

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE MARÍLIA ESTUDANTE RAFAEL ALMEIDA
CAMARINHA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ALIMENTOS**

MAYARA SANTOS SACONE

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PÃO FRANCÊS INTEGRAL

**MARÍLIA/SP
1º SEMESTRE/2022**

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
PAULA SOUZA**

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE MARÍLIA ESTUDANTE RAFAEL ALMEIDA
CAMARINHA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ALIMENTOS

MAYARA SANTOS SACONE

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PÃO FRANCÊS INTEGRAL

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Tecnologia
de Marília para obtenção do Título de
Tecnóloga em Alimentos.

Orientadora: Profa. Dra. Marie Oshiiwa

**MARÍLIA/SP
1º SEMESTRE/2022**

RESUMO

A busca pela vida saudável é a meta de boa parte da população. A prática de atividade física aliada ao consumo de alimentos que trazem benefícios à saúde traz o benefício desejado. Dentre esses alimentos, pode-se destacar os integrais que se tornam mais presentes na mesa dos consumidores. O objetivo do estudo foi traçar o perfil dos consumidores de pão integral juntamente com a determinação dos fatores que motivam esse consumo. Através da aplicação do questionário no *Google Forms*. Os resultados dessa pesquisa revelaram que a maioria dos 141 participantes voluntários é do gênero feminino (68,1%) e jovem (91,5% com idade entre 18 e 35 anos). Os principais motivos que fizeram os entrevistados mudarem de hábito para o consumo desse alimento foram por conhecimento dos seus benefícios (30,4%) e por recomendação médica e/ou nutricional (28,3%). 71,6% dos participantes responderam que mais familiares consomem algum tipo de pão integral apesar de aproximadamente metade dos participantes (48,8%) não acharem o preço acessível ao consumo constante.

Palavras-chave: Consumidores. Pão integral.

ABSTRACT

The search for a healthy life is the goal of a large part of the population. The practice of physical activity combined with the consumption of foods that bring health benefits bring the desired benefit. Among these foods, we can highlight the integral foods that become more present on the consumers' table. The objective of the study was to trace the profile of consumers of wholemeal bread together with the determination of the factors that motivate this consumption. Through the application of the questionnaire in Google Forms. The results of this research revealed that the majority of the 141 volunteer participants are female (68.1%) and young (from 18 to 35 years old). The main reasons that made the interviewees change their habit to consume this food were knowledge of its benefits (30.4%) and medical and/or nutritional recommendations (28.3%). 71.6% of the participants answered that more family members consume some type of wholemeal bread, although approximately half of the participants (48.8%) did not find the price affordable for constant consumption.

Keywords: Consumers. Whole grain bread.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	4
2	MATERIAL E MÉTODOS	5
3	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	5
4	CONCLUSÃO	12
	REFERÊNCIAS	13
	ANEXO A	16

1 INTRODUÇÃO

A busca pela vida saudável é a grande revolução do século XXI. A prática de atividades físicas associada à alimentação que beneficiam a saúde faz com que os alimentos integrais passem a fazer parte da mesa das famílias.

Segundo Santos (2011), atualmente, no Brasil houve alterações sobre questões alimentares e nutricionais, aumentando assim o hábito de se alimentar e pela procura de alimentos que promovem a saúde tanto humana, quanto animal e ambiental.

Esses tipos de alimentos têm como benefícios fibras alimentares, a fim de prevenir doenças como também se alimentar saudavelmente. A fome oculta (deficiência de nutrientes) é um dos maiores problemas mundialmente, atingindo 2 bilhões de pessoas. Esse tipo de deficiência é causado por inúmeros motivos, como: custos de produtos alimentícios, disponibilidade, falta de hábito e conhecimento nutricional, preferências nutricionais, etc. Entre esses motivos, aponta-se que os consumidores desses alimentos levam em consideração o sabor e preço dos mesmos do que suas questões nutricionais. Em virtude disso, países como o Brasil, futuramente pode encontrar dificuldades econômicas, sociais e de saúde devido essa falta de hábito ao se alimentar melhor (SIQUERI et al., 2018).

Segundo ABREU (2001) os padrões de consumo alimentar estão variando significativamente em diferentes partes do mundo, isto é, dependendo do grau de desenvolvimento e condições econômicas e políticas para a produção. Concorrentes, o aumento da população e o envelhecimento no mundo, aliam-se ao "padrão alimentar" que vem seguindo inerte, podendo significar um agravamento dos problemas nutricionais.

Temos muitos alimentos que juntamente com as farinhas integrais, fazem uma boa alimentação de teor saudável, como a beterraba, rica em fontes de açúcares, vitaminas e minerais como Vitaminas A, B1, B2, B5, C, potássio, sódio, fósforo, cálcio, zinco, ferro e manganês; apresentando em sua composição alto valor nutricional e compostos fotoquímicos, como o ácido ascórbico, carotenoides e ácidos fenólicos, e possuindo também pigmentos conhecidos como betalaínas. (CÁCERES et. al, 2021.)

Muitas indústrias atualmente, desenvolvem produtos com concentrações elevadas de fibras alimentares devido ao baixo consumo de fibra na dieta de brasileiros com patologias decorrentes, assim, tentando reeducar os hábitos alimentares saudáveis de consumidores a fim de prevenir doenças (CÁCERES et al., 2021).

A indústria alimentícia reforça nos últimos tempos o investimento em pesquisadores e tecnologias visando os efeitos metabólicos, fisiológicos e benefícios à saúde dos consumidores. O bem-estar e saúde podem ser veículos de promoção para reduzir os riscos de algumas doenças, incentivando pesquisas e desenvolvimento de novo produtos (MENESES et al., 2021).

Os consumidores buscam cada vez mais por alimentos que tenham funcionalidade benéfica para a sua saúde, possibilitando vantagens nutricionais, dietéticas e metabólicas. Na área da panificação, pesquisas substituindo a farinha de trigo por farinhas de outras fontes de matéria-prima e mais saudáveis são constantes (RODRIGUES; VANIN, 2020).

O objetivo deste trabalho foi traçar o perfil dos consumidores de pão integral juntamente com a determinação dos fatores que motivam esse consumo, através da aplicação do questionário no *Google Forms*.

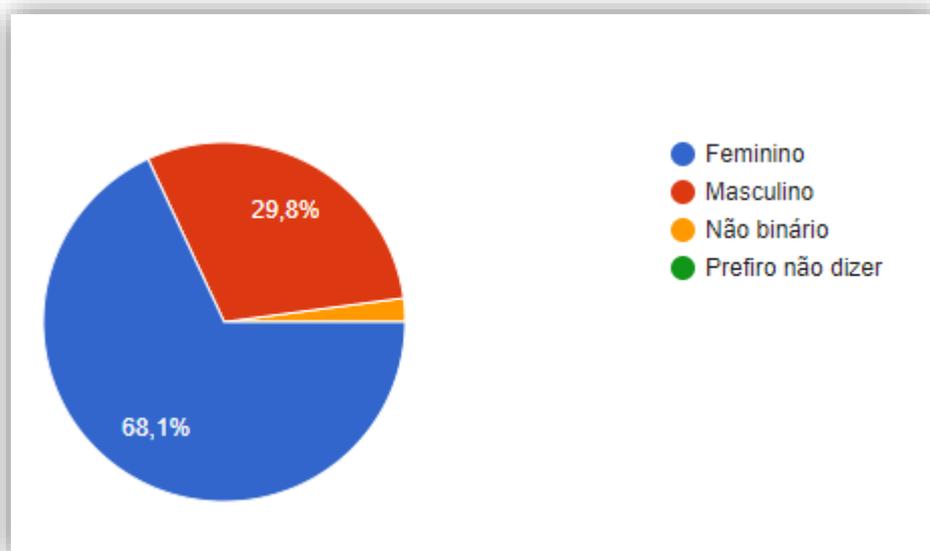
2 MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo foi realizado via rede social, um questionário foi aplicado na plataforma *Google Forms* para coleta de dados. Aberto para 25 de outubro de 2021, encerrado no dia 03 de novembro de 2021 totalizando 141 consumidores de pão integral que espontaneamente participaram da pesquisa. O questionário foi composto por 10 questões, conforme Anexo A, para traçar o perfil dos consumidores de pão francês integral.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As respostas dos 141 participantes que responderam ao questionário aplicado foram descritas em gráficos apresentados a seguir.

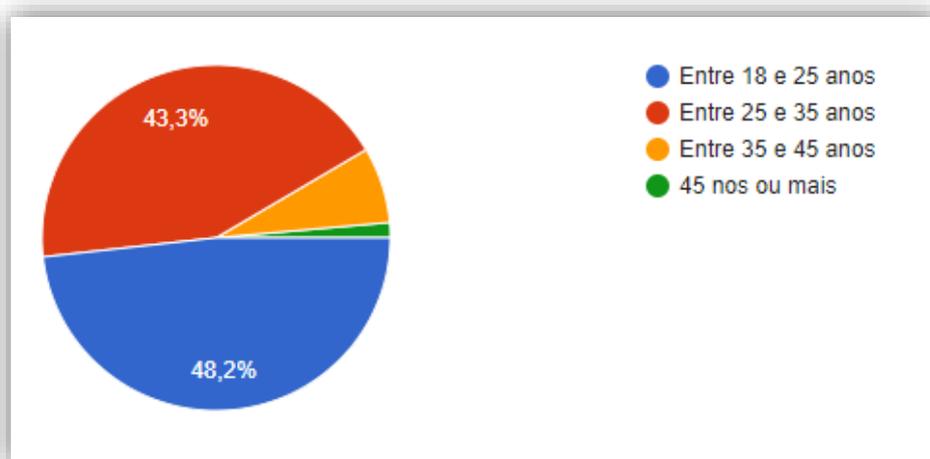
Figura 1 - Participantes da entrevista segundo o gênero



Fonte: Autores

A figura 1 mostra que dos 141 participantes a maioria (68,1%) são do sexo feminino. Seguido de 29,8% do sexo masculino e a minoria 2,1% não binário.

Figura 2 - Participantes da entrevista segundo faixa etária



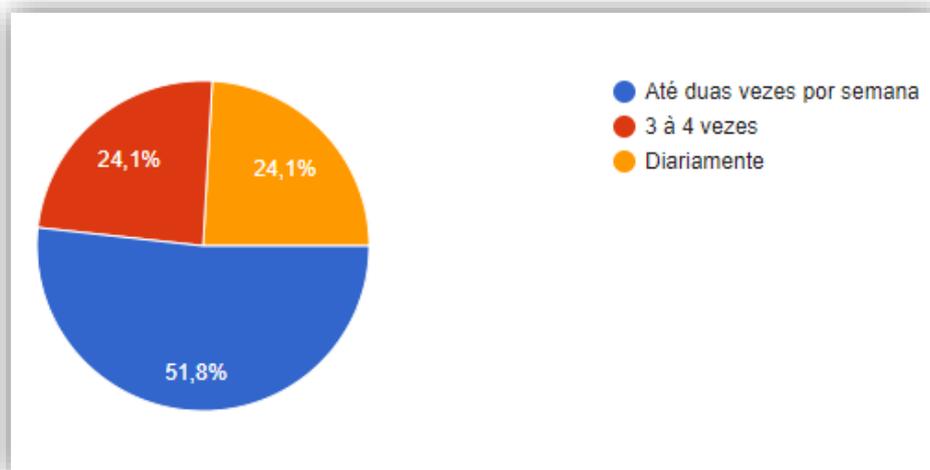
Fonte: Autores

Na figura 2 podemos observar que a maioria (48,2%) têm entre 18 e 25 anos, seguido de 43,3% com idade entre 25 e 35 anos, caracterizando um público jovem.

Em 2020, 84% dos participantes da Universidade Federal de Sergipe – UFS responderam um questionário aleatoriamente, 36% tinham entre 19 e 22 anos e 19%

acima de 30 anos, sendo 76% do sexo feminino e 24% do sexo masculino (MENESES et al., 2021).

Figura 3 - Frequência de consumo de pães integrais segundo os participantes

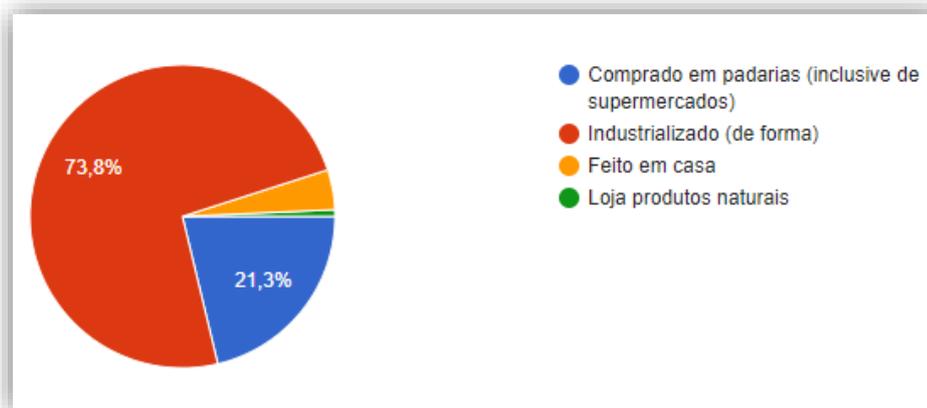


Fonte: Autores

A frequência de consumo do pão integral conforme apresentado na figura 3, mostra que 51,8% dos entrevistados consomem pão integral até duas vezes por semana. Enquanto 24,1% consomem de 3 à 4 vezes por semana, acompanhado da mesma quantidade que consome semanalmente.

Segundo Bacari et al., no ano de 2017, foi feita uma pesquisa de campo na cidade de Cuiabá-MT, onde 48,7% dos participantes de um grupo denominado 'A' consumiam de 1 a 3 vezes/semana alimentos integrais, e 7,3% de 1 a 6 vezes/mês; 12,1% poucas vezes ao ano; 12,1% 1 a 3 vezes/mês; e 21,9% 4 a 6 vezes/semana. Já o grupo denominado 'B' 35,5% consumiam de 1 a 3 vezes/semana, e 11,1% consumiam de 1 a 3 vezes/mês; 22,2% poucas vezes ao ano; 15,5% de 1 a 6 vezes/mês e a mesma porcentagem para o consumo de 4 a 6 vezes/semana (15,5%).

Figura 4 - Tipo de fabricação dos pães segundo os participantes

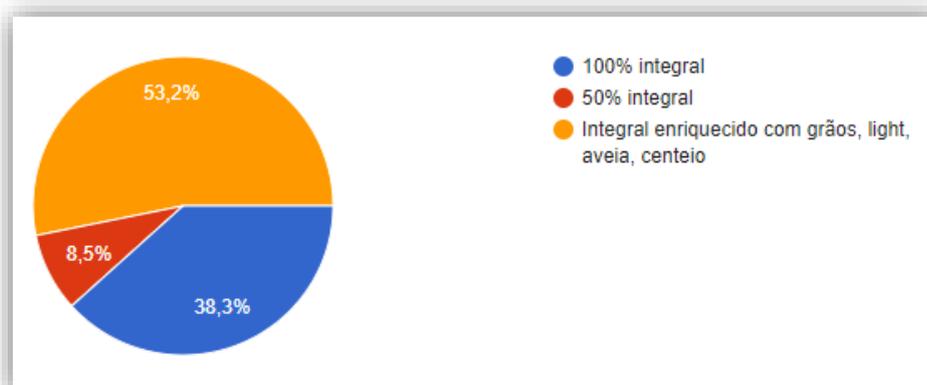


Fonte: Autores

Os tipos de fabricação dos pães integrais segundo os participantes, 73,8% responderam que é industrializado, 21,3% compram em padarias (inclusive de supermercados) e 4,3% consomem o pão integral feito em casa. Apenas 1 participante consome pão do tipo integral comprado em loja de produtos naturais.

Uma análise físico-química feita na cidade de Florianópolis, mostrou que amostras industrializadas apresentam declaração de teor de fibras, farinhas e grãos integrais em seus rótulos, sendo bastante inferiores à concentração mínima de 51% de farinha e/ou grãos integrais exigidas pela instituição *Food and Drug Administration* (FDA) para alimentos intitulados como integrais em seu rótulo. Produtos artesanais não expressam em seus rótulos estes valores (ANTON et al., 2006).

Figura 5 - Tipo de pão consumido segundo os participantes



Fonte: Autores

Dos tipos de pães integrais citados, 53,2% dos participantes consomem pão do tipo integral enriquecido com grãos, light, aveia, centeio. 38,3% optam pelo pão 100% integral. A minoria 8,5% escolhem o pão 50% integral.

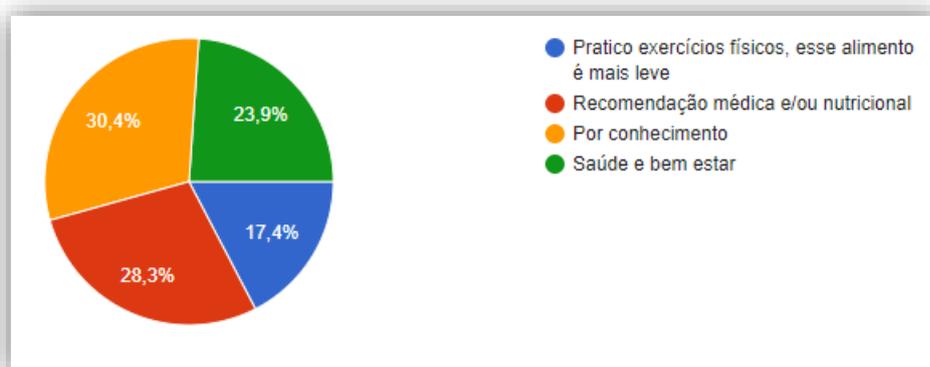
Figura 6 - Opinião dos participantes em questão aos pães 100% integrais



Fonte: Autores

Segundo a opinião dos participantes 68,8% disseram que os pães 100% integrais são uma boa opção aos outros tipos pela sua quantidade de fibras. 20,6% responderam que as variações de tipos integrais são todos iguais, sendo uma invenção do mercado. E apenas 10,6 preferem os tipos 100% integrais (figura 6).

Figura 7 - Motivo de consumo segundo os participantes

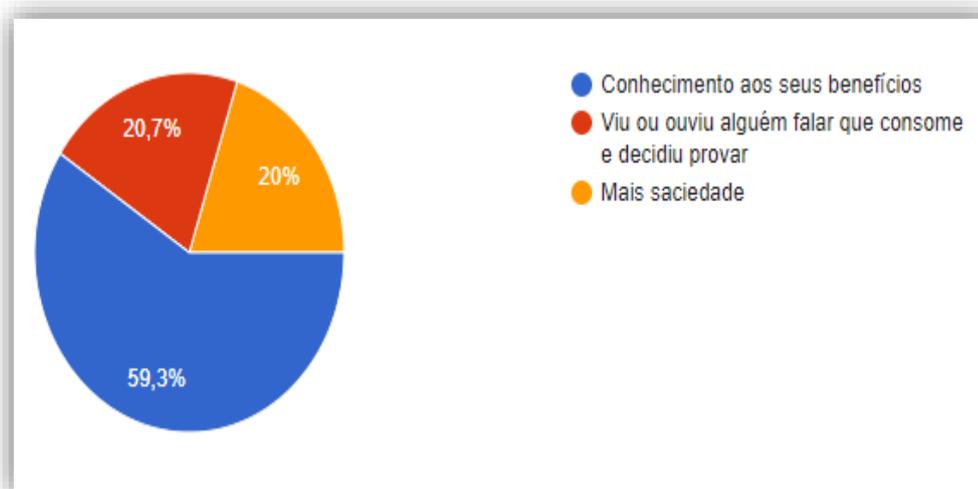


Fonte: Autores

Em relação ao motivo de consumo, 30,4% consomem pão francês integral por conhecimento, 28,3% por recomendação médica e/ou nutricional, 23,9% se alimentam desses pães pela saúde e bem-estar e 17,4% consomem porque pratica exercícios físicos e esse tipo de pão é mais leve.

Estudos realizados anteriormente, mostraram que entre agosto e novembro de 2017, dois grupos de distintos, da mesma região disseram que o motivo pelo consumo de alimentos integrais é para melhor desempenho físico para os mesmo dois grupos (6,6%), enquanto 38,3% dos participantes do grupo A é por manter hábito de vida saudável, e para o grupo B 48,3% (BACARI et. al. 2017).

Figura 8 - O que levou esse hábito de consumo segundo os participantes

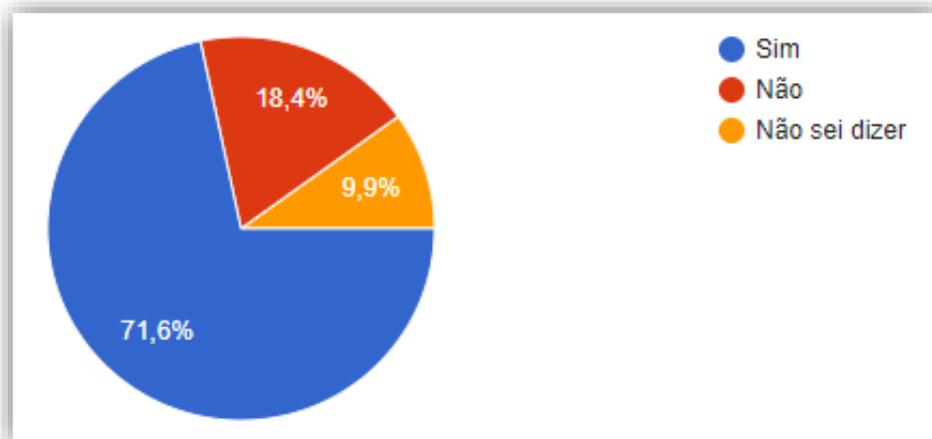


Fonte: Autores

Sobre hábito de se alimentar de pães integrais, 59,3% conhecem os benefícios deles. 20,7% consomem porque viu ou ouviu comentário de outro consumidor e decidiu provar. Enquanto 20% consomem porque traz mais saciedade.

Para Nunes (2018), a maioria dos consumidores de alimentos integrais (85%), são motivados pela saúde, alegando ser um alimento funcional, trazendo benefícios a saúde, além de funções básicas nutricionais, quando associadas a alimentação equilibrada e hábitos de vida saudável. E uma pequena porcentagem (4%) consomem por conhecer amigos consumidores.

Figura 9 - Demais familiares consomem algum tipo de pão integral segundo os participantes

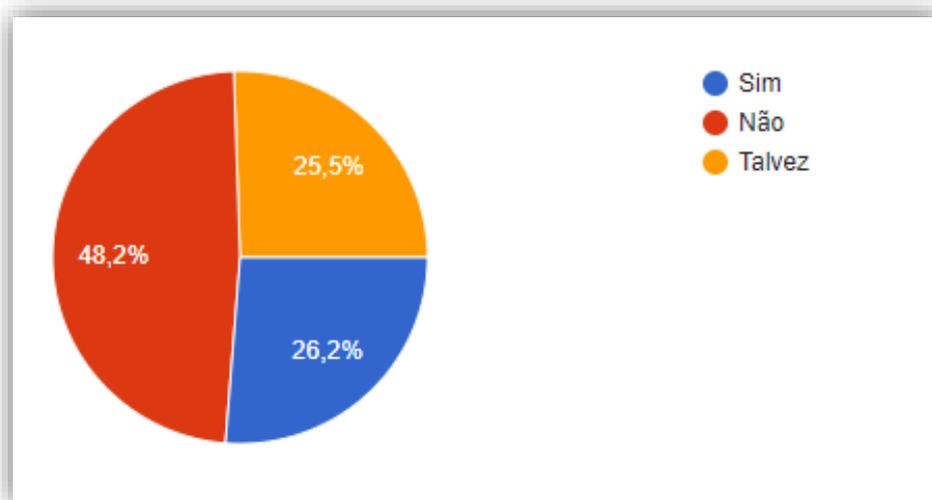


Fonte: Autores

Em relação a figura 9, 71,6% dos participantes responderam que mais familiares consomem algum tipo de pão integral, seguido de 18,4% para não e a minoria (9,9%) não soube informar.

Bacari et. al. (2017) caracterizou o perfil das famílias consumidoras de alimentos integrais na cidade de Cuiabá-MT no ano de 2017, a pesquisa não contemplou análise estatística de dados, mas pode-se observar que há uma interação entre a saúde e consumo de alimentos integrais juntamente com a família.

Figura 10 - Acessibilidade de preço da região dos participantes



Fonte: Autores

De acordo com a acessibilidade de preço dos pães integrais segundo os participantes, 48,8% não consideram acessível, contra 26,2% concordam com a acessibilidade do valor. Enquanto 25,5% disseram que talvez seja acessível em sua região.

Revelou-se em uma pesquisa de análise e conhecimento de consumidores de pães integrais “que o preço é um importante fator de decisão de compra dos produtos integrais, relatando assim os consumidores, elevado custo desses alimentos” (LEITE; LENQUISTE, 2017 apud RODRIGUES, SARON e NASCIMENTO, 2014).

4 CONCLUSÃO

Os participantes da pesquisa são, na sua maioria, femininos (68,1%) e jovens (de 18 a 35 anos). A preferência pelo pão de forma integral e industrializado foi a opção de 73,8%, seguido de 38,3% que se alimentam dos pães 100% integral e mais da metade dos entrevistados (51,8%) consomem até duas vezes na semana. O pão integral enriquecido com grãos, aveia, centeio e light é a preferência de 53,2% dos consumidores. Sobre os benefícios do pão 100% integral, 68,8% dos participantes afirmam que a quantidade de fibras faz desse alimento uma boa opção, enquanto somente 10,6% disseram ser o tipo preferido. Os principais motivos que fizeram os entrevistados mudarem de hábito para o consumo desse alimento foram por conhecimento dos seus benefícios (30,4%) e por recomendação médica e/ou nutricional (28,3%). 71,6% dos participantes responderam que mais familiares consomem algum tipo de pão integral apesar de aproximadamente metade dos participantes (48,8%) não acharem o preço acessível ao consumo constante.

REFERÊNCIAS

ABREU, E. S.; CRISTINA, I.; MORENO, TORRES, E. A. F. S.; VIANA R. B. **Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história. Saúde soc. 10 (2). Dez 2001.** Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-12902001000200002>. Acesso em: 15 jun. 2022.

ANTON, A. A.; DE FRANCISCO, A.; HAAS, P. ANÁLISE FÍSICO-QUÍMICA DE PÃES DA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS E A SITUAÇÃO DOS ALIMENTOS INTEGRAIS NO BRASIL. **Revista Alimentos e Nutrição, Araraquara** ISSN 0103-4235 v.17, n.4, p.381-386 out./dez. 2006. Disponível em: <http://200.145.71.150/seer/index.php/alimentos/article/viewFile/293/283> Acesso em: 26 maio 2022.

ARÇARI, DP.; BERNABE, AS.; FERRAZ, RRN.; FORNARI, JV; PAULO, KEA; SILVA, SC. Avaliação da rotulagem de barras de cereais com relação à adequada classificação quanto ao teor de fibras alimentares. ed. 7. **Revista: Saúde em Foco**, 2013.

BASIL M.; GLANZ K.; GOLDBERG J.; MAIBACK E.; SNYDER D. **Why Americans eat what they do: taste, nutrition, cost, convenience, and weight control concerns as influences on food consumption.** J Am Diet Assoc 1998; 98(10):1118-1126.

BECKER W.; FJELLSTROM C.; GIACHETTI I.; KEARNEY M.; LENNERMAS M.; SCHMITT A.; REMAUT De.; WINTER A. **Influences on food choice perceived to be important by nationally-representative samples of adults in the European Union.** Eur J Clin Nutr 1997; 51(Supl. 2):S8-S15.

CÁCERES, C.; de los Santos, M.L.P.; LIMA, N.F.; MOTA, B.B.; VERBES, M. P. URCAMP COMPOSIÇÃO NUTRICIONAL DE PÃO INTEGRAL ADICIONADO DE FARINHA DE BETERRABA. **Revista da 15º Mostra de Projetos Comunitários, Extensão e Integradores, Região da Campana.** ISSN 2526 – 4176. p. 151 – 156 out. 2021. Disponível em: <http://ediurcamp.urcamp.edu.br/index.php/rcmpce/article/view/4173>. Acesso em: 12 mar. 2022.

COPPE, T. S. F.; TANCREDI, R. C.P. Composição nutricional de produtos de panificação, na caracterização dos “integrais” e da segurança alimentar. **SEMEAR: REVISTA DE ALIMENTAÇÃO, NUTRIÇÃO E SAÚDE.** Rio de Janeiro. ed. Esp. SEMEAR 2021 2(2): pág. 21-23. Disponível em: <http://seer.unirio.br/ralnuts/article/view/10997>. Acesso em: 12, março 2022.

FIORINI, LS. Dossiê: fibras alimentares. **Revista Fi Brasil**, 2008. Disponível em: <http://www.revista-fi.com/materias/63.pdf>. Acesso em 22 ago. 2020.

Food and Agriculture Organization (FAO). Ending malnutrition: from commitment to action Rome: FAO; 2015.

LEITE A.; B.; LENQUISTE S.; A. ROTULAGEM NUTRICIONAL DE PÃES INTEGRAIS: ANÁLISE E CONHECIMENTO DOS CONSUMIDORES.

Colloquium Vitae, vol. 9, n. Especial, Jul–Dez, 2017, p.150 -157. Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE, Curso de Nutrição, Presidente Prudente, SP.

Disponível em:

<http://www.unoeste.br/site/enepe/2017/suplementos/area/Vitae/07%20-%20Nutri%C3%A7%C3%A3o/Rotulagem%20nutricional%20de%20p%C3%A3es%20integrais%20an%C3%A1lise%20e%20conhecimento%20dos%20consumidores.pdf>. Acesso em: 26 maio 2022.

LLOYD HM.; MELA DJ.; PAISLEY CM. Barriers to the adoption of reduced-fat diets in a UK population. **J Am Diet Assoc**. Reino Unido. v.95. edição 3, p.

316-322. 1995. Disponível em: [https://pubmed-ncbi-nlm-nih-](https://pubmed-ncbi-nlm-nih-gov.translate.goog/7860943/)

[gov.translate.goog/7860943/](https://pubmed-ncbi-nlm-nih-gov.translate.goog/7860943/) Acesso em: 7 jun 2022.

MENESES, T. S. C; OLIVEIRA, J. M. F.; SANTOS, J. A. B; SILVA, F. L. A. T; UCHÔA, F. O. **Perfil de consumo de alimentos probióticos funcionais: uma análise com estudantes da Universidade Federal de Sergipe – UFS.**

Sergipe. v.10. n. 17. p. 3. 2021.

NESTEL M. The politics of food choice. In: Nestel M, editor. **Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health Los Angeles.**

University of California Press Ltd.; 2002. p. 358-374.

NUNES, L. D. R. **Consumo de alimentos integrais e light em um município no Rio Grande do Sul.** 2022. 36 f. Trabalho de Conclusão de Curso

(Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia) - Universidade Federal do Pampa, Itaqui, 2018. Disponível em:

<https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/handle/riu/7049>. Acesso em: 26 maio 2022.

NASCIMENTO, K. O.; RODRIGUES, A. M.S.; SARON, M. L. **Análise do comportamento e hábitos de consumo de frequentadores de um supermercado no município de Barra Mansa – RJ.** Rev Verde. 2014;

9(2):185-194. Disponível em:

<https://www.gvaa.com.br/revista/index.php/RVADS/article/view/2710>. Acesso em: 26 maio 2022.

RODRIGUES, Y.; VANIN, F. M. Produção De Pão Francês a partir Da Substituição parcial de Farinha de Trigo Por Farinha De Banana Verde.

Revista de Avanço em Ciências e Tecnologia de Alimentos, Pirassununga, vol. 1, p. 357-395. Dezembro, 2020. Disponível em:

<https://www.editoracientifica.org/articles/code/201102076>. Acesso em: 12 mar. 2022.

SANTOS, CMB. Segurança Alimentar e Rotulagem de Alimentos sob a perspectiva do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro. **Percorso Acadêmico**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 327-346, jul/dez. 2011. Disponível em:
<http://periodicos.pucminas.br/index.php/percursoacademico/article/view/2260>
Acesso em: dez. 2021.

SIQUIERI, J. P. A.; FILBIDO, G. S.; BACARJI, A. G.
Perfil do consumidor de alimentos lácteos funcionais em Cuiabá-MT.
PRINCIPIA (JOÃO PESSOA), v. 1, p. 31-39, 2019.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO

Gênero:

- Feminino
- Masculino
- Não binário
- Prefiro não dizer

Faixa etária:

- Entre 18 e 25 anos
- Entre 25 e 35 anos
- Entre 35 e 45 anos
- 45 anos ou mais

Com que frequência consome pão integral:

- Até duas vezes por semana
- 3 à 4 vezes
- Diariamente

O pão integral consumido é:

- Comprado em padarias (inclusive de supermercados)
- Industrializado (de forma)
- Feito em casa

O tipo de pão que consumido é:

- 100% integral
- 50% integral
- Integral enriquecido com grãos, light, aveia, centeio

Em relação aos pães franceses 100% integrais, em sua opinião:

- São uma boa opção aos outros tipos pela sua quantidade de fibras

- Pra mim é tudo igual, é só mais uma invenção pro mercado
- É minha preferência

Por qual motivo começou consumir pão francês integral?

- Pratico exercícios físicos, esse alimento é mais leve
- Recomendação médica e/ou nutricional
- Por conhecimento

Como consumidor, o que levou em questão esse hábito de se alimentar desse tipo de pão?

- Conhecimento aos seus benefícios
- Viu ou ouviu alguém falar que consome e decidiu provar
- Mais saciedade

Há mais pessoas na sua família que também come pão integral?

- Sim
- Não
- Não sei dizer

Na sua região, o valor do pão integral é acessível na sua opinião?

- Sim
- Não
- Talvez