmos é uma prioridade do estabelecimento, além de observar os cuidados necessários com a higienização dos alimentos durante a sua manipulação, também é importante:

- I. A manutenção da assepsia da área de produção;
- II. Efetuar a limpeza diária de todos os equipamentos, móveis e utensílios da área de atendimento aos clientes;
- III. Ficar atento para com a saúde e higiene dos funcionários de qualquer setor da panificadora. Eles devem ter consciência da importância de sua função dentro da empresa;
- IV. Oferecer programas de qualificação eficazes e permanentes para a formação dos manipuladores, que os tornarão aptos a produzir e oferecer alimentos com uma qualidade que possa satisfazer os consumidores que são, cada vez mais, informados e exigentes.

No que concerne à asserção que trata da limpeza da área de produção e atendimento ao cliente, dos 39 (trinta e nove) estabelecimentos pesquisados, 36% informaram que sempre estão preocupados com a limpeza extrema dos ambientes da panificadora, enquanto 49% informaram que às vezes se preocupam com a limpeza “extremada”. O que chama atenção é o volume de 15% das panificadoras informarem que raramente estão preocupadas com a limpeza da área da produção e de atendimento ao cliente.

Quando questionados sobre as razões dos 15% puderem estar descumprindo Normas da Vigilância Sanitária e colocando em risco seus clientes, a resposta dada pelos proprietários foi que, por limitações de recursos financeiros, os mesmos procuram se ater às exigências básicas necessárias, contudo sem atentar para a limpeza extremada. Tal fato chama atenção para um maior investimento dos órgãos de controle para a melhoria da qualidade e até o oferecimento de cursos como 5S voltado a essas empresas.

QUADRO XII – DIMENSÃO CRÉDITO DE FOMENTO

DIMENSÃO V – CRÉDITOS DE FOMENTO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(5.1) O acesso ao crédito de FOMENTO é mais convidativo, contudo burocratizado e demorado;	1. Sempre	35	90
	2. Às Vezes	4	10
	3. Raramente	0	0
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

As microempresas têm uma importância fundamental para desenvolvimento econômico e social do Brasil e representam um dos principais pilares de sustentação da economia, pois possuem uma enorme capacidade para a geração de emprego e renda.

Visando atender essa demanda, o mercado de crédito se torna um importante indutor para o desenvolvimento econômico e social e o acesso às fontes de financiamento é considerado um fator determinante para o crescimento econômico das empresas.

A maioria das microempresas necessitam da inserção de capital de terceiros para que possam financiar as atividades de produção e realizar investimentos importantes para expansão e sustentabilidade nesse mercado cada vez mais competitivo. No entanto, grande parte desses empresários enfrentam dificuldades ao buscarem recursos para financiamentos ou investimentos junto às instituições de crédito. Essas dificuldades, geralmente são motivadas pelos seguintes fatores:

- Falta de planejamento e descontrole de recursos do microempresário;
- Investimentos com foco em retração, administração inadequada gerando dificuldade de comercialização dos produtos;
- Falta de documentos contábeis e patrimoniais que proporcione o deferimento do pedido de financiamento junto aos bancos.

A deficiência de planejamento aliada à falta de conhecimento sobre o mercado de crédito e de opções adequadas de financiamentos são os principais

motivos que prejudicam as Microempresas que buscam recursos no mercado financeiro para expansão dos negócios.

No que concerne à dimensão créditos de fomento, asserção 5.1 que trata das facilidades de obtenção desses empréstimos, 90% das empresas pesquisadas informaram que, embora o crédito de fomento seja o mais convidativo, geralmente é mais burocratizado e demorado.

É importante registrar que o SEBRAE tem cumprido um papel essencial na orientação dos microempresários, com vistas ao melhor planejamento, organização, controle, comando e coordenação de seus empreendimentos, uma vez que, embora o crédito seja de fomento, os agentes financeiros, por força de Lei e determinação do Banco Central do Brasil, necessitam de garantias que possam dar suporte aos empréstimos.

QUADRO XII – DIMENSÃO CRÉDITO DE FOMENTO

DIMENSÃO V – CRÉDITOS DE FOMENTO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(5.2) Os créditos de fomento exigem garantias patrimoniais e, sem isso, o financiamento é negado;	1. Sempre	33	85
	2. Às Vezes	5	13
	3. Raramente	1	3
	4. Nunca	0	1

Fonte: O Autor

As instituições financeiras, em especial o segmento bancário, funcionam como intermediárias entre as pessoas que necessitam do crédito e as outras que podem fornecê-lo. Essa intermediação decorre exatamente da tomada de dinheiro junto ao poupador e, posteriormente o repasse do mesmo quantum para o público tomador. Logo, as operações de crédito demandam dois elementos essenciais: confiança e tempo, a confiança pode repousar tanto no devedor como nas garantias reais ou pessoais que ele ofereça para assegurar a prestação futura prometida. O tempo é o intervalo que medeia entre a prestação presente e atual e a prestação futura. Logo, percebe-se que esses dois elementos são importantíssimos para definição do custo das operações de crédito.

Mesmo com o virtuoso ciclo de orientação para atuação no segmento, a estabilidade econômica vivenciada e o sucessivo aumento do volume de empréstimos e financiamentos desta década, as Microempresas enfrentam diversas dificuldades na obtenção de recursos para a operacionalização e realização de investimentos em seus negócios.

A falta de garantias reais, representadas por uma coisa (bem) que pertença ao devedor ou a algum terceiro e que possua valor suficiente para eventual ressarcimento do credor, em caso de não pagamento da obrigação contratada, tem sido obstáculo recorrente e latente para as Microempresas terem acesso ao crédito.

Na dimensão Crédito de Fomento, asserção 5.2, a grande maioria dos respondentes, correspondente a 85%, informaram que os créditos de fomento exigem garantias patrimoniais e, sem isso, o financiamento é negado. A relativa dimensão reduzida do crédito destinado às Microempresas não pode ser encarada simplesmente como má vontade das instituições em financiar suas atividades. As razões para o não financiamento mais amplo devem ser entendidas, e viabilizadas formas de neutralizar ou minimizar as barreiras e estimular a expansão.

QUADRO XII – DIMENSÃO CRÉDITO DE FOMENTO

DIMENSÃO V – CRÉDITOS DE FOMENTO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(5.3) O agente técnico SEBRAE tem dado o suporte necessário ao desenvolvimento das panificadoras;	1. Sempre	34	87
	2. Às Vezes	4	10
	3. Raramente	1	3
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove, há mais de 40 anos, a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

As soluções desenvolvidas pelo Sebrae atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado. Para garantir o atendimento aos pequenos negócios, o Sebrae atua em todo o território nacional. Além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com pontos de atendimento nas 27 Unidades da Federação, onde são oferecidos cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para pequenos negócios de todos os setores.

Na dimensão crédito de fomento, asserção 5.3, a pesquisa demonstrou que 87% dos empresários pesquisados apontaram que o Sebrae tem dado o suporte técnico necessário ao desenvolvimento das panificadoras. Tal fato é pertinente, visto ser o Sebrae um agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento e não é uma instituição financeira, por isso não empresta dinheiro.

Uma das atuações do Sebrae é a articulação, junto aos bancos, cooperativas de crédito e instituições de microcrédito, voltada para a criação de produtos financeiros adequados às necessidades do segmento. É importante registrar que a Instituição também orienta os empreendedores para que o acesso ao crédito seja, de fato, um instrumento de melhoria do negócio.

QUADRO XII – DIMENSÃO CRÉDITO DE FOMENTO

DIMENSÃO V – CRÉDITOS DE FOMENTO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(5.4) Diante das dificuldades, comumente se recorrem a créditos com juros não subsidiados;	1. Sempre	28	72
	2. Às Vezes	8	21
	3. Raramente	1	2
	4. Nunca	2	5

Fonte: O Autor

Em virtude da falta de um planejamento profissional ou descontrole pessoal/administrativo, há microempresários que, diante das dificuldades e com muitas dívidas, recorrem erroneamente à créditos com agiotas. Através da agiotagem praticamente qualquer microempresa, que obtém renda de alguma forma ou que possui bens como garantia, facilmente recebe o recurso, contudo, se torna um tormento por várias razões, dentre elas: Enormes encargos; Prazo de pagamento geralmente é mínimo; Juros são elevadíssimos e, caso haja

inadimplência, tem início uma maratona de juros sobre juros infinitos, que fatalmente levará o empreendimento à falência.

Em alguns países o empréstimo privado entre pessoas é aceito e legalizado, inclusive existem diversos sites de empresas on-line, lojas de crédito nas ruas e agências financiadoras que fornecem empréstimos privados fora do ambiente bancário e das financeiras. No Brasil, qualquer forma de empréstimo que não seja feito por instituições legalizadas é considerado fora da lei. Logo, o empréstimo com agiota é uma das modalidades que se enquadram nessa ilegalidade.

Afora o problema do crédito oriundo da agiotagem, o crédito comercial é um importante canal de financiamento e de investimento, amplamente demandado e ofertado pelos bancos comerciais às empresas. O uso do crédito precisa ser bem planejado e administrado, de forma que os resultados sejam satisfatórios para os empresários, funcionários, clientes, fornecedores e, essencialmente, para a manutenção da empresa no mercado.

No que concerne à asserção 5.4 que trata da recorrência a créditos não subsidiados em caso de dificuldades, 72% das 39 (trinta e nove) empresas pesquisadas, informaram que recorrem a empréstimos não subsidiados. Embora essa situação não seja interessante, alguns dos pesquisados informaram se tratar de casos esporádicos e somente solicitados como última alternativa, especialmente em face de pagamentos urgentes aos fornecedores.

QUADRO XII – DIMENSÃO CRÉDITO DE FOMENTO

DIMENSÃO V – CRÉDITOS DE FOMENTO			
Total de Respondentes: 39			
ASSERÇÃO	OPÇÕES ESCOLHIDAS	FREQUENCIA	(%)
(5.5) As instituições financeiras que operam os créditos de fomento atendem com a agilidade e qualidade necessária;	1. Sempre	14	36
	2. Às Vezes	21	54
	3. Raramente	4	10
	4. Nunca	0	0

Fonte: O Autor

O Banco Central do Brasil autoriza o funcionamento das agências de fomento e estas, devem seguir os princípios administrativos da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, de forma a evitar que o interesse público seja abarcado por negociatas, prejudiciais à sociedade. No

exercício de sua competência fiscalizadora sobre as instituições financeiras e demais instituições por ele autorizadas a funcionar, o Banco Central do Brasil, dispõem de poder legal para instaurar processo administrativo punitivo, quando verificada infração a norma legal ou regulamentar relativa às atividades supervisionadas.

Os empréstimos, direcionados para o fomento da aceleração do desenvolvimento socioeconômico e sustentável, dependendo do porte do negócio, são dotados de garantias reais e garantias fidejussórias, o que garante o retorno do valor emprestado e a satisfação dos anseios do setor produtivo, o qual terá uma nova linha de crédito com juros menores se comparados aos praticados pelo mercado bancário nacional.

A pesquisa entre as 39 (trinta e nove) panificadoras e confeitarias pesquisadas, apurou que 90% das instituições financeiras que operam os créditos de fomento, sempre ou as vezes, atendem com a agilidade e qualidade necessária. Tal resultado é importante para que os créditos de fomento sejam sistematicamente priorizados, uma vez que deles dependem a sobrevivência de várias microempresas geradoras de emprego e renda, especialmente no momento de crise porque passa o Brasil.

7. A OPÇÃO PELA LINHA DE CRÉDITO DE FOMENTO

O sistema financeiro voltado ao fomento do empreendedorismo ganha importância principalmente em países em fase de desenvolvimento, com a presença de Micros e Pequenas empresas necessitando de créditos de desenvolvimento para melhorar seu processo produtivo, investir em qualidade e se tornar mais produtiva e rentável.

O problema é que o crédito, muitas vezes, não é acessível para as micros e pequenas empresas, visto que para se adquirir um crédito, o cliente deve cumprir com no mínimo três requisitos básicos: oferecer garantias pelo empréstimo; provar capacidade e disposição de pagamento. Pequenas empresas não possuem o colateral ou garantia que os bancos exigem, e provar capacidade e disposição de pagamento requer informações que geralmente não estão disponíveis aos agentes econômicos.

De acordo com Stiglitz e Weiss (1981): “O acesso ao crédito é uma das mais importantes ferramentas ao desenvolvimento econômico de um país. Sem a obtenção de recursos as empresas diminuem sua capacidade produtiva e de investimento, reduzem os patamares de faturamento e de geração de emprego e renda, o que acaba contribuindo para o aumento nas taxas de mortalidade das MPEs.

Embora o uso do crédito seja positivo para os negócios, e deve ser feito de maneira programada e consciente, considerando se tratar de linhas de crédito de terceiros, logo, o capital emprestado e os juros devem ser devidamente ressarcidos aos agentes financeiros. É importante registrar que o sistema de crédito ao desenvolvimento estrutura-se em torno de três funções básicas, quais sejam: I - O crédito de longo prazo e com juros subsidiados; II - O aporte de capital de risco; e III - a Mobilização dos necessários fluxos financeiros, alocados ao crescimento dos empresários.

Essas três funções podem estar concentradas em uma mesma instituição, ou distribuídas entre instituições diferentes, mas integradas em um sistema, atuando conforme políticas governamentais de fomento. A experiência histórica tem mostrado a predominância da estrutura de funções distribuídas entre

instituições, com fins específicos. Nesse sentido, na órbita estatal ou multilateral, a função do crédito de desenvolvimento cabe às Agências de Fomento.

No estado do Amazonas, esse papel cabe à Afeam – Agência de Fomento do Estado do Amazonas é uma Instituição credenciada pelo BACEN que tem por Missão: Concorrer para o desenvolvimento sócio-econômico do Estado do Amazonas, através de ações de apoio técnico e creditício que propiciem a geração de emprego, renda e a melhoria da qualidade de vida da população do Estado do Amazonas.

7.1 Análise dos créditos de fomento disponíveis pelas Instituições pesquisadas

QUADRO XIII – CRÉDITOS DE FOMENTO AVALIADOS

BANCOS PESQUISADOS	LINHAS DE CRÉDITO	LIMITES DE FINANCIAMENTO E TEMPO DE PAGAMENTO	TAXA DE JUROS + TJLP
	Nome: Micro e Pequena Empresa	Valor: De R\$ 15.000,01 até R\$ 150.000,00 (sujeito à análise do crédito). Tempo: Até 48 (quarenta e oito) meses, com 6 (seis) meses de carência.	6% a.a
	Nome: BB Crédito Empresa	Valor: De R\$ 15.000,01 até R\$ 150.000,00 Tempo: Até 60 (meses) meses, com até 3 (tês) meses de carência.	8% a.a
	Nome: PROGER Investimentos	Valor: Até 90% do projeto, limitado a R\$ 600.000,00. Tempo: Até 48 meses, incluindo carência de até seis meses.	6,5% a.a.
	Nome: FNO - Amazônia Giro MPE	Valor: Até R\$300.000,00 Tempo: Até 36 meses, incluindo até 6 meses de carência	10,59% a.a

Fonte: O Autor

7.2 Investimentos Fixos voltados à melhoria do Processo Produtivo da Empresa Panificadora X

A operação de máquinas de panificação inseguras e obsoletas está associada à incidência de acidentes do trabalho graves e incapacitantes, com óbvios impactos sobre a saúde e o bem-estar dos trabalhadores. É mais grave ainda o problema se considerar que a imensa maioria desses acidentes, na verdade podem perfeitamente ser prevenidos ou evitados através do uso de máquinas modernas ou com seguras adequação tecnológicas.

Considerando que a estrutura fixa atual de máquinas e equipamentos da panificadora e confeitaria analisada já estão em avançado estágio de depreciação, tal fato provoca significativas perdas no processo produtivo da Panificadora.

Durante as pesquisas, foram observados vários gargalos e tempo de setup elevado, uma vez que a produção é interrompida para que os equipamentos sejam ajustados. Além disso, por serem equipamentos antigos, até já em fase final de estágio residual, **apresentam conceitos de fabricação antiquados e sem segurança para os trabalhadores da produção da Panificadora.**

Como a depreciação dos equipamentos é um custo que deve ser considerado no repasse de produtos de panificação e, considerando ainda, que a panificadora necessita se adequar à **Norma Regulamentadora 12 (NR12)** que define referências técnicas, princípios fundamentais e medidas de proteção para garantir a saúde e a integridade física dos trabalhadores e estabelece requisitos mínimos para a prevenção de acidentes e doenças do trabalho na utilização de máquinas e equipamentos, o proprietário, após sugestões de melhoria proposta pelo pesquisador, optou por fazer investimentos tanto na modernização dos seus equipamentos de produção, quanto na reforma da área de atendimento ao cliente.

É importante ressaltar que a Panificadora X, por estar instalada em um local grande fluxo de trabalhadores e seus familiares, apresenta sempre resultado superavitário, o que garante o pagamento do empréstimo solicitado. Visando a eficiência e efetividade no processo produtivo da Panificadora X, efetuou-se pesquisa de equipamentos novos que pudesse atender perfeitamente às necessidades da empresa. Com tal objetivo, foram feitas as seguintes pesquisas:

7.2.1 Investimento em Máquinas e Equipamentos: Local mais conveniente na relação custo/benefício: **Real Comercial e Equipamentos Ltda.**

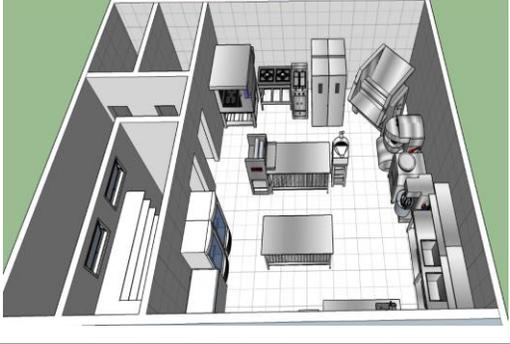
QUADRO XIV – EQUIPAMENTOS A SEREM ADQUIRIDOS

QTDE	DESCRIÇÃO	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
1	AMASSADEIRA ESPIRAL AE-25 EPOXI - G´PANIZ	8.709,52	8.710,52
40	ASSADEIRA ALUMINIO LISA 58X68 - FLAVIA	45,00	1.800,00
40	ASSADEIRA PEFURADA ALUMINIO 5T (58X70) -MAFRAN	25,20	1.008,00
1	BALANÇA ELETR. MAX DST -30 - TRIUNFO	890,00	890,00
1	BALCAO FRIG. PADARIA E CONFEITARIA GEPV -140 - GELOPAR	4.415,00	4.415,00
1	BATEDEIRA BP-12C SSV1 MONO - METVISA	3.552,00	3.552,00
1	BEBEDOURO PRESSÃO PLI-401 INOX - BELLIERE	740,00	740,00
1	CILINDRO CS-450 INOX - G´PANIZ	6.650,00	6.650,00
4	CONJUNTO MOVEIS ACONCHEGO TABACO - TRAMONTINA	530,00	2.120,00
1	CONSERVADOR ILHA 568 PRETO - FRICON	4.485,00	4.485,00
1	DIVISORA DV 30 C/ PEDESTAL - G´PANIZ	1.753,00	1.753,00
4	ESTUFA FECHADA VAZIO P/ 20 5TIRAS - MAFRAN	836,00	3.344,00
1	FTT-300EI FORNO ELÉTRICO T2200V - TEDESCO	8.425,00	8.425,00
1	MODELADORA PÃO MPS-350 C/ PEDESTAL - G´PANIZ	4.665,00	4.665,00
2	PRATELEIRA CONJUGADA C/ DEP PAES MPRP - GELOPAR	3.475,00	6.950,00
1	REFRIGERADOR AUTO SERVIÇO ACFM 1450 - FRICON	7.112,00	7.112,00
1	REFRESQUEIRA REFRIGERADA BBS-2 - IBBL	1.971,00	1.971,00
1	REFRIGERADOR HOR HDE 503 LITROS - FRICON	2.330,00	2.330,00
6	REFRIGERADOR VERTICAL VCV 2E 565LITROS - FRICON	3.680,00	22.080,00
1	VITRINE CAIXA MPXV 080 - GELOPAR	1.550,00	1.550,00
1	VITRINE ESTUFA C/ BANDEJAS MEQV 075 - GELOPAR	2.535,00	2.535,00
1	VITRINE NEUTRA PORTA CEGA MPNV 175 - GELOPAR	2.250,00	2.250,00
1	CORTADOR DE FRIOS AUTOMATICO CFA 300- METVISA	4.860,00	4.860,00
VALOR TOTAL DOS INVESTIMENTOS NA COMPRA DE MAQUINAS E EQUIPAMENTOS NOVOS: TOTAL R\$ 104.195,52			

Fonte: Real Comercial de Equipamentos Ltda

7.2.2 Investimento em Reforma do Layout das Instalações:

ARRANJO FÍSICO II – INVESTIMENTOS EM MOBILIÁRIO E REFORMA

MODERNIZAÇÃO DO LAYOUT	MEMORIAL DESCRITIVO
	<p>O Layout do salão do atendimento será devidamente reformado;</p> <p>Serão instaladas luzes de led, cadeiras e mesas para o atendimento de clientes, além de prateleiras para exposição de pães frescos e toda variedade de produtos novos que serão produzidos pela panificadora.</p>
	<p>Considerando que o prédio foi recentemente reformado, não haverá necessidade de reforma de pisos e paredes.</p> <p>Itens necessários:</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adequação da nova rede elétrica para o recebimento das novas máquinas e equipamentos; 2. Disposição das máquinas e equipamentos obedecendo ao princípio da racionalidade do trabalho; 3. Pintura de toda área de produção, na cor branco neve, o que trará mais claridade ao ambiente e conforto aos funcionários da produção; 4. Isolamento das áreas de depósito e banheiros da área do processo de produção. Com isso, será mantida a higiene do local.
	<ol style="list-style-type: none"> 5. Será Implantada a filosofia 5S com foco na melhoria contínua da qualidade.
<p>INVESTIMENTOS EM REFORMA DAS INSTALAÇÕES: R\$ 20.000,00</p>	

Fonte: Real Comercial de Equipamentos Ltda

7.2.3 Opção pelo Crédito de Fomento

Considerando as alternativas de financiamentos de fomento voltados para fazer face aos investimentos necessários à modernização do processo produtivo da Panificadora X, a instituição de crédito que oferece o melhor custo/benefício foi o da Agência de Fomento do Estado do Amazonas - AFEAM, especialmente pela: Rapidez da liberação do crédito; A experiência da Agência com créditos subsidiados; A melhor taxa de juros praticada e a assistência técnica do Sebrae/Amazonas.

QUADRO XV – LINHA DE CRÉDITO ADEQUADA AO INVESTIMENTO

	Nome:	Valor: De R\$ 15.000,01 até R\$ 150.000,00 (sujeito à análise do crédito).	6% a.a
	Micro e Pequena Empresa	Tempo: Até 48 (quarenta e oito) meses, com 6 (seis) meses de carência.	

Fonte: O autor

O valor do financiamento será de R\$ 124.195,52 (cento e vinte e quatro mil cento e noventa e cinco reais e cinquenta e dois centavos). O cálculo das prestações com a TJLP (projetada) foi calculado em torno de R\$ 3.600,00 reais mensais, o que perfará um montante de R\$ 172.800,00 (cento e setenta e dois mil e oitocentos reais) a ser devolvido à AFEAM. É importante registrar que a Panificadora e Confeitaria X pode perfeitamente arcar com tal compromisso mensal de pagamento.

QUADRO XVI – PLANILHA DE PAGAMENTO

MESES	JUROS	PRINCIPAL	SALDO DEVEDOR
1	620,98	124.195,52	124.195,52
2	620,98	124.195,52	124.195,52
3	620,98	124.195,52	124.195,52
4	620,98	124.195,52	124.195,52
5	620,98	124.195,52	124.195,52
6	620,98	124.195,52	124.195,52
7	605,98	2.999,90	121.195,62
8	590,98	2.999,90	118.195,72
9	575,98	2.999,90	115.195,82
10	560,98	2.999,90	112.195,92

A planilha de pagamento é ampliada até as 48ª. prestação.

Fonte: O autor

8. CONCLUSÕES

Ao elaborar a presente dissertação, o pesquisador observou **ser muito interessante acompanhar a evolução das mudanças que perpassam o setor de panificação e confeitaria brasileiro**. Por muitos anos, as empresas do segmento se pautaram por um modelo de administração “empírico”, baseado mais em tentativas pontuais do que em planejamento.

Com a implantação um conjunto de procedimentos higiênico-sanitários estabelecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), para as indústrias de alimentos, independentemente do porte e da Resolução RDC no 216, de 15 de setembro de 2004, todas as empresas do segmento de Panificação e Confeitaria devem cumprir normas voltadas às Boas Práticas de Fabricação, requisitos indispensáveis que fazem parte de um programa nacional para que os alimentos sejam produzidos com segurança e qualidade na indústria de panificação.

Além disso, o cenário dos estabelecimentos de panificação e confeitaria tem mudado radicalmente nos últimos anos, especialmente após o convênio firmado entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas - Sebrae Nacional e a Abip Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP). Projetos de fortalecimento e oportunidades para micro e pequenas empresas do setor de Panificação, Biscoitos e Confeitaria foram elaborados, implantados e acompanhados, o que permitiu que fossem pesquisados novos rumos para a Panificação e Confeitaria.

As panificadoras e confeitarias, como passaram a ser chamadas nos últimos anos, se transformaram em centros de convivência, gastronomia e serviços. Esse resultado é influenciado pelos fatores:

- I. O consumo de pães tem aumentado no Brasil, nos últimos anos, inclusive com a inclusão de produtos elaborados com outras matérias-primas, como a mandioca e o milho. Atualmente o consumo per capita do brasileiro é de 32,61 kg de pães/ano.
- II. A demanda crescente pelos pães e panificados é uma tendência confirmada pelo estudo, indicando que os empresários do setor devem se preparar para atendê-la.

- III. O setor também participa de outras cadeias produtivas, como por exemplo, bebidas, frios, congelados, laticínios, cigarros, bomboniére, sorvete etc.

Durante a pesquisa, observou-se que, em vários locais, hoje, as padarias se tornaram centros de convivência e gastronomia, numa tendência de aglutinação de serviços, assim, informações sobre o comportamento do consumidor, o mercado e o negócio panificação e confeitaria foram pesquisadas como forma de se vislumbrar caminhos para que o setor continue seu momento de ascensão. O consumidor tem se tornado mais exigente, pensa em comodidade, produtos de qualidade e que o assistam em diferentes momentos do seu cotidiano.

A pesquisa demonstrou, também que ocorreram rápidas mudanças no mercado com a inserção de novos concorrentes, cada vez mais capacitados e que já entram neste nicho sabendo o que desejam e do potencial existente no setor de panificação e confeitaria. Muitas padarias e confeitarias também mudaram (e continuam mudando) pois perceberam essa necessidade de inovar, propor novos serviços, linhas de produtos e buscarem capacitação.

O desenvolvimento do setor de panificação acentuou a concorrência, trouxe inovações em máquinas, equipamentos e processos de fabricação e também proporcionou novos enfoques nos relacionamentos comerciais (fornecedor - produtor - cliente). As padarias tiveram que se adaptar muito rapidamente para sobreviver em meio às novas exigências do mercado ao enfrentarem a concorrência do setor de padaria das grandes redes de supermercados.

Visando atender essa demanda por investimentos em Panificadoras e Confeitarias, especialmente na melhoria do processo produtivo e no layout das instalações, as instituições financeiras, em especial o segmento bancário voltado ao fomento, funcionam como intermediárias entre os empresários que necessitam modernizar seu estabelecimento industrial e as empresas que representam as grandes marcas de máquinas e equipamentos voltadas ao segmento.

Essa intermediação decorre exatamente da tomada de recursos financeiros por parte dos panificadores, logo, as operações de crédito de fomento, são lastreadas por elementos essenciais como: **a confiança**, que pode repousar tanto

na experiência do empreendedor da panificação e nas garantias reais ou pessoais que ele ofereça para assegurar a prestação futura prometida e **no tempo** considerando ser os créditos de fomento geralmente de longo prazo. Logo, percebe-se que esses dois elementos são importantíssimos para definição do custo das operações e da liberação do crédito.

9. CONTRIBUIÇÕES PARA A ACADEMIA

Do ponto de vista acadêmico, essa pesquisa visou contribuir para estudos que objetivem minimizar os problemas aqui discutidos e apresentados. Com a revisão da literatura pesquisada onde se buscou conhecimento aprofundado e atual sobre as tecnologias envolvidas e com o desenvolvimento da pesquisa junto **às 39 (trinta e nove) empresas do segmento de panificação e confeitaria na cidade de Manaus**, com o objetivo de se levantar as realidades nesse ambiente e sua necessidade por linhas de crédito de fomento voltadas à melhoria da qualidade e produtividade, permitindo que outros trabalhos futuros surjam a partir de conclusões de novas pesquisas.

10. LIMITAÇÕES

As limitações do estudo realizado, desde as pesquisas juntos aos fornecedores de máquinas e equipamento, quanto ao levantamento de dados junto à Agência de Fomento do Estado do Amazonas, até a análise final retratam os obstáculos e problemas encontrados para o desenvolvimento da presente dissertação. Contudo, o pesquisador contou com o apoio do dos proprietários das **39 (trinta e nove) empresas que responderam o questionário digital**, bem como do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas do Estado do Amazonas.

11.PESQUISAS FUTURAS

Outras pesquisas direcionadas a melhorar as propostas trabalhadas podem ser elaboradas a partir deste estudo, sejam nos métodos científicos, no modelo pesquisado ou também como respostas a novas questões. Apesar desse estudo e de outros envolvendo as tecnologias da qualidade, gerência por processos e da informação, as questões que envolvem cada uma delas e sua integração, continuam sendo um problema crítico para as organizações que buscam

12 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIP.** Perfil do setor de panificação no Brasil. Disponível em <http://www.propan.com.br/noticia.php?id=433>. Acesso em 15 de janeiro de 2016;
- ABIP.** Performance do setor de panificação brasileiro em 2008. Disponível em <http://www.propan.com.br/noticia.php?id=431>. Acesso em 15 de janeiro de 2016;
- ALMEIDA,** Milton Cezar. Micro e pequenas empresas ganham linha de crédito. Parceria do Sebrae/AM com Banco da Amazônia oferece financiamento com juros que variam de 5,74% a 7,01% ao ano. Agência Sebrae de Notícias. 13/05/2014. Disponível em:
<<http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?noticia=8438875&canal=214>> Acesso em 16 de março de 2016;
- ASSAF NETO,** Alexandre. Finanças Corporativas e valor. São Paulo: Atlas, 2003;
- BALLOU,** Ronald. Logística empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. 8. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2007;
- BANCO CENTRAL DO BRASIL.** Relatório de inclusão financeira. Brasília, DF, 2011;
- BANCO CENTRAL DO BRASIL.** Nota de política monetária e operações de crédito. Brasília, DF, 2014;
- BANCO CENTRAL DO BRASIL.** Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br>>. Acesso em: 01 mai.2004;
- BANCO DO BRASIL.** Qualidade do Crédito. Brasília: Unidade de Função Recursos Humanos, 2003. (Cadernos 6). _____ . Qualidade do Crédito. Brasília: Unidade de Função Recursos Humanos, 2003b. (Cadernos 3)._____. Disponível em: <<http://www.bb.com.br>>. Acesso em 07 de abril de 2016;
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL.** Disponível em: <<http://www.bndes.com.br>>. Acesso em 01 de maio de 2016;
- BARNES,** Ralf Mosser. Estudo de tempos e movimentos: Projeto e medida do trabalho. 6ª ed. São Paulo, Edgard Blücher, 1977;
- BARREIROS,** Laecio – Artigo: Como se planejar para conseguir crédito. São Paulo, 2010. - Disponível em: acesso em 07 de maio de 2016;

BAUMGARTNER, Regiane. Propostas para implementação de um Sistema de Garantia de Crédito Mutualista como alternativa de acesso ao crédito para as micro, pequenas e médias empresas no Brasil. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) — Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004;

BEDÊ, Marco Aurélio (coordenador). Onde estão as Micro e Pequenas Empresas no Brasil. São Paulo: SEBRAE, 2006;

BESSA, Leonardo Roscoe. O Consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito. São Paulo: Editora Revistas dos Tribunais, 2003. (Biblioteca de direito do consumidor, 15);

BICALHO JÚNIOR, F. L.; **TOLEDO**, R. H. C; **ARAÚJO**, A. D; **VIEIRA**, J. G. V.. Estudo do arranjo físico de uma panificadora. ENEGEP – XXVIII Encontro Nacional de Engenharia da Produção. A integração de cadeias produtivas com a abordagem da manufatura sustentável. Rio de Janeiro. 13-16 out 2008;

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. A Empresa. Disponível em:

<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/O_BNDES/A_Empresa/index.html> Acesso em 27 de janeiro de 2016;

BNDES. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. História. Disponível em:

<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/O_BNDES/A_Empresa/historia.htm> Acesso em 27 de janeiro de 2016;

BNDESPAR. Agência Especial de Financiamento Industrial – FINAME. Relatório da Administração. 31 de dezembro de 2014. Disponível em: <http://www.bndespar.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/empresa/download/RelatAdmFINAME1208.pdf> Acesso em 09 de fevereiro de 2016;

BRANDÃO, Silvana Soares. Tecnologia de panificação e confeitaria / Silvana Soares Brandão, Hércules de Lucena Lira. – Recife: EDURPE, 2011;

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. DOU de 15.12.2006. Republicada no DOU de 31/01/2009 (Edição Extra). Disponível

em:<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/leiscomplementares/2006/leicp123.htm>> Acesso em 16 de maio de 2016;

BROWN, S.; **LAMMING**, R.; **BESSANT**, J.; **JONES**, P.. Administração da produção e operações: Um enfoque estratégico na manufatura e nos serviços. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005;

BRUNI, Adriano Leal; **FAMÁ**, Rubens. Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na HP 12C e Excel. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004;

BRUNI, Adriano Leal. A administração de custos, preços, e lucros: com aplicações na HP 12C e Excel. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008;

CASSEL, R. A. “Desenvolvimento de uma abordagem para a divulgação da simulação no setor calçadista gaúcho”. Porto Alegre, 1996. 147p. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, PPGEP, Universidade Federal do Rio Grande do Sul;

CASTRO, L. T.; **NEVES**, M. F.; **ROSSI**, R. M.; **CONSOLI**, M. A.; **LOPES**, F. F.. Posicionamento de padarias: alternativas para melhorar a comercialização no setor. SOBER – XLII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural. Dinâmicas setoriais e desenvolvimento regional. Cuiabá. 25-28 jul 2004;

CHÉR, Rogério. O meu próprio negócio: todos os passos para avaliação, planejamento, abertura e gerenciamento de um negócio próprio. 3. ed. São Paulo: Negócio Editora, 2002;

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010;

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano das Organizações – 10ª Edição Rio de Janeiro: Elsevier, 2010;

COELHO, Plínio César Albuquerque. Fatores Gerenciais que influenciaram na Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas: um estudo sobre a mortalidade das empresas comerciais de Manaus entre 1995 a 1997. Florianópolis: Insular, 2001;

COGAN, Samuel. Custos e preços: formação e análise. 2 reimpr. 1. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002;

CORRÊA, Henrique L.; **CORRÊA**, Carlos A. Administração de Produção e Operações: Manufatura e serviços: Uma abordagem estratégica. - 2ª Ed- 3ª reimpr.- São Paulo: Atlas, 2008;

- COSTA**, Fernando Nogueira; **PINTO**, Gabriel Musso de Almeida. Impactos da pressão para concorrência bancária no mercado de crédito brasileiro. Campinas: Instituto de Economia UNICAMP, fev. 2013. (Texto para Discussão 215);
- CREPALDI**, Silvio Aparecido. Contabilidade gerencial: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1998;
- FONSECA**, José Wladimir Freitas da. Administração Financeira e Orçamentária. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009. 328 p. **GITMAN**, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira. 10. Ed. São Paulo: Person, 2004. 745 p;
- GIL**, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2002;
- GIL**, Antonio C. Gestão de Pessoas: enfoque nos papéis profissionais. São Paulo: Atlas, 2007;
- GIL**, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007;
- GITMAN**, L. J., Princípios da Administração Financeira. Editora Harbra Ltda, 3ª edição, São Paulo, p. 5-11, 1987;
- GITMAN**, Lawrence J. Princípios de Administração Financeira – 7ª ed. São Paulo: Harbra, 1997;
- GOMES**, Samuel, **VAZ**, Ricardo Acácio de Paula. Gestão de Estoque nas Micro e Médias Empresas: um estudo de caso na Madeireira Catalana LTDA. Revista CEPPG, Goiás, v.24, p 119-135, 2011;
- HANASHIRO**, D. M.; **TEIXEIRA**, M. L.; **ZACCARELLI**, L. M. Gestão do Fator Humano: uma visão baseada em stakeholders. São Paulo: Saraiva, 2007;
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> > Acesso em 29 de abril de 2016;
- JONES**, Gareth R.; **GEORGE**, Jennifer M. Administração Contemporânea. 4ª edição. São Paulo: McGraw-Hill, 2008;
- JÚNIOR**, Humberto Theodoro apud João Eunápio Borges apud,. A cédula de crédito bancário. Revista Síntese de Direito Civil e Processo Civil, n.26, p.7., sine loco, Síntese, nov/dez, 2003. Artigo;

KIRKPATRICK, D. L.; KIRKPATRICK, J. D. Como Implementar os Quatro Níveis de Avaliação de Treinamento de Equipes: um guia prático. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2010;

KRAJEWSKI, L. J.; RITZMAN, L. P.; MALHORTA, M. K. Administração de produções e operações. 8 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009;

LACERDA, Joabe Barbosa. A Contabilidade como ferramenta gerencial na gestão financeira das micros, pequenas e médias empresas (MPMEs): necessidade e aplicabilidade. In: Revista Brasileira de Contabilidade. Ano XXXV, nº 160, julho/agosto de 2006;

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2001;

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 2007;

LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa, et al. Administração financeira : princípios, fundamentos e práticas brasileiras. Rio de Janeiro : Campus, 2002;

LIMA, Mantoani Pádua; BELLUZO, Luiz Gonzaga Mello. Instabilidade e criatividade nos mercados financeiros internacionais: condições de inserção dos países do grupo da América Latina. São Paulo: Editora Biental, 1997;

LLISTERRI, Juan José. Sistemas de garantia de crédito en América Latina: orientaciones operativas. Washington: BID, 2006;

LUIZ, M. C.; BRAGA, A. V. Padarias. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006;

MARQUES, Felipe. Banco discute taxa de portabilidade. Valor Econômico. São Paulo, 31 mar. 2014;

MARTINS, P.G.; LAUGENI, F. P. Administração da produção. São Paulo: Pioneira, 2006;

MATIAS, Alberto Borges. Condições estruturais do sistema bancário brasileiro: o spread bancário brasileiro. São Paulo: Centro de Pesquisas em Finanças/Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, 2006;

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. Fundos Constitucionais de Financiamento. Disponível em:

<http://www.mi.gov.br/fundos/fundos_constitucionais/introducao.asp?id=introducao> Acesso em 16 de fevereiro de 2016;

MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL. Fundo Constitucional de Financiamento do Norte - FNO. Disponível em:

<http://www.integracao.gov.br/fundos/fundos_constitucionais/index.asp?area=FNO>
> Acesso em 16 de fevereiro de 2016;

PAIVA, Carlos Alberto de Carvalho. Administração do Risco de Crédito. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997;

PORTAL EDUCAÇÃO:

<http://www.portaleducacao.com.br/administracao/artigos/31589/layout-para-auxilio-no-sistema-produtivo-planejamento-logistica-empresarial#ixzz4A07MjrGs>.

Consulta feita em 22 de março de 2016;

RAZA, Cláudio. Informações contábeis: o cliente não sabe pedir e o escritório contábil, na sua grande maioria, não está preparado para fornecer. Boletim CRC SP, São Paulo, n.166, p.16-17, maio 2008;

SANTOS, E. O. Administração Financeira da Pequena e Média Empresa. Editora Atlas, São Paulo: Atlas, 2001;

SANTOS, José Odálio dos. Análise de crédito: empresas e pessoas físicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003;

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. Cálculo amostral: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em 18.03.2016

SAUNIER, Henrique. Formalização deve atingir 16 mil micro empresas. In: Jornal Amazonas em tempo. Caderno de Economia. 23/06/2010. Disponível em: <<http://www.emtempo.com.br/site/conteudo.php?not=1323>> Acesso em 16 de fevereiro de 2016;

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000;

SEBRAE, Panificação. Programa Alimentos Seguros, Boas Práticas na Panificação e na Confeitaria - da Produção ao Ponto de Venda. Brasília, 102 p.: 2010;

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 30 de abril de 2016;

SILVA, Edna Lúcia da; **MENEZES**, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001;

SILVA, Andreza de Souza et al. Sistema de inovação em Manaus: uma avaliação da interação entre as organizações de apoio ao sistema de inovação e as empresas participantes do programa de apoio à pesquisa em empresa (PAPPE). In: II Congresso Consad de Gestão Pública – Painel 57: Inovação e desenvolvimento sócioeconômico. Disponível em:

<http://www.seplag.rs.gov.br/download.asp?nomeArq=Painel_57_Andreza_de_Souza_formatado.pdf> Acesso em 23 de março de 2016;

SLACK, Nigel; **CHAMBERS**, Stuart; **JONHNSTON**, Robert. Administração da produção; tradução Henrique Luiz Corrêa. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2009;

SOUZA, Sylvio Capanema de. Considerações sobre a cumulação das garantias pessoais e reais, na alienação fiduciária. Jus Navigandi, ano 6, n. 56, Teresina, abr. 2002. Disponível em:

<<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2910>>. Acesso em 12 de abril de 2016;

STIGLITZ, J. E.; **WEISS**, A.: Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. The American Economic Review, v. 71, n. 3, 1981. pg. 393-410;

TACHIZAWA, Takeshy, **FARIA**, Marília de Sant`Anna. Criação de novos negócios: gestão de micro e pequenas empresas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007;

TOLEDO JÚNIOR, Itys-Fides Bueno de. Layout. Arranjo Físico. Itys-Fides Bueno de Toledo Jr & Cia. Ltda. Mogi das Cruzes, 1988;

TUBINO, Dalvio Ferrari. Planejamento e Controle da Produção: Teoria e Prática. - 2ª ed. São Paulo, Atlas, 2009;

VERGARA, Silvia. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009;

VIEIRA, Márcio. Criado, em Manaus (AM), banco para micro e pequenas empresas. Agência Sebrae de Notícias. 14/09/2009. Disponível em:

<<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia.kmf?canal=210&cod=8889383&indice=50>> Acesso em 28 de abril de 2016;

VILLAR, Antonio de Melo; **NÓBREGA JÚNIOR**, Claudio Lins. Planejamento das instalações industriais. João Pessoa: Manufatura. 2004;

YIN, R. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005;

ZEITHAML, Valarie A; **BITNER**, Mary Jo. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. ed 2. São Paulo: Bookman, 2008.

ANEXO I

GLOSSÁRIO DE TERMOS IMPORTANTES

ALIENAÇÃO FIDUCIARIA – É um tipo de garantia real, em que o devedor deixa o bem financiado como garantia da operação. Se ficar inadimplente, o banco passa a ser dono do bem em questão.

AVAL – Tipo de garantia pessoal ou fidejussória, que garante o pagamento de um empréstimo, onde um terceiro, pessoa física ou jurídica, torna-se responsável com o devedor pelo pagamento.

ARRANJO PRODUTIVO LOCAL – Aglomerado de empresas localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantém algum vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e outros atores locais, tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa.

BK – Bens de Capital - São bens que servem para a produção de outros bens, como máquinas e equipamentos.

BNDES AUTOMÁTICO – Linha de crédito destinada a financiar projetos de investimentos para realocização, ampliação, recuperação e modernização de empreendimentos voltados à produção e à infraestrutura, com recursos do BNDES.

CAPITAL DE GIRO - São os recursos financeiros necessários para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girar), mantendo a atividade operacional no dia-a-dia. Ou seja, são os recursos como caixa, bancos, contas a pagar e a receber, folha de pagamento, estoques e outros compromissos de curto prazo.

CAPITAL DE GIRO ASSOCIADO – Está associado aos investimentos fixos. Destinado à compra de matérias-primas e/ou mercadorias decorrentes dos investimentos realizados.

CARÊNCIA – É um prazo concedido ao devedor em que este paga apenas os juros e a correção monetária, se houver.

FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador - Fundo especial vinculado ao Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, destinado ao custeio do Seguro-Desemprego, do Abono Salarial e ao financiamento de Programas de Desenvolvimento Econômico.

FIANÇA – Tipo de garantia em que um terceiro se responsabiliza pelo pagamento da dívida caso o devedor não consiga honrar o compromisso.

FGI – Fundo Garantidor de Investimentos – Fundo criado com o intuito de fornecer garantia às Micro, Pequenas e Médias Empresas em empréstimos e financiamentos do BNDES. O fundo proporciona acesso a crédito a empresas que não possuem garantias a oferecer.

FGO – Fundo de Garantia de Operações – Fundo constituído e gerido pelo Banco do Brasil, com o intuito de fornecer garantia complementar às Micro, Pequenas e Médias empresas em empréstimos e financiamentos. O fundo proporciona acesso a crédito a empresas que não possuem garantias a oferecer.

FINAME – Financiamento de projetos de investimentos, com linhas de crédito instituídas pelo BNDES, para a implantação, ampliação, recuperação e modernização das empresas nos setores de indústria, comércio e prestação de serviços.

FUNDOS CONSTITUCIONAIS – Destinados a programas de financiamento aos setores produtivos das regiões Norte – FNO.

FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo – Programa criado pelo Ministério do Turismo, destinado a financiar projetos de investimento em empreendimentos turísticos, por meio de modernização, reforma e ampliação.

GARANTIAS PESSOAIS OU FIDEJUSSÓRIAS – Tipo de garantia em que a Pessoa Física ou Jurídica assumem como avalistas ou fiadores da operação a obrigação de honrar o compromisso, caso o tomador do crédito não o faça.

HIPOTECA – Garantia real em que o próprio bem financiado é a garantia da operação, mas sem a transferência do bem.

INVESTIMENTO FIXO – São investimentos para implantação, expansão, realocização, modernização ou reposição de máquinas, equipamentos, móveis, utensílios, veículos, e ainda, obras civis e instalações do empreendimento. Consistem em: a) Obras civis - incluem todos os gastos referentes às obras; b) Gastos com estudos/projetos de engenharia referentes às obras civis; c) Máquinas e equipamentos – consiste no valor das máquinas/equipamentos; d) Gastos com instalação/montagem/frete – são os gastos realizados para a instalação das

máquinas e equipamentos, inclusive treinamento dos operadores das máquinas e o frete de transporte; e) Móveis e utensílios; f) Veículos – consiste no valor dos veículos. Os investimentos fixos geralmente são compromissos de longo prazo.

IOF – Imposto Sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro ou relativas a Títulos ou Valores Mobiliários.

PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda - é um programa instituído pelo Ministério do Trabalho (FAT) com a finalidade de financiar projetos de investimentos que proporcionem a geração de emprego e renda.

PROGEREN – Programa de Apoio ao Fortalecimento da Capacidade de Geração de Emprego e Renda.

TJLP – Taxa de Juros de Longo Prazo.



Ministério da Educação
Universidade Federal do Amazonas
Coordenação de Pós-Graduação
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção
PPGEP



Senhor(a) Proprietário(a),

Meu nome é Luiz Felipe de Melo Frota, CPF número 884.113.382-15, sou aluno de mestrado em Engenharia da Produção pela Universidade Federal do Amazonas e estou efetuando PESQUISA DIGITAL acerca das principais necessidades de INVESTIMENTOS FIXOS/MISTOS OU CAPITAL DE GIRO nas empresas do setor secundário de Panificação na cidade de Manaus. Diante disso, solicito, respeitosamente, um pouco do seu tempo para colaborar no preenchimento da pesquisa acadêmica conforme dados e condições abaixo. Aproveito a oportunidade para informar-lhe que tal pesquisa ficará restrita aos meios acadêmicos e será resguardada do sigilo das informações prestadas. Agradeço antecipadamente sua participação.

DIMENSÃO I – DADOS GERAIS DO EMPREENDIMENTO					
1.1 Tempo de atividade da empresa (em anos);	Até 1 ano	2 a 5 anos	5 a 10 anos	10 a 15 anos	Mais de 15 anos
1.2 Composição do quadro de empregados:	Gerente:	Paideiro:	Caixa:	Atendente:	Repositor:
1.3 A empresa funciona em estabelecimento	PROPRIO	ALUGADO	Valor Mensal do Aluguel:		
1.4 Região Geográfica da Padaria:	Norte	Sul	Centro/Sul	Leste	Oeste
1.5 Nível de Renda da clientela:	Alta	Média	Baixa	Muito Baixa	Não Informou

Nota: A partir das dimensões abaixo marque: 1 Sempre 2 As Vezes 3 Raramente 4 – Nunca

DIMENSÃO II – ASPECTOS FINANCEIROS	1	2	3	4
2.1 A panificadora apresenta reduzido capital de giro, o que afeta a compra de matéria-prima;				
2.2 Os investimento em melhorias operacionais são necessários, mas nos faltam recursos financeiros;				
2.3 As vendas praticadas por empresas clandestinas prejudica nosso faturamento;				
2.4 O faturamento da panificadora apresenta decréscimo em função da crise econômica brasileira;				
2.5 O faturamento é suficiente para abater os custos fixos, os variáveis e os impostos;				

DIMENSÃO III – PROCESSO PRUDITIVO	1	2	3	4
3.1 Gostaria de ampliar as instalações e o mix de produtos e serviços da panificadora;				
3.2 As máquinas e equipamentos estão ultrapassados, o que afeta a produtividade;				
3.3 A falta de recurso para treinamento de pessoal afeta a produção da panificadora;				
3.4 A panificadora necessita tomar o Layout mais moderno para melhorar o fluxo de produção;				
3.5 A panificadora faz uso da informática no controle das entradas e saídas do estoque;				

DIMENSÃO IV – QUALIDADE DOS PRODUTOS	1	2	3	4
4.1 A panificadora vende produtos e serviços com a qualidade exigida pelos clientes;				
4.2 Os treinamentos e desenvolvimentos dos funcionários estão voltados à melhoria dos produtos;				
4.3 Há variedade de produtos que às demandas novas dos clientes;				
4.4 Nos produtos, usamos somente matérias-primas e o processo adequado, mantendo aroma e sabor;				
4.5 A área de produção e atendimento ao cliente é extremamente limpa e convidativa;				

DIMENSÃO V – ACESSO AOS CREDITOS DE FOMENTO	1	2	3	4
5.1 O acesso ao crédito de FOMENTO é mais convidativo, contudo, burocratizado e demorado;				
5.2 Os créditos de fomento exigem garantias patrimoniais e, sem isso, o financiamento é negado;				
5.3 O agente técnico SEBRAE tem dado o suporte necessário ao desenvolvimento das panificadoras;				
5.4 Diante das dificuldades, comumente se recorrem a créditos com juros não subsidiados;				
5.5 As Agência de Fomento do Estado do Amazonas atende com a agilidade e qualidade necessária.				



REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

ANEXO III – ORÇAMENTO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Nome: LUIZ FELIPE DE MELO FROTA

Segue abaixo, os equipamentos solicitados.

QTDE	DESCRIÇÃO	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
1	AMASSADEIRA ESPIRAL AE-25 EPOXI - G'PANIZ	R\$ 8.709,52	R\$ 8.710,52
40	ASSADEIRA ALUMINIO LISA 58X68 - FLAVIA	R\$ 45,00	R\$ 1.800,00
40	ASSADEIRA PEFURADA ALUMINIO 5T (58X70) -MAFRAN	R\$ 25,20	R\$ 1.008,00
1	BALANÇA ELETR. MAX DST -30 - TRIUNFO	R\$ 890,00	R\$ 890,00
1	BALCAO FRIG. PADARIA E CONFEITARIA GEPV -140 - GELOPAR	R\$ 4.415,00	R\$ 4.415,00
1	BATEDEIRA BP-12C SSV1 MONO - METVISA	R\$ 3.552,00	R\$ 3.552,00
1	BEBEDOURO PRESSÃO PLI-401 INOX - BELLIERE	R\$ 740,00	R\$ 740,00
1	CILINDRO CS-450 INOX - G'PANIZ	R\$ 6.650,00	R\$ 6.650,00
4	CONJUNTO MOVEIS ACONCHEGO TABACO - TRAMONTINA	R\$ 530,00	R\$ 2.120,00
1	CONSERVADOR ILHA 568 PRETO - FRICON	R\$ 4.485,00	R\$ 4.485,00
1	DIVISORA DV 30 C/ PEDESTAL - G'PANIZ	R\$ 1.753,00	R\$ 1.753,00
4	ESTUFA FECHADA VAZIO P/ 20 5TIRAS - MAFRAN	R\$ 836,00	R\$ 3.344,00
1	FTT-300EI FORNO ELÉTRICO T2200V - TEDESCO	R\$ 8.425,00	R\$ 8.425,00
1	MODELADORA PÃO MPS-350 C/ PEDESTAL - G'PANIZ	R\$ 4.665,00	R\$ 4.665,00
2	PRATELEIRA CONJUGADA C/ DEP PAES MPRP - GELOPAR	R\$ 3.475,00	R\$ 6.950,00
1	REFRIGERADOR AUTO SERVIÇO ACFM 1450 - FRICON	R\$ 7.112,00	R\$ 7.112,00
1	REFRESQUEIRA REFRIGERADA BBS-2 - IBBL	R\$ 1.971,00	R\$ 1.971,00
1	REFRIGERADOR HOR HDE 503 LITROS - FRICON	R\$ 2.330,00	R\$ 2.330,00
6	REFRIGERADOR VERTICAL VCV 2E 565LITROS - FRICON	R\$ 3.680,00	R\$ 22.080,00
1	VITRINE CAIXA MPXV 080 - GELOPAR	R\$ 1.550,00	R\$ 1.550,00
1	VITRINE ESTUFA C/ BANDEJAS MEQV 075 - GELOPAR	R\$ 2.535,00	R\$ 2.535,00
1	VITRINE NEUTRA PORTA CEGA MPNV 175 - GELOPAR	R\$ 2.250,00	R\$ 2.250,00
1	CORTADOR DE FRIOS AUTOMATICO CFA 300- METVISA	R\$ 4.860,00	R\$ 4.860,00
		TOTAL	R\$ 104.195,52

Validade 20 dias

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
 (92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
 E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
AMASSADEIRA ESPIRAL AE-25 LITROS – G´PANIZ



PARA PREPARAR TODOS OS TIPOS DE MASSAS EM PIZZARIAS, COZINHAS INDUSTRIAIS, HOTÉIS, PANIFICADORAS E SIMILARES

EFICIENTE RÁPIDA E ECONÔMICA, PRÓPRIA PARA TRABALHO CONSTANTE.

CORPO EM AÇO SAE 1020

CUBA EM AÇO INOXIDÁVEL.

GRADES DE PROTEÇÃO EM PINTURA EPÓXI

MAIOR DURABILIDADE: MANCAIS MONOBLOCO TIPO FLANGE E ROLAMENTOS AUTOCOMPENSADORES

ENGRENAGENS EM AÇO SAE 1020, COM CORRENTES TIPO ASA 40 DE AÇO TEMPERADO.

ESPIRAIS EM FERRO FUNDIDO COM BANHO DE ESTANHO

ACABAMENTO DE ALTA RESISTÊNCIA EM PINTURA EPÓXI

CAPACIDADE: 25 KG DE MASSA PRONTA

POTÊNCIA MONOFÁSICA: 3,0 CV

POTÊNCIA TRIFÁSICA: 1,6/2,5 CV

VELOCIDADE: 250 RPM

PESO LIQUIDO: 165 KG

PESO BRUTO: 180 KG

DIMENSÕES (A X L X C):1030 X 480 X 970MM

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

MODELADORA PAO MPS-350 C/ PEDESTAL G'PANIZ



CORPO EM AÇO SAE 1020 COM PINTURA EPÓXI

GABINETE FECHADO

PROTEÇÃO DE SEGURANÇA

RETORNO AUTOMÁTICO

ESTEIRA TRANSPORTADORA PARA CILINDRO

CILINDROS EM AÇO SAE 1020 REVESTIDOS EM CROMO DURO

ROLAMENTOS BLINDADOS

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

POTÊNCIA: MOTOR DE 1/4 CV

VELOCIDADE: 365 RPM

CONSUMO: 0,35 KW/H

VOLTAGEM: 110/220 V

DIMENSÕES: 1110 X 565 X 750MM

CILINDRO CS-450 INOX – G'PANIZ



PARA CLINDRAR E SOVAR MASSAS

CORPO EM CHAPA DE AÇO SAE 1020 COM PINTURA EPÓXI

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas

E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

COM BANDEIJAS EM AÇO INOXIDÁVEL (OPCIONAL)

CORREIAS COM SISTEMA DE APERTO RÁPIDO E SIMPLES

DUPLO COMANDO DE BOTÕES DE EMERGÊNCIA

SISTEMA PRÁTICO E SEGURO DE ABERTURA DOS ROLOS POR MEIO DE MANÍPULOS

INDICADOR DE ESPESSURA VISUAL

MANCAIS EM FERRO FUNDIDO, UTILIZANDO ROLAMENTOS BLINDADOS

CAPACIDADE: 10 KG

POTÊNCIA: MOTORE DE 1,5 CV

VELOCIDADE: 117 RPM

CONSUMO: 1,6 KW/H

PESO LIQUIDO: 109 KG

PESO BRUTO: 134 KG

ABERTURA DOS ROLOS: 21 MM

VOLTAGEM: 220 / 380 V

TENSÃO: MONOFÁSICO / TRIFÁSICO

DIMENSÕES: 710 X 1350 X 1560 MM

FATIADORA PAO FPS 12 G PANIZ



PARA FATIAR E DESCASCAR PÃES DE FÔRMA

ESTRUTURA EM AÇO SAE 1020

MESA EM AÇO INOX

LÂMINAS EM AÇO CARBONO

ACABAMENTO EM PINTURA EPÓXI

CORTE EM FATIAS DE ESPESSURA IGUAL

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

POTÊNCIA: MOTOR 1/4 CV

PESO LÍQUIDO: 81 KG

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

PESO BRUTO: 98 KG

ESPESSURA DAS FATIAS: 12MM

LIMITE DE ALTURA DO PÃO: 170MM

DIMENSÕES: ALTURA - 1450MM X LARGURA - 650MM X COMPRIMENTO - 750MM

MOINHO PAO MPS 80 G'PANIZ

PARA TRANSFORMAR PÃO TORRADO EM FARINHA DE PÃO, INDISPENSÁVEL PARA PADARIAS E SIMILARES

CORPO EM AÇO SAE 1020

ACABAMENTO EM PINTURA EPÓXI, OPCIONAL EM AÇO INOX

ALTO RENDIMENTO

FÁCIL MANUTENÇÃO

DESIGN DIFERENCIADO

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

PRODUÇÃO: 80 KG/H

POTÊNCIA: MOTOR DE 3/4 CV

VELOCIDADE: 1750 RPM

PESO LÍQUIDO: 22 KG

PESO BRUTO: 51 KG

DIMENSÕES: 680 X 260 X 340MM

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
DIVISORA DE MASSA DV-30 G PANIZ



PARA CORTAR MASSAS EM UNIDADES DE PÃO FRANCÊS
 EFETUA 30 DIVISÕES IGUAIS EM CADA OPERAÇÃO
 BASE, NAVALHAS DE CORTE E EIXO DENTADO EM AÇO CARBONO
 BASE REVESTIDA EM AÇO INOXIDÁVEL
 ESTRUTURA E ENGENHAGEM DA ALAVANCA EM FERRO FUNDIDO
 CARENAGEM EM AÇO SAE 1020
 ACABAMENTO EM PINTURA EPÓXI OU AÇO INOX
 PEDESTAL OPCIONAL

BALCÃO CONFEITARIA GEPV -175 – GELOPAR



NAS PRATELEIRAS: REFRIGERAÇÃO E EXPOSIÇÃO DE BOLOS, TORTAS, DOCES E CONFEITOS
 NA BASE: REFRIGERAÇÃO DE FRIOS, LATICÍNIOS E BEBIDAS
 TEMPERATURA: NAS PRATELEIRAS +5° A +10°C / NA BASE +1° A + 7°C
 REFRIGERAÇÃO: ESTÁTICA COM SERPENTINA ALETADA NA PARTE SUPERIOR E PLACA FRIA EMBUTIDA NA BASE
 DEGELO: MANUAL
 CONTROLE DE TEMPERATURA: TERMOSTATO
 PRATELEIRAS: 2 NÍVEIS, REGULÁVEIS (ARAMADAS)
 TAMPO SUPERIOR CHAPA BRANCA E VIDRO TEMPERADO
 ESTRADO ARAMADO NA BASE (OPCIONAL)
 PÉS REGULÁVEIS

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

VIDROS TEMPERADOS, SUJEITOS A CONDENSAÇÃO DA UMIDADE DO AR

FRENTE(MM)	1395	
PROFUNDIDADE(MM)	675	
ALTURA(MM)	1115	
PESO BRUTO(KG)	133	
TENSÃO(V)	127	220
FREQUÊNCIA(HZ)	60	50 OU 60
CONSUMO KWH/DIA(60HZ)	4,8	

VITRINE NEUTRA MPNV -175 – GELOPAR



EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS EM CONDIÇÃO AMBIENTE

PRATELEIRAS: 2 NÍVEIS, REGULÁVEIS (VIDROS)

TAMPO SUPERIOR CHAPA BRANCA E VIDRO

PÉS REGULÁVEIS

FRENTE(MM)	1690
PROFUNDIDADE(MM)	675
ALTURA(MM)	1115
PESO BRUTO(KG)	145

VITRINE ESTUFA MEQV - 0,75 – GELOAPAR



AQUECIMENTO E EXPOSIÇÃO DE SALGADOS

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

TEMPERATURA: ACIMA DE 60°C

AQUECIMENTO: RESISTÊNCIA BLINDADA

CONTROLE DE TEMPERATURA: TERMOSTATO

PRATELEIRAS: 2 NÍVEIS, REGULÁVEIS (ARAMADAS)

BANDEJAS EM AÇO INOX 304

TAMPO SUPERIOR CHAPA BRANCA E VIDRO TEMPERADO

PÉS REGULÁVEIS

FRENTE(MM) 700

PROFUNDIDADE(MM) 675

ALTURA(MM) 1115

PESO BRUTO(KG) 90

TENSÃO(V) 127 220

FREQUÊNCIA(HZ) 60 50 OU 60

CONSUMO KWH/DIA(60HZ) 6,9

BANDEJAS 9

VITRINE CAIXA MPXV- 080



EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS EM CONDIÇÃO AMBIENTE E ATENDIMENTO A CLIENTES

PRATELEIRAS: 2 NÍVEIS, REGULÁVEIS (VIDROS)

GAVETA COM FECHADURA, PORTA CÉDULAS E DIVISÓRIAS

PÉS REGULÁVEIS

FRENTE(MM) 780

PROFUNDIDADE(MM) 675

ALTURA TOTAL/TAMPO(MM) 1380/1093

PESO BRUTO(KG) 99

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
BATEDEIRA PLANETARIA 12 LITROS – METVISA



Utilidade: Bater e misturar massas diversas em confeitarias

Produção (kg/h): 48

Capacidade (kg): 12

Altura (mm): 600

Frente (mm): 360

Fundo (mm): 675

Peso (kg): 40,6

Voltagem (v): 110/220

Motor (cv): 1

REFRIGERADOR AUTO SERVIÇO ACFM 1450 - FRICON



O EXPOSITOR REFRIGERADO DA FRICON POSSUI UMA ALTA CAPACIDADE DE ARMAZENAMENTO, IDEAL PARA ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS.

COM CAPACIDADE DE 1.450 LITROS, ESSE EQUIPAMENTO POSSUI 3 PORTAS, COM ISOLAMENTO DE POLIURETANO.

A VARIAÇÃO DE TEMPERATURA É DE +3°C A +8 °C, ATRAVÉS DE UM CONTROLAR ELETRÔNICO. AS PRATELEIRAS SÃO AJUSTÁVEIS, COM PINTURA PLASTIFICADA. O TOPO SUPERIOR É PREPARADO PARA O USO DE MERCHANDISING.

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

PORTA DE VIDRO DUPLO TEMPERADO COM FECHAMENTO AUTOMÁTICO E MAGNETIZADO.

ACABAMENTO FRONTAL EM INOX.

CHAPAS INTERNAS E EXTERNAS EM AÇO GALVANIZADAS E PRÉ

PINTADAS COM ALTA RESISTÊNCIA A CORROSÃO.

PUXADOR ERGONÔMICO.

ISOLAMENTO DE POLIURETANO ECOLOGICAMENTE CORRETO.

TOPO SUPERIOR PARA MERCHANDISING.

SISTEMA DE PÉS NIVELADORES.

UNIDADE DE REFRIGERAÇÃO COMPACTA, SISTEMA DE FÁCIL MANUTENÇÃO.

FROSTFREE (CONTROLE DE DEGELO AUTOMÁTICO)*.

CONTROLADOR ELETRÔNICO COM AJUSTE DE TEMPERATURA.

SISTEMA DE ILUMINAÇÃO EM LED.

PRATELEIRAS AJUSTÁVEIS COM PINTURA PLASTIFICADA.

DOBRADIÇAS REFORÇADAS COM MOLAS.

TEMPERATURA DE TESTE 35°C / 65% DE UMIDADE RELATIVA DO AR.*NECESSÁRIO INSTALAÇÃO DE DRENO EXTERNO À REDE DE COLHIMENTO.

CAPACIDADE TOTAL: 1450 LITROS.

MEDIDAS EXTERNAS (L X A X P): 1880 X 2090 X 666 MM.

PESO LÍQUIDO: 185 KG.

VARIAÇÃO DE TEMPERATURA: +3 À +8 °C.

PORTAS / TAMPAS: 3.

ESTUFA FECHADA VAZIO P/20 - MAFRAN



MATERIAL: EPOXI, INOX E GALVANIZADO

APLICAÇÃO: PADARIAS E CONFEITARIAS. ESPECIAL PARA PÃO DOCE

DESCRIÇÃO

ARMÁRIO ESTUFA EM AÇO CARBONO COM PINTURA EPOXI, PARA 20 ASSADEIRAS.

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

ASSADEIRA 5 TIRAS – MAFRAN



MATERIAL: ESTRUTURA DE AÇO CARBONO COM TIRAS PERFURADAS DE ALUMÍNIO

APLICAÇÃO: PADARIAS, INDUSTRIAS, HOTELARIA, SUPERMERCADOS E COZINHAS INDUSTRIAIS

ASSADEIRA LISA- MAFRAN



MATERIAL: FOLHA DE FLANDRES

ASSADEIRA CONFECCIONADA EM FOLHA DE FLANDRES COM REFORÇO DE ARAME DE AÇO CARBONO NAS BORDAS.

FORNO ELÉTRICO 10TELAS – TEDESCO



ADAPTÁVEL EM DIVERSOS TIPOS DE ASSADEIRAS: MULTIASSADEIRAS DE 40X60 ATÉ 58X68CM E KIT BISCOITOS.

NÚMEROS DE ESTEIRAS

10 (58X68CM)

CAPACIDADE DA FORNADA

300 PÃES

MEDIDAS EXTERNAS

ALTURA: 2080MM

LARGURA: 1050MM

PROFUNDIDADE: 1450MM

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
 (92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
 E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

MEDIDAS INTERNAS

ALTURA: 1020MM

LARGURA: 725MM

PROFUNDIDADE: 850MM

FORNO ELÉTRICO

POTÊNCIA INSTALADA (KW) – 18,7

CONSUMO ELÉTRICO COM CARGA (KW/H) – 14,7

BALANÇA ELETRONICA 30KG-TRIUNFO



BALANÇA COMPUTADORIZADA COM CÁLCULO DE PREÇO FINAL;

GABINETE INJETADO EM ABS ALTO IMPACTO;

TECLADO COM 20 TECLAS CONFECCIONADO COM MICRO CHAVES E PROTEÇÃO CONTRA UMIDADE, PROPORCIONANDO MAIOR DURABILIDADE E FACILIDADE NA DIGITAÇÃO;

COMANDO DE PREÇO FIXO;

COMANDO PARA PROGRAMAÇÃO DE P.L.U. PARA MEMORIZAR PREÇO POR QUILO, COM CAPACIDADE PARA ARMAZENAR PREÇOS DE ATÉ 50 PRODUTOS, COM VANTAGEM DE FICAR MEMORIZADO MESMO DESLIGANDO A BALANÇA;

COMANDO DE TARA PARA DESCONTAR O PESO DA EMBALAGEM;

COMANDO DE RETORNO A ZERO;

PERMITE REALIZAR PRÉ EMPACOTAMENTO COM IMPRESSÃO AUTOMÁTICA;

PERMITE CONFIGURAR OS DADOS A SEREM IMPRESSOS NAS ETIQUETAS: DATA DE FABRICAÇÃO, DATA DE VALIDADE, PESO, PREÇO POR QUILO E TOTAL A PAGAR;

FONTE BIVOLT AUTOMÁTICA COM PROTEÇÃO CONTRA RUÍDOS DA REDE ELÉTRICA;

OPÇÃO DE BATERIA INTERNA PARA TODOS OS MODELOS;

SAÍDA PARA IMPRESSORA NO PADRÃO RS232, COMPATÍVEL COM ETIQUETADORA MODELO EST-10;

CARACTERÍSTICA TÉCNICAS

DIMENSÃO DO PRATO EM AÇO INOX: 233 X 335 MM;

ALTURA: 106 MM;

LARGURA: 334 MM;

COMPRIMENTO: 345 MM;

ALIMENTAÇÃO: 110 ~ 240V - BIVOLT AUTOMÁTICA;

FREQÜÊNCIA 50/60 HZ;

PESO: 3,700 KG;

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

CONJUNTO MOVEIS TABACO - TRAMONTINA



CONJUNTO COMPOSTO POR 1 MESA E 4 CADEIRAS, PRODUZIDAS EM MADEIRA TAUARI COM ACABAMENTO TINGIDO DE TABACO. A MESA POSSUI 60CM DE COMPRIMENTO, 60CM DE LARGURA, 74,6CM DE ALTURA E 7,36KGS. A CADEIRA POSSUI 47,4CM DE COMPRIMENTO, 43,3CM DE LARGURA, 78,9CM DE ALTURA E 5,19KGS. O CONJUNTO É DOBRÁVEL E ENTREGUE MONTADO

O ACABAMENTO TINGIDO NA COR TABACO, BRANCO OU ENVERNIZADO É UM PROTETOR DE MADEIRA QUE REALÇA A TONALIDADE, CONCEDENDO BRILHO E UM TOQUE MAIS LISO AO PRODUTO;

PRODUZIDAS EM MADEIRA MACIÇA, PROVENIENTE DE FLORESTAS DE MANEJO LEGAL;

LEVES E PRÁTICA, COM UMA ÁREA MAIOR DE UTILIZAÇÃO, TEM GRANDE MOBILIDADE NA INSTALAÇÃO, FAZENDO O MELHOR USO DO ESPAÇO;

SÃO FÁCEIS DE GUARDAR, CABEM EM QUALQUER LUGAR;

ALIAM RESISTÊNCIA A UM CUSTO BAIXO;

VALORIZAM O AMBIENTE PELO ESTILO E CONVIDAM AO LAZER PELA PRATICIDADE;

DISTINGUEM-SE PELA ELEGÂNCIA DE SUAS FORMAS E PELA QUALIDADE DOS MATERIAIS, FAZENDO DE CADA LOCAL UM AMBIENTE DE CLASSE;

DESTACAM-SE PELA ÓTIMA RELAÇÃO CUSTO/BENEFÍCIO.

REFRESQUEIRA REFRIGERADA 2 CUBAS – IBBL



COM CAPACIDADE PARA 30 LITROS A REFRESQUEIRA BBS2 POSSUI DOIS DEPÓSITOS (15 LITROS CADA) QUE MANTÉM A REFRIGERAÇÃO DE BEBIDAS COM MAIOR OU MENOR DENSIDADE.

PODE SER USADA PARA SUCOS, ÁGUA DE COCO, SUCO DE MILHO, CHÁS, BEBIDAS LÁCTEAS E ACHOCOLATADOS.

DOIS DEPÓSITOS DE 15L

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
 (92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
 E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

CONTROLE AUTOMÁTICO DE TEMPERATURA

BAIXO CONSUMO DE ENERGIA: REFRIGERAÇÃO BALANCEADA

PINGADEIRA REMOVÍVEL: PARA Esvaziar ou Higienizar

PARA AMBIENTES INTERNOS E EXTERNOS

CONSERVADOR ILHA 1.90 IHB – FRICON



CONSERVAÇÃO DE PRODUTOS CONGELADOS OU REFRIGERADOS

REFRIGERAÇÃO ESTÁTICA

GABINETE COM FORMAS INTERNAS ARREDONDAS

CHAPAS INTERNAS E EXTERNAS EM AÇO GALVANIZADAS E PRÉ-PINTADAS COM ALTA RESISTÊNCIA A CORROSÃO

MOLDURA PRINCIPAL EM ALUMÍNIO ANODIZADO

MOLDURA LATERAL EM ABS, GARANTINDO ALTA RESISTÊNCIA

TERMOSTATO AJUSTÁVEL DUPLA AÇÃO

TAMPA DE VIDRO DE BAIXA EMISSIVIDADE E TEMPERADO, SISTEMA DE VEDAÇÃO DE ALTA EFICIÊNCIA

ISOLAMENTO DE POLIURETANO ECOLOGICAMENTE CORRETO, DE 80MM DE ESPESSURA

SISTEMA DE UNIDADE CONDENSADORA REMOVÍVEL (FÁCIL ACESSO A MANUTENÇÃO)

SISTEMA DE PÉ NIVELADOR

DRENO DE LIMPEZA

SEM TRAVESSA CENTRAL

TERMÔMETRO

DIVISÓRIA INTERNA

TEMPERATURA DE TESTE 35°C / 65% DE UMIDADE RELATIVA DO AR

ESPECIFICAÇÕES BÁSICAS

CAPACIDADE TOTAL

MEDIDAS EXTERNAS LXAXP

PESO LÍQUIDO

VARIAÇÃO DE TEMPERATURA

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
(92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

PORTAS/TAMPAS

568 LITROS

1940 X 945 X 795 MM

100 KG

-20 À -18 / 0 À +8 °C

PRATELEIRA CONJUGADA PAES MPRP -205 GEPAR



EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS EM CONDIÇÃO AMBIENTE

PRATELEIRAS: 4 FIXAS COM PORTAS DESLIZANTES DE VIDRO E 2 FIXAS SEM PORTAS

ILUMINAÇÃO: FLUORESCENTE

PÉS REGULÁVEIS

PORTAS: FRENTE VIDROS DESLIZANTES E ATRÁS CEGAS DESLIZANTES

OPÇÕES DE CORES: AMARELO (PADRÃO) (T), AZUL (OPCIONAL) (AZ), BRANCO (OPCIONAL) (BR), VERDE LIMÃO (OPCIONAL) (VL), PRETO (OPCIONAL) (PR)

FRENTE(MM)	2030	
PROFUNDIDADE(MM)	520	
ALTURA(MM)	2050	
PESO BRUTO(KG)	190	
TENSÃO(V)	127	220
FREQUÊNCIA(HZ)	60	50 OU 60
CONSUMO KWH/DIA(60HZ)	0,6	

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
FREEZER HORIZONTAL HDE 503 – FRICON



CONSERVAÇÃO DE PRODUTOS CONGELADOS OU BEBIDAS E REFRIGERADOS

REFRIGERAÇÃO ESTÁTICA

GABINETE COM FORMAS INTERNAS ARREDONDADAS

CHAPAS INTERNAS E EXTERNAS EM AÇO GALVANIZADAS E PRÉ-PINTADAS COM ALTA RESISTÊNCIA A CORROSÃO

ISOLAMENTO DE POLIURETANO ECOLOGICAMENTE CORRETO

GRADE PLÁSTICA EM MATERIAL DE ALTO IMPACTO COM PROTEÇÃO U.V.

PAINEL FRONTAL COM LÂMPADA INDICATIVA DE PRODUTO ENERGIZADO E TECLA "FAST FREEZING" PARA UM RESFRIAMENTO RÁPIDO

RODÍZIO DUPLO GIRATÓRIO DE ALTA RESISTÊNCIA

TAMPA DE CHAPA COM PUXADOR ERGONÔMICO E DOBRADIÇAS BALANCEADAS

DRENO FRONTAL

FECHADURA DA TAMPA

DIVISÓRIA INTERNA

TERMOSTATO AJUSTÁVEL DUPLA AÇÃO

TEMPERATURA DE TESTE 40°C / 70% DE UMIDADE RELATIVA DO AR

ESPECIFICAÇÕES BÁSICAS

CAPACIDADE TOTAL

MEDIDAS EXTERNAS LXAXP

PESO LÍQUIDO

VARIAÇÃO DE TEMPERATURA

PORTAS/TAMPAS

503 LITROS

1505 X 940 X 705 MM

80 KG

-22 À -18 / 0 À +8 °C

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
SANDUICHEIRA CONJUGADA 90CM – EDANCA



SANDUICHEIRA A GÁS CONJUGADA 80 CM - LINHA PRATA - EDANCA

É UM EQUIPAMENTO DE ALTO DESEMPENHO JÁ QUE A CHAPA DE AÇO MANTÉM A TEMPERATURA IDEAL PARA A PREPARAÇÃO DE LANCHES E OUTROS ALIMENTOS. UTILIZA GÁS DE BOTIJÃO DOMÉSTICO (BAIXA PRESSÃO) E OS QUEIMADORES EM ALUMÍNIO SÃO DE LONGA DURABILIDADE. A PRENSA PERMITE AUXILIAR NA PREPARAÇÃO DE CARNES E, AO MESMO TEMPO, AQUECER O PÃO. COMPACTO E MUITO ECONÔMICO, COM TAMANHO QUE OTIMIZA A PREPARAÇÃO DE VÁRIOS LANCHES, PODENDO SER UTILIZADO EM AMBIENTE DOMÉSTICO E QUE ATENDE PERFEITAMENTE TAMBÉM A NECESSIDADE DE CADA ESTABELECIMENTO.

FABRICADA DENTRO DE ESPECIFICAÇÕES QUE ATENDEM O MERCADO COM A QUALIDADE DE QUASE 40 ANOS DA EDANCA.

VERIFIQUE COM OS FABRICANTES DO PRODUTO E DE SEUS COMPONENTES EVENTUAIS LIMITAÇÕES À UTILIZAÇÃO DE TODOS OS RECURSOS E FUNCIONALIDADES. TODAS AS INFORMAÇÕES DIVULGADAS, BEM COMO OS BENEFÍCIOS E RESULTADOS DO PRODUTO SÃO DE RESPONSABILIDADE EXCLUSIVA DO FABRICANTE/FORNECEDOR.

MARCA EDANCA

MATERIAL/COMPOSIÇÃO AÇO INOXIDÁVEL 430 ESCOVADO; CHAPA DE AÇO LAMINADO; QUEIMADORES EM TUBO DE ALUMÍNIO; REGISTROS E INJETORES EM LATÃO; PRENSA EM AÇO CARBONO REVESTIDA COM AÇO INOXIDÁVEL

COR PRATA

TIPO DE FUNCIONAMENTO À GÁS

POSSUI PRENSA SIM

BANDEJA DE RESÍDUOS NÃO

TERMOSTATO NÃO

CORTADOR DE FRIOS AUTOMATICO CFA 300 – METVISA



Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone:
 (92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas
 E-mail: edu_aquino22@hotmail.com

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.

CORTADOR DE FRIOS AUTOMATICO - CFA-300

ALTURA (MM): 830

FRENTE (MM): 365

FUNDO (MM): 605

PESO (KG): 53,500

VOLTAGEM (V): 110/220

PRODUÇÃO (KG/H): 46

CAPACIDADE (KG): 46,000

MOTOR (CV): 1/3

FOGÃO DE 02 BOCAS – LATINA

Produzido Em Aço Carbono Especial.

Cor: Cinza Ral.

Grelhas E Queimadores Com Ferro Fundido.

Pés Revestidos Com Sapatas Em Pvc Rígido.

Tubo Coletor De Gás Cromado.

Diâmetro Da Boca 30x30

Sistema Exclusivo De Regulagem De Ar/Gás.

Coletor De Resíduos Individuais Em Aço Galvanizado.

Registros De Alta Resistência. Fogão:

Baixo Consumo De Gás.

Baixa Pressão: 1 Queimadores Simples 130mm, 1 Queimadores Duplos 170mm.

REAL COMERCIAL DE EQUIPAMENTOS LTDA.
BEBEDOURO DE PRESSÃO 401 INOX - BELLIERE



Capacidade de refrigeração = 4 litros/hora.
Tensão = 127 ou 220 V.
Frequência = 60 Hz.
Amperagem = 1,4/0,7 A.
Consumo = 125 W.
Peso líquido = 20,5 Kg
Peso bruto = 21,5 Kg.
Altura = 1.000 mm.
Largura = 340 mm.
Profundidade = 310 mm.

REFRIGERADOR VERTICAL VCV 2E 560LITROS – FRICON



CONSERVAÇÃO DE BEBIDAS, RESFRIADOS E LATICÍNIOS (ÁGUA, MATE, IOGURTE, ISOTÔNICO, SUÇO E REFRIGERANTE)
REFRIGERAÇÃO FORÇADA
PORTA DE VIDRO DUPLO TEMPERADO COM FECHAMENTO AUTOMÁTICO E MAGNETIZADO
PUXADOR ERGONÔMICO
MOLDURA COM CORTE TÉRMICO, PROPORCIONANDO MAIOR EFICIÊNCIA ENERGÉTICA
CHAPAS INTERNAS E EXTERNAS EM AÇO GALVANIZADAS E PRÉ-PINTADAS COM ALTA RESISTÊNCIA A CORROSÃO
ISOLAMENTO DE POLIURETANO ECOLOGICAMENTE CORRETO

Av. Grande Circular, n. 5804 – São José – CNPJ: 04.460.515/0004-78 Fone: (92) 3644-0102 / 9316-9128 / 9125-8575/ 8275-5675 – Manaus - Amazonas