

# PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS CONSUMIDORES DE BISCOITOS POPULARES (SETE CAPAS) EM CURRAIS NOVOS/RN

**Maria Luísa Rocha de MACEDO (1); Odisséia Carla Pires GASPARETO (2); Dayene Louyse Lírío DANTAS (3)**

(1)Aluna Bolsista do IFRN/Campus Currais Novos, Rua Manoel Lopes Filho, 773, Valfredo Galvão, Currais Novos/RN, e-mail: [maria-luisa-rocha@hotmail.com](mailto:maria-luisa-rocha@hotmail.com)

(2)Professora do IFRN/Campus Currais Novos, Rua Manoel Lopes Filho, 773, Valfredo Galvão, Currais Novos/RN, e-mail: [odisseia.gaspareto@ifrn.edu.br](mailto:odisseia.gaspareto@ifrn.edu.br)

(3)Técnica voluntária IFRN/Campus Currais Novos, Rua Manoel Lopes Filho, 773, Valfredo Galvão, Currais Novos/RN, e-mail: [louyse\\_lirio@hotmail.com](mailto:louyse_lirio@hotmail.com)

## RESUMO

Os biscoitos populares são produtos bastante consumidos no Nordeste. Dentre eles, pode-se destacar o biscoito sete capas que, devido à sua tradição regional, tornou-se comum ao cotidiano das pessoas que vivem nessa região. O presente trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil do consumidor e avaliar seu gosto acerca desse alimento. Para tanto, aplicou-se um questionário avaliativo desses quesitos, no qual, após a análise das respostas, verificou-se que 100% dos entrevistados gostam de biscoitos populares e dão preferência aos produzidos na cidade de Currais Novos/RN. A respeito do público que mais consome o produto, segundo os questionários, são mulheres, de 30 a 39 anos, casadas, com o Ensino Médio Completo, residentes no Centro e com renda de 1 a 3 salários.

**Palavras-chave:** biscoitos populares; perfil do consumidor; biscoitos sete capas;

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado de biscoitos do Brasil passou por grandes transformações na década de 1990, fazendo com que o país abrisse suas fronteiras para a importação da farinha, matéria-prima essencial na fabricação dos biscoitos. Esse fato determinou o aumento da concorrência, uma vez que a importação de biscoito foi incentivada pelo governo.

Com a concorrência, as indústrias brasileiras investiram em qualidade, melhorando seus processos e produtos. Este fato fez com que os produtos importados tivessem suas vendas diminuídas.

O consumo de biscoitos aumentou, mas de 45% destas vendas provêm de pequenas e médias empresas. Segundo dados do SEBRAE (2008), o Brasil apresentou, em 2007, 1271 pequenos e micro fabricantes de biscoitos, concentrados, sobretudo em Minas Gerais (21%), São Paulo (16,5%), Rio Grande do Sul (11%), Bahia (9%) e Santa Catarina (8%), que, juntos, totalizam 2/3 dos fabricantes (MPES) de biscoitos do Brasil. O Rio Grande do Norte detém 2,7% destas fábricas.

Apesar do mostrado anteriormente, o Nordeste é a região que mais consome biscoitos (36,1%). Esse alto índice de consumo é confirmado pelos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), realizada pelo IBGE em 2003.

Segundo SEBRAE\_ES, os biscoitos populares são destinados a pessoas de poder aquisitivo mais baixo, sendo encontrados preferencialmente nas periferias das cidades e nas regiões rurais.

O mercado de biscoitos populares possui um grande número de concorrentes que fabricam produtos idênticos ou muito similares.

Com o intuito de identificar estes biscoitos este trabalho pesquisou os biscoitos populares vendidos em padarias e mercados do município de Currais Novos, RN.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 História**

O biscoito é um alimento consumido há milhares de anos. Inicialmente, era produzido a partir do amassamento dos grãos de trigos entre pedra, misturando água à massa e secando-a ao fogo, transformando em uma pasta seca e dura.

Uma das primeiras funções do biscoito foi como suprimento de batalha. No século XIX, na Inglaterra, o biscoito foi introduzido na fabricação industrial, perdendo seu atributo militar e ganhando o status de produto de luxo. Pouco tempo depois, o biscoito teve algumas de suas características modificadas para servir como acompanhamento para chás, sendo, portanto, comercializado para outros países com esse fim.

Com o tempo, os ingleses perceberam que o negócio de biscoitos poderia ser uma ótima fonte de renda em taxas e impostos. Com o súbito aumento no preço do produto, os fabricantes começaram a buscar novos métodos e técnicas mais econômicas e de maior rendimento, além de uma melhor forma de conservá-lo. No início do século XX, o alemão Hermann Bahlsen inventou uma embalagem hermeticamente fechada para melhor conservar o alimento.

Na América, o biscoito foi introduzido a partir da colônia inglesa. Nos primeiros anos de colônia não-industrializada, os Estados Unidos não tinham a estrutura necessária para fabricar os biscoitos, mas reconhecendo sua importância, importaram da Inglaterra os equipamentos necessários e deram início a magnífica indústria norte-americana de biscoitos, modificando até o nome do alimento de “biscuit” (inglês) para “cookies” (de origem holandesa).

Atualmente, o Brasil é o segundo maior produtor de biscoitos do mundo e está entre os maiores consumidores per capita. Esse consumo é ainda maior no Nordeste.

### **2.2 Tipos de Biscoito**

Segundo a Resolução CNNPA nº 12 de 1978, “biscoito ou bolacha é o produto obtido pelo amassamento e cozimento conveniente de massa preparada com farinhas, amidos, féculas fermentadas, ou não, e outras substâncias alimentícias.” (CNNPA, 1999).

Os biscoitos são divididos em recheados, semidoces (Maria, Maizena), doces (moldados/estampados) crackers (cream cracker/água e sal), waffers e outros (snacks e extrusados). Atualmente, esta é a divisão empregada para a caracterização dos fabricantes de biscoitos: Rechados/Maria/Maizena, secos e doces, crackers, waffers e outros.

O biscoito sete capas é um produto salgado (uma vez que contém cloreto de sódio em quantidade que acentua o sabor salgado) e muito popular no Nordeste. Segundo SILVA e BISPO, o mesmo tem seu nome relacionado à evocação um segredo, algo que deve ser coberto, tendo um significado místico pelo fato de ser formado por sete finas camadas de massa.

### **2.3 Ingredientes**

Podem-se dividir os ingredientes a partir de duas funções principais: amaciadores (como açúcar, gordura, emulsificante e fermento biológico) e estruturadores (como farinha, sal, leite, água e ovos) (SEBRAE/ESPM).

### 2.3.1 Farinha de trigo

A farinha de trigo é a matéria prima básica para o processo de produção dos biscoitos e, certamente, o de maior variedade em relação às demais. Por esse motivo, a escolha deve ser dada de maneira cautelosa, uma vez que, embora apresentando composições químicas similares, farinhas diferentes podem resultar em produtos de qualidades distintas.

### 2.3.2 Fermento Biológico

A levedura *Saccharomyces cerevisiae* é um ingrediente básico na formação de biscoitos fermentados. Sua principal função é o condicionamento das proteínas do glúten durante a elaboração dos biscoitos.

Pela ação do fermento, ocorre o aumento da produção de gás carbônico (CO<sub>2</sub>) e o aumento do volume na massa, resultando na leveza da mesma. Além disso, durante a fermentação a levedura produz os ácidos láctico e acético, que podem refletir na qualidade do produto final. São também produzidos outros componentes menores, tais como alcoóis, cetonas e ácidos, que contribuem para o aroma e sabor das massas e do produto final.

### 2.3.3 Água

A água é um dos mais importantes constituintes na formulação do biscoito, tendo como função dissolver os ingredientes solúveis e hidratar o glúten, promovendo o seu desenvolvimento. Seu conteúdo na massa encontra-se na faixa de 29 a 34%, em relação ao peso total da farinha. A quantidade de água é determinada pela força da farinha, sua absorção e consistência desejada da massa.

Segundo GAINES & FINNEY (1988) *apud* SEBRAE/ESPM a quantidade de água em um biscoito é responsável pelo tamanho, número, e uniformidade de espaços vazios, densidade, fissuras e estrutura da rede protéica.

### 2.3.4 Gordura

Na fabricação de biscoitos, são normalmente usadas gorduras em estado líquido, que auxiliam na obtenção de uma melhor dispersão durante um curto período de tempo da mistura.

EL DASH *et al.* (1982) e VITTI *et al.* (1988) *apud* SEBRAE/ESPM ressaltam o efeito benéfico do uso de gorduras nas massas, afirmando que funciona como amaciador de glúten e contribui para o aroma e sabor, melhora a expansão e lubrifica a massa dos biscoitos.

### 2.3.5 Sal (Cloreto de Sódio)

Os principais efeitos do sal nas massas dos biscoitos se manifestam na diminuição de absorção de água, no fortalecimento do glúten (auxiliando da produção de gás), além de contribuir para o melhoramento da textura, sabor e volume do produto.

### 2.3.6 Processamento

A produção da maior parte dos biscoitos é realizada da seguinte maneira: inicialmente é feita a mistura dos ingredientes, que tem a função de homogeneizar para formar uma massa uniforme; dispersar sólido no líquido ou líquido no sólido; formar soluções de um sólido num líquido e aerar a massa, deixando a menos densa. Após ser agregada no misturador, a massa é enviada para a fase de formação, onde os biscoitos são laminados por meio de um sistema composto por pares de rolos, nos quais, a distância entre os rolos vai diminuindo gradativamente. Posteriormente, é feito o corte, que pode ser de três tipos principais: o sistema de corte por prensa (estampadores), o sistema rotativo (corte por rolos) e o sistema de fios (corte por fio-arame), que é o mais utilizado por trabalhar com massas de consistências variadas, desde macias até mais rígidas. Após o corte, a massa vai para a assadura, que tem como funções remover a água e dar cor ao produto (graças ao processo de caramelização de açúcares). Na saída do forno, o biscoito ainda se apresenta mole e com alguma umidade, impedido o embalo imediato. Assim, deve passar por um túnel de resfriamento, onde o processo deve ser lento e sem a circulação de ar frio. “Três pontos devem ser levados em consideração no resfriamento para controlar a quebra do biscoito: formulação bem balanceada, normalmente contendo açúcar invertido; assadura em condições ideais, com o mínimo de variação no

conteúdo de umidade das diferentes partes e resfriamento em atmosfera quente e úmida, evitando-se correntes de ar frio e/ou soprado diretamente sobre os biscoitos.” (SEBRAE/ESPM).

Os biscoitos populares são feitos basicamente a partir de quatro ingredientes: manteiga ou margarina, farinha de trigo, açúcar e ovos, que, ao serem combinados variadamente e acrescidos de outros componentes formam o grande número de produtos.

O biscoito sete capas possui massa de característica crocante e seca, relativamente pobre em líquidos, e um formato mais simples e delicado, necessitando de pouco tempo para a incorporação da saliva ao produto antes de ser ingerido (coeficiente de embebição).

### **3 DESCRIÇÃO DA PROPOSTA**

A região Nordeste é uma das maiores consumidoras de biscoitos do Brasil. Em Currais Novos, a grande maioria dos biscoitos encontrados à disposição do cliente é produzida em fábricas ou panificadoras da própria cidade, gerando renda, facilitando a comercialização e minimizando possíveis injúrias e perdas ocasionadas, principalmente, durante o transporte. A procura do curraisnovense pelo biscoito sete capas mostra-se grande, uma vez que o alimento é culturalmente comum ao seu paladar, sendo cotidianamente consumido pelas famílias da cidade.

Desse modo, este trabalho busca avaliar o perfil dos consumidores dos biscoitos sete capas, assim como o nível de preferência dos consumidores pelos biscoitos produzidos e comercializados no Município de Currais Novos.

### **4 METODOLOGIA**

Foi elaborado um questionário com 11 perguntas, sendo 5 acerca dos biscoitos estudados (gosta de biscoitos populares; o que leva em consideração ao comprar biscoitos populares; costuma dar preferência aos biscoitos populares produzidos na cidade; com que frequência consome biscoitos sete capas e quais as marcas preferidas) e 6 relacionadas ao perfil do consumidor (sexo; idade; estado civil; grau de instrução; bairro residencial e renda familiar). Este questionário foi aplicado entre os dias 26 de maio e 21 de junho de 2010 em seis pontos comerciais do município de Currais Novos, sendo estes cinco padarias e um supermercado, selecionados de acordo com a venda dos biscoitos analisados, com a localização e frequência de clientes. Foram entrevistados ao todo 110 consumidores nos 6 estabelecimentos analisados e para a obtenção dos resultados foi verificada a frequência de citações e calculada a porcentagem em relação ao total de questionários aplicados.

### **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Após a análise dos resultados, verificou-se que 100% dos entrevistados disseram consumir biscoitos populares e dar preferência aos produtos consumidos na cidade.

A respeito do fator de escolha, 84% das pessoas afirmaram escolher os produtos a partir da qualidade, seguido do preço com 12% e a marca com 4%. Os quesitos aparência dos produtos, embalagens e indicação não receberam nenhuma marcação (Figura 1). A população começa a atentar para os critérios da Segurança Alimentar, quando prioriza a qualidade como fator de escolha e não o preço como era constantemente observado, mesmo se tratando de um público de poder aquisitivo mais baixo, como poderá ser visto no perfil sócio-econômico.

## 5.1 Biscoito Sete Capas

Quando perguntados sobre a frequência de consumo dos biscoitos populares (Figura 2), 45,45% dos entrevistados alegaram consumir os biscoitos sete capas todos os dias.

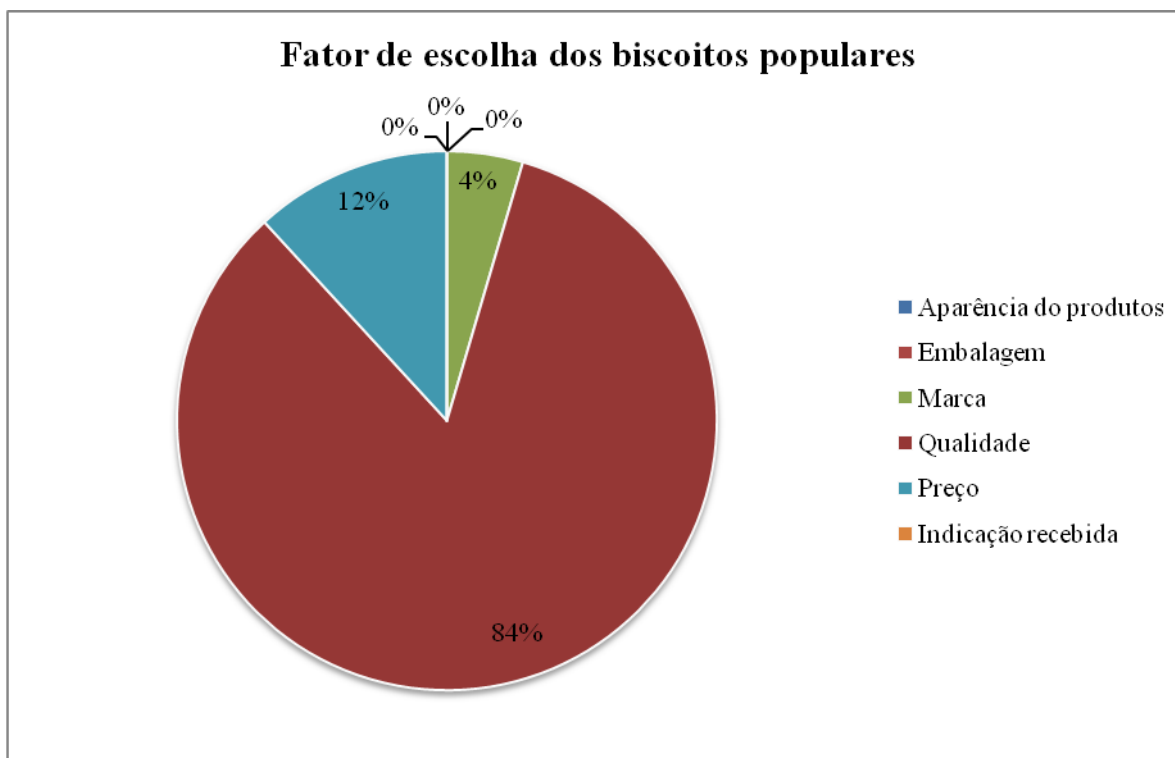


Figura 1 – Gráfico de fator de escolha dos biscoitos populares

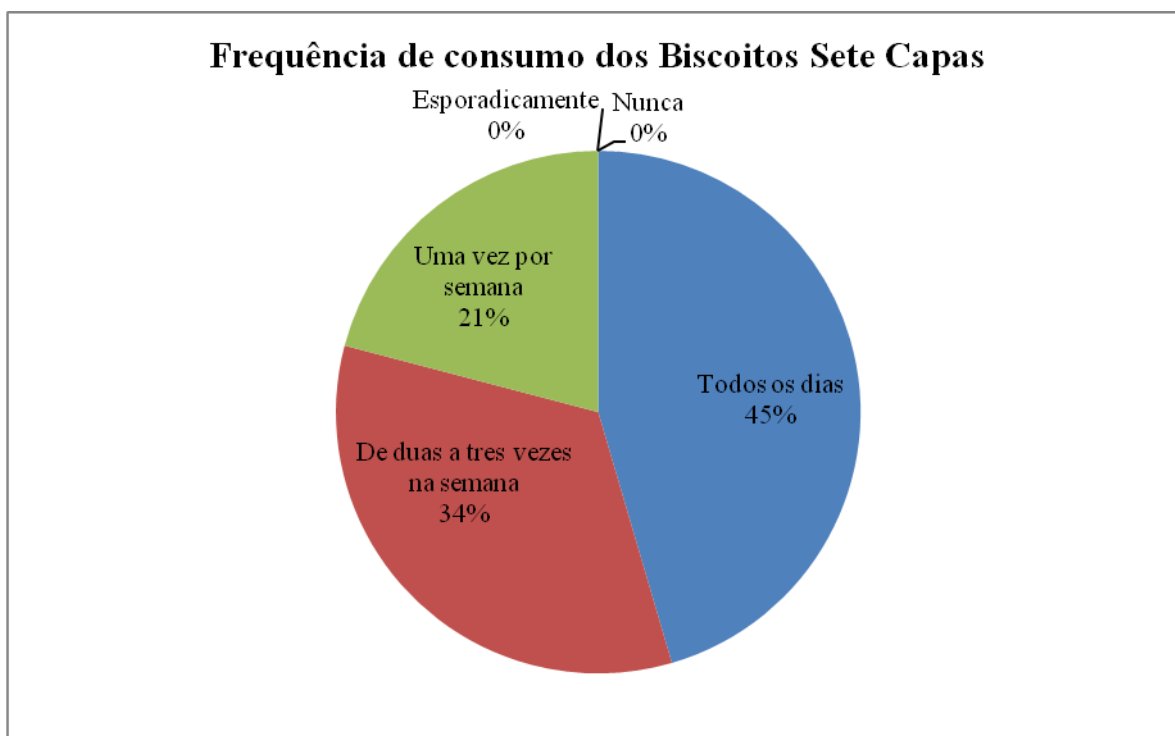
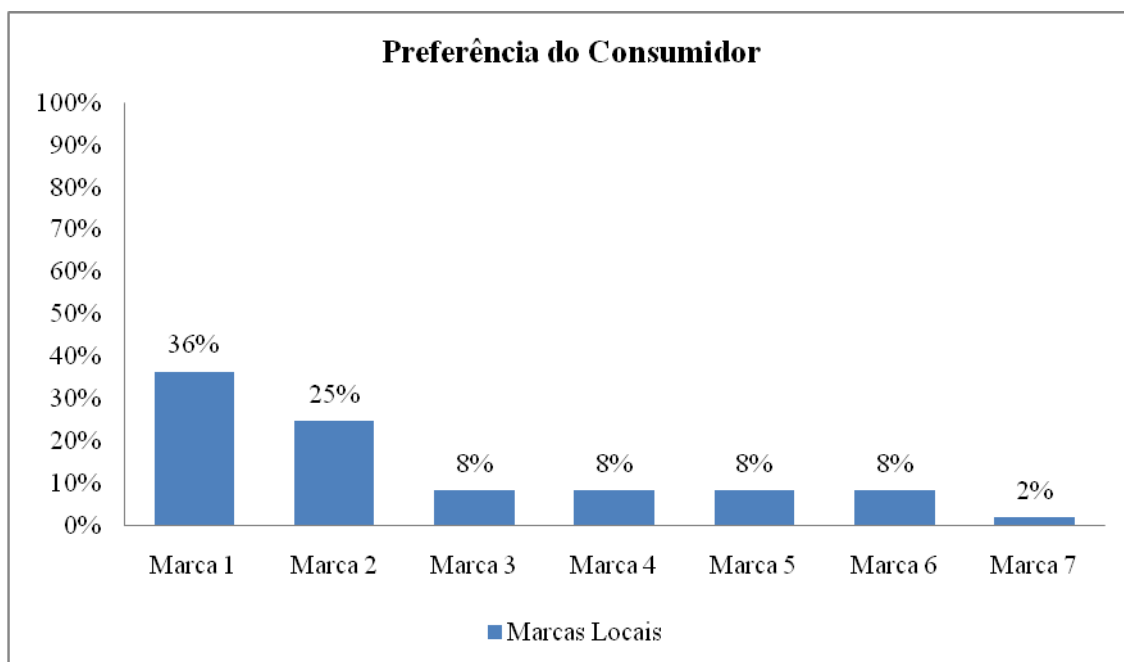


Figura 2 – Gráfico de frequência de consumo dos Biscoitos Sete Capas

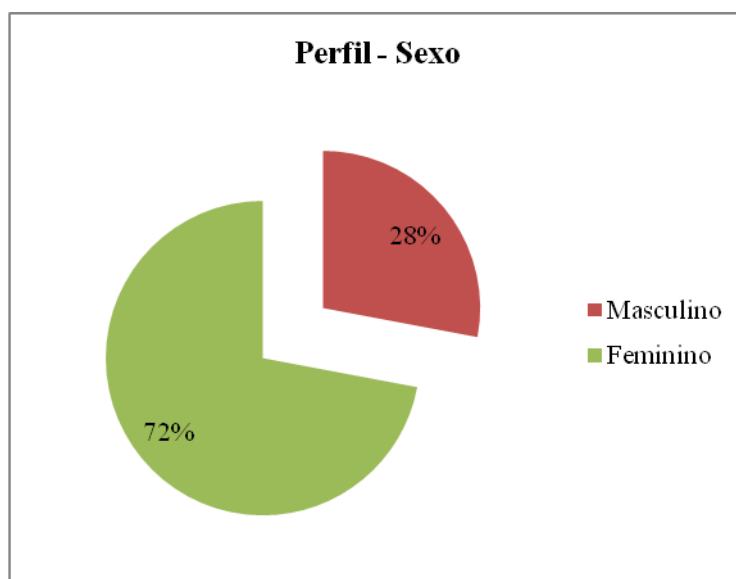
Os consumidores foram questionados sobre a “marca preferida” e estes puderam citar as marcas que mais consomem. Desta forma, observou-se (Figura 3) que a marca intitulada como “1” foi a que obteve a maior preferência do consumidor para o biscoito sete capas, com 36,36% das respostas. Para preservar o nome das marcas, foram atribuídos pseudônimos numerais.



**Figura 3 – Gráfico das Marcas de Biscoitos Sete Capas preferidas pelos consumidores.**

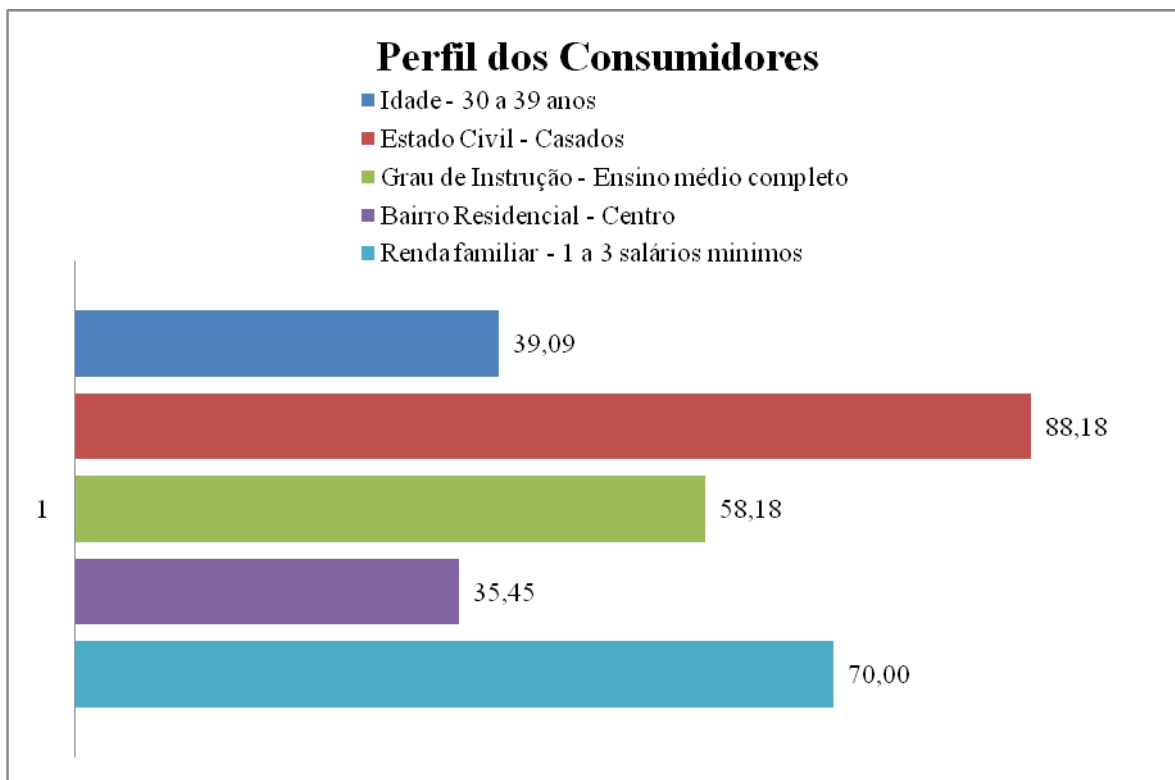
## 5.2 Perfil dos Consumidores

No questionário aplicado, objetivou-se também a identificação do perfil do consumidor de biscoitos populares comercializados em Currais Novos. A maioria das pessoas entrevistadas foram mulheres (72%), como pode ser visto na Figura 4, casadas e na faixa de 30 a 39 anos (Figura 5). Esse fato é comprovado por POESCHL (2000), que, em estudo, afirma que a participação da mulher nas compras é de 63,02%, enquanto a masculina resume-se a 48,98%.



**Figura 4 – Gráfico do percentual de pessoas do sexo feminino e masculino entrevistados.**

O perfil dos Consumidores pode ser analisados na Figura 5, onde traz informações sobre a faixa etária, estado civil, grau de instrução, bairro residencial e a renda dos entrevistados.



**Figura 5 – Perfil dos consumidores entrevistados.**

Quanto à faixa etária, a maioria dos entrevistados (39,09%) está entre 30 e 39 anos e a que consome menos biscoitos populares, segundo o questionário, são os menores de 19 anos, com apenas 2,72% das frequências de resposta. Este fato é facilmente compreendido, pois o consumo de biscoitos populares está muito ligado à tradição, e a maioria dos jovens está mais atenta a produtos industrializados. BOOG *et al* (2003), em estudo realizado com jovens, obtiveram que estes consomem muitos alimentos industrializados principalmente pelo marketing que lhe é empregado. Em relação ao estado civil, a superioridade é de pessoas casadas, representando 88,18% dos consumidores. Dos consumidores pesquisados, 58,18% possuem ensino médio, sendo o segundo lugar ocupado pelo ensino superior, com 24,5%. Nenhum dos entrevistados respondeu ter o ensino fundamental incompleto ou nenhuma escolaridade. O grau de instrução dos entrevistados não afeta sua escolha pelos biscoitos populares e só reforça o mostrado anteriormente em relação ao fator de escolha ser a qualidade. Dentre os bairros residenciais pesquisados, a maior parcela disse morar no Centro (35,45%). Foram citados apenas 7 dos 12 bairros da cidade de Currais Novos, dado que pode ser explicado pelo fato de os pontos comerciais, onde foram aplicados os questionários (escolhidos como descrito em Metodologia), estarem localizados em somente 3 bairros e concentrados no Centro. A respeito da renda familiar dos entrevistados, obteve-se que de 1 a 3 salários mínimos é o que possui a grande parte dos que responderam o questionário, 70,0%, seguido de 3 a 5 salários (27,27%). Somente 2,73% têm de 5 a 7 salários mínimos como renda da família e nenhum dos consumidores possui renda acima de 7 salários mínimos. Esses dados estão de acordo com o estudo realizado pelo SEBRAE-ES (1999), que afirma que os biscoitos populares são destinados às famílias com baixo poder aquisitivo.

## 6 CONCLUSÃO

No município Currais Novos, os biscoitos populares são bastante apreciados por serem produtos historicamente pertencentes à cultura regional e, como consequência, cotidianamente consumidos pelos munícipes. Os biscoitos sete capas produzidos na cidade são priorizados pelos consumidores locais, que escolhem o produto principalmente pela sua qualidade, fato que comprova uma maior preocupação com o custo-benefício que esta pode gerar.

O público de maior participação na compra desse tipo de produto é o feminino, casado e de 30 a 39 anos. A maioria dos entrevistados possui como grau de instrução o Ensino Médio completo, residem no Centro e possuem como renda familiar de 1 a 3 salários mínimos.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao IFRN pela ajuda de custo e por tornar esse projeto possível.

## BIBLIOGRAFIAS

BOOG, Maria Cristina Faber; VIEIRA, Carla Maria; OLIVEIRA, Nayara Lúcia; FONSECA, Odila; L'ABBATE Solange. **Utilização de vídeo como estratégia de educação nutricional para adolescentes: "comer... o fruto ou o produto?"**, Rev. Nutr. vol.16 n°.3 Campinas Jul./Set. 2003

FASOLIN *et al* **Biscoitos produzidos com farinha de banana: avaliações química, física e sensorial**; disponível em <  
<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:vmioCgi72bQJ:www.scielo.br/pdf/cta/v22n3/a16v27n3.pdf+Biscoitos+produzidos+com+farinha+de+banana:+avalia%C3%A7%C3>

FILHO, A. D. **Avaliação da Capacidade Tecnológica da Pequena e Média Empresa de Panificação em Curitiba. Universidade Federal do Rio Grande do Sul Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA**, Porto Alegre, 2002, 100p. CNNPA, Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação - ABIA, São Paulo, 1999.

MELO, M. P., LIMA, D. P., PINHEIRO, P. R. **Modelos em programação matemática para o processamento do biscoito tipo cracker**. Ciência e Tecnologia de Alimentos, v. 24 n. 3 Campinas July/Sept. 2004.

SEBRAE/ESPM; **Biscoitos caseiros/não industrializados - Relatório Completo**, Estudos de mercado, Set. 2008.

SEBRAE-ES; **Fábrica de biscoito**, Série perfil de projetos, Dez. 1999.

SILVA e BISPO **Enigmas do Passado do Nordeste Brasileiro e Sua Exemplar Presença na História de Cedro de São João**, SE. Simpósio Nacional de História (25.: 2009: Fortaleza, CE). Anais do XXV Simpósio Nacional de História: Por uma est(ética) da beleza na História. – Fortaleza: ANPUH, 2009. ISSN: 2176-2155. 1CD-Rom; color 1. História – Congresso. I. ANPUH. I. Título.

POESCHL, Gabrielle **Trabalho Doméstico e Poder Familiar: Práticas, Normas e Ideais**, disponível em <