

Pasta de Clipping n° 02

2019



Veículo	Data	Assunto	Valor estimado em espaço publicitário R\$
Portal Giro News	10.01.2019	Loja Jardins	4.500
Portal Canal Executivo	11.01.2019	Lojas Jardins	2.000
Portal Gastronominho	18.01.2019	Lojas Jardins	2.500
Fanpage Gastronominho	18.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	1.500
Fanpage Sabor a Vida Gastronomia	28.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	1.500
Portal Sabor a Vida Gastronomia	28.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	2.500
Portal Agitah	28.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	2.200
Portal Milk Point	29.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	2.200
Portal Cappuccino & Cia	29.01.2019	Evento	2.500
Instagram Cozinhar e Beber	29.01.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	1.500
Portal Veja São Paulo	04.02.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	12.000
Fanpage Veja São Paulo	04.02.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	6.500
Instagram Veja São Paulo	04.02.2019	Lançamento Pão de Queijo de Chocolate	6.000
Jornal O Estado de S. Paulo	07.02.2019	Expansão	30.000
Instagram Estado PME	07.02.2019	Expansão	5.500
Fanpage Estadão PME	07.02.2019	Expansão	6.500
Portal VIP CEO	07.02.2019	Expansão	2.000
Portal Resumo da Moda	07.02.2019	Expansão	2.500
Portal lemi	07.02.2019	Expansão	2.000

Portal Estadão	07.02.2019	Expansão	8.000
Portal Sindreprestem	07.02.2019	Expansão	2.000
Guia GPHR	11.02.2019	Expansão	2.000
Portal Aditivos Ingredientes	12.02.2019	Expansão	2.500
Portal Giro News	12.02.2019	Gorgonzola	4.500
Portal New Trade	12.02.2019	Gorgonzola	4.000
Instagram Portal New Trade	12.02.2019	Gorgonzola	1.500
Portal Canal Executivo	12.02.2019	Gorgonzola	2.500
Portal Milk Point	14.02.2019	Gorgonzola	2.500
Guia Lat	14.02.2019	Gorgonzola	2.500
Twitter Guialat	14.02.2019	Gorgonzola	1.500
Portal Gastronominho	15.02.2019	Gorgonzola	2.500
Total			141.700

Publicações: 31

Período: De **10 de Janeiro** a **15 de Fevereiro de 2019**, média de 6,2 publicações por semana (cinco semanas no total)

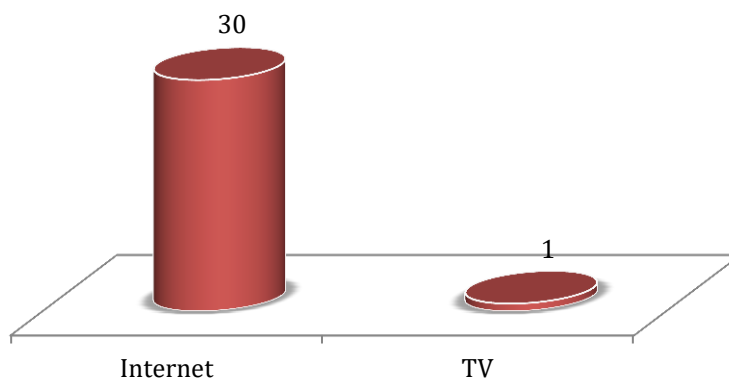
Investimento estimado em publicidade: **R\$ 141,7 mil**, média de **R\$ 28.340** por semana

Maior volume: **Internet** – 30 notícias e 1 **Jornal**.

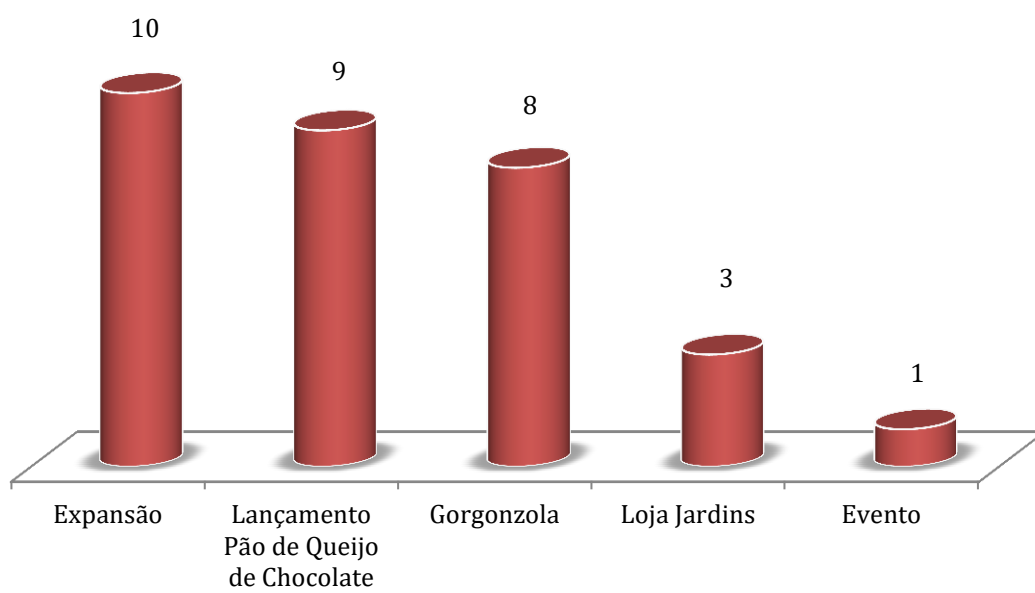
Assuntos de maior repercussão: **Expansão** com 10 publicações, **Lançamento Pão de Queijo de Chocolate** com 9 publicações, **Gorgonzola** (8) e **Loja Jardins** (3).

Mídias em destaque: **Portal Veja São Paulo**, **Jornal O Estado de S. Paulo**, **Portal Estadão**, **Portal Giro News** e **Porta New Trade**.

Resultados por **Mídia:**




Assuntos:



Veículo: Portal Veja São Paulo
 Data: 04.02.2019
 Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate

veja São Paulo
Edição da semana Blogs Comer & Beber Descritos Bairros
Assine




Delícia de Conta
Comida & Bebida


BLOG

Pão de queijo de chocolate existe; provamos o inusitado quitute

Pedida é servida na Formaggio Mineiro, marca que mantém lojas próprias e fornece para restaurantes e hotéis

Por Gabrielli Meneses
 © 4 fev 2019, 18h28 - Publicado em 4 fev 2019, 18h21






Pão de queijo tem chocolate na massa, e não no recheio (Divulgação/Divulgação)

Este post não é sobre um **pão de queijo** recheado de chocolate, possível de ser encontrado em alguns lugares por aí. No quitute da **Formaggio Mineiro**, o **chocolate belga vai na massa**, misturado aos queijos meia-cura e parmesão.

O acréscimo do ingrediente, inusitado para a receita, faz com o pão de queijo mude principalmente em dois aspectos. O primeiro dá para ver logo de cara: o salgado fica marrom. O outro ponto está no quesito sabor, que se torna um pouco amargo e levemente adocicado.

O quitute custa 6 reais. Outra opção é levar o pacote de 500 gramas para assar em casa, por 36,50 reais.

A marca Formaggio Mineiro, fornecedora de grupos gastronômicos como o Fasano, abriu quatro lojas na cidade, onde o cliente pode consumir os produtos ali mesmo ou levar para casa.



NOVA TEXTURA SEM RESÍDUOS BRANCOS: NÃO PESA NÃO DERRETE
CONHEÇA

A versão de chocolate não é a única – e muito menos a melhor – oferecida pela empresa. É mais curiosa que boa.

Quem chega a uma das casas é recebido por atendentes simpáticas que oferecem aos clientes uma degustação de todos os sabores disponíveis. Feito com queijos de Minas Gerais, a versão tradicional (41,50 reais o quilo), é imbatível. Como 40% da massa é feita de queijos, a pedida tem sabor pronunciado dos ingredientes.

Há também as versões de gorgonzola (30,50 reais, 500 gramas) e multigrãos (46 reais o quilo), além do waffle (7 reais, com um acompanhamento) feito com a mesma base da receita original.

Todas os endereços contam com um pequenino empório, que oferece produtos mineiros como requeijão, doce de leite e goiabada, deliciosa e pedaçada.

Formaggio Mineiro
 Rua Otávio Tarquínio de Sousa, 283, Campo Belo, tel. (11) 96620-3139
 Alameda dos Anapurus, 1643, Moema, tel. (11) 5561-7978
 Rua Carlos Weber, 382, Vila Leopoldina, tel. (11) 3895-5108
 Rua Peixoto Gomide, 1496, Cerqueira César, tel. (11) 99400-6640

Newsletter


Conteúdo exclusivo para você


Nome

E-mail

Aceito receber ocasionalmente ofertas especiais e de outros produtos e serviços do Grupo Abril.
[Política de Privacidade](#)

Quero Receber





Lêia grátis por 30 dias no **GoRead**

Leia também no

Cidades

Reinvenção após os 50: uma geração abraça um novo estilo de vida

Cidades

Negócio de família: edifício Emilia é o charme da Rua dos Pinheiros

Cidades

#SPSonha: uma escola de programação na Praça Júlio Prestes

Cidades

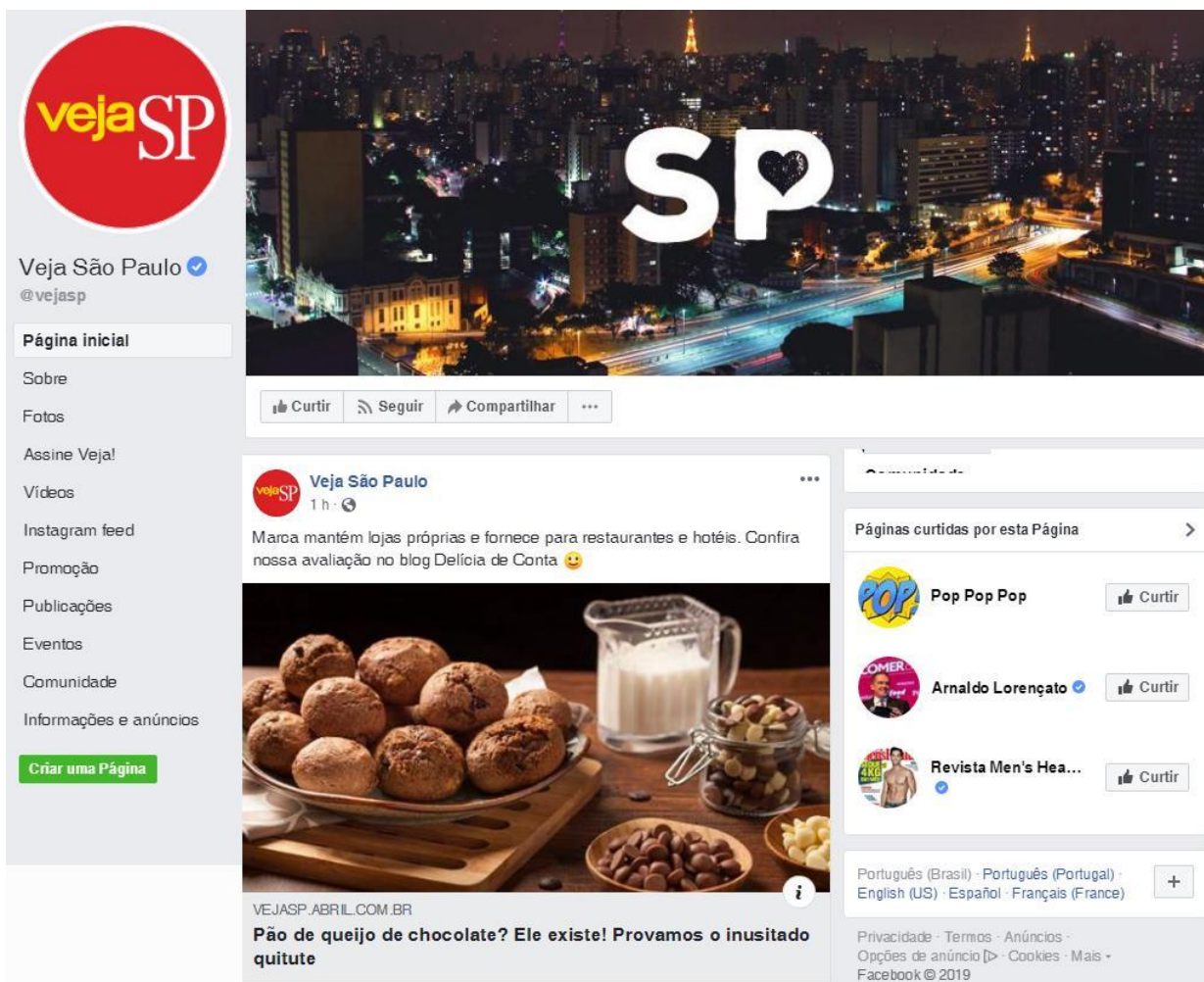
Documentário sobre Ultraje a Rigor passa a limpo a trajetória do grupo

Cidades

Gloria Groove lança hit do verão

<https://vejasp.abril.com.br/blog/delicia-de-conta/pao-de-queijo-chocolate-formaggio-mineiro/>

Veículo: Fanpage Veja São Paulo
Data: 04.02.2019
Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate



vejaSP
Veja São Paulo ✓
@vejasp

Página inicial
Sobre
Fotos
Assine Veja!
Vídeos
Instagram feed
Promoção
Publicações
Eventos
Comunidade
Informações e anúncios
[Criar uma Página](#)

Veja São Paulo
1 h · 🌐

Marca mantém lojas próprias e fornece para restaurantes e hotéis. Confira nossa avaliação no blog Delícia de Conta 😊

Pão de queijo de chocolate? Ele existe! Provamos o inusitado quitute

VEJASP.ABRIL.COM.BR

Português (Brasil) · Português (Portugal) · English (US) · Español · Français (France) +

Privacidade · Termos · Anúncios · Opções de anúncio [>] · Cookies · Mais · Facebook © 2019

<https://www.facebook.com/vejasp/>

Veículo: Instagram Veja São Paulo
Data: 04.02.2019
Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate



 vejaSP • Seguir
São Paulo, Brazil

vejaSP Este post não é sobre um pão de queijo recheado de chocolate, possível de ser encontrado em alguns lugares por aí. No quitute da Formaggio Mineiro, o chocolate belga vai na massa, misturado aos queijos meia-cura e parmesão.

O acréscimo do ingrediente, inusitado para a receita, faz com o pão de queijo mude principalmente em dois aspectos. O primeiro dá para ver logo de cara: o salgado fica marrom. O outro ponto está no quesito sabor, que se torna um pouco amargo e levemente adocicado.

O quitute custa 6 reais. Outra opção é levar o pacote de 500 gramas para assar em casa, por 36,50 reais.

A marca Formaggio Mineiro, fornecedora de grupos gastronômicos como o Fasano, abriu quatro lojas na cidade, onde o cliente pode consumir os produtos ali mesmo ou levar para casa. Uma delas fica na Rua Peixoto Gomide, 1496, Cerqueira César. Confira a nossa avaliação e os outros endereços no blog Delícia de Conta, no site de #vejasp

#sp #saopaulo #comer #beber

<https://www.instagram.com/p/BteddN0ITud/>

Assinaturas digitais do 'NYT' sobem 27%

Jornal americano fechou o ano de 2018 com um total de 4,3 milhões de assinantes – meta é chegar a 10 milhões de clientes até 2025

Bruno Capelas

O jornal americano 'The New York Times' anunciou ontem que teve alta de 27,1% no número de assinaturas digitais ao longo de 2018. A publicação tinha, ao fim de dezembro, 3,4 milhões de assinantes na versão online. Os bons números levaram o 'NYT' a uma receita de US\$ 709 milhões com negócios digitais.

A expectativa, revelou a empresa, é de bater a marca de US\$ 800 milhões em faturamento digital até 2020. Outra meta é chegar a 10 milhões de assinantes até 2025 – hoje, o 'New York Times' tem 4,3 milhões de assinantes

incluindo os clientes da versão impressa. Só no quarto trimestre de 2018, a empresa registrou 265 mil novos assinantes – foi o melhor período para a publicação desde a eleição de Donald Trump, em 2016.

"Como vamos fazer para cumprir estes objetivos? Em primeiro lugar, com jornalismo", disse Mark Thompson, presidente executivo do 'New York Times', em nota divulgada a investidores. Em 2018, o jornal contratou 120 jornalistas, chegando a uma equipe total de 1,6 mil pessoas em sua redação. É um recorde para o veículo – que vai na contramão de publicações digitais, como a 'Vice Media' e o 'Buzzfeed',



Equipe. Companhia chegou a 1,6 mil funcionários em sua redação, um recorde histórico

que anunciaram cortes recentes em suas equipes.

"Com as contratações e os números que o NYT revelou hoje, sua meta de bater US\$ 800 milhões em receita digital em 2020 é algo realista", destacou

o professor Rosental Calmon Alves, professor do Knight Center for Journalism, da Universidade de Austin, pelo Twitter.

Faturamento. Ao longo do ano passado, o jornal teve receita de

US\$ 1,75 bilhão, alta de 4,4% com relação a 2017 – os resultados online compensaram a queda de 10,2% no faturamento com publicidade no jornal impresso.

Já o lucro caiu de US\$ 90,5

milhões para 74,7 milhões. A empresa disse ter sido afetada por ter uma semana a menos em seu ano fiscal em 2018, na comparação com o ano anterior. Cita ainda maiores gastos com contratações.

A empresa informou ter US\$ 826 milhões em caixa – parte desses recursos será utilizada para aumentar os dividendos aos acionistas, bem como exercer o direito à recompra do Edifício do New York Times Co. até o fim do ano, por US\$ 230 milhões.

O balanço fez as ações do New York Times subirem 11,5% na Bolsa ontem. O valor de mercado da companhia de mídia está próximo de US\$ 5 bilhões.

Pequenas empresas visam reforço de identidade com lojas próprias



Conceito. Dengo prevê inaugurar mais três novas unidades próprias neste semestre

Chocolateria Dengo e Formaggio Mineiro, de pão de queijo, optaram por criar operações de varejo

Letícia Ginald



Neste mês, a marca brasileira de chocolates Dengo prevê a abertura de sua sétima loja. A empresa, criada há um ano e meio, chama a atenção não apenas pelo ritmo de expansão, mas também pela estratégia adotada para promovê-las: todas as lojas são próprias.

Para os empreendedores do varejo físico, do ponto de vista do capital, há três principais formas de abrir novas lojas: ter um sócio, migrar para franquias ou

investir em unidades próprias, quando o dono toma para si toda a responsabilidade financeira (e também de gestão). Além da Dengo, são exemplos a marca de decoração Dunelli, com sete lojas em São Paulo; a de cama, mesa e banho Blue Gardênia, com cinco unidades; e a de pão de queijo Formaggio Mineiro, com três lojas na capital.

Assegurar a identidade da marca é o motivo número um para adotar o modelo. "Negócios que têm o compromisso de comunicar uma causa tendem a priorizar o crescimento responsável, e não a qualquer custo", diz o sócio da Dengo, Estevan Sartorelli, que prevê três lojas novas no primeiro semestre. A Dengo nasceu como um negócio de impacto social. A empresa tem como fornecedores pequenos produtores de cacau da Bahia e a ilha de fortalecimento da região com a comercialização de chocolates 100% nacionais.

"É preciso ter total conheci-

mento do negócio para trazer terceiros como parceiros e ter pelo menos dois anos de operação para fazer a leitura correta do crescimento", diz Sartorelli, que conta com a capacidade produtiva de 136 fornecedores para decidir expansão. A marca não divulga valores de lojas.

Com o mesmo modelo, a Formaggio Mineiro deve abrir seis lojas neste ano. A marca, que surgiu em 2009 para atender o varejo, em pouco tempo incluiu o food service. "Depois, quando abrimos a fábrica, tínhamos uma certeza: paramos aqui, não vamos investir em loja", conta o sócio Marcel Lage. A certeza acabou quando os custos cresceram. "Decidimos aproveitar

Formaggio. Teste em loja de fábrica



o espaço ocioso do imóvel, a garagem de 18 m², para abrir uma loja da fábrica com a ideia de cobrir custos do aluguel. Em pouco tempo, percebemos que a loja tinha se tornado um dos nossos cinco maiores clientes. E nós atendemos 600, entre varejo e food service", lembra.

A segunda e a terceira lojas foram abertas pela irmã de Lage e uma amiga. A parceria funcionou, mas ele decidiu apostar em lojas próprias em 2019 para preservar o conceito. "O cliente entra na loja e ganha um pão de queijo e um café coado. Nossas atencientes são orientadas a não incentivar a compra, mas explicar o produto. O resultado é um ticket médio de R\$ 35 por pessoa". Para Lage, é difícil reproduzir o conceito quando "é a planilha que manda". O custo total para abrir uma loja da Formaggio Mineiro, da obra ao capital de giro, é de R\$ 140 mil. E a loja da fábrica tem faturamento médio de R\$ 100 mil por mês.

O professor do ProCED – núcleo de estudos e pós-graduação em gestão de PME da Fundação Instituto de Administração (FIA) – Edson Barbero analisa que a execução da estratégia é fundamental para expandir. "Mesmo com loja própria, será outra pessoa quem vai executar o conceito, como o gerente. O empreendedor terá de inspirar essa pessoa a seguir as mesmas lógicas."

Barbero acrescenta que "a organização financeira da primeira loja é crucial para identificar a real rentabilidade."

Amazon lança Kindle à prova d'água no País

Antes restrita a versões premium, função chega ao Kindle Paperwhite, que custará a partir de R\$ 499 por aqui

Giovanna Wolf



Varejo. Nova versão do leitor chega hoje ao País

A Amazon lança hoje no Brasil a nova versão do Kindle Paperwhite, modelo intermediário do leitor eletrônico da empresa. Pela primeira vez, um Kindle Paperwhite terá proteção à prova d'água – até então, a facilidade estava disponível apenas para o modelo premium, o Kindle Oasis. O produto está à venda no site da Amazon e em varejistas, com preços entre R\$ 499 e R\$ 649.

Segundo a Amazon, a nova versão do Paperwhite resiste a "mergulhos" de até dois metros em água doce por 60 minutos. O aparelho é ligeiramente mais leve e mais fino que a versão anterior e conta com maior armazenamento – o modelo antigo do Kindle Paperwhite tinha apenas 4GB de memória interna contra as opções de 8GB e 32GB da versão atual.

Outra novidade é o reforço na iluminação, com mais uma fonte de luz LED, o que torna a experiência de leitura no visor mais próxima do papel. A iluminação é a principal diferença entre o Paperwhite e a versão mais básica do aparelho, chamada simplesmente de Kindle e vendida no Brasil por R\$ 299.

No País, a nova versão do Kindle Paperwhite chega apenas com conectividade via Wi-Fi – nos EUA, há uma versão habilitada com 3G, um pouco mais cara que a comum. Segundo Jacques Benain, gerente-geral de dispositivos da Amazon no Brasil, é uma funcionalidade

que tem baixa adesão no mercado brasileiro. "O aumento do preço com o 3G não é reconhecido como algo positivo pelos consumidores."

Recursos. No que se refere à experiência de uso, o aparelho traz novas opções de fontes para leitura – cabe ao usuário escolher sua favorita. O menu inicial do dispositivo pode ser personalizado e incluir recomendações de livros e listas de lançamentos. O novo Kindle Paperwhite mantém pesquisas inteligentes, dicas de vocabulário e inversão do fundo branco para preto. Os usuários que comparem o aparelho no primeiro de vendas terão ainda acesso gratuito por três meses ao Kindle Unlimited, serviço de assinatura de livros online da Amazon. Hoje, a subscrição à plataforma custa R\$ 19,90 por mês e dá acesso a uma biblioteca de 1,5 milhão de livros – sendo 50 mil deles em português.

Mercado. O leitor eletrônico da Amazon já está em sua décima geração – no Brasil, o Kindle é vendido há seis anos.

Para Benain, o livro eletrônico está sentindo de responsabilidade na crise do mercado editorial brasileiro. "Não é algo que tem sido impactado nas livrarias", diz o executivo da Amazon, que também vende livros físicos no País.

Data: 07.02.2019
Assunto: Expansão

Instagram

Procurar

Entrar

Inscriver-se



**ESTADÃO
PME** estadaopme • Segue
Estadão PME

estadaopme Pão de queijo de chocolate da Formaggio Mineiro, que planeja com a expansão de lojas (e não franquias), assim como um Dengo. Link da matéria de hoje na bio. Foto Frederico Busch

#empreendedorismo #negocios
#paodequeijo #chocolate

see.logo 📌

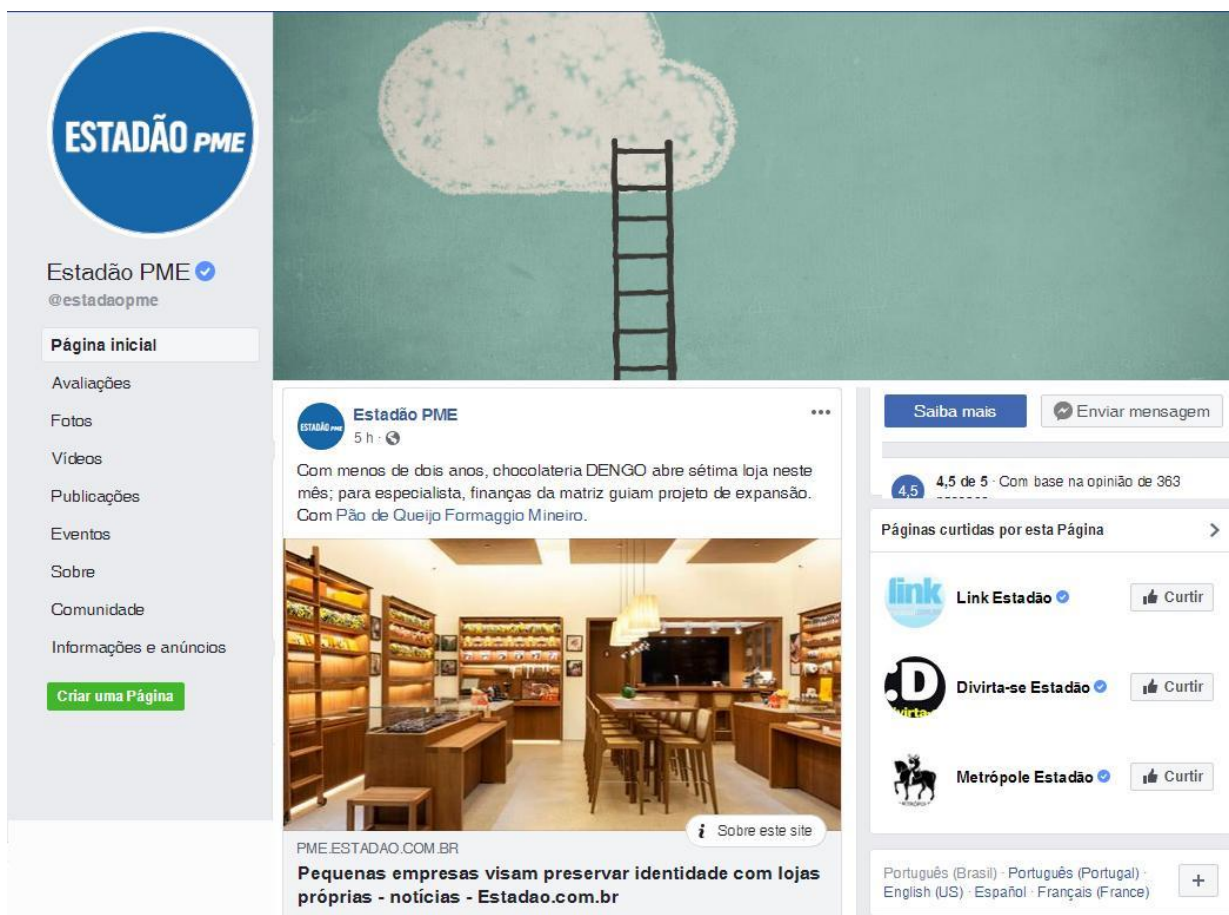
formaggiomineiro 😊😊

https://www.instagram.com/p/BtlqHGRhF80/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=1tg4x4odod0hd

Veículo: Fanpage Estadão PME

Data: 07.02.2019

Assunto: Expansão



ESTADÃO PME

Estadão PME ✓
@estadaopme

Página inicial

Avaliações

Fotos

Vídeos

Publicações

Eventos

Sobre

Comunidade

Informações e anúncios

[Criar uma Página](#)

Estadão PME 5 h · 🌐

Com menos de dois anos, chocolateria DENGO abre sétima loja neste mês; para especialista, finanças da matriz guiam projeto de expansão. Com Pão de Queijo Formaggio Mineiro.

[Saiba mais](#) [Enviar mensagem](#)

4.5 4,5 de 5 · Com base na opinião de 363

Páginas curtidas por esta Página >

- [Link Estadão](#) ✓ Curtir
- [Divirta-se Estadão](#) ✓ Curtir
- [Metrôpole Estadão](#) ✓ Curtir

Português (Brasil) · Português (Portugal) · English (US) · Español · Français (France) +

PME.ESTADAO.COM.BR

Pequenas empresas visam preservar identidade com lojas próprias - notícias - Estadao.com.br

<https://www.facebook.com/estadaopme>

Veículo: Portal Giro News

Data: 10.01.2019

Assunto: Loja Jardins

Giro Portal news

1º Jornal Diário de Negócios Trade

Receba a Newsletter Gratuita

Jornal Diário
TV Giro News
Revista Temática

Atacado / Cash & Carry
Supermercado
Farma / Cosméticos
Construção
Food Service
Redes / Shopping
Varejo Digital

Fornecedores
Lançamentos
Franchising
Embalagem
Eventos
Negócios

Quinta-feira, 10 de janeiro de 2019

Redes / Shopping

Empório Alex Ganha Mais Espaço em Guarulhos (SP)

Com 29 lojas distribuídas pela Grande São Paulo e interior, a Empório Alex expande seu espaço no Internacional Shopping, localizado em Guarulhos (SP).

Leia Mais | Comentários

Supermercado



Momento para Prosperar Coop Investirá R\$ 147 Milhões em 2019

Com investimento de R\$ 147 milhões - mais que o dobro dos 60 milhões aplicados em 2018 -, a Coop - Cooperativa de Consumo, pretende abrir neste ano três novas lojas e outras sete drogas de rua, além de reformar quatro unidades e lançar seu aplicativo. Segundo a Cooperativa, o faturamento de 2018 deve fechar na ordem de R\$ 2,2 bilhões, alta entre 2 e 3% ante 2017.

No ano passado, a rede conquistou 60 mil novos cooperados, sendo que 817 mil cooperados realizaram compras nas lojas e drogas da rede ao longo do ano, fluxo 4% maior do que 2017. Dentro do orçamento, R\$ 35 milhões serão destinados para a reforma das lojas Pereira Barreto, Carijós (Santo André), Café Filho (São Bernardo) e Morumbi (São José dos Campos).

Leia Mais | Comentários

Food Service

Formaggio Mineiro Tem Nova Unidade em São Paulo

A fabricante de pão de queijo Formaggio Mineiro inaugurou sua quarta unidade em São Paulo, na região dos Jardins, na capital paulista.

Leia Mais | Comentários

Gestão de time de campo

× é com a ×

Trade Force

Redes / Shopping

Americanas Surge em Shopping de Salvador



Leia Mais | Comentários

Planejamento de 2019

Formaggio Mineiro Tem Nova Unidade em São Paulo

10/01/2019



A fabricante de pão de queijo Formaggio Mineiro inaugurou sua quarta unidade em São Paulo, na região dos Jardins, na capital paulista. A empresa já possui três lojas na cidade, nos bairros de Campo Belo, Moema e Vila Leopoldina. O endereço segue o layout da marca, num formato de armazém mineiro, e conta com o cardápio completo com os pães de queijo tradicional, multigrãos, gorgonzola, três queijos, chocolate belga e o waffle de pão de queijo. Para 2019, a previsão da rede é inaugurar mais 6 unidades. A distribuição dos produtos Formaggio Mineiro ocorre em estados como Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, entre outros.

Serviço:
Formaggio Mineiro Jardins
Endereço: Rua Peixoto Gomide, 1496, Jardins - São Paulo, SP

Compartilhe [f](#) [in](#) [t](#) [w](#)

enviar por email imprimir notícia

Notícias em Destaque



KFC Acelera Abertura de Lojas em Shoppings
9/1/2019



Busger Leva Concelto à Movimentada Via de SP
9/1/2019

<http://www.gironews.com/food-service/planejamento-de-2019-51835/>

Veículo: Portal Gastronominho

Data: 18.01.2019

Assunto: Loja Jardins

segunda-feira, janeiro 21, 2019

Últimos: Santo Grão cria versão de prato que é Patrimônio de São Paulo

f t @



GASTRONOMINHO



INÍCIO COMIDAS ▾ BEBIDAS NOTÍCIAS CARDÁPIO SOBRE PARCERIAS COLUNISTAS ▾

Q 🔍



NOTÍCIAS SÃO PAULO

Formaggio Mineiro abre loja na região dos Jardins

18/01/2019 Alex Minho 0 comentários Formaggio Mineiro, jardins, Loja Nova, pão de queijo

Empresa instala sua quarta unidade em São Paulo e prevê crescimento ainda maior em 2019

O novo endereço para um cafezinho segue o layout da marca, num formato típico de armazém mineiro, ambiente pequeno, charmoso e acolhedor, com atendimento diferenciado, onde o cliente é recebido e tratado como visitante, e encontra o melhor pão de queijo do Brasil, segundo especialistas em gastronomia.

"A loja de fábrica foi uma grande realização pessoal que deu certo como negócio e se mostrou extremamente promissor. Tanto que já temos previstas pelo menos outras seis unidades para 2019", comenta Marcello Lage, sócio-proprietário da **Formaggio Mineiro**.

A marca foi criada em 2009 quando Mirany Soares, sua sócia, decidiu abrir mão do cargo executivo em São Paulo para investir no próprio negócio. "Somos dois professores de gestão motivados por ideias e produtos inovadores de verdade", acrescenta Lage.

A partir daí, o casal deu início à produção do pão de queijo gourmet com uma receita exclusiva, conquistada após um ano de testes. Passou a produzir em escala industrial e distribuir para todo o Brasil, em cidades e estabelecimentos como: São Paulo: Empórios Santa Luzia, Santa Maria, Empório São Paulo, Natural da Terra, St Marche, Hotel Fasano, Cafeterias como Suplicy, Octávio Café, Torra Clara etc. No Rio de Janeiro: Paineiras, Cafeína, Armazém 14, além de Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Distrito Federal, Goiânia, Bahia, Fortaleza, Mato Grosso, Espírito Santo, Maranhão e Manaus.

Com seu mix de produtos já bem positado em pontos de venda que são referências de qualidade para o consumidor, a empresa seguiu expandindo, na contramão do cenário econômico vivido no país. Abriu a primeira loja própria no mesmo endereço da produção industrial, no Campo Belo, bairro próximo ao aeroporto de Congonhas, em São Paulo e, na sequência, inaugurou as unidades de Moema e Vila Leopoldina, mantendo as características próprias de tratamento ao cliente, arquitetura e ambientação, assim como será nos Jardins.

Loja Jardins
Endereço: Rua Peixoto Gomide, 1496
Tel.: (11) 3062-5975

Formaggio Mineiro
Site: formaggiomineiro.com.br
Facebook: FormaggioMineiro
Instagram: @FormaggioMineiro

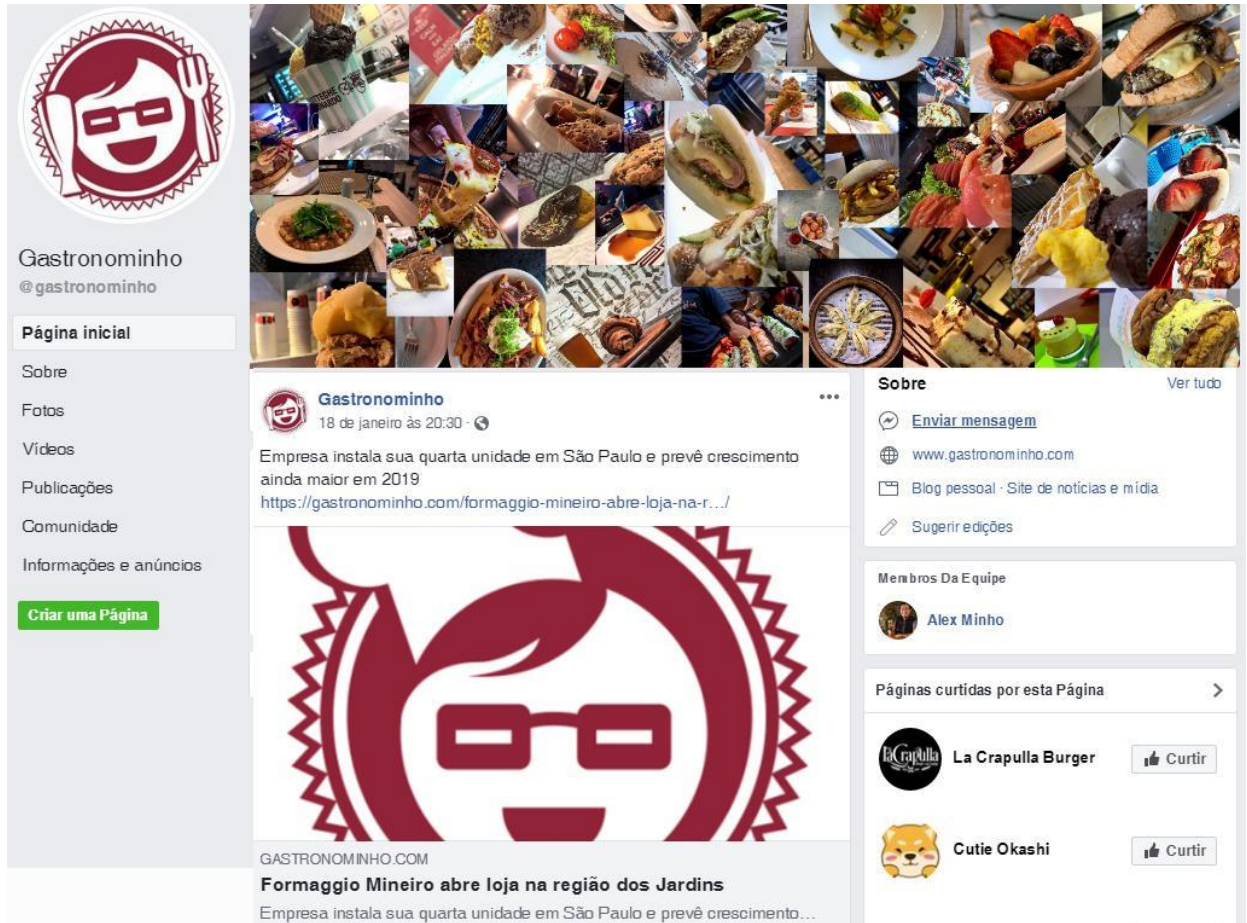
Foto destaque: reprodução
Fonte: divulgação

Compartilhe isso:



<http://gastronominho.com/formaggio-mineiro-abre-loja-na-regiao-dos-jardins/>

Veículo: Fanpage Gastronominho
Data: 18.01.2019
Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate



Gastronominho
@gastronominho

Página inicial

Sobre

Fotos

Vídeos

Publicações

Comunidade

Informações e anúncios

[Criar uma Página](#)

Gastronominho
18 de janeiro às 20:30 · 🌐

Empresa instala sua quarta unidade em São Paulo e prevê crescimento ainda maior em 2019
<https://gastronominho.com/formaggio-mineiro-abre-loja-na-r.../>

GASTRONOMINHO.COM

Formaggio Mineiro abre loja na região dos Jardins
Empresa instala sua quarta unidade em São Paulo e prevê crescimento...

Sobre Ver tudo


[Enviar mensagem](#)

www.gastronominho.com


Blog pessoal · Site de notícias e mídia


[Sugerir edições](#)

Membros Da Equipe

 Alex Minho

Páginas curtidas por esta Página >

 La Crapulla Burger [Curtir](#)

 Cutie Okashi [Curtir](#)

<https://www.facebook.com/gastronominho/>

Veículo: Fanpage Sabor à Vida Gastronomia
Data: 28.01.2019
Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate

Sabor à Vida Gastronomia
@SVGastronomia

Página inicial

Publicações

Fotos

Twitter

Pins

Sobre

Avaliações

Instagram feed

Vídeos

Grupos

Comunidade

Informações e anúncios

Criar uma Página

Curtir Seguir Compartilhar

Visitar grupo Enviar mensagem

Sabor à Vida Gastronomia
28 de janeiro às 16:16

Pão de Queijo Formaggio Mineiro em São Paulo lança pão de queijo de chocolate belga: <http://bit.ly/2SarAhf>

#barrycallebaut #cafeterias #callebaut #chocolate #chocolatebelga #chocolates #doces #formaggiomineiro #lançamentos #lojas #notícias #novidades #pãodequeijo #queijos #salgadbs #sãopaulo

SABORAVIDA.COM.BR

Formaggio Mineiro em São Paulo lança pão de queijo de chocolate belga - Sabor à Vida Gastronomia

Pizza Social Curtir

Box Trufado Curtir

Páginas relacionadas

Mão Na Massa Artes e entretenimento Curtir

Herminia Mo das Ltda Loja de roupas Curtir

Comida e Receitas Cozinha/culinária Curtir

Português (Brasil) · Português (Portugal) · English (US) · Español · Français (France) +

Privacidade · Termos · Anúncios

<https://www.facebook.com/SVGastronomia/>

Veículo: Portal Sabor à Vida Gastronomia
 Data: 28.01.2019
 Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate

29 de janeiro de 2019

Sabor à Vida Gastronomia Estado de São Paulo

IvaClin Artesanatos

Faça seu pedido! Ivanilde 11 89653-2817

SABOR À VIDA NOTÍCIAS TV ÁREAS COZINHAS BEBIDAS TÉCNICAS COLUNISTAS GUIA RECEITAS



Gastronomia no Estado de SP

Selecione a Cidade!

Piladas de Sabor

Governo de São Paulo zero ICMS do frutas e hortaliças embaladas

Destaques Parceiros

Formaggio Mineiro em São Paulo lança pão de queijo de chocolate belga

28 de janeiro de 2019 | Sabor à Vida | 0 comentários | Barry Callebaut, cafeterias, cafeleiros, chocolate, chocolate belga, chocolates, doces, formaggio mineiro, lançamentos, lojas, notícias, novidades, pão de queijo, queijos, salgadinhos, são paulo

Café moído na hora! Direto do produtor.

CONFRARIA HALLERTAU CERVEJAS ESPECIAIS (II) 2339-2024

Guia Michelin 2019 – França: confira as principais novidades

26 de janeiro de 2019 | Sabor à Vida

0

23 de janeiro de 2019

0

18 de janeiro de 2019

0

Historico do processo de Denominação de Origem

9 de janeiro de 2019 | Sabor à Vida

0

Guia Gastronômico

- Restaurantes em Campinas
- Restaurantes em Indaiatuba
- Restaurantes em Itu

Serviço

Lojas e Cafés Formaggio Mineiro

Formaggio Mineiro – Campo Belo
 Telefone: (11) 96620-3139
 Endereço: Rua Otávio Tarquínio de Sousa, 283

Formaggio Mineiro – Moema
 Telefone: (11) 5561-7978
 Endereço: Alameda dos Anapurus, 1.643

Formaggio Mineiro – Vila Leopoldina
 Telefone: (11) 3895-5108
 Endereço: Carlos Weber, 382

Formaggio Mineiro – Jardins
 Telefone: (11) 3062-5975
 Endereço: Rua Peixoto Gomide, 1.496

<http://www.saboravida.com.br/gastronomia/2019/01/28/formaggio-mineiro-em-sao-paulo-lanca-pao-de-queijo-de-chocolate-belga>

Veículo: Portal Agitah
 Data: 28.01.2019
 Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate

Últimas notícias Some elements on this page did not load. Refresh your site & try again. [Promoções](#) [Inscreva-se](#)



Amsterdã Premium Artesania Bem mais que Sorvete

COBERTURAS VÍDEOS CONTATO CADASTRE SEU EVENTO

NOTÍCIAS ENTRETENIMENTO ESTILO MÚSICA MERCADO DE TRABALHO ESPORTES COMPORTAMENTO

Formaggio Mineiro inova e lança pão de queijo gourmet de chocolate

28.01.2019 Fonte: In Fato



Inédito e exclusivo, produto é feito com quatro tipos de chocolate belga e 40% de queijo na formulação. É livre de gordura trans e glúten free.

A Formaggio Mineiro, empresa 100% brasileira que se tornou referência em pão de queijo gourmet no país, lança para o mercado nacional um produto inédito e único: pão de queijo de chocolate belga. A receita exclusiva leva quatro tipos de chocolate belga Barry Callebaut, além de queijos meia cura e parmesão. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é produzido com sal do Himalaia.

De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, a ideia surgiu para inovar o mercado gourmet com um sabor diferente que une duas grandes paixões do consumidor: pão de queijo e chocolate. "No paladar, ele não é pão de queijo e não é chocolate, é um produto novo de verdade, que não tem memória gustativa, não é semelhante a nada que as pessoas já tenham provado", explica Mirany.

Vale ressaltar que os pães de queijo Formaggio Mineiro são produzidos sem fécula de mandioca, aromatizantes e conservantes. Além disso, são os únicos com 40% de queijo na receita, proporcionando mais sabor e consistência incomparáveis diante das opções apresentadas no setor alimentício. No varejo, o pão de queijo de chocolate belga está disponível em pacotes de dois quilos nos tamanhos 25 gramas e 50 gramas. O produto também pode ser apreciado e adquirido nas lojas próprias da Formaggio Mineiro, atualmente com unidades na capital paulista – Campo Belo, Moema e Vila Leopoldina, e em outros estabelecimentos.

Com sede em São Paulo, a marca produz mais de 180 toneladas de pão de queijo ao ano, com distribuição para todo o país. Seus produtos estão disponíveis em empórios, hortifrútes, padarias, cafés, restaurantes, hotéis e supermercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Espírito Santo, Paraná, Distrito Federal, Bahia, Fortaleza, Mato Grosso e Pernambuco.

Mais informações através do site www.formaggiomineiro.com.br e das redes sociais Facebook e Instagram @formaggiomineiro.

Lojas e Cafés Formaggio Mineiro:

Formaggio Mineiro - Campo Belo
 (11) 96620-3139
 Rua Otávio Tarquínio de Sousa, 283

Formaggio Mineiro – Moema
 (11) 5561-7978
 Alameda dos Anapurus, 1643

Formaggio Mineiro - Vila Leopoldina
 (11) 3895-5109
 R. Carlos Weber, 382

Formaggio Mineiro – Jardins
 (11) 3062-5975
 Rua Peixoto Gomide, 1496

Tags: gastronomia



Destaques

O maior bolo de sorvete do mundo

23.01.2019



Notícias recentes

Outback lança três deliciosas opções de pratos vegetarianos

29.01.2019

<https://www.agitah.com.br/single-post/2019/01/28/Formaggio-Mineiro-inova-e-lan%C3%A7a-p%C3%A3o-de-queijo-gourmet-de-chocolate>

Veículo: Portal Milk Point

Data: 29.01.2019

Assunto: Lançamento Pão de Queijo de Chocolate

SP: Formaggio Mineiro lança pão de queijo de chocolate belga

GIRO DE NOTÍCIAS
HÁ 8 HORAS E 49 MINUTOS



QUAL SERÁ O PRÓXIMO SALTO DA PRODUÇÃO DE LEITE?

INTERLEITE SUL | 8 & 9 DE MAIO DE 2019 | CHAPECÓ - SC



INGRESSO INTERMIO COM 33% DE DESCONTO

A **Formaggio Mineiro** lança para o mercado nacional um produto inédito e único: **pão de queijo de chocolate belga**. A receita exclusiva leva quatro tipos de **chocolate belga Barry Callebaut**, além de **queijos meia cura e parmesão**. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é produzido com sal do Himalaia.



De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, a ideia surgiu para inovar o mercado gourmet com um sabor diferente que une duas grandes paixões do consumidor: pão de queijo e chocolate. "No paladar, ele não é pão de queijo e não é chocolate, é um produto novo de verdade, que não tem memória gustativa, não é semelhante a nada que as pessoas já tenham provado", explica Mirany.

Vale ressaltar que os pães de queijo Formaggio Mineiro são produzidos sem fécula de mandioca, aromatizantes e conservantes. Além disso, são os únicos com 40% de queijo na receita, proporcionando mais sabor e consistência incomparáveis diante das opções apresentadas no setor alimentício.

No varejo, o pão de queijo de chocolate belga está disponível em pacotes de dois quilos nos tamanhos 25 gramas e 50 gramas. O produto também pode ser apreciado e adquirido nas lojas próprias da Formaggio Mineiro, atualmente com unidades na capital paulista (Campo Belo, Moema e Vila Leopoldina), e em outros estabelecimentos.

Com sede em São Paulo, a marca produz mais de 180 toneladas de pão de queijo ao ano, com distribuição para todo o País. Seus produtos estão disponíveis em empórios, hortifrúti, padarias, cafés, restaurantes, hotéis e supermercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Espírito Santo, Paraná, Distrito Federal, Bahia, Fortaleza, Mato Grosso e Pernambuco.

As informações são do portal Sabor à Vida Gastronomia, adaptadas pela Equipe MilkPoint.

MAIS EM GIRO DE NOTÍCIAS

- CFMV: nota de apoio à atuação dos médicos veterinários em Brumadinho/MG
- IX Simpósio sobre Manejo Estratégico da Pastagem (SIMFOR) ocorrerá dias 20 e 21/06 na UFV
- Você conhece o Mercado?
- Espanha: com rotulagens destacando a origem do leite, produtores lutam por preços mais justos
- CNA defende revogação de decreto de reduções de descontos sobre energia no meio rural

NUTRIÇÃO E REPRODUÇÃO DE VACAS LEITEIRAS
COM ROBERTO SARTORI E LÍLIA CORREIA
agroFlix | agrocetes

Palestra grátis!
O que devo fazer para evitar a mastite no meu rebanho?
Guilherme Silva Moura

vetoquinol | Assista agora mesmo!

DESTAQUES DE HOJE

Pesquisa do Reino Unido



<https://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/formaggio-mineiro-em-sao-paulo-lanca-pao-de-queijo-de-chocolate-belga-212272/>

Veículo: Portal Iemi

Data: 07.02.2019

Assunto: Expansão



Seja bem-vindo. | [Login](#) | [Cadastro](#)



[Quem Somos](#) | [Imprensa](#) | [Na Mídia](#) | [Parceiros](#) | [Trabalhe no IEMI](#) | [Contato](#)

[Inteligência de Mercado](#) | [Estudos Setoriais](#) | [Produtos e Serviços](#) | [Assinantes](#) | [Clientes](#) | [Palestras](#) | [Blog](#)



8 de fevereiro de 2019

Abrindo lojas próprias

[Recommend 1](#)

[Tweet](#)

[G+](#)

[Share](#)

Mais fabricantes voltam-se para o varejo próprio. A marca de decoração *Danello*, hoje somou 7 lojas e a rede de produtos de cama, mesa e banho, *Blue Garden*, opera com 5 lojas. Na área de chocolates a *Dengo* já prevê sua 7ª loja. Por sua vez, a marca de queijo, *Formaggio Mineiro*, que surgido em 2009, com 3 lojas em São Paulo espera abrir outras 6 neste ano. (Estadão/07-02-2019)



Fique por dentro do mercado de Moda e Decoração

[Clique aqui para ler a matéria](#)



Seu carrinho está vazio

Estudos Relacionados



Canais do Varejo de Calçados



Canais do Varejo de Cama, Mesa e Banho



Canais do Varejo de Móveis



Canais do Varejo de Vestuário

Últimas Informações

8/2/19 – Notícias
Juntas elas valem cerca de R\$ 61 bilhões

8/2/19 – Notícias
Eles querem vender mais para o Brasil

<http://www.iemi.com.br/abrindo-lojas-proprias/>

Veículo: Portal Estadão

Data: 07.02.2019

Assunto: Expansão



Pequenas empresas visam preservar identidade com lojas próprias

LEITIA MARIN - ESTADÃO DE SÃO PAULO
#Estadão | #São Paulo

Com menos de dois anos, chocolateria Denigo abre sétima loja neste mês; para especialista, finanças da matriz guiam projeto de expansão

Neste mês, a marca brasileira de chocolates Denigo prevê a abertura de sua sétima loja. A empresa, criada há um ano e meio, chama a atenção não apenas pelo ritmo de expansão, mas também pela estratégia adotada para promovê-la: todas as lojas são próprias.

Para os empreendedores do varejo físico, do ponto de vista do capital, há três principais formas de abrir novas lojas: ter um sócio, migrar para franquias ou investir em unidades próprias, opção em que o dono toma para si toda a responsabilidade financeira (e também de gestão). Além da Denigo, são exemplos a marca de decoração Duneli, com sete lojas em São Paulo, e a de pão de queijo Formaggio Mineiro, com três lojas na capital paulista.

Assegurar a identidade da marca é o motivo número um para adotar o modelo. "Negócios que têm o compromisso de comunicar uma causa tendem a priorizar o crescimento responsável e não a qualquer custo", diz o sócio da Denigo Estevan Sartorelli.



Conceito. Denigo prevê mais três novas unidades neste semestre. Foto: Daniela Ramiro/Estadão

A Denigo nasceu como um negócio de impacto social. A empresa tem como fornecedores pequenos produtores de cacau do sul da Bahia e alia o fortalecimento da produção e da sustentabilidade da região com a fabricação e a comercialização de chocolates 100% nacionais.

"É preciso ter total conhecimento do negócio para trazer terceiros como parceiros e ter pelo menos dois anos de operação para fazer a leitura correta do crescimento", completa. Além disso, a Denigo tem como indicador chave a capacidade produtiva dos 136 fornecedores de sua rede para decidir expandir ou não. A marca não divulga valores para a abertura de lojas.

Com o mesmo modelo, a Formaggio Mineiro deve abrir seis novas lojas neste ano. A marca, que surgiu em 2009 para atender o varejo, moldou-se ao longo dos anos. "Nascemos para atender o varejo, mas em pouco tempo passamos para o food service. O passo seguinte foi abrir a nossa fábrica. E, quando a abrimos, tínhamos uma certeza: paramos aqui, não vamos investir em loja", conta o mineiro Marcelo Lage, sócio da empresa.

A certeza acabou quando os custos cresceram. "Decidimos aproveitar o espaço ocioso do imóvel, a garagem de 18 m², para abrir uma loja da fábrica com a ideia de cobrir custos do aluguel e aumento da conta de água. Em pouco tempo, percebemos que a loja tinha se tornado um dos nossos cinco maiores clientes. E não atendemos 600 entre varejo e food service", lembra.

A segunda e a terceira lojas foram abertas pela irmã de Lage e uma amiga. A parceria funcionou, mas ele decidiu apostar em lojas próprias em 2019 para preservar o conceito.

"O cliente entra na loja e ganha um pão de queijo e um café coado. Nossas atendentes são orientadas a não incentivar a compra, mas sim explicar o produto. O resultado é que nosso ticket médio é de R\$ 35 por pessoa". Lage acrescenta que "é muito difícil reproduzir esse conceito com o modelo em que é a planilha quem manda".



Formaggio. Espaço de loja da fábrica incentivou empreendedores a investirem em suas lojas próprias. Serão abertas seis unidades este ano. Foto: Frederico Busch/Estadão

O custo total para abrir uma loja da Formaggio Mineiro, que inclui da obra ao capital de giro, é de R\$ 140 mil. A loja da fábrica tem faturamento médio de R\$ 100 mil por mês. "Vamos priorizar os pontos de venda próprios, que irão receber os lançamentos de produtos", pontua.

O professor do ProCED - núcleo de estudos e pós-graduação em gestão de PME da Fundação Instituto de Administração (FIA) - Edson Barbero analisa que a execução da estratégia é fundamental para expandir.

"Mesmo com loja própria, será outra pessoa quem vai executar o conceito, como o gerente, por exemplo. O empreendedor terá de inspirar essa pessoa a seguir as mesmas lógicas que ele segue."

O professor acrescenta que "a organização financeira da primeira loja é crucial para identificar sua real rentabilidade. É preciso também adicionar o que não aparece nessa planilha, como os funcionários pró-labore e eventuais elementos de informalidade". Por fim, o conhecimento de seu diferencial. "Saiba quais são as suas vantagens competitivas e comerciais."

Fundador da casa de massas e rotisseria Pastificio Primo, Ivan Primo Bormes atua com o modelo de lojas próprias e franqueados ao mesmo tempo. "Decidimos abrir franquias em 2012 para atrair empreendedores com a mesma filosofia e que estavam procurando trabalhar no nosso segmento. Assim, transformamos um potencial concorrente em sócio", revela.

Segundo ele, as vantagens de adotar o modelo de franquias foi escolhida para promover a expansão da marca fora da cidade de São Paulo. "Foi a nossa estratégia para ganhar presença nacional com capital de terceiros em vez de fazer investimento próprio. Temos franquias em Salvador (BA), Fortaleza (CE), Belo Horizonte (MG), São Paulo (SP) e Sorocaba (SP)."

PME

[tp://m.pme.estadao.com.br/noticias/pme_empresas-visam-preservar-identidade-com-lojas-propria,70002710405,0.htm](http://m.pme.estadao.com.br/noticias/pme_empresas-visam-preservar-identidade-com-lojas-propria,70002710405,0.htm)

Veículo: Portal Sindreprestem

Data: 07.02.2019

Assunto: Expansão



SINDICATO DAS EMPRESAS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS A TERCEIROS, COLOCAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE MÃO DE OBRA, LEITURA, MEDIÇÃO E ENTREGA DE CONSUMO DE LUZ, ÁGUA E GÁS, PLANEJAMENTO, CONTROLE DE ACESSO DE PORTARIA, PROMOÇÃO E MERCHANDISING, LOGÍSTICA, POUPEMPO/DETRAN, BOMBEIROS, PROFISSIONAIS CIVIS E DE TRABALHO TEMPORÁRIO NO ESTADO DE SÃO PAULO



Home Sindreprestem Atividades Setoriais Contribuição Patronal Jurídico **Notícias** Benefícios Acesso Restrito Contato



07/02/2019 | Pequenas empresas visam reforço de identidade com lojas próprias - O Estado de S. Paulo

Neste mês, a marca brasileira de chocolates Dengo prevê a abertura de sua sétima loja. A empresa, criada há um ano e meio, chama a atenção não apenas pelo ritmo de expansão, mas também pela estratégia adotada para promovê-la: todas as lojas são próprias.

Para os empreendedores do varejo físico, do ponto de vista do capital, há três principais formas de abrir novas lojas: ter um sócio, migrar para franquias ou investir em unidades próprias, quando o dono toma para si toda a responsabilidade financeira (e também de gestão). Além da Dengo, são exemplos a marca de decoração Dunelli, com sete lojas em São Paulo; a de cama, mesa e banho Blue Gardenia, com cinco unidades; e a de pão de queijo Formaggio Mineiro, com três lojas na capital.

Assegurar a identidade da marca é o motivo número um para adotar o modelo. "Negócios que têm o compromisso de comunicar uma causa tendem a priorizar o crescimento responsável, e não a qualquer custo", diz o sócio da Dengo, Estevan Sartorelli, que prevê três lojas novas no primeiro semestre. A Dengo nasceu como um negócio de impacto social. A empresa tem como fornecedores pequenos produtores de cacau da Bahia e alia o fortalecimento da região com a comercialização de chocolates 100% nacionais.

"É preciso ter total conhecimento do negócio para trazer terceiros como parceiros e ter pelo menos dois anos de operação para fazer a leitura correta do crescimento", diz Sartorelli, que conta com a capacidade produtiva de 136 fornecedores para decidir expansão. A marca não divulga valores de lojas.

Com o mesmo modelo, a Formaggio Mineiro deve abrir seis lojas neste ano. A marca, que surgiu em 2009 para atender o varejo, em pouco tempo incluiu o food service. "Depois, quando abrimos a fábrica, tínhamos uma certeza: paramos aqui, não vamos investir em loja", conta o sócio Marcello Lage. A certeza acabou quando os custos cresceram. "Decidimos aproveitar o espaço ocioso do imóvel, a garagem de 18 m², para abrir uma loja da fábrica com a ideia de cobrir custos do aluguel. Em pouco tempo, percebemos que a loja tinha se tornado um dos nossos cinco maiores clientes. E nós atendemos 600, entre varejo e food service", lembra.

A segunda e a terceira lojas foram abertas pela irmã de Lage e uma amiga. A parceria funcionou, mas ele decidiu apostar em lojas próprias em 2019 para preservar o conceito. "O cliente entra na loja e ganha um pão de queijo e um café coado. Nossas atendentes são orientadas a não incentivar a compra, mas explicar o produto. O resultado é um ticket médio de R\$ 35 por pessoa". Para Lage, é difícil reproduzir o conceito quando "é a planilha que manda". O custo total para abrir uma loja da Formaggio Mineiro, da obra ao capital de giro, é de R\$ 140 mil. E a loja da fábrica tem faturamento médio de R\$ 100 mil por mês.

O professor do ProCED - núcleo de estudos e pós-graduação em gestão de PME da Fundação Instituto de Administração (FIA) - Edson Barbero analisa que a execução da estratégia é fundamental para expandir. "Mesmo com loja própria, será outra pessoa quem vai executar o conceito, como o gerente. O empreendedor terá de inspirar essa pessoa a seguir as mesmas lógicas."

Barbero acrescenta que "a organização financeira da primeira loja é crucial para identificar a real rentabilidade."

BAIXE NOSSO APP



ASSOCIE-SE



JORNAL DA FENASERHTT



EVENTOS E PALESTRAS



<http://www.sindeprestem.com.br/noticias-e-midia/fatos-e-noticias/3383-07-02-2019-pequenas-empresas-visam-reforco-de-identidade-com-lojas-proprias-o-estado-de-s-paulo>



Formaggio Mineiro tem nova unidade em São Paulo



canalexecutivoblog

10

10America/Sao_Paulo
janeiro

10America/Sao_Paulo
2019

Empresas

A fabricante de pão de queijo Formaggio Mineiro inaugurou sua quarta unidade em São Paulo, na região dos Jardins, na capital paulista. A empresa já possui três lojas na cidade, nos bairros de Campo Belo, Moema e Vila Leopoldina. O endereço segue o layout da marca, num formato de armazém mineiro, e conta com o cardápio completo com os pães de queijo tradicional, multigrãos, gorgonzola, três queijos, chocolate belga e o waffle de pão de queijo. Para 2019, a previsão da rede é inaugurar mais 6 unidades. A distribuição dos produtos Formaggio Mineiro ocorre em estados como Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, entre outros.

PESQUISAR



INFORMAÇÃO PARA QUEM DECIDE

Canal Executivo é um blog focado no mundo corporativo. Divulgamos informações úteis para empresários, executivos e empreendedores. Também temos uma seção focada no jovem, chamada Canal Executivo Júnior

Anúncios

liber



<https://canalexecutivoblog.wordpress.com/2019/01/10/formaggio-mineiro-tem-nova-unidade-em-sao-paulo/>

Veículo: Guia GPHR

Data: 11.02.2019

Assunto: Expansão



Formaggio Mineiro cresce 85% em 2018 e prevê expansão na ordem de 80% para este ano

A marca foi reconhecida como o melhor pão de queijo gourmet do Brasil e abre nova frente de negócios com lojas próprias, com a estimativa de inaugurar até oito endereços somente em 2019

Criada em 2009 por um casal de mineiros que abriu mão de seus cargos executivos em São Paulo para investir no próprio negócio, a Formaggio Mineiro chega perto de completar sua primeira década em franco crescimento e reconhecida como a marca de melhor pão de queijo do Brasil.

Em 2018, a empresa registrou crescimento na ordem de 85% sobre o mesmo período do ano anterior somente em escala industrial, tendo produzido cerca de 250 toneladas de pão de queijo. E a expectativa para 2019 é expandir em pelo menos 80%, considerando a aposta em uma nova frente de negócio que se mostrou promissor: loja própria.

A primeira unidade Formaggio Mineiro foi aberta em 2017 no mesmo endereço da fábrica, na região do Campo Belo, em São Paulo. E não bastasse o diferencial do produto, a marca conquistou ainda mais apreciadores e admiradores com o atendimento típico de armazém "mineiro", como atribuem os proprietários. O espaço, além de comercializar produtos assados e congelados, funciona como um local para degustação e atende como um pequeno café para consumo no local. E os visitantes confirmam que o tratamento é único.

O novo viés de negócio foi um sucesso e expandiu em pouquíssimo tempo. Entre 2017 e 2018, na contramão do cenário econômico brasileiro, foram inauguradas outras três lojas Formaggio Mineiro, em Moema, Vila Leopoldina e, fechando o ano, em dezembro, nos Jardins, sempre mantendo as características próprias de tratamento ao cliente, assim como a arquitetura e ambientação.

Para 2019, as expectativas são ainda mais otimistas, os empresários querem abrir entre 6 e 8 novos endereços somente na capital paulista. "A loja de fábrica foi uma grande realização pessoal que deu certo também como negócio", comenta Marcelo Lage, sócio-proprietário da Formaggio Mineiro. Mirany Soares, sua sócia, acrescenta que, quando decidiu abrir mão do cargo executivo em São Paulo para investir no próprio negócio, sabia bem como queria se destacar. "Somos dois professores de gestão motivados por ideias e produtos inovadores, autênticos. E conseguimos chegar às fórmulas de comida de verdade com atendimento de verdade", ressalta Mirany.

Ela conta que o pão de queijo gourmet Formaggio Mineiro tem uma receita exclusiva, conquistada após um ano de testes. Somente depois disso, em meados de 2009, que passou a produzir em escala industrial e distribuir para todo o Brasil.

A ampliação também aconteceu no portfólio de produtos, constantemente incrementado com novos sabores. A primeira grande "Tornada" foi de pão de queijo tradicional, elaborado com 40% de queijo puro em sua composição - canastra e parmesão - e sem fécula de mandioca, resultando em muito mais sabor e consistência ímpar, feito com zero por cento de gordura trans e sem glúten.

Depois, utilizando a massa do pão de queijo gourmet, a marca lançou: pão de queijo multigrãos - produzido com linhaça, gergelim, quinoa e semente de girassol; waffle de pão de queijo - único com massa de pão de queijo e sem glúten, que nasceu de um grande erro na produção; pão de queijo de gorgonzola, pão de queijo de chocolate belga, além da chipa três queijos - com provolone, parmesão e mussarela.

Com sede em São Paulo, a marca pode ser encontrada nas lojas próprias Formaggio Mineiro e em estabelecimentos como Empórios Santa Luzia, Santa Maria, Empório São Paulo, Hotel Fasano São Paulo, Octávio Café, Suplicy Café, St Marchet, Café Baroni no Rio, Café Cultura em Santa Catarina, entre outros endereços também no Paraná, Distrito Federal, Bahia, Fortaleza, Mato Grosso, Espírito Santo e Pernambuco.

Mais informações pelo site www.formaggiomineiro.com.br e redes sociais Facebook e Instagram, @formaggiomineiro.

Formaggio Mineiro - endereços:

Formaggio Mineiro - Campo Belo

(11) 96620-3139

Rua Otávio Tarquínio de Sousa, 283

Formaggio Mineiro - Moema

(11) 5561-7978

Alameda dos Anapurus, 1643

Formaggio Mineiro - Vila Leopoldina

(11) 3895-5108

Rua Carlos Weber, 382

Formaggio Mineiro - Jardins

(11) 994006640

Rua Peixoto Gornide, 1496

Divulgação: inFato

<https://www.guiagphr.com.br/noticias/formaggio-mineiro-cresce-85-em-2018-e-preve-expansao-na-ordem-de-80-para-este-ano/>

Veículo: Portal Aditivos Ingredientes

Data: 12.02.2019

Assunto: Expansão



The screenshot shows the top navigation bar of the Aditivos Ingredientes website. It includes a search bar, a 'COTE SEU PRODUTO' button, and a 'BUSCA GERAL' section with a 'BUSCAR' button. The main navigation menu contains links for 'NOTÍCIAS', 'ARTIGOS', 'LANÇAMENTOS', 'EDIÇÕES', 'GUIA DE FORNECEDORES', 'NEWSLETTER', 'FEIRAS E EVENTOS', 'ASSOCIAÇÕES', 'ASSINATURA', 'CONTATO', and 'ANUNCIE'. There is also a 'Funcionais Nutracêuticos' logo.



FORMAGGIO MINEIRO CRESCE 85% EM 2018 E PREVÊ EXPANSÃO NA ORDEM DE 80% PARA ESTE ANO

Voltar

A marca foi reconhecida como o melhor pão de queijo gourmet do Brasil e abre nova frente de negócios com lojas próprias, com a estimativa de inaugurar até oito endereços somente em 2019.

Criada em 2009 por um casal de mineiros que abriu mão de seus cargos executivos em São Paulo para investir no próprio negócio, a Formaggio Mineiro chega perto de completar sua primeira década em franco crescimento e reconhecida como a marca de melhor pão de queijo do Brasil.

Em 2018, a empresa registrou crescimento na ordem de 85% sobre o mesmo período do ano anterior somente em escala industrial, tendo produzido cerca de 250 toneladas de pão de queijo. E a expectativa para 2019 é expandir em pelo menos 80%, considerando a aposta em uma nova frente de negócio que se mostrou promissor: loja própria.

A primeira unidade Formaggio Mineiro foi aberta em 2017 no mesmo endereço da fábrica, na região do Campo Belo, em São Paulo. E não bastasse o diferencial do produto, a marca conquistou ainda mais apreciadores e admiradores com o atendimento típico de armazém "mineiro", como atribuem os proprietários. O espaço, além de comercializar produtos assados e congelados, funciona como um local para degustação e atende como um pequeno café para consumo no local. E os visitantes confirmam que o tratamento é único.

O novo viés de negócio foi um sucesso e expandiu em pouquíssimo tempo. Entre 2017 e 2018, na contramão do cenário econômico brasileiro, foram inauguradas outras três lojas Formaggio Mineiro, em Moema, Vila Leopoldina e, fechando o ano, em dezembro, nos Jardins, sempre mantendo as características próprias de tratamento ao cliente, assim como a arquitetura e ambientação.

Para 2019, as expectativas são ainda mais otimistas, os empresários querem abrir entre 6 e 8 novos endereços somente na capital paulista. "A loja de fábrica foi uma grande realização pessoal que deu certo também como negócio", comenta Marcelo Lage, sócio-proprietário da Formaggio Mineiro.

Mirany Soares, sua sócia, acrescenta que, quando decidiu abrir mão do cargo executivo em São Paulo para investir no próprio negócio, sabia bem como queria se destacar. "Somos dois professores de gestão motivados por ideias e produtos inovadores, autênticos. E conseguimos chegar às fórmulas de comida de verdade com atendimento de verdade", ressalta Mirany.

Ela conta que o pão de queijo gourmet Formaggio Mineiro tem uma receita exclusiva, conquistada após um ano de testes. Somente depois disso, em meados de 2009, que passou a produzir em escala industrial e distribuir para todo o Brasil.

A ampliação também aconteceu no portfólio de produtos, constantemente incrementado com novos sabores. A primeira grande "fornada" foi de pão de queijo tradicional, elaborado com 40% de queijo puro em sua composição - canastra e parmesão - e sem fécula de mandioca, resultando em muito mais sabor e consistência ímpar, feito com zero por cento de gordura trans e sem glúten.

Depois, utilizando a massa do pão de queijo gourmet, a marca lançou: pão de queijo multigrãos - produzido com linhaça, gergelim, quinoa e semente de girassol -; waffle de pão de queijo - único com massa de pão de queijo e sem glúten, que nasceu de um grande erro na produção -; pão de queijo de gorgonzola, pão de queijo de chocolate belga, além da chipa três queijos - com provolone, parmesão e mussarela.

Com sede em São Paulo, a marca pode ser encontrada nas lojas próprias Formaggio Mineiro e em estabelecimentos como Empórios Santa Luzia, Santa Maria, Empório São Paulo, Hotel Fasano São Paulo, Octávio Café, Suplicy Café, St Marchet, Café Baroni no Rio, Café Cultura em Santa Catarina, entre outros endereços também no Paraná, Distrito Federal, Bahia, Fortaleza, Mato Grosso, Espírito Santo e Pernambuco. Mais informações pelo site www.formaggiomineiro.com.br e redes sociais Facebook e Instagram, @formaggiomineiro.







The sidebar contains a vertical list of logos for various food ingredient suppliers. From top to bottom, the logos are: Fi Food Ingredients South America, Hi Health Ingredients South America, Ni Natural Ingredients, ROQUETTE (Offering the best of nature), dianafood, Food, alibra, LABONATHUS (Healthy Solutions), SENAI SÃO PAULO, MCassab, DÖHLER, (Logo with a triangle and 'A'), cosmoquímica, Horizonte, IRS, UNIVAR (GEMMA® SOLUTIONS), and Biospringer (LEAF IN SOLUTIONS). A red banner with the text 'seja um expositor' is also present.

<http://aditivosingredientes.com.br/noticias/mercado/formaggio-mineiro-cresce-85-em-2018-e-preve-expansao-na-ordem-de-80-para-este-ano>

Veículo: Portal Giro News
 Data: 12.02.2019
 Assunto: Gorgonzola



Gironews Portal
 1º Jornal Diário do Negócios Trade

Reciba a Newsletter Gratuita | Digite aqui sua pesquisa

Jornal Diário | TV Giro News | Revista Temática

Atacado / Cash & Carry | Supermercado | Farma / Cosméticos | Construção | Food Service | Redes / Shopping | Varejo Digital

Fornecedores | Lançamentos | Franchising | Embalagem | Eventos | Negócios

Terça-feira, 12 de fevereiro de 2019

Franchising
Mundo Verde Expande Mix de Marca Própria
 A Mundo Verde amplia a sua linha de produtos de marca própria, denominada "Elivir", com o Chá Drenativo. Composta por 60 sachês, a caixa do chá já está sendo comercializada em todo o país com o preço sugerido de R\$ 64,90 ao consumidor. A linha Elivir conta com cerca de 35 produtos e é voltada ao público feminino.
 Leia Mais | Comentários

Supermercado
Troca de Bandeira
Grupo Converte Cobal em Sonda Supermercados
 A partir desta sexta-feira (15), o Sonda Supermercados terá mais uma loja. Localizada em Carapicuíba, município da Região Metropolitana de São Paulo, a unidade surgirá de uma conversão da loja Cobal Supermercados, rede integrante do mesmo Grupo. Segundo comunicado, a troca de bandeiras vem de encontro ao novo perfil de compra dos consumidores da região que estão cada vez mais exigentes. O Sonda Carapicuíba possui 1.300m² de área de vendas e estacionamento com 80 vagas gratuitas. Hoje, são 37 lojas do Sonda Supermercados.
 Leia Mais | Comentários

Embalagem
A Relevância da Categoria para o Trade
 O valor das bebidas vegetais nos pontos de venda compreende desde uma maior margem até uma diversificação de mix para o varejista, que disponibiliza ao consumidor uma maior variedade para intolerantes, alérgicos e até quem busca apenas uma alimentação mais saudável, para um maior movimento nas lojas.
 Leia Mais | Comentários

Redes / Shopping
Aporte de 4 Milhões
Cia. do Móvel Aposta em Internacionalização
 Especializada em móveis infantis e juvenis, a Cia. do Móvel investe R\$ 4 milhões em seu projeto de internacionalização. Com isso, a empresa vai ampliar o seu portfólio com produtos importados e iniciar o processo de exportação de móveis para América Latina, Estados Unidos e Europa.
 Leia Mais | Comentários

Fornecedores
Campanha da Sazon Premia com Serviços de Beleza
 A marca de temperos Sazon lança a promoção "Sazon Prêmios Cheios de Amor", que oferece experiências aos consumidores, entre massagens relaxantes, sessões de pilates e cortes de cabelo. Criada pela TLC Marketing, a campanha terá dois períodos de participação: de 1º de fevereiro a 31 de março.
 Leia Mais | Comentários

Lançamentos
Formaggio Mineiro Cria Pão de Queijo Especial

Negócios
Exportação de Café Verde Bate Recorde em Janeiro

Redes / Shopping
Saraiva Direciona Campanha a Universitários
 A Saraiva desenvolveu uma campanha de volta às aulas direcionada ao público universitário, intitulada "Tudo o que você é no mesmo lugar". Válida para as lojas físicas e o e-commerce até o dia 26 de março, a iniciativa conta com livros técnicos e itens de papelaria, com parcelamento em até 15 vezes sem juros no cartão Saraiva.

Pão de Queijo de Gorgonzola

Formaggio Mineiro Cria Pão de Queijo Especial



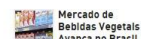
12/02/2019

O pão de queijo de gorgonzola é a novidade da Formaggio Mineiro. O produto é feito com 45% de queijo na formulação. A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o gorgonzola com sabor predominante, meia cura e parmesão. De acordo com a empresa, o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes. No varejo, o pão de queijo de gorgonzola será comercializado em pacotes de 2kg, no tamanho de 20g. No entanto, será oferecido em empórios e cafeterias, bem como nas lojas próprias da Formaggio Mineiro, atualmente com quatro unidades na capital paulista: Campo Belo, Moema, Vila Leopoldina e Jardins.

Compartilhe [f](#) [in](#) [t](#) [w](#)

enviar por email

imprimir notícia



Veículo: Portal New Trade

Data: 12.02.2019

Assunto: Gorgonzola



LANÇAMENTOS

Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola

Por Redação — Data 12 fev, 2019



255 0

A Formaggio Mineiro, marca de pão de queijo gourmet lançou o pão de queijo de gorgonzola, único produzido com 45% de puro queijo na formulação.

A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o gorgonzola com sabor predominante, meia cura e parmesão. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes. De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, o objetivo é expandir a variedade do pão de queijo oferecendo novos sabores a partir da fórmula tradicional e conquistando cada vez mais apreciadores de comida de verdade, como define seu mix de produtos.

No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas.



ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Pela primeira vez, três empresas brasileiras compõem ranking dos maiores...



Carnaval é feriado em apenas um estado do Brasil; veja como ficam as folgas na...



Fintechs facilitam o acesso do consumidor a novos serviços financeiros



DIRF 2019: Tudo o que você precisa saber



Ótica GrandVision by Fototica inaugura loja em Balneário Camboriú

< ANT PRÓX >

<https://newtrade.com.br/lancamentos/formaggio-mineiro-lanca-pao-de-queijo-de-gorgonzo>

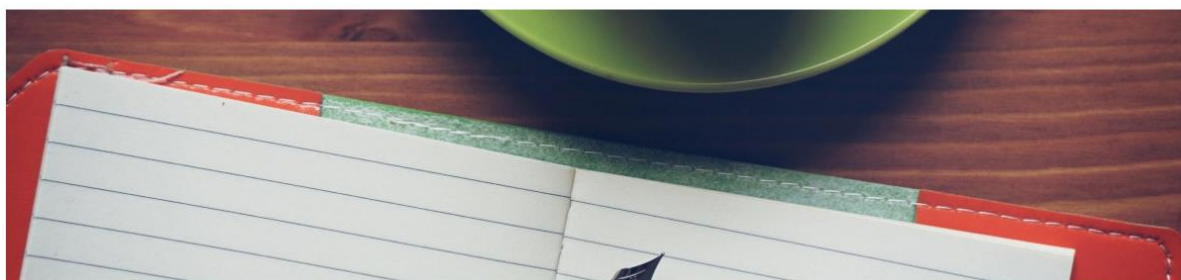
la/

Veículo: Portal Canal Executivo

Data: 12.02.2019

Assunto: Gorgonzola

Canal Executivo Carreiras & Gestão Contato Dança das Cadeiras Empresas Pesquisas Sobre
Informação para quem decide



Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola



canalexecutivoblog

12

12America/Sao_Paulo
fevereiro

12America/Sao_Paulo
2019

Empresas

A Formaggio Mineiro, marca de pão de queijo gourmet lançou o pão de queijo de gorgonzola, único produzido com 45% de puro queijo na formulação.

A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o gorgonzola com sabor predominante, meia cura e parmesão. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes. De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, o objetivo é expandir a variedade do pão de queijo oferecendo novos sabores a partir da fórmula tradicional e conquistando cada vez mais apreciadores de comida de verdade, como define seu mix de produtos.

No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas.

PESQUISAR



INFORMAÇÃO PARA QUEM DECIDE

Canal Executivo é um blog focado no mundo corporativo. Divulgamos informações úteis para empresários, executivos e empreendedores. Também temos uma seção focada no jovem, chamada Canal Executivo Júnior

Anúncios

Earn money
from your
WordPress site

WordAds

<https://canalexecutivoblog.wordpress.com/2019/02/12/formaggio-mineiro-lanca-pao-de-queijo-de-gorgonzola/>


Veículo: Instagram Portal New Trade

Data: 12.02.2019

Assunto: Gorgonzola

Instagram

Entrar Inscrever-se



portalnewtrade • Segue

portalnewtrade Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola
Acesse o site e saiba mais -
<http://bit.ly/2Bwbnth>

3 gostos
HÁ 22 HORAS

Faça o login para curtir ou comentar.

https://www.instagram.com/p/BtyVi_thCuB/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=mpeyh0757019

Veículo: Portal Milk Point

Data: 14.02.2019

Assunto: Gorgonzola

SP: Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola

GIRO DE NOTÍCIAS
HÁ UM DIA



A **Formaggio Mineiro**, marca de **pão de queijo gourmet** lançou o pão de queijo de gorgonzola, único produzido com 45% de puro queijo na formulação.

A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o **gorgonzola** com sabor predominante, **meia cura** e **parmesão**. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes. De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, o objetivo é expandir a variedade do pão de queijo oferecendo novos sabores a partir da fórmula tradicional e conquistando cada vez mais apreciadores de comida de verdade, como define seu mix se produtos.



No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas.

As informações são do portal Newtrade.

MAIS EM GIRO DE NOTÍCIAS

- Queijo do Sô Batistinha é o mais novo lançamento da Queijo D'Alagoa-MG
- UE: produção de leite é reduzida devido a menores entregas
- Antidumping: Justiça do DF intima Secex a se explicar no prazo de 72h
- AL: Mais Leite Saudável atende pequenos produtores de Mar Vermelho e Cajueiro
- Juliano Alarcon, Dr. Pastagem: "qual dor de cabeça o produtor quer ter n propriedade?"



<https://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/formaggio-mineiro-lanca-pao-de-queijo-de-gorgonzola-212543/>

Veículo: Guia Lat
Data: 14.02.2019
Assunto: Gorgonzola



Home » Cadeia do Leite » Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola

Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola

14/02/2019 10:33:53 - Por: Newtrade

No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas.



A Formaggio Mineiro, marca de pão de queijo gourmet lançou o pão de queijo de gorgonzola, único produzido com 45% de puro queijo na formulação.

A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o gorgonzola com sabor predominante, meia cura e parmesão. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes. De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, o objetivo é expandir a variedade do pão de queijo oferecendo novos sabores a partir da fórmula tradicional e conquistando cada vez mais apreciadores de comida de verdade, como define seu mix de produtos.

No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas.

Publicidade



http://guialat.com.br/?p=detalhar_noticia&id=4366

Veículo: Twitter Guialat

Data: 14.02.2019

Assunto: Gorgonzola



The image is a screenshot of the Twitter profile for Guialat (@Guialat). At the top, there is a banner with a warm, holiday-themed background showing a glass of milk and a hand in a blue sock. The banner text reads: "Que a mensagem do NATAL de Amor e União seja a inspiração para um ANO NOVO de esperança e boas energias! FELIZ NATAL E UM PRÓSPERO 2019!". Below the banner, the profile header shows the name "Guialat" with a circular profile picture, and statistics: 11.9K Tweets, 421 Following, 258 Followers, and 749 Likes. A "Follow" button is visible. The main content area shows a tweet from Guialat (@Guialat) dated Feb 14. The tweet text is: "Formaggio Mineiro lança pão de queijo de gorgonzola. No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas bit.ly/2GHRjre". Below the text is a photograph of several round cheese breads (pão de queijo) on a wooden surface, with a wedge of gorgonzola cheese and a cheese fork in the background. To the right of the tweet is a "New to Twitter?" section.

<https://twitter.com/guialat>

Veículo: Portal Gastronominho

Data: 15.02.2019

Assunto: Gorgonzola

segunda-feira, fevereiro 18, 2019

Últimos:

Espumante da Casa Valduga é eleito o melhor da América Latina

f t i @



GASTRONOMINHO



INÍCIO COLUNISTAS COMIDAS BEBIDAS NOTÍCIAS CARDÁPIO SOBRE PARCERIAS



BRASIL NOTÍCIAS

Formaggio Mineiro inova com pão de queijo de gorgonzola

15/02/2019 Alex Minho 0 comentários Formaggio Mineiro, gorgonzola, novidade, pão de queijo

O produto é o único no Brasil feito com 45% de puro queijo na formulação

A receita exclusiva leva três tipos de queijos: o gorgonzola com sabor predominante, meia cura e parmesão. Vale ressaltar que o produto não contém gordura trans e nem glúten, e é livre de aditivos como conservantes e aromatizantes.

A originalidade surgiu da criatividade de seus fundadores, que estão sempre em busca de surpreender o paladar dos consumidores. De acordo com Mirany Soares, sócia-proprietária da Formaggio Mineiro, o objetivo é expandir a variedade do pão de queijo oferecendo novos sabores a partir da fórmula tradicional e conquistando cada vez mais apreciadores de comida de verdade, como define seu mix de produtos

.Outro diferencial dos pães de queijo Formaggio Mineiro é que, além de serem os únicos com mais de 40% de queijo na receita, são produzidos sem fécula de mandioca, proporcionando mais sabor e consistência incomparáveis diante das opções apresentadas no setor alimentício.

No varejo, o pão de queijo de gorgonzola está disponível em pacotes de dois quilos no tamanho de 20 gramas. Mas também pode ser apreciado e adquirido em alguns empórios e cafeterias, bem como nas lojas próprias da Formaggio Mineiro, atualmente com quatro unidades na capital paulista: Campo Belo, Moema, Vila Leopoldina e Jardins.

Formaggio Mineiro
Site: formaggiomineiro.com.br
Facebook: [FormaggioMineiro](https://www.facebook.com/FormaggioMineiro)
Instagram: [@FormaggioMineiro](https://www.instagram.com/FormaggioMineiro)

Foto destaque: reprodução
Fonte: divulgação

Compartilhe isso:



<http://gastronominho.com/formaggio-mineiro-inova-com-pao-de-queijo-de-gorgonzola/>