

# Tendências Panificação

SÉRIE SEBRAE FUTUROS



*A força do empreendedor brasileiro.*



# Sumário

## **Introdução**

## **Tendências**

01. Cultura alimentar
02. Saudáveis e funcionais
03. Terceiro espaço
04. Formatos de lojas
05. Ultraconveniência
06. Padaria express
07. Foco na experiência
08. O poder dos virais
09. Sustentabilidade
10. Panitech

## **Perfil dos empresários de panificação alagoanos.**



# Introdução

O mundo está mudando rapidamente e, para ajudar os negócios a se anteciparem e se prepararem para essas transformações, o **Sebrae Alagoas** lança a série **Sebrae Futuros**, que irá abordar movimentos emergentes que vão impactar em segmentos específicos. O material conta com dados, informações, inovações e oportunidades das mais recentes tendências de mercado. A proposta é se tornar uma ferramenta útil para o desenvolvimento de estratégias orientadas ao futuro e a criação de negócios inovadores que respondam aos anseios e às necessidades do mercado e dos consumidores.

A primeira edição da série traz luz às tendências que despontam no setor de **Panificação**, que está sendo impactado por novas culturas alimentares, a busca pela saudabilidade e as novas exigências do consumidor pela conveniência e agilidade. A busca por experiências diferentes dão enfoque tanto à arquitetura e conceito de espaços quanto às estratégias de marketing e comunicação e demandam do mercado novas soluções, produtos e serviços. Igualmente, a sustentabilidade e a tecnologia estão entre as principais tendências de saúde e bem-estar que aparecem no horizonte e pedem atenção das micro e pequenas empresas.

# Como funciona este material?

Perguntas de reflexão para gerar insights que poderão ser implantados no negócio.

Movimento de mudança que está ocorrendo.



**A rotina das diferentes gerações de consumidores molda o mercado de alimentação e com a panificação não é diferente. Enquanto as gerações passadas mantêm o hábito do pão fresquinho no café da manhã e da noite, as novas gerações desejam consumir com praticidade, refeições diversas o dia inteiro e a qualquer hora.**

Os millennials estão buscando transparência nos rótulos, alimentos com ingredientes mais saudáveis, além de apoiar empresas que refletem seus próprios valores, como é o caso da padaria carioca **The Slow Bakery**, onde produz e vende pães naturais e artesanais, além de fornecer laticínios frescos da **Lano Alto**. 81% da geração Y e 78% da geração Z, afirmaram que estão comprometidos em pagar mais por alimentos saudáveis.

#01 Cultura alimentar

06

O marketing de conteúdo, o qual visa atrair clientes a partir da distribuição de conteúdo relevante, e as diferentes estratégias frente a esse formato apontam os potenciais de inovação em detalhes. A marca **Munchies** aproveitou do processo produtivo dos seus doces, para utilizar da plataforma Only Fans e promover o conteúdo popularmente chamado de porn food: um conteúdo muitas vezes filmados em câmera lenta e com foco nos detalhes e sons, dessa forma aguçando o desejo do cliente em consumir determinado produto.

Para promover a divulgação e ampliar a conexão entre empresa e cliente, marcas também apostam na elaboração de cardápios assinados por influenciadores digitais, como o elaborado pela rede americana Denny's em parceria com Dmitri Robinson (@Meech) e Kelz Wright (@kelz). Além disso, a criação de cardápios sazonais acompanhando datas comemorativas e **temáticas em voga** proporciona a possibilidade de reinventar sabores e promover a divulgação orgânica do estabelecimento.

**Inovando!**

- Quais soluções criativas podemos trazer para cativar a atenção do cliente?
- Quais as possibilidades de adaptação do meu cardápio a fim de estimular curiosidade e compartilhamento?

**Soluções Sebrae**

- Quer alinhar o seu negócio com as mudanças de comportamento emergentes? Saiba mais sobre as nossas soluções! Ligue para **0800 570 0800** e descubra como podemos te ajudar!!

21

Nome da tendência

Descrição da tendência, com dados e links de inovações que estão ocorrendo ao redor do mundo.

Acesso às soluções e aos analistas do Sebrae que vão ajudar a potencializar seu negócio.

# Tendências

As tendências são movimentos de transformação emergentes que englobam diversos níveis: sociedade, economia, política, meio ambiente e tecnologia. O seu crescimento e adoção podem ser mais lentos ou acelerados a depender do ambiente e de fatores de impacto. É um recurso útil para entender quais as mudanças que vão influenciar o mercado futuro e tornar os negócios aptos a respostas mais ágeis a essas transformações.





**A rotina das diferentes gerações de consumidores molda o mercado de alimentação, e com a panificação não é diferente. Enquanto as gerações passadas mantêm o hábito do pão fresquinho no café da manhã e da noite, as novas gerações desejam consumir com praticidade, refeições diversas o dia inteiro e a qualquer hora.**

Os millennials estão buscando transparência nos rótulos, alimentos com ingredientes mais saudáveis, além de apoiar empresas que refletem seus próprios valores, como é o caso da padaria carioca **The Slow Bakery**, que produz e vende pães naturais e artesanais, além de fornecer laticínios frescos da **Lano Alto**. **81%** da geração Y e **78%** da geração Z afirmaram que estão comprometidos em pagar mais por alimentos saudáveis.

**#01** Cultura  
alimentar

Embalagens menores e o não desperdício de alimentos são prioridades entre os consumidores mais jovens. Trazendo preferência por alimentos congelados, snacks e em pacotes individuais, que são duráveis e podem ser consumidos a qualquer momento, apontando que **42% das refeições dos gen z** incluem salgadinhos prontos para o consumo. A marca dinamarquesa de pães e salgados **Schulstad Bakery Solutions** se destaca com seus pacotes individuais e bandejas com minidoces prontos e congelados, além da marca brasileira **Costa Lavos** que produz e distribui uma variedade de pães, doces e salgados congelados.

Para os mais jovens, a experiência, personalização, customização e identidade são muito importantes. As novas gerações veem a comida não só como refeição, mas também como expressão: amam produtos que contam uma história, simbolizam bandeiras e criam experiência. A **The Flat Baker**, padaria de brasileiros no Reino Unido, se destaca trazendo referências da padaria brasileira em solo inglês. A **Good Cakes and Bakes** traz inclusão e representatividade do universo LGBTQI+ em sua marca e produtos; já a **Botanikafé** traz a experiência do “brunch all day” com refeições com cara de café da manhã o dia todo.

## Inovando!

- Como podemos atrair as novas gerações para nossa empresa?
- Como podemos reinventar nossos produtos já tradicionais em novos formatos para atender ao novo público?

## Soluções Sebrae

- Deseja ajuda para potencializar seu negócio orientado ao futuro? Conecte-se com o analista do Sebrae **Carlos Rodrigo** e conheça as nossas soluções!





## #02 Saudáveis e funcionais

**A preocupação com a origem e a base dos alimentos ganhou força e aceleração diante da busca por uma vida mais saudável impulsionada pela pandemia. Produtos *glúten free*, a base de plantas e com ativos imunológicos fazem parte das novas preferências do consumidor.**

Alavancada pela adesão de novos comportamentos voltados à alimentação saudável, a busca pela inserção de alimentos no dia a dia, cuja composição inclua particularidades como ausência de glúten, redução de açúcar e com propriedades imunológicas, ocupa papel de destaque diante desse novo consumidor. Esse movimento é impulsionado a partir de empresas com iniciativas correlatas que promovem e impulsionam o consumo desse mercado. A confeitaria funcional **FunFit** possui como estratégia a produção de alimentos saborosos e nutritivos com o preceito de serem zero açúcar, glúten e lactose.



Dietas com restrições ao consumo de carne e a preferência por produtos veganos/vegetarianos também conseguiram motivar a transformação de cardápios dos estabelecimentos mais atentos. Diante dessas transformações e de modo a abraçar este público, a **Greggs**, a maior rede de padarias do Reino Unido, anunciou a inclusão no seu menu de versões vegetarianas dos seus principais sucessos, criando versões alternativas com proteínas à base de plantas.

A pandemia também foi responsável por impulsionar a inclusão do consumo de produtos com finalidades probióticas e funcionais.

Tais produtos e alimentos corroboram com um objetivo a longo prazo de se construir uma vida baseada em hábitos saudáveis e, dessa forma, estar atrelado à saúde e à longevidade. Frente a essa oportunidade, empresas como a **Ophelia Padaria Funcional** se posicionam como uma solução atrativa no segmento.

## Inovando!

- Quais produtos podemos agregar ao mix para atender a essa necessidade?
- Como podemos estimular o consumo de produtos funcionais e saudáveis no dia a dia do consumidor?

## Soluções Sebrae

- Deseja aprender mais para potencializar seu negócio? Participe dos cursos e eventos e fique por dentro dos nossos conteúdos no site do **Sebrae**!



## #03 Terceiro espaço

**É certo afirmar que a pandemia foi responsável por uma sequência de mudanças de hábitos, muitos irreversíveis. Dentre eles, a nova relação entre casa e ambiente de trabalho tem ganhado novas proporções.**

Com a ascensão do home office, modelos híbridos de trabalho e crescimento do empreendedorismo, principalmente dos negócios digitais, os ambientes denominados como “terceiro espaço” tornam-se cada vez mais requisitados. Enquanto a casa (o primeiro lugar) é privada e o trabalho (o segundo lugar) oferece uma experiência social estruturada, os terceiros lugares são ambientes públicos mais descontraídos onde as pessoas podem se encontrar e interagir de várias maneiras diferentes.



Empresas como a **Starbucks** se mostram cada vez mais preocupadas em ampliar os pontos de contato entre a marca e o consumidor, elevando as experiências de suas lojas e aumentando suas funcionalidades no dia a dia do cliente. A gigante em parceria com a Volvo visa a se posicionar como o “posto de combustível do futuro” integrando ao seu modelo de negócio estações de carregamento de veículos elétricos visando à praticidade e tornando-se mais um motivador de busca pela loja.

A criação desses espaços híbridos, que possibilitam uma fuga dos escritórios e, em simultâneo, a distinção entre casa e trabalho, abre espaço para repensar a arquitetura, disponibilidade de uma internet eficaz e de alta velocidade e a inclusão de serviços adicionais como no caso do **Bank99**, na Áustria, realizando o processo inverso e trazendo um ambiente confortável das padarias para o interior das agências bancárias.

## Inovando!

- Como podemos adaptar a estrutura atual para atender a essa nova necessidade?
- Quais novos serviços podem agregar valor ao meu estabelecimento?

## Soluções Sebrae

- Vem ser um negócio do futuro com as soluções do Sebrae! Saiba mais! Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e tire todas as suas dúvidas!





## #04 Formatos de lojas

As padarias deixam de ser apenas espaços de comercialização para proporcionar verdadeiras experiências sensoriais a partir de sua arquitetura e ambientação. Cores, texturas, temas especiais e novos formatos de layout são diferenciais para a expressão do propósito da marca, atração e experiência do cliente.

Com a ascensão da popularidade da padaria artesanal, os ambientes rústicos que priorizam o uso de materiais naturais e cores terrosas retratam bem esse nicho. Padarias como a **Breadblok** com sua proposta glúten free, a **Flourist** e a brasileira **Mintchi Croissant**, trazem uma linguagem bem natural como seus produtos.



Ambientes coloridos também expressam sabores, atraem olhares vibrantes das novas gerações, trazem diversão e criam espaços instagramáveis. A padaria ucraniana **Breadway Bakery** com sua mistura de cores de forma lúdica e maximalista, a padaria espanhola **Pan y Pasteles**, e a brasileira **DomNato** retratam bem esse conceito.

Em contraponto ao maximalismo, o minimalismo no design de padarias, traz protagonismo aos produtos, otimização de pequenos espaços e a sensação de um ambiente limpo e de qualidade.

Padarias com um conceito mais contemporâneo e urbano combinam com essa estética, como as japonesas **Tsukiakari Bakery**, **Ripi** e a cafeteria e pastelaria brasileira **The Coffee**, que já tem **26 unidades só na capital paulista e 74 em todo o Brasil**.

## Inovando!

- Como podemos expressar nossa marca e atrair clientes por meio da arquitetura e design de interiores de nossa empresa?
- Como podemos gerar uma melhor experiência do cliente a partir do ambiente de nossa empresa?

## Soluções Sebrae

- Deseja ajuda para potencializar seu negócio orientado ao futuro? Conecte-se com o analista do Sebrae **Carlos Rodrigo** e conheça as nossas soluções!



**Para compreender a necessidade de ofertar produtos que atendam consumidores paulatinamente mais exigentes, a interatividade se mostra como atrativo principal diante da retenção e fidelização.**

A fim de cativar a atenção e a preferência do cliente, empresas encontram sua diferenciação no atendimento rápido, personalizado e facilitado no momento da compra. Como no caso da marca carioca **Make a Cake**, ao abordar o nicho de fast-cakes, possui como objetivo trazer ao cliente a possibilidade de montar e levar, em poucos minutos, o bolo exatamente de seu gosto.

## **#05 Ultraconveniência**



Diante de um mercado cada vez mais aquecido e com a chegada de novos empreendimentos no segmento, as alternativas de fidelização do cliente utilizam mais criatividade para motivar o retorno do consumidor ao estabelecimento. Essas táticas deixaram para trás os tradicionais cartões de fidelidade e hoje utilizam-se de técnicas de gamificação e premiações que estimulam o consumo e a indicação das marcas. A rede de cafés e games **SideQuest** projetou seu programa de associação para recompensar seus membros com produtos, serviços e descontos conforme os níveis alcançados.

A criatividade se posiciona como um diferencial fundamental para aqueles que desejam expandir a marca para além dos territórios físicos da empresa, permitindo que cliente experiencie a marca também no conforto do seu lar, como mostra a empresa **Cometeer** especialista em cafés ultracongelados com preparo facilitado para consumo em casa. Alinhado com esse propósito também surge a **Wine & Dining Club**, um clube de assinatura que permite aos restaurantes entregarem mensalmente menus exclusivos completos para serem desfrutados em casa.

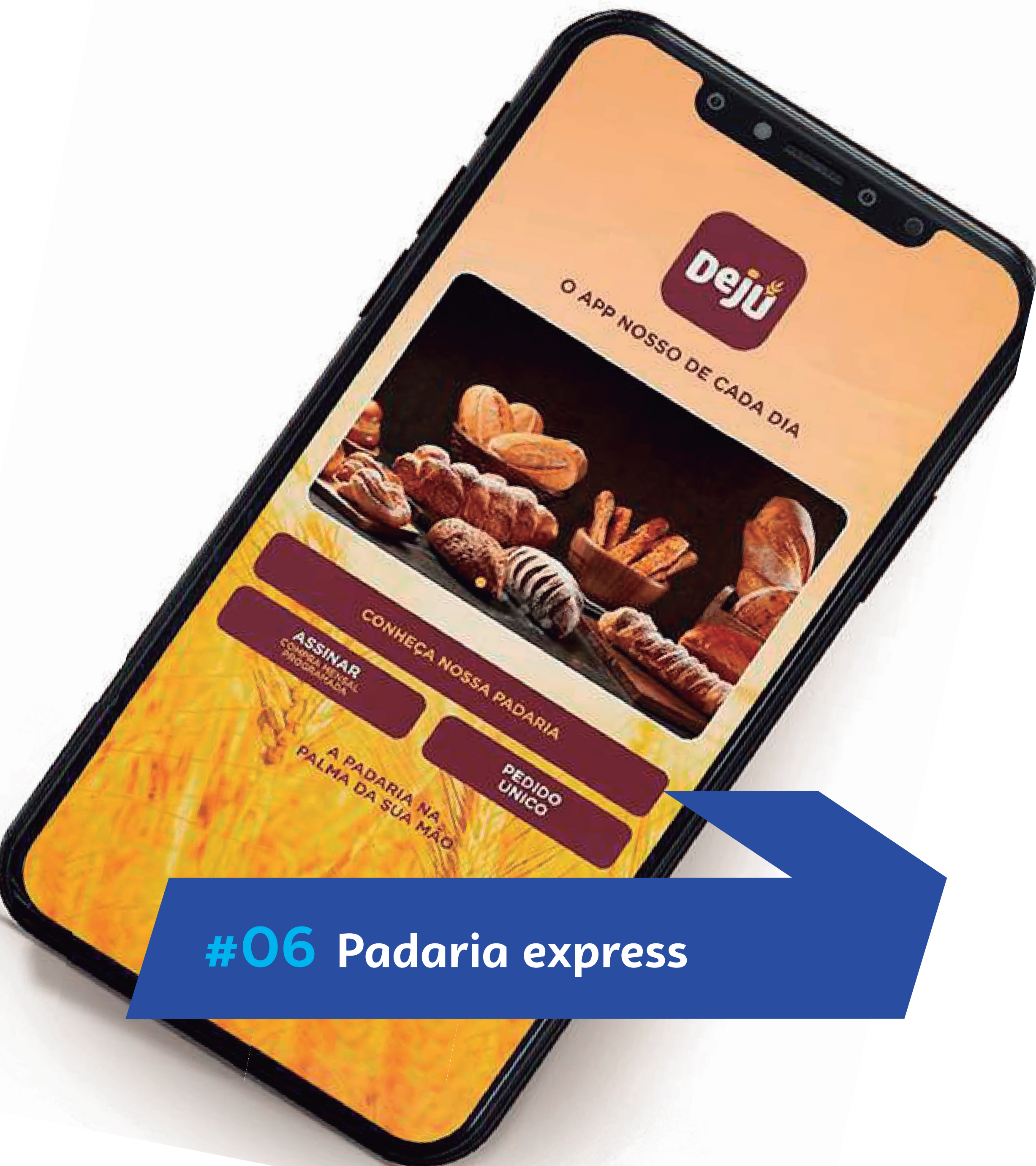
## Inovando!

- Como podemos trazer soluções práticas e personalizadas para o dia a dia do cliente?
- Como podemos melhorar a experiência de interatividade em loja?

## Soluções Sebrae

- Quer alinhar o seu negócio com as mudanças de comportamento emergentes? Saiba mais sobre as nossas soluções! Ligue para **0800 570 0800** e descubra como podemos te ajudar!





## #06 Padaria express

No mercado do varejo, se espera cada vez mais rapidez, eficiência e autonomia. Para isso, as empresas precisam apostar em digitalização, pagamentos automáticos, entregas ultrarrápidas, lojas dentro de lojas, formatos de loja “pegue e leve”, entre outras estratégias para uma experiência otimizada do cliente .

A busca por comodidade dos consumidores na hora da compra aumenta os pedidos de delivery. Seja por sites, apps, telefone ou redes sociais, o pagamento facilitado e a entrega rápida em domicílio têm protagonizado o mercado da panificação. Em Dubai, a **Bakemart Gourmet** se destaca como uma padaria conceito que entrega bolos e pães frescos e congelados, assim como a **Dejú**, primeira padaria on-line do Brasil. Em 2021, **o iFood recebeu 157% a mais** de padarias no primeiro semestre em relação ao mesmo período de 2020, com 160% a mais de pedidos, comparado-se ao primeiro semestre do ano anterior.



Outro facilitador são as padarias “in-store” ou dentro de supermercados e lojas de conveniências, que utilizam prateleiras com produtos já embalados, no formato “pegue e leve”, p qual não precisa de pedidos no balcão. Grandes supermercados internacionais como o **Asda**, **Amazon Fresh** e o supermercado paulista **St. Marche** com sua padaria conceito, apostam nesse formato, prevendo ter **18% de vendas** a mais, em 2023, do que em 2019.

Outra forma encontrada por panificações, para otimizar sua relação com os clientes, é o “click and collect”, no qual o consumidor compra on-line e apenas retira na loja, como oferece a padaria inglesa **The Flour Pot**, na **Panera to go** e a brasileira **Fazemos - Padaria Artesanal**. Pedidos por assinatura também trazem inovação na compra em padarias, onde o cliente paga mensalmente por uma quantidade de pão que será entregue em casa, como oferece a **O Pão**.

## Inovando!

- Como podemos otimizar nossas entregas através de plataformas digitais e transportes rápidos?
- Como podemos oferecer uma experiência de compra e entrega mais ágil?

## Soluções Sebrae

- Vem ser um negócio do futuro com as soluções do Sebrae! Saiba mais! Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e tire todas as suas dúvidas!



## #07 Foco na experiência

**Visando cativar os clientes para muito além do sabor, o marketing sensorial tem se tornado o principal aliado dos empreendedores quando o assunto é a transformação do momento alimentar em uma experiência impactante e memorável.**

Cheiros, sons, texturas e estruturas gamificadas para estimular a fidelidade do cliente são estratégias que se tornaram parte do ecossistema que engloba a otimização da experiência do usuário ao entrar em contato com novas marcas. Para exemplificar as possibilidades, empresas como a curitibana **Pastry Lab** exploram essa nova tendência ao apostarem no sabor aliado à temática científica inusitada, criando em seus produtos uma verdadeira experiência alimentícia.



Diante de um mercado de amplo potencial, itens de diferenciação conseguem criar atmosferas únicas e instigar a visita de novos clientes. Como o apresentado pelo **Harry Potter Café** em Tokyo, dedicado a uma experiência imersiva desde a apresentação dos pratos, incluindo a decoração, sons e aromas, além de outras peculiaridades apenas identificáveis pelos fãs da saga. O foco está em desenvolver atrativos que captem a atenção e promovam a curiosidade estimulando os cinco sentidos, de modo a oferecer momentos memoráveis e compartilháveis.

O conceito de inovação também dá espaço para a criatividade quando se trata de repensar receitas clássicas. Esse foi o posicionamento escolhido pela La Boulangerie, que por sete anos consecutivos, foi eleita a Melhor Padaria do Distrito Federal. A **La Boulangerie** se propõe a compor seu cardápio incluindo releituras de pratos tradicionais, de modo a construir seu diferencial e se destacar.

## Inovando!

- Como podemos promover encantamento na loja física?
- Como podemos cativar o cliente por meio de iniciativas de fidelização?

## Soluções Sebrae

- Seu negócio quer inovar? Potencialize seu negócio com nossas soluções! Acesse o site do **Sebrae** e saiba mais!



**As potencialidades da comunicação e da divulgação via redes sociais são um grande parceiro dos empreendimentos que buscam ampliar sua clientela e se posicionar de maneira única diante de um mercado amplamente concorrido.**

Em uma era de vídeos curtos e facilidade de se compartilhar ideias e indicações, a busca por diferenciação e posicionamento consegue extrapolar limites físicos do estabelecimento. Ao proporcionar aos clientes pratos visualmente interessantes ou até mesmo que acompanhem as trends do momento, como o caso atual dos bento cakes e suas frases engraçadas, é possível criar, estimular e motivar o consumidor a compartilhar aquele momento dentro de sua rede com alto potencial de viralização.

## **#08 O poder dos virais**



O marketing de conteúdo, o qual visa atrair clientes a partir da distribuição de conteúdo relevante, e as diferentes estratégias frente a esse formato, apontam os potenciais de inovação em detalhes. A marca **Munchies** aproveitou do processo produtivo dos seus doces, para utilizar da plataforma Only Fans e promover o conteúdo popularmente chamado de porn food: um conteúdo muitas vezes filmado em câmera lenta e com foco nos detalhes e sons, dessa forma aguçando o desejo do cliente em consumir determinado produto.

Para promover a divulgação e ampliar a conexão entre empresa e cliente, marcas também apostam na elaboração de cardápios assinados por influenciadores digitais, como o elaborado pela rede americana **Denny's** em parceria com Dmitri Robinson (**@.Meech**) e Kelz Wright (**@kelz**). Além disso, a criação de cardápios sazonais acompanhando datas comemorativas e **temáticas em voga** proporciona a possibilidade de reinventar sabores e promover a divulgação orgânica do estabelecimento.

## Inovando!

- Quais soluções criativas podemos trazer para cativar a atenção do cliente?
- Quais as possibilidades de adaptação do meu cardápio a fim de estimular curiosidade e compartilhamento?

## Soluções Sebrae

- Quer alinhar o seu negócio com as mudanças de comportamento emergentes? Saiba mais sobre as nossas soluções! Ligue para **0800 570 0800** e descubra como podemos te ajudar!!



Ações sustentáveis em uma empresa devem ser prioridade nos próximos anos em resposta à crise climática do planeta. Estratégias ESG (ambientais, sociais e de governança) ganham protagonismo para reduzir a pegada de carbono e construir um ciclo de produção e comercialização mais responsável social e ecologicamente.

Marcas gigantes de panificação, como as inglesas **Greggs**, **Premier Foods**, e a americana **CraftMark**, traçaram planos estratégicos tais como: usar energia renovável, embalagens totalmente recicláveis, ter uma produção com resíduo zero, além de atender a comunidades locais com doações de lanches a escolas e excedentes de alimentos. Já que **O consumidor baseia suas escolhas pela transparência dos produtos e seu impacto ao meio ambiente.**

## #09 Sustentabilidade



Marcas de pães também buscam transparência com os consumidores, dos quais **74%** dizem que informações detalhadas os levariam a escolher uma marca diferente, e **56%** dizem que leem cuidadosamente os rótulos antes de decidir comprar um produto. Eles procuram rótulos limpos, com ingredientes conhecidos e naturais. Grandes marcas como a **Puratos** e **Panera** afirmam utilizar ingredientes sem conservantes ou artificiais e até divulgam uma lista dos ingredientes proibidos em seus pães e produtos diversos. A **Nutrella** e a **Boomi** também seguem essa tendência.

Projetos sociais também estão ligados à sustentabilidade, como o **The Women's Bakery**, empresa social que treina mulheres da África para lançar e gerenciar de forma lucrativa padarias centradas na nutrição de suas comunidades. No Brasil, o **Projeto Cigana**, organizado por estudantes da USP, dá oficinas a comunidades locais de produção de pães a partir do bagaço do malte, resíduo descartado pela indústria cervejeira. Nos EUA, **66% dos consumidores** dizem esperar que as empresas invistam em sustentabilidade, enquanto 80% dizem que são mais propensos a comprar de marcas que mostrem como e onde seus produtos são produzidos.

## Inovando!

- Como podemos nos adaptar para ter um ciclo de produção e comercialização mais sustentável?
- Como podemos trazer mais transparência para nossa empresa e produtos?

## Soluções Sebrae

- Vem ser um negócio do futuro com as soluções do Sebrae! Saiba mais! Conecte-se com o Sebrae pelo **WhatsApp** e tire todas as suas dúvidas!



## #10 Panitech

**Os avanços tecnológicos influenciam o mercado da panificação e os desejos dos consumidores. Seja na digitalização do negócio, inovação de maquinário, plataformas digitais, automação ou no software de gestão.**

Plataformas digitais especializadas em padarias como a **Epadoca**, centraliza diversos serviços virtuais de forma fácil a partir de planos mensais, tais como sistema de app e site, gestão de encomendas, clube de pontos e assinatura para os clientes, gestão de produção, entre outras funcionalidades. Já os ERPs fazem a gestão do negócio de forma virtual e pela nuvem, como o sistema da **ConnectPlug**, **DataPão** e o **IDCS Padarias**.



Na inovação de maquinário, o **Breadbot** surge como uma máquina autônoma que mistura a massa, assa e esfria pães sem nenhuma intervenção humana, podendo fazer até 235 pães por dia. Máquinas de ultracongelamento também são inovações, como o **Ultracongelador Klimaquip UK28 da Prática**, com capacidade de 100 kg por ciclo de congelados e os **Espirais de Congelamento ECK Klimaquip** para grandes produções. O tamanho do mercado global de maquinário de panificação foi avaliado em **U\$ 12,92 bilhões em 2020** e deve se expandir a uma taxa de crescimento anual de 5,8% de 2021 a 2028.

Investir na digitalização por meio da colaboração com grandes empresas como a Google, também é uma grande tendência, como fez a marca **Panera**, permitindo que os clientes pesquisem e peçam comida online para retirada na loja ou entrega, pelo Google Search, Google Maps ou Google Assistant.

## Inovando!

- Como podemos digitalizar nosso atendimento e gestão?
- Como podemos automatizar nossa produção e gerenciamento de produção?

## Soluções Sebrae

- Deseja ajuda para potencializar seu negócio orientado ao futuro? Conecte-se com o analista do Sebrae **Carlos Rodrigo** e conheça as nossas soluções!

# Perfil dos empresários alagoanos do setor de Panificação

A partir de entrevistas qualitativas realizadas com empresários do setor de panificação em Alagoas, mapeamos perfis empreendedores diferentes em suas atitudes, necessidades e comportamentos. Descubra em qual deles você se encaixa.





## Conservador

Este perfil é cauteloso e gosta de se ater ao básico, ao tradicional. Acredita que se inventar demais perde a essência do negócio e para que serve. Por isso, prefere manter uma trajetória mais linear e estável, a credibilidade é um ponto importante. Por ter resistência às mudanças, o seu desafio é quebrar os padrões de mentalidade tradicionais e se abrir para as novidades.

## Inovador

Antenado, procura conectar o presente com o futuro, está sempre buscando implantar inovações dentro do negócio. Visionário, cria cenários futuros e está aberto ao investimento em tecnologias, Gosta de testar modelos de negócio, explora novos tipos de cliente para diversificar a receita. Para se manter atualizado, vai a feiras e está atento ao cliente, suas necessidades e sua jornada de compra. O desafio é implantar as inovações com rapidez devido aos investimentos necessários.

## Autoral

Este perfil está muito conectado com um propósito e conceito de marca. Está atento a nichos específicos e sensibilidade quanto aos novos comportamentos de mercado, desenvolvimento de produtos únicos e com personalidade. Gosta de testar e colocar suas referências e identidade nos produtos. Está mais preocupado com a qualidade da produção artesanal, do que com o crescimento do negócio. Seu desafio é sair da bolha e alcançar novos mercados.

## Aprendiz

Tem uma visão mais jovial e está se inteirando sobre o funcionamento do negócio. Não tem medo do trabalho e do enfrentamento de dificuldades. Entrega o melhor de si para seu cliente. Tem muita energia e desejo por conhecimento. Com coragem, tenta colocar ideias que considera inovadoras na prática. Seu desafio é adquirir habilidades empreendedoras e de gestão, regular seu tempo e equilibrar as funções.

©2022. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas – Sebrae/AL

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9610).

José da Silva Nogueira Filho  
**Presidente do Conselho Deliberativo Estadual**

Marcos Antonio da Rocha Vieira  
**Diretor Superintendente**

Vinicius Lages  
**Diretor Técnico**

José Roberval Cabral da Silva Gomes  
**Diretor de Administração e Finanças**

Henrique Soares  
**Gerente da Unidade de Gestão Estratégica**

**Editoria Mescla**

Renata Mendonça  
**Coordenação de Pesquisa**

Giovanna Marquezine  
Roberta Medeiros  
**Pesquisadores**

Carlos Araújo  
**Projeto Original**

Ana Paula Tenório  
**Designer**

Informações e contatos:

Rua Doutor Marinho de Gusmão – nº 46 – Centro

Maceió/AL CEP 57020-565

Telefone: 0800 570 0800

[www.al.sebrae.com.br](http://www.al.sebrae.com.br)



*A força do empreendedor brasileiro.*