

## VALORIZAÇÃO DOS PROCESSOS ARTESANAIS NA PANIFICAÇÃO: UMA ANÁLISE SOBRE O PERFIL DO CONSUMIDOR

Bárbara Luiza Ribeiro **PAIXÃO**<sup>1</sup>  
Mariana Maria Pacheco **RODRIGUES**<sup>1</sup>  
Vinicius Drumond de Barros **ALEXANDRE**<sup>1</sup>  
Kleinia Anjos **VIANNA**<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Estudantes do Tecnólogo em Gastronomia – Faculdade Senac Belo Horizonte.

<sup>2</sup> Professor do Curso do Tecnólogo em Gastronomia – Faculdade Senac Belo Horizonte.

Palavras-chave: Panificação; Processos artesanais; Perfil do consumidor; Panificação artesanal; Panificação industrial.

### INTRODUÇÃO

A obra do Senac (2019) relata que no Oriente Médio foram encontrados vestígios do cultivo do trigo que datam 9.000 a.C.; que os egípcios tinham o costume de guardar massas de um preparo para o dia seguinte, e que o registro desses pães data de 1.500 a.C., o que mostra que a história dos pães está presente no cotidiano dos indivíduos há bastante tempo.

Conforme o livro “O pão na mesa brasileira”, o Brasil atual conta com cerca de 52 mil panificadoras que se dedicam à fabricação artesanal e comercialização de pães. Além disso, segundo um artigo publicado pelo SEBRAE em 2014, o setor de panificação representa 1,7% do PIB do Brasil. Ademais, em um artigo publicado pela Revista de Nutrição na Scielo, foi feito um estudo no centro de São Paulo, e observada a valorização pelo gosto "natural", caracterizado pelo "não industrializado" e por tudo o que é rotulado como artesanal (SOUZA et. al., 2009).

Nesse contexto, o objetivo deste estudo é analisar o perfil do consumidor da área de panificação de Belo Horizonte, assim como os produtos da área que estão sendo valorizados pelo público-alvo e os benefícios da panificação artesanal comparados à industrial.

Além disso, em um artigo postado na Scielo, pela Revista de Saúde Pública da UFRJ, o pão francês está entre os alimentos mais consumidos no Brasil, atrás somente do arroz, café e feijão, e sendo cerca de 60% da população brasileira consumidora do produto, o que torna o pão, um produto excepcionalmente presente no cotidiano brasileiro (GARCIA, 2003).

Com isso, o estudo poderá servir como material de futuras consultas, além de servir como instrumento de auxílio para futuros estudantes e pesquisadores que tenham interesse na área em que o trabalho aborda.

## **METODOLOGIA**

De acordo com Vergara (2007), os tipos de pesquisa podem ser definidos por dois critérios básicos, quanto aos fins e quanto aos meios. No trabalho em questão, quanto aos fins, será utilizada a pesquisa exploratória, que é realizada em áreas de pouco conhecimento sistematizado, não comportando hipóteses na sua fase inicial, porém estas poderão surgir naturalmente ao longo do trabalho.

Quanto aos meios serão utilizadas as pesquisas bibliográficas; e as pesquisas experimentais em que serão aplicados questionários através do *Google Forms*, estruturados com questões abertas e fechadas. Além disso, a pesquisa será feita na região de Belo Horizonte para que seja respondida pelos seus respectivos habitantes.

Já o universo da pesquisa foi aplicado para pessoas que possuem interesse na panificação, e a amostra foi definida pelo critério aleatório simples, sendo composta por 69,4% mulheres; 28,2% homens e 2,4% não binário. Essa modalidade pode ser dividida em várias etapas, como: formulação do problema, definição da unidade-caso, coleta de dados, avaliação, análise dos dados e preparação do relatório.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Diante do questionário aplicado com indivíduos belo-horizontinos através do *Google Forms*, pode-se perceber diversas informações sobre o consumidor de produtos de Panificação na cidade. Em sua pluralidade, houve mais respostas de mulheres; pessoas entre 18 e 25 anos; que possuem o ensino superior incompleto e renda mensal menor que dois salários-mínimos.

Além disso, com os dados da pesquisa, foi possível notar que a maior parte das pessoas (78,6%) consome pães em seu dia a dia, sendo mais comum o consumo diário, ou seja, os produtos de Panificação estão altamente presentes no cotidiano da população. Ainda, o produto mais consumido pelo público, é o “pão francês” (91,8%), mas que na taxa de valorização, o mesmo produto fica apenas com 70,6% de votos, estando atrás de produtos como a baguette

francesa (36,5%), pão de forma artesanal (34,1%) e os brioques (30,6%), sendo ambos produtos artesanais.

Ademais, o formulário captou a importante informação: 71,4% dos entrevistados consomem mais produtos de panificação que são industriais, porém, 92,9% destes, valorizam mais os produtos artesanais. Apesar disso, os benefícios do processo artesanal não são tão amplamente compreendidos pelos entrevistados, visto que as respostas quanto à importância deles não passaram de 50%.

## CONCLUSÕES FINAIS

No trabalho em questão, se pôde compreender, por meio da pesquisa realizada e do material obtido, que os indivíduos, apesar de consumirem muito mais produtos industriais, preferem e valorizam mais os produtos artesanais. Além disso, forneceu informações importantes para compreendermos o público na região de Belo Horizonte. Porém, foi possível notar que a maioria ainda não compreende os benefícios dos produtos artesanais, além de que 41% das pessoas disseram ter indisponibilidade de compra próximo à residência.

## REFERÊNCIAS

SciELO. **Alimentos mais consumidos no Brasil**: inquérito nacional de alimentação 2008-2009. 2011. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/rsp/2013.v47suppl1/190s-199s/>>. Acesso em: 28 set. 2020.

SciELO. **Reflexos da globalização na cultura alimentar**: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. 2003. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732003000400011&script=sci\\_arttext&tIng=pt](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732003000400011&script=sci_arttext&tIng=pt)> Acesso em: 28 set. 2020.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cadernos de Inovação em Pequenos Negócios**: orientadores. 2014. Disponível em: <<http://www.cadernosdeinovacao.com.br/>>. Acesso em: 25 set. 2020.

SENAC. Departamento Nacional. **O pão na mesa brasileira**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2019.

SENAC. **Manual prática de panificação**. São Paulo: Editora Senac. São Paulo, 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2007.