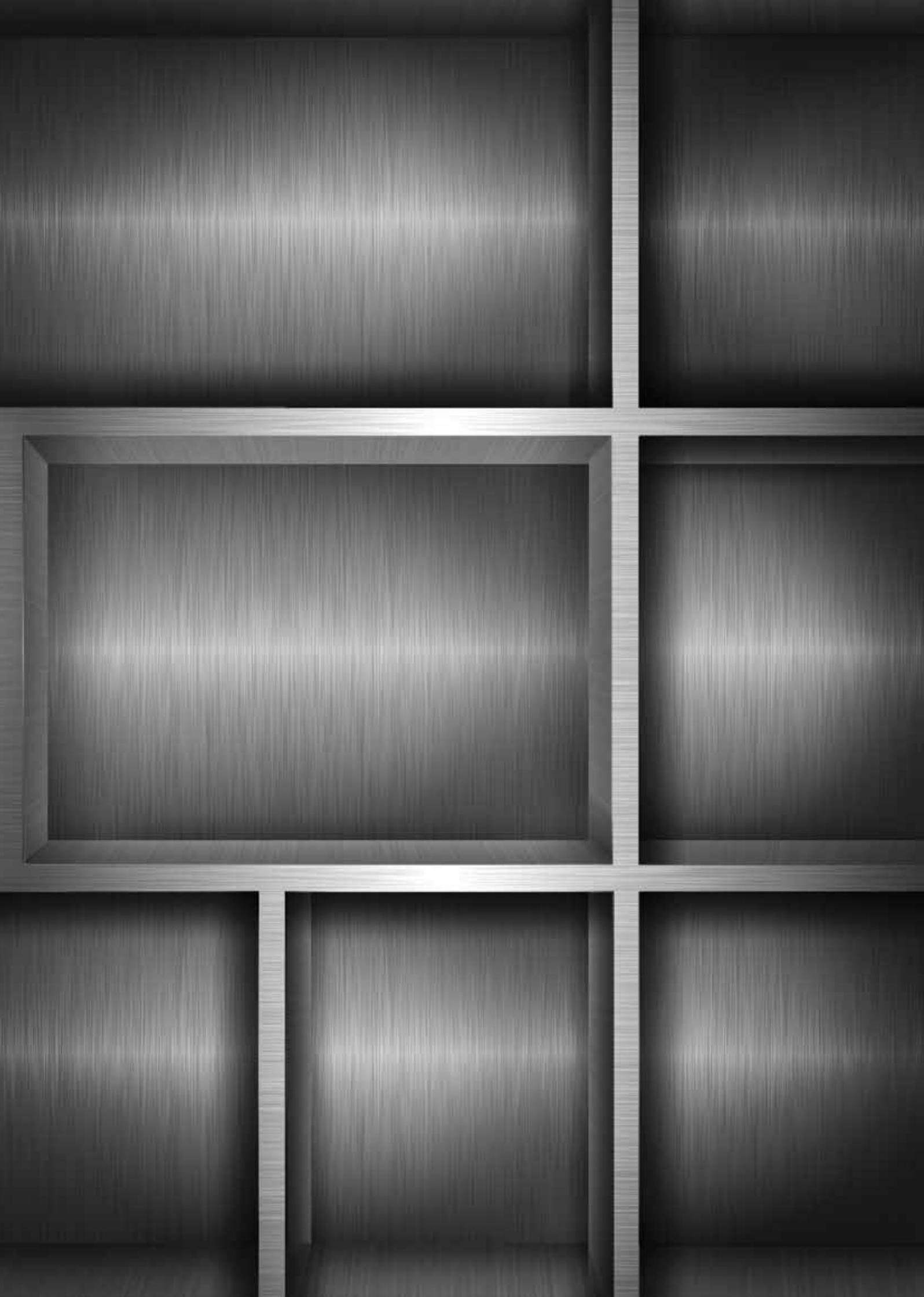




INTELIGÊNCIA EM FEIRAS
FISPAL
SÃO PAULO/SP – 2014





INTELIGÊNCIA EM FEIRAS

FISPAL

SÃO PAULO/SP – 2014

©2014. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/98).

Informações e Contato

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – 70.200-904 – Brasília/DF

Telefone: (61) 3348-7168

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros – UAMSF

Paulo Cezar Rezende Carvalho Alvim

Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo – UACS

Juarez de Paula

Coordenação Técnica – UAMSF

Lúcio Silva Pires Júnior

Rodrigo Scherer Palácio

Coordenação da Carteira de Bares e Restaurantes – UACS

Germana Barros Magalhães

Karen Sitta

Consultoria Técnica

Regina Santos

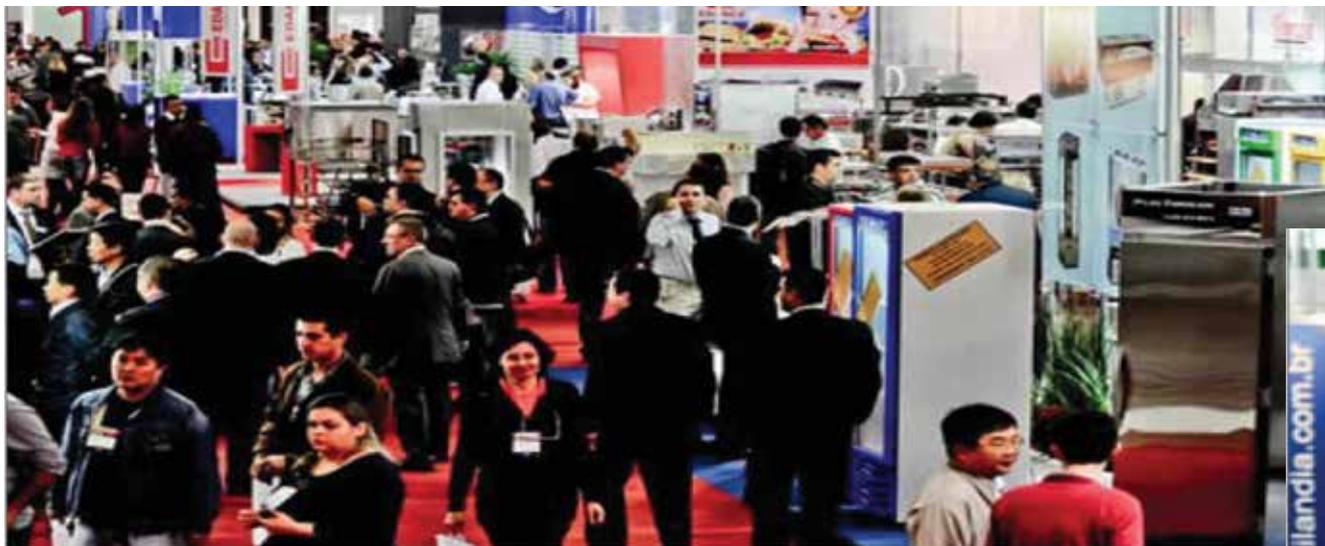
Projeto gráfico, Diagramação e Revisão Ortográfica

i-Comunicação

SUMÁRIO

1. 30ª FISPAL FOOD SERVICE	7
1.1 Ambiente da feira	8
1.2 Eventos na feira	8
1.3 Espaço Sebrae – Carreta Sebrae	10
1.4 Mercado editorial	11
2. NOVIDADES E TENDÊNCIAS	11
2.1 <i>Food truck</i>	11
2.2 Cozinhas modulares.....	13
2.3 Logística.....	13
2.4 Sustentabilidade.....	14
2.5 Gestão e fidelização de clientes	16
3. ESTATÍSTICAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO <i>FOOD SERVICE</i> BRASILEIRO	16
3.1 Negócios e consumidores	16
3.2 Oportunidades	17
3.3 Cinco dicas Menu <i>Kids</i>	18
4. AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA FEIRA E A OPINIÃO DOS PARTICIPANTES	19

1 30ª FISPAL FOOD SERVICE¹



A Fispal Food Service, Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Alimentação Fora do Lar, promovida e organizada pela BTS – Informa Exhibitions, chega à sua 30ª edição em 2014, reafirmando a sua posição como o principal evento do setor. Realizada em São Paulo, no Expo Center Norte, de 24 a 27 de junho de 2014, contou com a parceria estratégica da Abrasel – Associação Brasileira de Restaurantes, apoio do Expo Center Norte e Ubrafe – União Brasileira de Promotores de Feiras. Cerca de 380 empresas apresentaram novidades, reunindo este ano cerca de 1.400 marcas expositoras, nacionais e internacionais, que mostraram suas novidades para empresários de restaurantes, padarias, pizzarias, bares, lanchonetes, redes de *fast food*, sorveterias, empresas de catering e de refeições coletivas, cozinhas industriais, *buffets*, entre outros.

Neste ano (2014) é estimado que a feira tenha reunido mais de 60 mil profissionais e visitantes de todo Brasil e de diversos países. São empresários, distribuidores e lojistas do setor, que puderam conferir, no mesmo espaço, quatro eventos simultâneos: Fispal Food Service; Fispal Café – Feira de Negócios para o Setor Cafeeiro; Fispal Sorvetes – Feira Internacional de Tecnologia para a Indústria de Sorveteria Profissional; e SIAL Brazil – Salão Internacional de Alimentação para a América Latina. Essa foi a terceira edição em que as quatro feiras aconteceram juntas, o que proporcionou um evento completo com um *mix* de produtos e profissionais em um único lugar.

¹ 30ª Feira Internacional de Produtos e Serviços para a Alimentação Fora do Lar – Data: 24 a 27 de junho/Horário: das 13h às 21h / Local: Expo Center Norte – São Paulo www.fispalfoodservice.com.br

1.1 Ambiente da feira

A feira contou com estrutura de apoio aos expositores e visitantes, disponibilizando espaços especiais como Sala de Imprensa, CAEX – Centro de Atendimento ao Expositor, CAMPS – Centro de Atendimento à Montadora e Prestadora de Serviço, Espaço da Direção da Feira – BTS, Lounge Abrasel e sala VIP.



1.2 Eventos na feira

Além de ser o palco de lançamentos do setor, a 30ª FISPAL FOOD SERVICE também ofereceu aos visitantes diversos eventos de qualificação profissional:



Copa Brasileira de Pizzaria – em sua 5ª edição, a Copa Brasileira de Pizzarias retorna em 2014, com o tema "Sabores Regionais Brasileiros", e teve a parceria de Ronaldo Ayres, o Senhor Pizza, como nas edições anteriores do evento, o que possibilitou às pizzarias de todo o Brasil disputar, durante os três primeiros dias da feira, grandes prêmios.



Carreta Sabor & Saber Makro – a Carreta Sabor & Saber Makro apresentou palestras sobre o mercado de pizzarias com renomados profissionais do setor. As palestras abordavam temas sobre massas pré-assadas, liderança e desenvolvimento de pessoal, harmonização e equilíbrio de ingredientes e acompanhamentos, *marketing* e posicionamento de pizzarias, conceito de *forneria*, pizzas diferenciadas para o cardápio, o desafio de pizzas mais quentes a domicílio, a oferta de produtos veganos, vegetarianos e de baixo valor calórico, estabelecimento de raios de entrega, aquisição ou montagem de estabelecimentos, uso correto de forno e pizzas e seus derivados.



Premiação das Melhores Sorveterias e Confeitarias do Brasil – os estabelecimentos que mais se destacaram foram premiados. A premiação é definida pela indicação dos fornecedores do setor de confeitaria e sorveteria e pelo conselho editorial da Revista Confeitaria Brasil. Além da premiação, a Revista Confeitaria Brasil apresentou duas palestras: uma sobre a importância cultural da Confeitaria do Brasil e outra sobre chocolate na confeitaria.



Palestras – Auditório Abis – a Associação Brasileira das Indústrias e do setor de sorvetes organizou palestras diárias sobre o mercado sorveteiro em diversos setores, inclusive em parceria com o Sebrae Nacional.



Espaço Gestão Cozinha Profissional – em conjunto com a revista Cozinha Profissional, mostrou aos visitantes as melhores práticas de gestão de um restaurante comercial.



O Espaço Cheiro do Pão by Rogério Shimura – a arena "Espaço Cheiro do Pão", acontecendo pelo terceiro ano consecutivo na 30ª edição da Fispal Food Service, ocupou um espaço de 168m², onde o Mestre Padeiro Rogério Shimura e sua equipe apresentaram dicas e tendências do setor e prepararam diferentes tipos de pães que puderam ser degustados pelo público.



Programação – SBGAN – a Sociedade Brasileira de Gastronomia e Nutrição – SBGAN apresentou os eventos: mesa redonda "O prazer de saborear resultados: como responder ao desafio de estar sempre no controle do seu negócio"; e lucrando com *finger food*.



Food Service Week da ESPM – Edição Fispal – a ESPM reuniu renomados profissionais com experiência em suas áreas de especialidade para apresentar as novas tendências do food service. As palestras ocorreram no dia 26/6 e abordaram os seguintes temas: os desafios do *food service* brasileiro – Ingrid Devisate – IFB; estratégia em food service – Sergio Molinari – GS&MD; e menu *kids* – Victor Trujillo – IPESO.



ABRACOHR – Associação Brasileira dos Compradores de Hotéis e Restaurantes – a instituição preparou três palestras voltadas ao público comprador da rede hoteleira: a importância da gestão de compras para o sucesso nos negócios – dicas preciosas; segurança alimentar – uma visão sustentável; e capital humano – comprometimento X investimento.



SESI – Serviço Social da Indústria e SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial –

apresentaram palestras focadas para os profissionais do food service nacional. As palestras abordavam os temas de *cookies* e *alfajores*, vitamina de castanha-do-brasil, chocolates e suas aplicações e *bruschetta* de casca de abóbora.

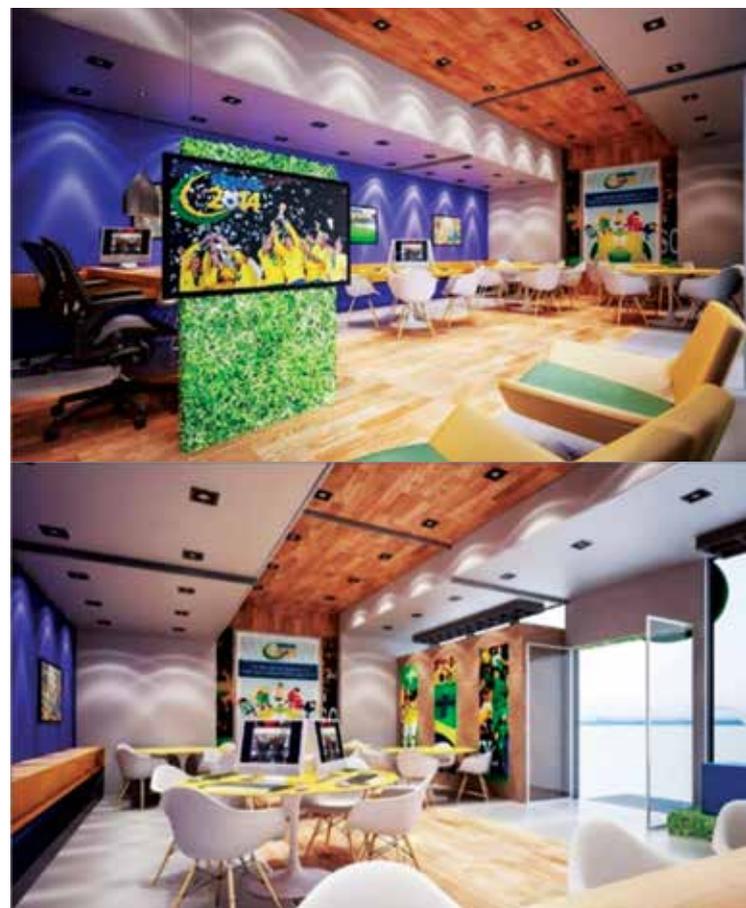


Programação FIESP – durante quatro dias, profissionais de todos os segmentos do *food service* se encontraram para conhecer as

soluções em produtos e serviços do setor, fazer contatos e participar dos eventos de atualização profissional. As palestras abordaram os seguintes temas: comida de rua (*food truck*): um novo ramo na gastronomia; técnicas de vendas; importância da automação em estabelecimentos de *food service*; gestão de estoques e redução de desperdício; planejando e controlando os insumos em serviços de alimentação; atendimento ao cliente; seja assertivo – veja o que o mercado deseja de seu produto; treinamento de pessoas e retenção de talentos; financiamento de longo prazo e acesso ao crédito; e o profissional de gastronomia no Brasil.

1.3 Espaço Sebrae – Carreta Sebrae

A Carreta Sebrae 2014 esteve presente na 30ª FISPAL. Trata-se de uma unidade itinerante do Sebrae SP, montada sobre estrutura de 16m de comprimento, com capacidade para receber até 150 pessoas por dia. Os consultores do Sebrae SP atenderam os interessados em abrir, formalizar ou melhorar a gestão de seus pequenos negócios do segmento de alimentação fora do lar, informando e orientando as pessoas em áreas como Marketing, Finanças, Gestão de Equipes e Administração Geral, entre outras. O tema da carreta nessa edição da feira foi relacionado ao programa Sebrae 2014.



1.4 Mercado editorial

Durante a Feira, foi possível observar significativa presença do mercado editorial especializado. Nesse contexto, os destaques foram:

- Revista e portal *on-line* Food Magazine: www.foodmagazine.com.br;
- Revista e portal *on-line* Food Service News: www.foodservicenews.com.br;
- Revista e portal Seafood Brasil: www.seafoodbrasil.com.br;
- Revista e portal Gestão & Gastronomia: www.gestaoegastronomia.com.br;
- Revista Panificação Brasileira: www.panificacaobrasileira.com.br;
- Revista Confeitaria Brasil: www.confeitariabrasileira.com.br;
- Revista Mercado Sorveteiro: www.mercadosorveteiro.com.br;
- Revista eletrônica NotecPost: www.notecpost.com.br;
- Guia Food Service & Hospitalidade: www.guiafoodservice.com.br.

2 NOVIDADES E TENDÊNCIAS

2.1 Food truck

Dentre os inúmeros equipamentos apresentados na Feira, pudemos perceber a significativa tendência do "FOOD TRUCK", comida de rua. Essa modalidade está dominando São Paulo em função da lei do vereador Andrea Matarazzo², que abriu um novo mercado para o *Food Service*. Nesse sentido, observou-se a presença na Feira de diversos fornecedores de



soluções de mobilidade para as empresas. Particularmente por meio, da utilização de *containers*, baús e veículos adaptados para o *food service*, uma inovação que possibilita mobilidade, facilidade de locomoção para

2 Lei nº 15.947 – Comida de rua, de autoria de Andrea Matarazzo, sancionada em 26/12/2013 pelo Prefeito Haddad, visa regulamentar o comércio de alimentos em áreas públicas e ruas da cidade de São Paulo. Antes da aprovação desta lei, só vendedores de *hot dog* e pastel podiam vender comida em via pública. Todos os demais alimentos – de lanches a refeições – comercializados nos arredores de faculdades e saídas de estádios de futebol eram proibidos.



os pontos de venda, customização e identidade às empresas. Nessa linha, foram apresentadas soluções com a tecnologia "*stop and go*", em que o ponto de venda customizado é montado em um *container* que é transportado por um caminhão (fornecedor de serviços), parando nos pontos de interesse e depois sendo novamente retirado. Segundo os expositores, essa tecnologia possui grandes vantagens para as empresas como: baixo custo de investimento, dispensa necessidade de veículos próprios para a operação, possibilita a utilização de amplo espaço externo e/ou maior aproveitamento do espaço externo, possibilidade de

colaboradores e estoque e visibilidade controlada. O consumidor pode ver ou não o procedimento de seu pedido. Em caso de redes (várias lojas), é necessário apenas um caminhão para locomoção e abastecimento. Empresas presentes na Feira que exploram este conceito foram a **FutureinBox**³ e a **Fagbrasil**⁴.

Uma segunda tecnologia são os **veículos especiais**, nos quais o negócio é montado de forma personalizada diretamente em um veículo. Esse conceito possui vantagens de grande mobilidade e agilidade, mostrando-se ótima opção para divulgação e vendas em eventos de curta duração, além de possibilitar a realização de divulgação e vendas com clientes de várias localidades diferentes, realizando negócios e divulgando a marca.



3 www.futureinbox.com.br

4 www.fagbrail.com.br



2.2 Cozinhas modulares

Ainda dentro do conceito de *food truck*, outra tendência observada foi a de **cozinhas modulares**. Os módulos (*containers*) contam com equipamentos adequados para atender as necessidades dos espaços de uma unidade de alimentação independente ou uma grande unidade de alimentação para

preparar e atender muitos usuários em lugares remotos. Um representante significativo desse segmento presente na Feira foi a empresa Placontec⁵ que apresentou o conceito *Food Box* – Tecnologia Alimentar. Trata-se de cozinhas formadas por módulos individuais, que uma vez interligadas formam uma unidade de produção de alimentos com capacidade instalada de 100 a 10.000 refeições diárias. Tais módulos utilizam fonte única de energia gerada por equipamentos bienergéticos (diesel e gás), garantindo seu funcionamento em qualquer situação. O projeto é planejado de acordo com a necessidade de cada unidade, e os módulos formam os setores: triagem e recebimento, almoxarifados, preparos, cocção, higienização, limpeza e lixo, vestiários, escritório.

2.3 Logística

Outro destaque está entre as **soluções de logística para pequenos negócios**, com a utilização de triciclos. Apresentadas pela empresa sob a forma de um *kit* para transformação de motos em triciclos, adaptáveis aos modelos de 125 e 150cc que atualmente são os mais econômicos do mercado.

Também chamou atenção na Feira a presença significativa de pessoas reunidas em torno diversos estandes que apresentavam máquinas automáticas para fazer *sushi*. Entre elas estavam diversos pequenos empresários entusiasmados



⁵ <http://placontec.com.br/>

com a possibilidade de aumentar sua produção e alavancar seus negócios. A empresa Autec⁶ trouxe a tecnologia para o Brasil e a apresentou na 30ª Fispal Food Service a linha de equipamentos de automação da produção de *sushis*, **Autec Sushi Machine**. São máquinas robôs de fazer *sushi* que permitem ao gestor do estabelecimento, o controle do custo da produção, evita o desperdício, aumentando sua capacidade produtiva, diminuindo gasto com mão de obra, agilizando o atendimento ao cliente e o melhor: aumentando muito seu lucro.



2.4 Sustentabilidade

Em outra vertente, aderindo à tendência de **SUSTENTABILIDADE**, alguns equipamentos foram apresentados mostrando eficiência energética. Nesse sentido, vale destacar a presença do Grupo Ecoenergia⁷ apresentando seu **Ecoforno** equipamento desenvolvido para pizzarias e padarias com o objetivo de substituir a utilização da lenha, briquete ou gás em seus fornos, pela **Minilenha**. O equipamento é cedido em comodato, com instalação e manutenção gratuitos. O custo para o empresário será apenas com a Minilenha consumida. A **Minilenha** é composta de granulados cilíndricos de 6mm de diâmetro e 10 a 40mm de comprimento, composto por 100% de madeira de reflorestamento, sendo, portanto, um combustível ecossustentável.



6 www.autecsushimachine.com
7 www.ecoforno.com.br



Ainda associado à **tendência de sustentabilidade**, também chamou atenção, particularmente para pequenos negócios, uma **recicladora de resíduos orgânicos**, produzida pela Elvi Cozinhas Profissionais⁸ (divisão EcoEvolution) que reduz em até 90% do volume do lixo orgânico gerado pelo empreendimento, transformando-o em água para reuso ou adubo orgânico. Com modelos com

capacidade de processamento de 35kg de lixo orgânico até 1800kg, reduz significativamente os custos com a gestão convencional do lixo.

A indústria de embalagem, embora com poucos representantes, também apresentou soluções focadas no conceito de sustentabilidade. Destaque para Fulpel Group⁹, empresa especializada em embalagens e descartáveis ecologicamente corretos que apresentou sua linha de produtos – BioCopo – para bebidas frias e quentes; Sustenpack – embalagens 100% biodegradáveis para *fast food*; Fulpel – embalagens e descartáveis e Copo Box – para embalagem e transporte de alimentos frios e quentes.

Buscando associação com a **tendência de QUALIDADE DE VIDA E ALIMENTAÇÃO NATURAL**, a Moinhos Vieira, maior fabricante de moinhos centrífugos a martelo do Brasil, desenvolveu o **Moinho Gourmet** – um equipamento de moagem de produtos naturais oleaginosos, de pequeno porte, para atender as necessidades das lojas de Produtos Naturais, Padarias e Confeitarias!



8 www.elvi.com.br

9 www.fulpel.com.br

2.5 Gestão e fidelização de clientes

Finalmente, associados à **TENDÊNCIA DE CONEXÃO E MOBILIDADE**, as empresas desenvolvedoras de *softwares* e de aplicativos móveis voltados para a gestão de restaurantes estiveram presentes para divulgação de cardápios, pagamentos e *marketing*. Exemplos desses fornecedores são as empresas **Cardápio Moura** e a empresa **MyCheck**¹⁰, que apresentou um aplicativo já adotado em Nova York e Londres, que possibilita **pagamentos móveis integrados**. Por meio do aplicativo, o cliente pode ver, dividir e pagar sua conta pelo *smartphone* sem ter de esperar pela conta.

Também um **sistema on-line de gestão de programa fidelidade** foi apresentado na Feira pela empresa **FidCards**¹¹, possibilitando ao estabelecimento comercial contar com um sistema para lançar ou incrementar seu programa de fidelidade. Mais do que oferecer e organizar uma simples promoção, o Fidcards oferece ao empresário uma ferramenta para formar um cadastro de qualidade monitorando a quantidade e frequência dos clientes, podendo, com base nisso, também enviar promoção e informar as novidades.

3 ESTATÍSTICAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO FOOD SERVICE BRASILEIRO¹²

Já o evento denominado ESPM – Food Service Week reuniu renomados profissionais com experiência nas suas áreas de especialidade para apresentar as novas tendências do *food service*.

A Consultoria Gouvêa de Souza – GS&MD apresentou uma pesquisa junto a consumidores e participantes da cadeia de negócios do *food service*, obtendo os seguintes resultados:

3.1 Negócios e consumidores

- **81% dos restaurantes são independentes** e 19% em redes;
- **As redes possuem entre 2 e 5 estabelecimentos (63%);**

¹⁰ www.mycheck.com.br

¹¹ www.fidcards.com.br

¹² Informações coletadas a partir do evento ESPM – Food Service Week que incluía os seguintes temas: a) Estratégia em Food Service – Sergio Molinari – GSMD; b) Menu Kids – Victor Trujillo – IPESO; c) Ingrid Devisate – IFB – Instituto Foodservice Brasil

- **12** é a quantidade de **funcionários** por tipo de estabelecimento;
- **60%** das refeições são consumidas **dentro do estabelecimento** (*on premise*);
- Valor do *ticket* médio gasto por classe de consumo:
 - » A **classe A** gasta **20 reais**;
 - » A **classe B** gasta **15 reais**; e
 - » A **classe C** gasta **11,47 reais**;
 - » Em termos de Brasil, consideradas todas as regiões, o *ticket* médio é de **R\$14,39**.
- O *ticket* médio brasileiro é equivalente ao do Canadá e **dos Estados Unidos**. Todavia, a quantidade de compradores que gasta tal valor nos Estados Unidos é mais que o dobro da quantidade no Brasil.

3.2 Oportunidades

Sérgio Molinari também elenca oportunidades baseadas na pesquisa da GS&MD que devem fazer parte das estratégias das empresas:

- **Consumo de alimentação fora de casa aumentando** acima do consumo do alimento em casa;
- Enquanto existir uma boa situação de renda (ou algum crescimento da renda), enquanto houver aumento da urbanização, **o *food service* continuará a crescer**;
- Estimativa: no Brasil existem mais de **1 milhão de estabelecimentos faturando**, em termos de venda consolidada, aproximadamente **270 bilhões de reais**, considerando todo o conjunto de operadores desde o McDonald's, como principal rede de *fast food*, até o quituteiro e o pasteleiro da feira;
- Os estabelecimentos operam com um **custo de matéria-prima aproximadamente de 35 a 40% da receita bruta**;
- **O maior crescimento do *food service* não está nas grandes cidades, nas metrópoles, mas nas cidades médias**;
- A mística de que o *food service* cresce porque está no *shopping* não é verdade: **84% dos estabelecimentos não estão em *shoppings* nem em galerias**; o grande mercado

ainda é o mercado de rua: o restaurante está na rua, o bar e a lanchonete estão na rua, o quilo está na rua, a padaria está na rua. O *shopping center* representa menos de 15% dos estabelecimentos e possui um custo de ocupação que, no Brasil, gira em torno de 18% do custo total da operação;

- A **alternativa de crescimento das redes tem sido a abertura de franquias**, mas esse não é o modelo mundial;
- Desafios para eficiência e rentabilidade dos operadores: **geração de tráfego**, aumento da frequência com que o cliente vai ao estabelecimento e aumentar o número e canais que o consumidor pode acessar o estabelecimento.

3.3 Cinco dicas Menu *Kids*

Victor Trujillo da IPESO Instituto de Pesquisa apresentou as seguintes análises sobre o cardápio infantil:

- **Crianças preferem comida brasileira**, salvo nos finais de semana onde o cardápio é mais permissivo pelos pais;
- Espaço *kids* é **vital** no restaurante: **53% dos pais com crianças pequenas procuram ir a restaurantes que têm espaço *kids*** e 10% só frequentam se possuir o espaço;
- **Menu *kids*: é a preferência dos pais desde que sejam combinações que incluam verduras e legumes**. Quando os pais estão falando em menu *kids*, eles não estão falando de salsicha e batatinhas, muito menos *nuggets*;
- **Preço menu *kids***: fator de decisão dos pais. A criança de 3 e 4 anos, que já come alimentos sólidos, come pouco, em geral, meia porção. O restaurante oferece um menu *kids* que é 1/3 da porção do adulto, mas que não custa 1/3 do prato do adulto. **Os pais de maior poder aquisitivo escolhem o prato *kids* e se sujeitam ao aumento do *ticket* médio**; os pais de menor poder aquisitivo escolhem um prato que a criança também coma, de forma que dois ou três pratos são suficientes para atender adultos e crianças;
- **Ofereça em seu cardápio, fora do menu *kids*, pratos que atendam tanto adultos quanto crianças**.

4 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA FEIRA E A OPINIÃO DOS PARTICIPANTES

A 30ª Fispal Food Service ainda não é uma feira em que o pequeno empresário possa expor os seus produtos ou serviços. A própria diretora do Grupo BTS, organizador da Feira, Clélia Iwaki¹³, em entrevista a essa consultora, admite essa realidade, considerando os altos investimentos necessários para participação no evento. Contudo, superada essa barreira a feira é sim um espaço de oportunidade de negócios para os pequenos empreendimentos. Clélia enfatiza o potencial da feira para as micro e pequenas empresas com base na experiência do próprio grupo que, há cinco anos, disponibiliza (subsídio) um pequeno espaço da feira – Espaço Empreendedor – para pequenos negócios. Segundo a diretora, a demanda pela participação nesse espaço é crescente e os resultados que as pequenas empresas expositoras têm obtido as levam, rapidamente, a investir em um espaço convencional. O tempo que uma pequena empresa pode participar desse espaço subsidiado é de dois anos, o que lhe garante duas participações no evento.

“Hoje tinha um empresário aqui, que veio nos visitar, que participou pela primeira vez lá, no espaço do empreendedor, e aí ele saiu da feira dizendo o seguinte pra gente: “se eu fechar 10% dos negócios que eu iniciei aqui eu duplico o meu faturamento”. E, pro ano que vem, ele já liberou o espaço dele no espaço empreendedor, foi pra área convencional pagando o preço normal (porque é um espaço limitado que a gente tem pra subsidiar) pra que outras empresas possam entrar, porque o nosso critério, aí critério [...] é manter dois anos que a empresa participe e depois ela tem que liberar o espaço para outro pequeno entrar.”

Se como expositor ainda é inviável a participação da MPE, como visitante a feira proporciona grandes retornos de aprendizado e de construção de redes de relacionamento. Diversos visitantes com que conversamos afirmaram a importância da feira “como vitrine de tendências e de práticas inovadoras”, bem como de oportunidade de “construção de rede de relacionamento com fornecedores e potenciais compradores”.

13 Clélia Iwaki | Group Diretor da Fispal | E-mail: clelia.iwaki@informa.com | (11) 3598-7830 / (11) 7711.0079 BTS – Rua Blea Cintra 967 – 11º Andar – Consolação – CEP: 01415-003 – São Paulo/SP

PRÓXIMAS EDIÇÕES DA FISPAL FOOD SERVICE:

FISPAL FOOD SERVICE NORDESTE

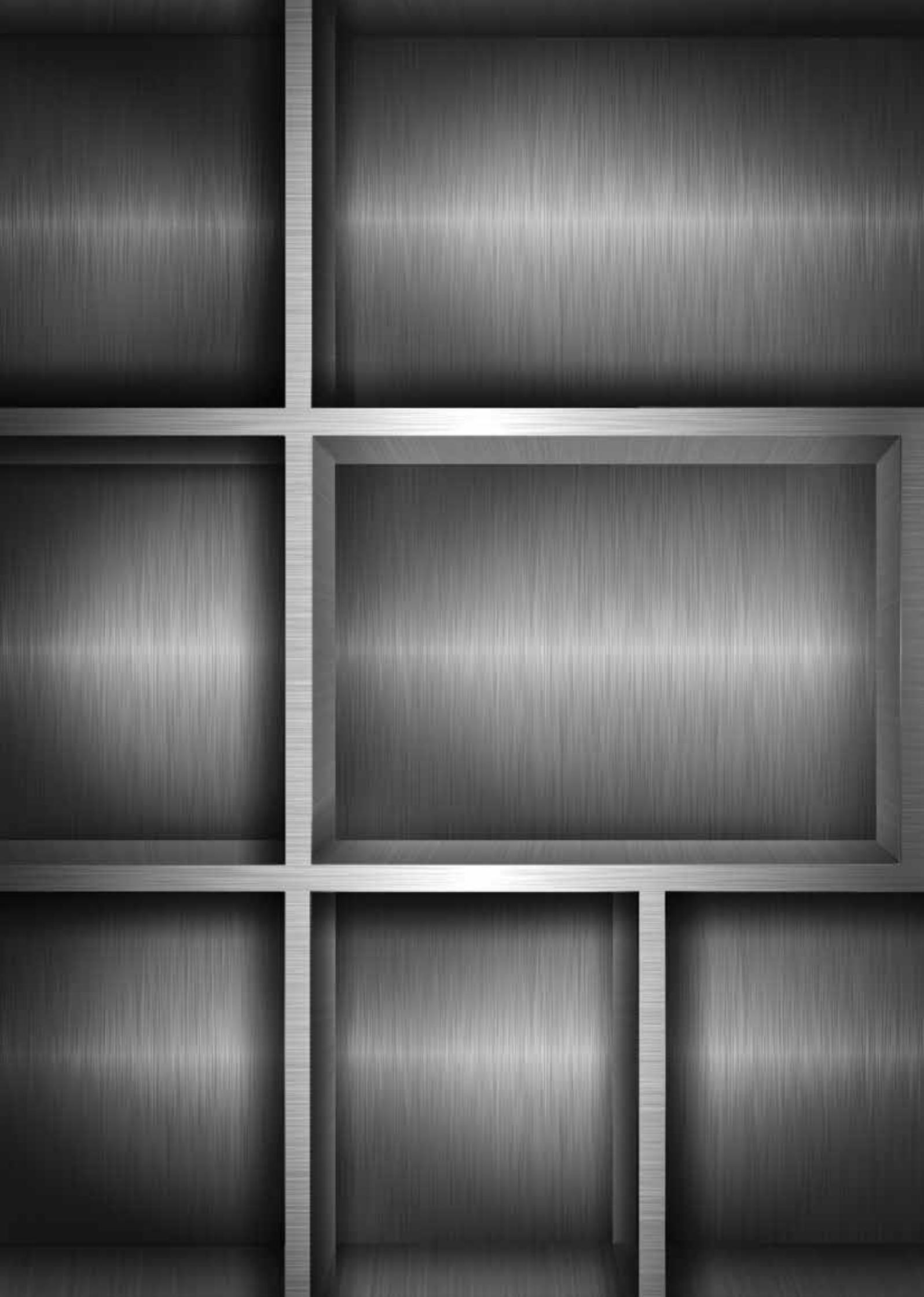
4 a 7 de Novembro de 2014 – Centro de Convenções de Pernambuco – Recife/PE

FISPAL FOOD SERVICE 2015

9 a 12 de junho de 2015 – Expo Center Norte – São Paulo/SP

Lista de expositores¹⁴: www.fispalfoodservice.com.br/pt/expor/seja-um-expositor/lista-dos-expositores

¹⁴ Consultado em 28/6/2014





SEBRAE

0800 570 0800 / sebrae.com.br

