

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO RIO GRANDE DO SUL
UNIDADE CRUZ ALTA
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE ALIMENTOS**

BRUNA JANAINA TOLENTINO PADILHA

PERFIL DE CONSUMIDORES E ESTRATIFICAÇÃO DO CONSUMO DE PIZZA

CRUZ ALTA

2022

BRUNA JANAINA TOLENTINO PADILHA**PERFIL DE CONSUMIDORES E ESTRATIFICAÇÃO DO CONSUMO DE PIZZA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciência e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Afonso Carvalho
Coorientador: Prof. Dr. Vilmar Antônio Boff

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Orientador - Prof. Dr. Paulo Afonso Carvalho
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Prof. Dr. Gilvane Souza de Matos
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS

Profa. Dra. Kelly de Moraes
Universidade Estadual do Rio Grande do Sul - UERGS

Catálogo de Publicação na Fonte

P123p Padilha, Bruna Janaina Tolentino.

Perfil de consumidores e estratificação do consumo de pizza. / Bruna Janaina Tolentino Padilha. – Cruz Alta, 2022.

36 f., il.

Orientador: Paulo Afonso Carvalho.
Coorientador: Vilmar Antônio Boff.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Curso de Bacharelado em Ciência e Tecnologia de Alimentos, Unidade de Cruz Alta, 2022.

1. Alimento. 2. Hábito de consumo. 3. Pizza. 4. Preferência.
I. Carvalho, Paulo Afonso. II. Boff, Vilmar Antônio. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Carina Lima CRB10/1905

AGRADECIMENTOS:

Primeiramente agradeço a Deus pois sem a sua graça e misericórdia não somos nada, Deus que sempre me deu forças para superar todas as adversidades encontradas nos momentos difíceis dessa caminhada e permitir que eu chegasse até aqui.

Um agradecimento especial a minha família, esposo Luís Felipe. Muito obrigada pela compreensão, pelo apoio que foi compartilhado nesse momento da nossa caminhada que viemos trilhando em todo esse tempo com muita fé, coragem, força e esperança.

Agradeço à universidade Uergs de Cruz Alta pela oportunidade de realizar esse curso. Também sou grata a todos os professores, colegas e amigos da minha jornada acadêmica. Em especial, agradeço ao cordial professor Dr. Paulo Afonso Carvalho, por ter me ajudado nesse trabalho com muita receptividade, atenção e dedicação comigo para o desenvolvimento do mesmo. Da mesma forma, agradeço ao professor Dr. Vilmar Antônio Boff pela coorientação do trabalho.

Faço também uma menção a mais de 130 pessoas que colaboraram com a pesquisa, dentre eles amigos, colegas, pessoas conhecidas e desconhecidas consumidores de pizza, os quais preencheram, compartilharam e divulgaram o questionário. Essa tarefa só foi possível graças à participação e envolvimento de cada um de vocês.

Enfim, meu muito obrigada a todos que, de alguma forma colaboraram para a realização e concretização desse trabalho.

RESUMO

O consumo de pizza sempre esteve em constante crescimento, desde os primórdios até os tempos atuais, constituindo-se como um alimento mundialmente conhecido, apresentando vários tipos de preparos e sabores. Nesse sentido, ganhou fama por ser uma refeição prática e de fácil preparo, tanto em casa a sós como em reunião de familiares e amigos. Da mesma forma, as pizzarias tem investindo em ambientes modernos e aconchegantes tornando-se um atrativo para as pessoas. Neste sentido, o presente estudo tem por objetivo traçar o perfil de consumidores e estratificação do consumo de pizza, identificando as tendências e peculiaridades desse mercado de alimentos, dando ênfase à verificação das principais características e preferências que atraem os consumidores e favorecem os comerciantes. Este trabalho foi desenvolvido por meio de um questionário específico através da plataforma do *Google Forms*. Estão envolvidos nessa pesquisa 136 consumidores de pizza que responderam o formulário fornecido através de diversas redes sociais, nas quais foi disponibilizado o link para o acesso e preenchimento do mesmo. A maioria dos consumidores avaliados neste estudo é do sexo feminino, possuindo entre 18 e 40 anos de idade, com alto grau de escolaridade, renda familiar de um a três salários mínimos, com bastante conhecimento sobre o assunto, frequência de consumo esporádica e preferência por pizza pré pronta preparada e assada no forno convencional na própria residência, acompanhada por refrigerante. Verificou-se também que os consumidores que compram a pizza pronta em restaurantes buscam, prioritariamente, consumirem pizza sempre do mesmo estabelecimento, realizando pedidos na forma delivery dando preferência as pizzas de sabor salgado com borda recheada. Da mesma forma, a maioria considera que a pizza não pode ser considerado um alimento relativamente saudável. Quanto às preferências dentro dos estabelecimentos das pizzarias, verificou-se que a maioria dos consumidores frequenta esses lugares às vezes, mas quando frequentam preferem fazer o pedido e escolha da pizza na forma de à la carte ao invés do tradicional rodízio. Os resultados obtidos destacam aspectos relevantes relatados por pessoas com diferentes perfis, indicando possíveis tendências para o crescimento ainda maior desse mercado, os quais devem ser considerados pelos comerciantes para se adequar às exigências dos consumidores satisfazendo as suas necessidades, visando o estabelecimento do hábito de consumo e dando sustentabilidade a atividade.

Palavras-Chave: Alimento; Hábito de consumo; Pizza; Preferência.

ABSTRACT

The consumption of pizza has always presented itself in constant growth, from the beginning to the present times, as it is a popular food known worldwide, for presenting various types of preparations and flavors. In this sense, it has gained fame for being a food that allows the convenience of a meal, both at home alone and at family and friends gathering. In the same way, pizzerias have been investing in modern and cozy environments, becoming an attraction for people. In this sense, the present study aims to trace the profile of consumers and stratification of pizza consumption, identifying the trends and peculiarities of this food market, emphasizing the verification of the main characteristics and preferences that attract consumers and favor traders. This work was developed through different questionnaires through the Google Forms platform. 136 pizza consumers are involved in this survey, who answered the form provided through various social networks, in which the link for access and completion was made available. Most consumers evaluated in this study are female, between 18 and 60 years of age, with a high level of education, family income of one to three minimum wages, with a lot of knowledge on the subject, frequency of sporadic consumption and preference for pre-ready pizza prepared and baked in the conventional oven at home, accompanied by soda. It was also found that consumers seek primarily to consume pizza always from the same establishment, placing orders in the form of delivery, giving preference to pizzas with a salty flavor with a stuffed edge. Likewise, most consider that pizza cannot be considered a relatively healthy food. As for the preferences within the pizzeria establishments, it was found that most frequent these places sometimes, but when they do, they prefer to order and choose the pizza in the form of à la carte instead of the traditional rodizio. The results obtained highlight relevant aspects reported by people with different profiles, indicating possible trends for the even greater growth of this market, to be considered by traders to adapt to the demands of consumers, satisfying their needs, aiming at the establishment of the consumption habit, giving sustainability of the activity.

Key words: Food; Consumption habit; Pizza; Preference.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1- Sexo dos consumidores.....	18
FIGURA 2- Faixa etária dos consumidores.....	19
FIGURA 3- Grau de escolaridade dos consumidores.....	20
FIGURA 4- Faixa salarial dos consumidores.....	21
FIGURA 5- Cidade e estado que residem.....	22
FIGURA 6- Consumo de pizza.....	23
FIGURA 7- Média de consumo de fatias de pizza.....	24
FIGURA 8- Frequência do consumo de pizza.....	24
FIGURA 9- Consumo de pizza caseira.....	25
FIGURA 10- Consumo de pizza pré-pronta.....	26
FIGURA 11- Costume em ir a pizzarias.....	26
FIGURA 12- Preferência do consumidor entre a <i>à carte</i> e Rodízio.....	27
FIGURA 13- Costume de consumo entre sabores salgado ou doce	28
FIGURA 14- Consumo de borda recheada... ..	29
FIGURA 15- Consumo de alguma bebida junto a pizza.....	30
FIGURA 16- Consumo de pizza do mesmo estabelecimento comercial.....	30
FIGURA 17- Preço da pizza barato ou caro.....	31
FIGURA 18- Forma de pagamento.....	32
FIGURA 19- Classificação da pizza como alimento não saudável.....	32
FIGURA 20- Forma de acesso a pesquisa.....	33
FIGURA 21- Concordância com a participação voluntária na pesquisa.....	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 HISTÓRICO DA PRODUÇÃO DE PIZZA.....	11
2.2 PECULIARIDADES DO MERCADO DE PIZZA.....	13
2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DE PIZZA.....	14
3 METODOLOGIA.....	18
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	19
5 CONCLUSÃO.....	36
REFERÊNCIAS.....	37
APÊNDICE- QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PIZZA.....	40

1 INTRODUÇÃO

A alimentação constitui uma das atividades básicas mais importantes para o ser humano, fornecendo nutrientes necessários para a manutenção metabólica e promoção da saúde, crescimento das pessoas e, neste sentido, torna-se importante conhecer as características e os aspectos envolvidos na produção, comercialização e consumo dos alimentos.

Com uma trajetória histórica a pizza se tornou um dos alimentos práticos e de consumo habitual na alimentação do brasileiro, com uma grande expansão das pizzarias e *deliverys* ou por ser facilmente encontrada a disposição, pré-pronta ou congelada nos supermercados.

O mercado de pizzas conquistou seu espaço por propiciar uma refeição prática e de fácil preparo tanto em casa, a sós, como em reunião de familiares e amigos. Da mesma forma, as pizzarias passaram a investir em ambientes modernos e aconchegantes tornando-se um atrativo para as pessoas conquistando, cada vez mais, os clientes consumidores.

Neste contexto, para expansão de mercado e fidelização da clientela conquistada é fundamental conhecer as características do consumidor visando atender as suas necessidades, tornando-se mais competitivo.

Assim, com o levantamento de dados e pesquisa de satisfação do cliente consegue-se obter informações sobre o produto e/ou serviço oferecido para atender as suas reais necessidades e, dessa forma, promover melhorias no produto, no estabelecimento e no serviço prestado.

O comportamento do consumidor envolve o estudo dos indivíduos, a partir de suas características e desejos, em que a escolha do produto é influenciada por estes outros fatores, como qualidade e preço. Muitas pessoas consomem pizza, na maioria das vezes, do mesmo estabelecimento, devido á boa qualidade do produto ali ofertada, o que acaba sendo fidelizado o cliente que passa a consumir somente pizzas do mesmo local. Já em outros casos, o cliente busca pelo preço mais barato e não se importa com a qualidade do alimento nem do serviço prestado. Por isso, é importante compreender o comportamento do consumidor e os fatores que influenciam a escolha do produto (TERRES et al., 2021).

Fatores como idade, sexo, condição financeira e social também é levado em consideração quando se fala na busca pelo perfil de consumidores de um determinado

produto ou alimento, visto que cada pessoa consome alimentos dentro da sua realidade social e condição financeira.

Neste sentido, o presente estudo tem o objetivo de identificar o perfil de consumidores e a estratificação do consumo de pizza, gerando um conhecimento através dos dados levantados, que permitam identificar peculiaridades e preferências, contribuindo com as empresas que produzem e comercializam pizzas para a melhoria deste ramo de atividade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 HISTÓRICO DA PRODUÇÃO DE PIZZA

A pizza que se come atualmente, não foi criada na Itália como se pensava. De acordo com Santana (2010) a história da pizza teve início há pelo menos seis mil anos atrás, provavelmente entre os egípcios os hebreus, acredita-se que eles foram os primeiros a misturar farinha com água. Ela não era, como é conhecida nos dias de hoje, mas apenas um delgado estrato de massa – farinha mesclada com água -, chamado na época de ‘pão de Abraão’, semelhante ao moderno pão sírio, sendo também conhecida como “piscea”, termo que futuramente derivaria para pizza. Outros estudiosos afirmam que ela era consumida pelos gregos, os quais produziam suas massas com farinha de trigo, arroz ou grão de bico, assando-as depois em tijolos ardentes.

A novidade foi parar na península da Etrúria, na Itália. Era um alimento de pobres do Sul da Itália. Mas foram os napolitanos que passaram a acrescentar molho de tomate e orégano à massa, que era dobrada ao meio e degustada como se fosse um sanduíche. Quem tinha um pouco mais de dinheiro colocava queijo, pedaços de linguiça ou ovos por cima. A partir do século XVI, a novidade era apreciada na corte de Nápoles e logo se espalhou pelo mundo (CASA, 2011).

No início do século XVIII comerciantes de Nápoles, Itália, produziam e vendiam um alimento, aperfeiçoado da popular massa de pão, recheada de torresmos, azeitona e queijo "cavalo", que abastecia as mesas das famílias pobres de Nápoles, desde o início daquele milênio, denominada Pizza (CASA, 2011).

A Fama dos Espósito correu a Itália e fez com que o Rei Umberto I realizasse uma verdadeira operação de guerra para trazer à cozinha do palácio o casal Espósito para que preparassem para a Rainha Margherita de Sabóia, uma pizza, que acabara de inventar, com sabor do manjericão, sobre a massa coberta por mussarela e rodela de tomate. O encantamento da Rainha pela pizza acabou determinando o nome de "Margherita" para aquele tipo de recheio (ARMAZÉM, 2011).

Port'Alba foi a primeira pizzeria de que se tem registro, surgiu em Nápoles em 1830. A partir daí se disseminou pelas regiões vizinhas e ganhou o mundo com os navios dos imigrantes italianos (ARMAZÉM, 2011).

A receita de pizza chegou ao Brasil por São Paulo, no final do século XIX, início do século XX pelas mãos dos primeiros imigrantes italianos que desembarcaram no porto de Santos (BRANDÃO, 2013), e foi no bairro do Brás o primeiro núcleo de pizzarias do Brasil, inauguradas em meados de 1910.

No Brasil, até os anos 50, as pizzarias eram uma exclusividade das colônias italianas e seus redutos. A partir daí elas se disseminaram por todo o país até se transformarem, nos dias atuais, num dos mais saborosos pratos da culinária brasileira (ARMAZÉM, 2011).

No início do século XX, a receita de pizza chega ao Brasil pelos imigrantes italianos, que a incrementaram com o tomate, nessa época a pizza ainda não tinha o formato característico arredondado, como nos dias de hoje, sendo preparada e consumida dobrada ao meio como se fosse um sanduíche ou um calzone. Durante muito tempo foi vendida em padarias e barracas de rua para ser consumida no café da manhã das pessoas.

No início era comum encontrá-las somente nos redutos e colônias italianas. Hoje as pizzarias estão espalhadas por todo o país, sendo encontradas na maioria das cidades brasileiras, sendo comercializadas em diversas formas. Existe desde a pizzaria da esquina, que vende fatias, até pizzaria sofisticada, em região nobre, que oferece uma diversidade maior de massas com ingredientes.

Atualmente a culinária de pizzas tem sido incrementada com diversos ingredientes. A receita consiste em um disco de massa fermentada de farinha de trigo, coberta com molho de tomates e coberto com ingredientes variados como carnes preparadas, normalmente leva orégano e sempre acompanhadas de queijo. Vale ressaltar, a boa aceitação das pizzas de sabores doces, normalmente apreciadas em pizzarias do tipo rodízio.

Segundo Polo (2011) o mercado de pizza contribui no impulso de uma bilionária cadeia de produção de alimentos. Nosso país consome 550 milhões de pizzas por ano e gera R\$ 11 bilhões em negócios econômicos. Diante da diversidade de opções oferecidas no mercado de pizza, os consumidores passam por um processo de decisão quanto à escolha desse produto.

2.2 PECULIARIDADES DO MERCADO DE PIZZAS

A pizza é um dos alimentos mais difundidos em todo o mundo. A demanda de consumo da pizza, produto tradicionalmente consumido em países da Europa, também vem se expandindo em países americanos, como Estados Unidos e Brasil. No Brasil, a pizza chegou ao final do século XX, decorrente da imigração italiana, e é considerada um dos alimentos mais populares no país.

Atualmente tem-se verificado no Brasil, um grande potencial de mercado para o setor *fastfood*, setor esse muito difundido nos Estados Unidos, tendo como principal característica servir refeições rápidas e práticas, o que encanta o consumidor que busca por qualidade e praticidade.

No entanto, o surgimento da popularidade de pizza, em relação a outros produtos de forno, é relativamente recente e a qualidade de sua massa continua sendo uma área pouco pesquisada (LARSEN; SETER; FAUBION, 1993).

Por ser um produto de baixo custo, preparo relativamente rápido, sabor agradável e alto valor nutritivo, aliado ao mundo moderno onde se dedica pouco tempo ao preparo de alimentos, a pizza se tornou um dos produtos mais consumidos no mundo. Há uma boa diversificação de sabores disponível no mercado, capaz de atender até os padrões mais exigentes e sofisticados. A pizza pré-assada é ideal para se preparar em casa, com a vantagem de que o consumidor escolhe o recheio de sua preferência e pode criar sabores diversificados.

A massa básica é preparada com farinha, água, sal, açúcar e leveduras e os recheios são feitos com os mais variados sabores e temperos que podem conferir alto valor nutricional (PINHO, MACHADO, FURLONGA, 2001).

A produção de pizza tem atraído a atenção de muitos investidores. A indústria ligada à atividade de panificação e de outras massas alimentícias usa a pizza para aumentar seu portfólio. Como os produtos são fabricados a partir de uma mesma matéria-prima básica, é estratégico usar como forma de valorizar o processo produtivo. As produções industriais das pizzas são muito semelhantes, e o que provavelmente difere um produto do outro é a qualidade da matéria prima utilizada, ajuste de formulação ou alguma deficiência ou diferença no processo, como temperatura de forneamento, tempo de fermentação, manuseio e boas práticas (PINHO, MACHADO, FURLONGA, 2001).

O processo de fabricação de pizzas inclui etapas de pesagem e mistura de ingredientes, divisão e moldagem da massa, fermentação, laminação, alargamento, adição de recheios, assamento e embalagem. A massa de pizza apresenta um papel importante quanto aos atributos de sabor, aparência e valor nutricional, exigidos pelos consumidores preocupados com a qualidade do produto.

A indústria observando o crescente poder aquisitivo dos brasileiros e a grande procura dos consumidores por produtos saborosos, nutritivos e práticos, que além de tudo podem ser preparados rapidamente em casa, vem diferenciando o mercado de pizzas com os mais diferenciados sabores, alterando os ingredientes adicionados a massa e ao recheio e técnicas de preparo. Hoje é possível encontrar pizzas com massas integrais, rica em fibras, isenta de glúten, light, de massa pan, massa fina, quadrada, redonda, congelada, fresca, pré-pronta entre outros.

Conseqüentemente, por ser um dos produtos mais consumidos, o mercado de pizza na Europa, América e em outros continentes, tem sido impulsionado pelas tendências da cozinha e alimentos de conveniências de âmbito global. Conforme estudos de Lemki e Ferris (2001), estima-se que aumento da produção de pizza, para a próxima década, será influenciado pelo aumento da população mundial.

2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM O CONSUMO DE PIZZAS

Dentre os fatores que influenciam no consumo de pizza, a satisfação do consumidor perante o alimento escolhido para o consumo tem extrema importância para que o consumidor crie o hábito de sempre que pensar em determinado alimento, neste caso, a pizza, haja a intenção de compra de determinado estabelecimento.

Uma empresa que sempre fornece produtos ou serviços de qualidade para seus clientes atenderá as expectativas dos mesmos ou, talvez, até excederá. A empresa que satisfaz a maioria das necessidades de seus clientes durante a maior parte do tempo é denominada de empresa de qualidade.

A qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que afetam sua capacidade de satisfazer necessidades declaradas ou implícitas (KOTLER; KELLER, 2012).

O ato de consumo de um alimento, além de saciar a fome e a sede, também pode satisfazer a necessidades sociais. Serrano (2003) diz que o alimento é utilizado

como pretexto para reunir e unir as pessoas, amigos e familiares para comemorar aniversários, datas festivas ou até mesmo confraternizar com os colegas de trabalho.

Considerando a nova disposição do cenário global, em um mundo bem integrado, onde o ritmo de vida passa a ser cada vez mais rápido, Barbosa (2010) identificou em pesquisas de tendência na área de alimentação pelo mundo uma inclinação a conveniência e praticidade.

Essa tendência é motivada, por mudanças verificadas na estrutura tradicional das famílias, bem como o aumento do número de pessoas que moram sozinhas, o que estimula a demanda por produtos que permitem economizar tempo e reduzir o esforço do consumidor. Consumidores de alimentação fora de casa são geralmente, mais jovens e tem empregos mais bem remunerados, proporcionando uma maior renda para sua família (AKBAY; TIRYAKI; GUL, 2007). Logo, por escassez de tempo e por possuírem mais dinheiro, acabam se tornando mais dispostos a gastar quantias maiores para terem suas vidas facilitadas.

No Brasil as pessoas estão buscando conveniência e maneiras de fugir das rotinas domésticas. O consumidor está disposto a pagar mais para economizar tempo. Atividades básicas como cozinhar demandam tempo que os brasileiros não desejam abrir mão. Com essa busca por economizar tempo para dedicar-se a outras atividades, os consumidores passam a alimentar-se cada vez mais fora de casa, muitas vezes para economizar o tempo de deslocar-se até a residência para ter sua refeição.

Segundo IBGE (2010), entre os anos de 2008/2009, as famílias brasileiras que vivem na área urbana gastaram 33,1% do orçamento com alimentação realizando refeições fora do domicílio. Em 2002/2003 essa parcela representava 25,7% do total. Esse crescimento vem ocorrendo, segundo Souza e Fernandes (2011), em consequência de mudanças socioeconômicas, como a ampliação da jornada de trabalho, o aumento da renda da população, a maior participação da mulher no mercado de trabalho e o crescimento do número de pessoas que vivem sozinhas.

O mercado acaba exigindo bastante das pessoas, da qual cada vez mais se dispõe de menos tempo livre para se alimentar em casa ou preparar os alimentos de forma caseira e saudável para levar a refeição aonde for, logo, o aumento da popularidade da alimentação fora de casa pode influenciar de maneira importante a qualidade da dieta dos brasileiros.

As mudanças no padrão de consumo de alimentos ocorrem em muitos estágios, desde o início da humanidade, as pessoas cada vez mais prezam por uma refeição saborosa, prática e rápida, as pizzarias com a visão de atrair mais clientes investem em novos sabores, assim atraem novos consumidores, mas em geral a população brasileira consome pizza por diversos fatores, como o sabor, a praticidade e a motivação social.

O significado da motivação pelo sabor relaciona-se à concepção de algo (gosto) que é peculiar desse prato, pois as pessoas desejam comer algo considerado saboroso e gostoso.

A praticidade em poder pedir comida sem sair de casa ou quando não se está disposto a preparar algo para comer.

A motivação social, que envolve reunir a família ou amigos, sair para confraternizar ou comemorar datas importantes com outras pessoas.

Outra peculiaridade é o fator de que as pizzas são consideradas mais baratas que os sanduíches, já que uma de tamanho médio alimenta de duas a três pessoas, fazendo com que o custo benefício seja maior. Também são consideradas mais nutritivas que os demais alimentos de *fastfood*.

A qualidade total de uma pizza depende principalmente da massa, cujas propriedades são afetadas pelo processo de fermentação, além do tipo de farinha e a forma de preparação (GALLAGHER, 2008).

Em relação ao consumo de pizza, Oliveira (2012) afirma que a pizza é sem dúvida o alimento preferido de muitas pessoas. No Brasil, são consumidas diariamente cerca de 1,5 milhão de unidades por dia, e só o Estado de São Paulo é responsável por devorar 800 mil, ou seja, 53% do total, o setor gera cerca de 360 mil empregos no país, distribuídos em mais de 130 mil pizzarias, movimentando cerca de \$8,5 bilhões ao ano.

O Brasil possui, aproximadamente, 25 mil pizzarias, que geram cerca de 127 mil empregos diretos, indiretos e terceirizados e apresentam movimento superior a R\$ 20 bilhões/ano (PIZZA, 2011).

Somente na Grande São Paulo, estima-se um universo de 6 mil estabelecimentos e consumo em torno de 43 milhões de pizzas/mês, movimentando cerca de R\$ 10 bilhões/ano. Ao longo da última década, o setor vem tendo um crescimento médio anual superior a 5%. Hoje, São Paulo é a cidade que registra o

segundo maior consumo de pizzas do mundo, perdendo apenas para Nova York (PIZZA, 2011).

Pesquisas recentes indicam que cerca de 60% do público consumidor de pizzas prontas situa-se na faixa de 13 a 25 anos e 53% pertence à classe C devido à expansão deste mercado e do aumento do poder aquisitivo (CARVALHO, CORDEIRO, CARVALHO, 2007).

Considerando todos estes fatores e características, reforça-se que a pizza está presente na alimentação de boa parte da população, pois é um alimento de fácil acesso, com uma grande quantidade de pizzarias espalhadas por todo o país, além do que, devido a rotina cansativa e corrida do dia a dia, apresenta-se como uma refeição prática e conveniente.

3 METODOLOGIA

Este trabalho é referente a uma pesquisa quantitativa de levantamento de dados quanto ao perfil, desejos e satisfação de consumidores de pizza em diferentes locais e situações, o qual foi desenvolvido durante o segundo semestre do ano de 2022, por meio de um questionário da plataforma do *Google Forms*.

Estão envolvidos nessa pesquisa consumidores maiores de 18 anos de idade que tiveram acesso ao formulário fornecido através de diversas redes sociais (Whatsapp, Facebook, Instagram e E-mail), nas quais foi disponibilizado o link para o acesso e preenchimento do mesmo. Foi aplicado um questionário com 21 perguntas objetivas em que o consumidor marcava a resposta desejada.

O questionário (Apêndice) foi dividido em duas seções contendo, na primeira, uma breve explanação com peculiaridades da pesquisa, seguido das questões a serem respondidas e, na segunda seção, o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) em que todo participante deveria selecionar a opção de concordância com os termos e participação voluntária na pesquisa, conforme exigências do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.

Na pesquisa foram consideradas questões inerentes a “sexo; idade; escolaridade; renda familiar; cidade ou estado em que reside; consumo de pizza; frequência de consumo; tipo pizza que costuma consumir; preferência do sabor da pizza; se costuma consumir pizza com borda recheada; qual bebida consome junto a pizza; a escolha do estabelecimento na hora da compra; se classifica a pizza como um alimento saudável; por fim, como você teve acesso à pesquisa”.

Os resultados foram expressos por meio de gráficos gerados pelo *Google Forms*, referentes a cada aspecto de composição da pesquisa, o que possibilitou a análise e interpretação dos resultados.

Os dados coletados na questão relativa à cidade ou estado em que reside, foram tabulados e submetidos a um Diagrama de Pareto, classificando as frequências das ocorrências da maior para menor e identificando as respostas mais significativas em quantidade absoluta e percentual relativo acumulado.

Através dos resultados obtidos, almejam-se percepções e conclusões de cunho quantitativo e qualitativo a respeito dos hábitos de consumo e das peculiaridades do consumidor de pizza.

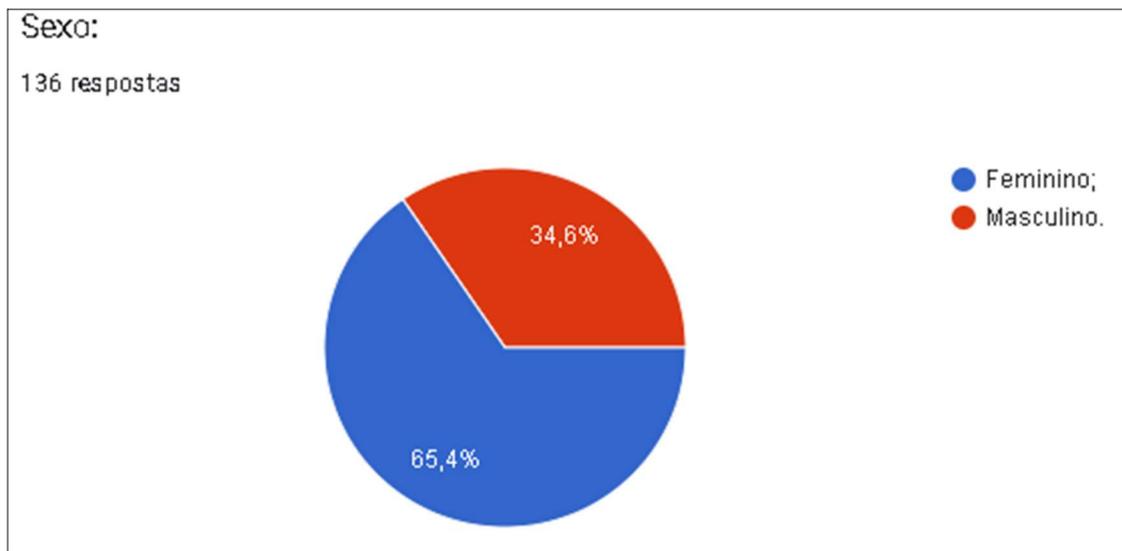
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

As experiências de consumo podem ser classificadas como satisfatória, levando o cliente a consumir novamente o produto (sendo este o objetivo de qualquer empresa), ou ainda, podem ser classificadas como não satisfatória, que pode levar o cliente a não utilizar novamente aquele serviço ou produto. Segundo Kotler e Keller (2012) a satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho ou resultado percebido de um produto em relação às expectativas do consumidor.

Visando entender esse comportamento o presente estudo apresenta alguns resultados, diagnosticados no ramo de negócio alimentício, mais precisamente no comércio e consumo de pizzas.

A Figura 1 apresenta o resultado obtido em relação ao sexo dos consumidores de pizza avaliados neste estudo.

FIGURA 1- Sexo dos consumidores entrevistados.



Fonte: Autor (2022).

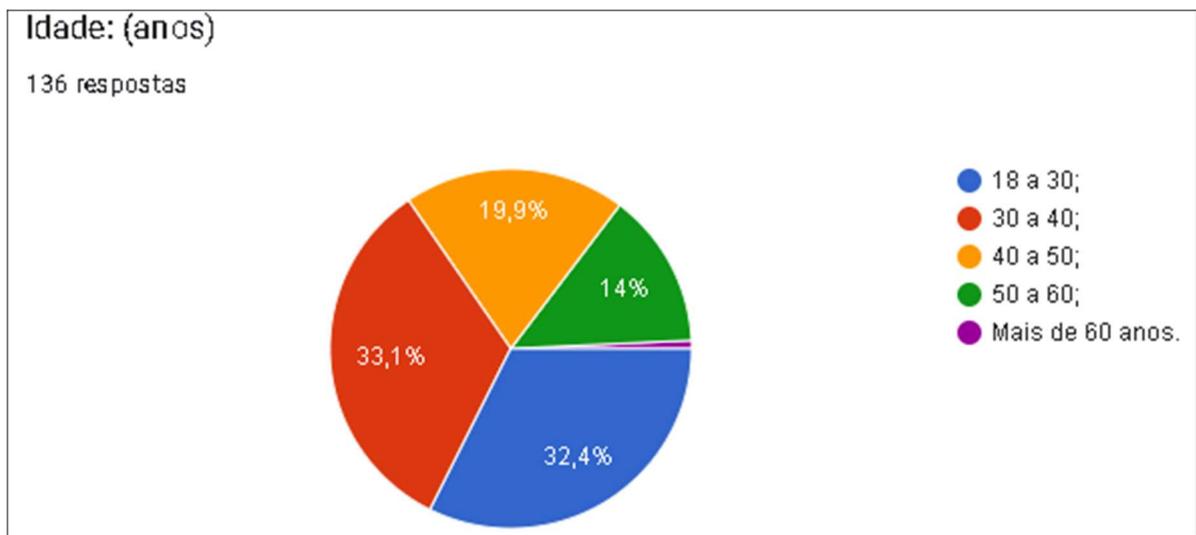
Observa-se na Figura 1 uma diferença proporcional entre o sexo dos participantes da pesquisa, em que dos 136 indivíduos que responderam à questão, 65,4% são do sexo feminino e 34,6% do masculino.

Este resultado é concordante com Nulle (2014) que observou uma proporção de 70% de pessoas do sexo feminino em uma pesquisa para avaliar indutores do

consumo de Pizzas em Porto Alegre, RS. Da mesma forma, concorda com Otaviano (2013) o qual observou que 61,3% do público avaliado em uma pesquisa sobre atributos determinantes no consumo de *fastfood* em Brasília, DF, era majoritariamente do sexo feminino.

A Figura 2 apresenta o resultado obtido em relação á faixa etária dos consumidores de pizza entrevistados, sendo possível verificar-se que houve uma distribuição equilibrada entre dois dos grupos de faixa etária considerados.

FIGURA 2- Faixa etária dos consumidores.



Fonte: Autor (2022).

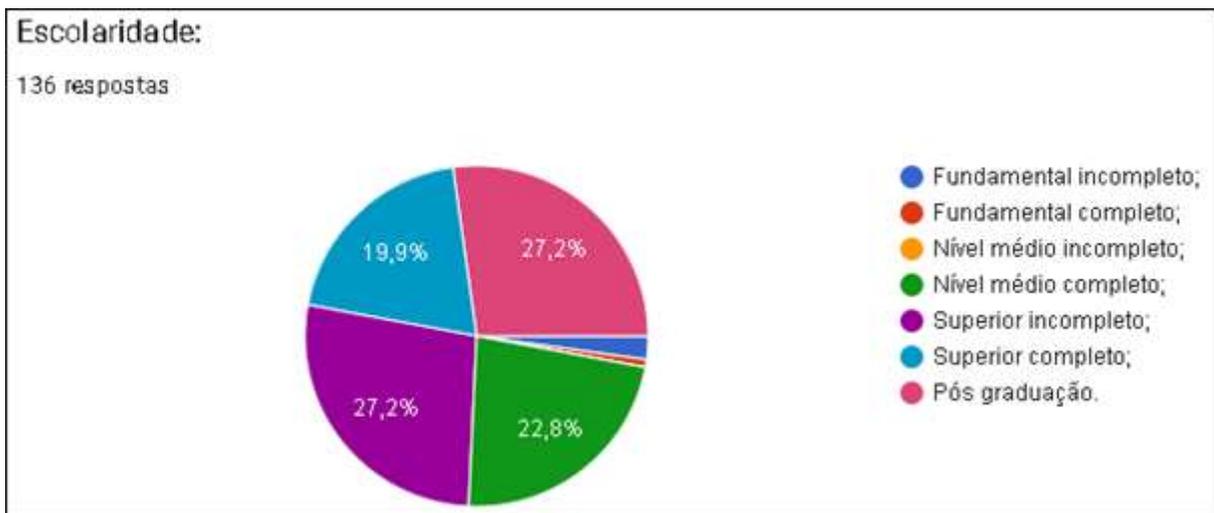
Observa-se (Figura 2) que o maior número de indivíduos está na faixa etária de 30 a 40 anos de idade, totalizando 33,1% dos consumidores. Em seguida, o grupo de pessoas entre 18 a 30 anos representou 32,4% do total. Dessa forma, pode-se afirmar que mais da metade dos consumidores de pizza (65,5%) apresentam entre 18 e 40 anos de idade. Esse resultado concorda em parte com Silva (2016) o qual conduzindo um trabalho para avaliar a satisfação do consumidor no serviço de delivery em que observou que 65% dos consumidores de pizza avaliados apresentavam entre 18 e 35 anos de idade.

Em contrapartida, observou-se que os consumidores com mais de 60 anos representaram menos de 0,1% do total, caracterizando esse grupo como pessoas que não costumam consumir pizzas ou que não tenham o devido acesso as redes sociais, visto que os questionários foram disponibilizados eletronicamente através das redes sociais. Em relação ao baixo número de participação das pessoas com faixa etária

entre 50 a 60 anos, por mais que se tenha divulgado nas redes sociais e este público tenha acesso a elas, poucos consumidores dessa faixa etária responderam por ficar com certo receio, possivelmente devido ao grande número de golpes na internet que se aplica a este determinado público.

A Figura 3 apresenta o resultado obtido em relação ao grau de escolaridade dos consumidores de pizza entrevistados.

FIGURA 3- Grau de escolaridade dos consumidores.



Fonte: Autor (2022).

A Figura 3 indica que 27,2% dos consumidores de pizza que responderam à pesquisa apresentam ensino superior incompleto, percentual este que também representa os consumidores que apresentam algum tipo de pós graduação igualando, coincidentemente, estes dois grupos de consumidores de pizza.

Verificou-se ainda que os consumidores com ensino médio completo representaram 22,8% do total, enquanto que 19,9% do total de consumidores apresentam ensino superior completo. As demais categorias, ensino fundamental completo e ensino fundamental incompleto, apresentaram um percentual bem menor, quando comparado às outras categorias de consumidores de pizza.

Estes resultados indicam que os consumidores de pizza que responderam ao questionário apresentam um alto grau de escolaridade, o que pode estar relacionado ao fato deste estudo se tratar de uma pesquisa acadêmica, a qual envolveu universitários ligados a esse tipo de estudo, destacando o fato de que o referido público reconhece a importância da colaboração em uma pesquisa desta natureza,

baseada em dados quanti/qualitativos acerca das preferências sobre o comércio e consumo de um alimento, as quais são extremamente relevantes.

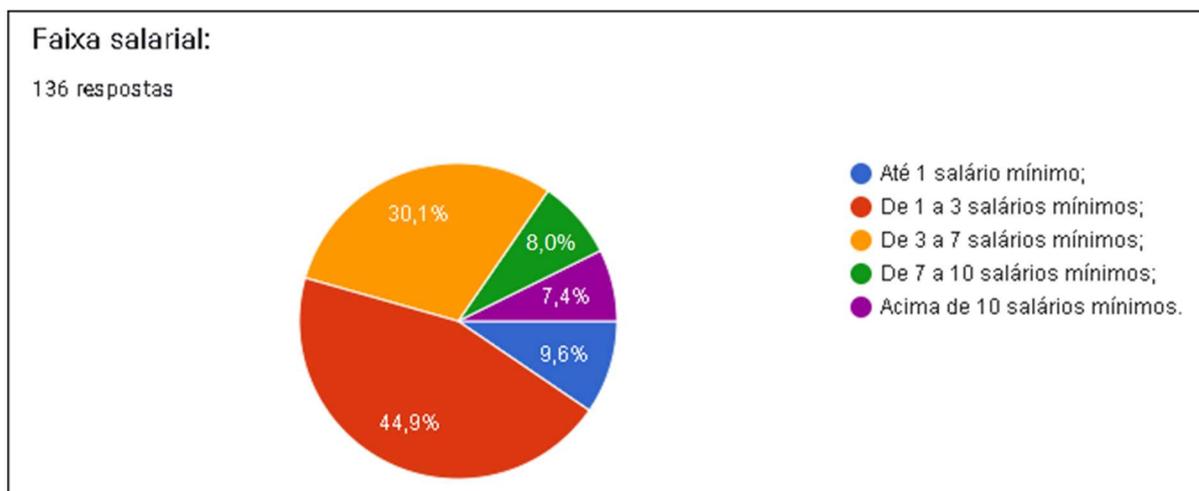
De acordo com Silva (2016) ao avaliar uma empresa do setor alimentício, as expectativas dos clientes estarão sempre elevadas e a satisfação é um fator muito importante para a manutenção do funcionamento de uma empresa desse seguimento.

Os resultados obtidos no presente estudo concordam com Otaviano (2013) o qual avaliou os atributos determinantes na escolha de *fastfood*, em que o autor identificou que os universitários não consomem este tipo de alimento somente pela falta de tempo em preparar uma refeição tradicional, mas sim, que o principal motivo pelo qual eles escolhem o *fastfood* está no fato de gostarem do sabor. Além disso, conforme o referido autor, existe um fator social que também surge como influenciador. Os estudantes veem a prática deste tipo de alimentação como um entretenimento, o que favorece a decisão do consumo.

Tais colocações são concordantes com Silva (2016) o qual observou em relação ao grau de instrução dos consumidores de pizza que a maioria do público avaliado (44%) declarou que possui o ensino superior completo/incompleto.

Na Figura 4 são apresentados os dados referentes à faixa salarial dos consumidores de pizza que responderam ao questionário.

FIGURA 4- Faixa salarial dos consumidores.



Fonte: Autor (2022).

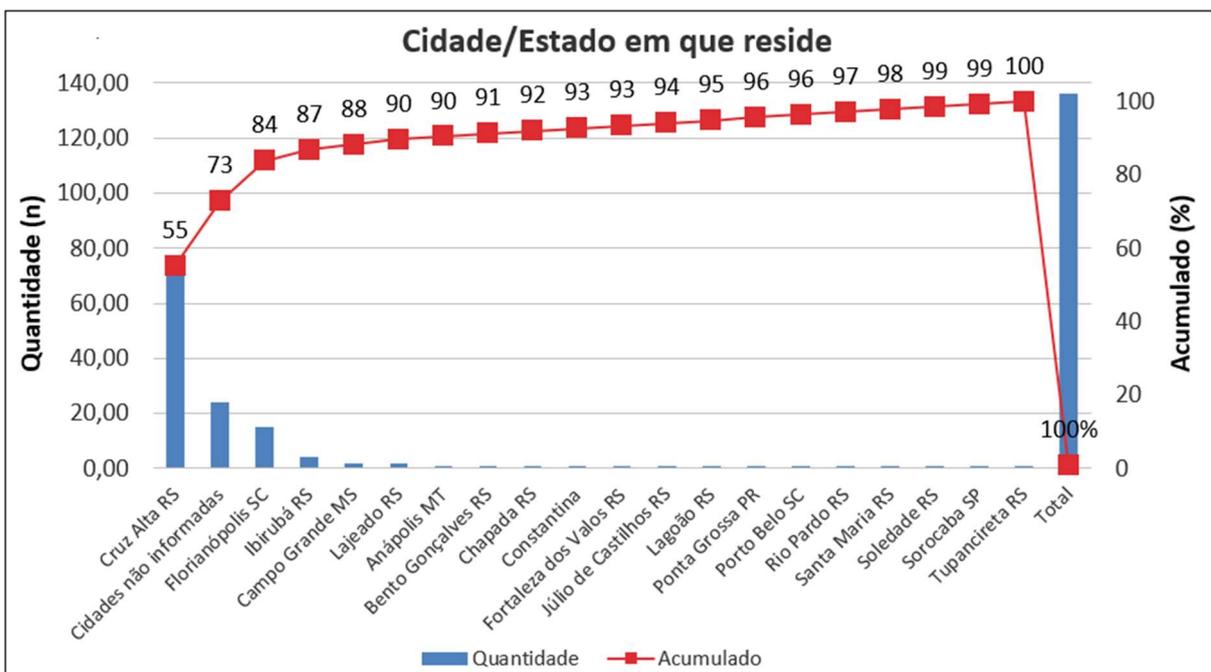
Pode-se observar na Figura 4 que a faixa salarial da maioria dos consumidores de pizza ficou em torno de um a três salários mínimos, representando 44,9% do total

das pessoas avaliadas. Da mesma forma, observou-se que 30,1% dos consumidores possuem uma faixa salarial de melhor poder aquisitivo, que é de três a sete salários mínimos, o que permite fazer uma relação entre o grau de escolaridade (avaliado na questão anterior) e a faixa salarial, em que pessoas com maior grau de escolaridade tendem a possuir um melhor poder aquisitivo, fato este que permite a destinação de recursos para refeições informais a base de pizza.

Determinou-se ainda que os consumidores que ganham até um salário mínimo representaram 9,6% do total, seguido por aqueles que ganham de sete a dez salários (8,0%) e acima de dez salários mínimos 7,4% do total. Este fato nos permite inferir que pessoas que ganham menos de um salário mínimo por mês, dispõem seu dinheiro para refeições básicas, sobrando pouco ou quase nada para ser destinado ao uso na aquisição de pizzas. Por outro lado, pessoas com salários mais altos (acima de dez salários) acabam por destinar os recursos para outros tipos de refeições, mais elaboradas do que pizzas. Entretanto, deve-se levar em conta o fator gosto pessoal pelo alimento pizza, o qual pode ser determinante e, portanto, deve ser considerado.

A Figura 5 apresenta um Diagrama de Pareto ranqueando as Cidades/ Estados dos participantes da pesquisa.

FIGURA 5- Ocorrência de locais em que foram respondidos os questionários.

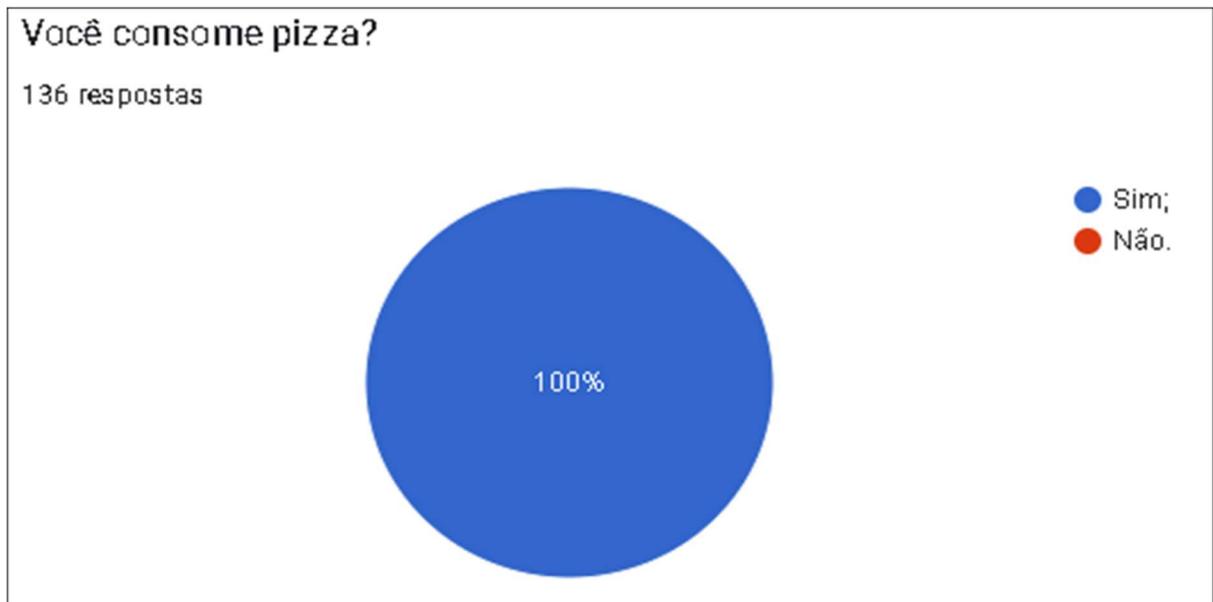


Fonte: Autor (2022).

Pode se verificar na Figura 5 que 75 dos 136 consumidores de pizza que participaram da pesquisa residem no município de Cruz Alta, RS, equivalendo a 55% do total de pessoas avaliadas. Estes números demonstram que, embora sendo disponibilizado em várias redes sociais, o questionário teve uma maior participação local de consumidores que responderam ao questionário da pesquisa. Entretanto, verificou-se um grande número de participantes distribuídos em várias outras cidades, mas com baixa representação de cada uma delas. Verifica-se também que um grande número de participantes (18% do total) respondeu o questionário não informando a respectiva cidade, visto que esta não era uma pergunta com resposta obrigatória.

A Figura 6 é relacionada à pergunta “você consome pizza?”

FIGURA 6- Consumo de pizza



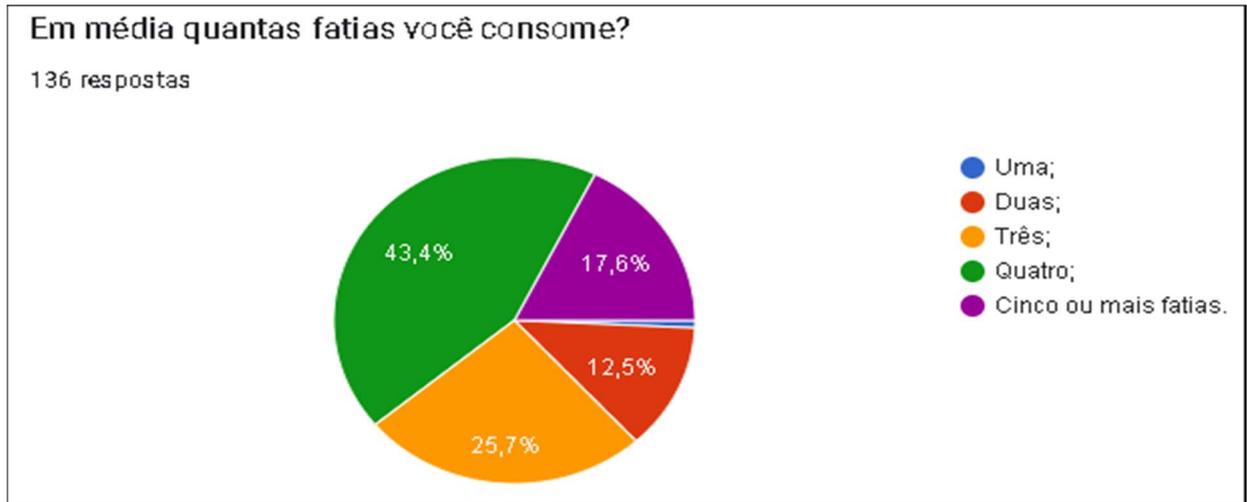
Fonte: Autor (2022).

Observa-se (Figura 6) um resultado 100% positivo respondido pelos entrevistados, pois todos assinalaram que sim, são consumidores de pizza e, dessa forma, é de interesse dos comerciantes deste tipo de alimento que essa situação permaneça dessa maneira.

Entender o que satisfaz os clientes é uma arma poderosa e as empresas devem trabalhar encima disso. Com a existência de tantos concorrentes é preciso sempre buscar novas maneiras para não perder espaço no mercado (SILVA, 2016).

A Figura 7 demonstra os percentuais médios do número de fatias que os participantes da pesquisa costumam consumir.

FIGURA 7- Média de consumo de fatias de pizza

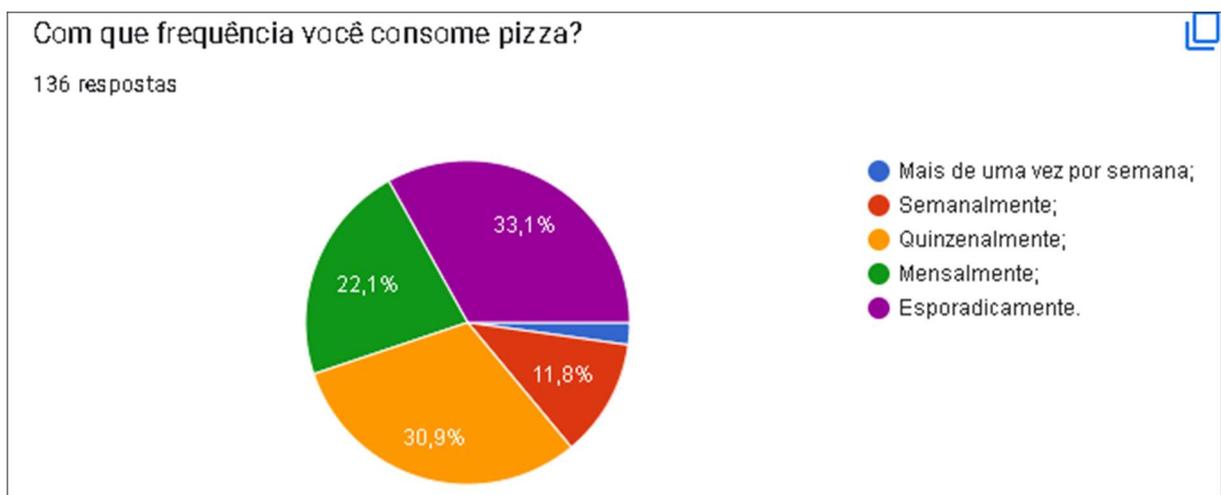


Fonte: Autor (2022).

Verifica-se na Figura 7 que a maioria (43,4%) das pessoas avaliadas consome quatro fatias de pizza enquanto que 25,7% do total de consumidores avaliados respondeu que consome em média três fatias de pizza. Dessa forma, 69,1% das pessoas relataram que costumam consumir entre 3 e 4 fatias de pizza. Verificou-se também que uma proporção menor (17,6%) de pessoas respondeu que consomem cinco ou mais fatias e que, uma proporção menor ainda, (12,5%) das pessoas responderam que consomem apenas duas fatias de pizza.

A Figura 8 apresenta a frequência de consumo, por parte dos participantes.

FIGURA 8- Frequência do consumo de pizza.

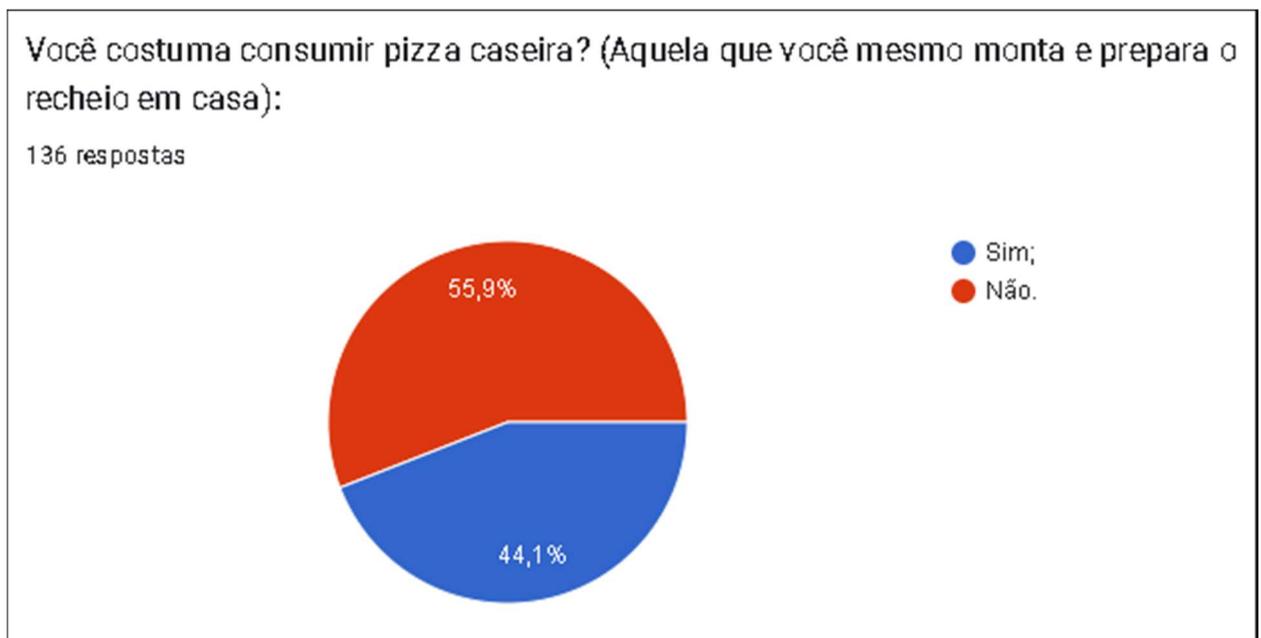


Fonte: Autor (2022).

De acordo com a Figura 8, (33,1%) dos consumidores afirmaram que consomem pizza esporadicamente (de vez em quando). Verificou-se ainda que 30,9% das pessoas responderam que consomem pizza quinzenalmente, enquanto que 22,1%, afirmaram consumir pizza mensalmente e apenas 11,8% responderam que consomem semanalmente. Este comportamento demonstra que o consumo de pizza não tem sido realizado com muita frequência pela maioria ass pessoas, indicando ser este um aspecto para ser trabalhado visando uma melhoria, neste sentido.

Quando questionados sobre o consumo de pizza caseira, os consumidores responderam, de acordo com o disposto na Figura 9.

FIGURA 9- Consumo de pizza caseira.

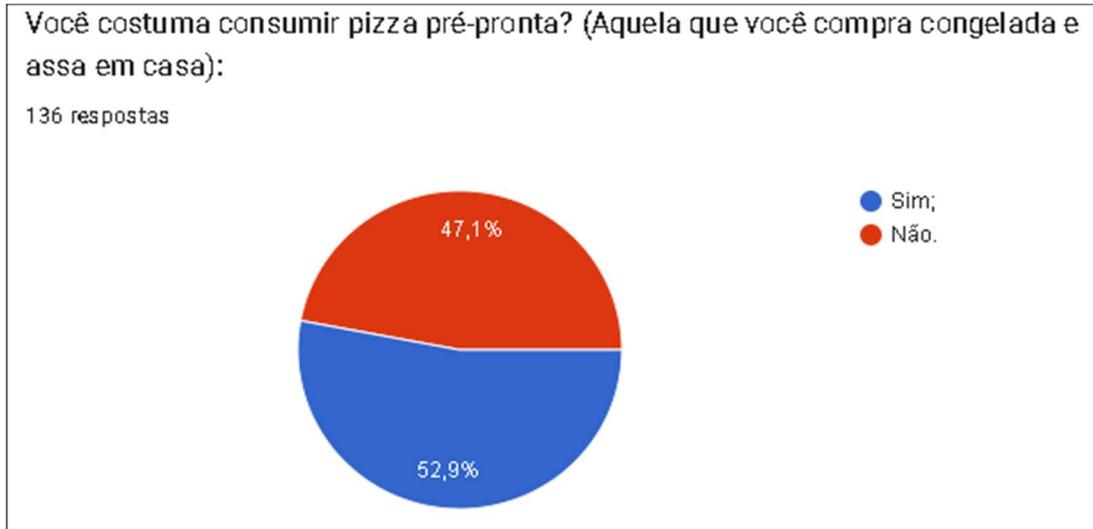


Fonte: Autor (2022).

Os resultados expressos na Figura 9 demonstram que a pizza caseira é o tipo de pizza menos consumida, sendo que 55,9% dos participantes responderam que não consome este tipo de pizza, enquanto que apenas 44,1% responderam que consomem. Estes valores podem indicar de que a maioria das pessoas costumam optar pela praticidade, preferindo pizzas prontas ou pré-prontas.

Quanto ao consumo de pizza pré-pronta os consumidores relataram sua preferência conforme consta na Figura 10.

FIGURA 10- Consumo de pizza pré-pronta.



Fonte: Autor (2022).

Observa-se na Figura 10 que mais da metade dos participantes (52,9%) consomem pizza pré-pronta, reforçando a ideia de que o consumidor opta pela praticidade e economia de tempo, visto que a pizza pré-pronta tem seu preparo rápido, prático e no próprio forno convencional de casa. Somado a isso, 47,1% afirmaram que não consomem pizza pré pronta, talvez por preferirem receber o alimento já pronto, o que facilita, tornando-se ainda mais conveniente.

Na Figura 11 podem-se observar as respostas obtidas sobre o costume do consumidor em frequentar pizzarias.

FIGURA 11- Costume em ir a pizzarias.



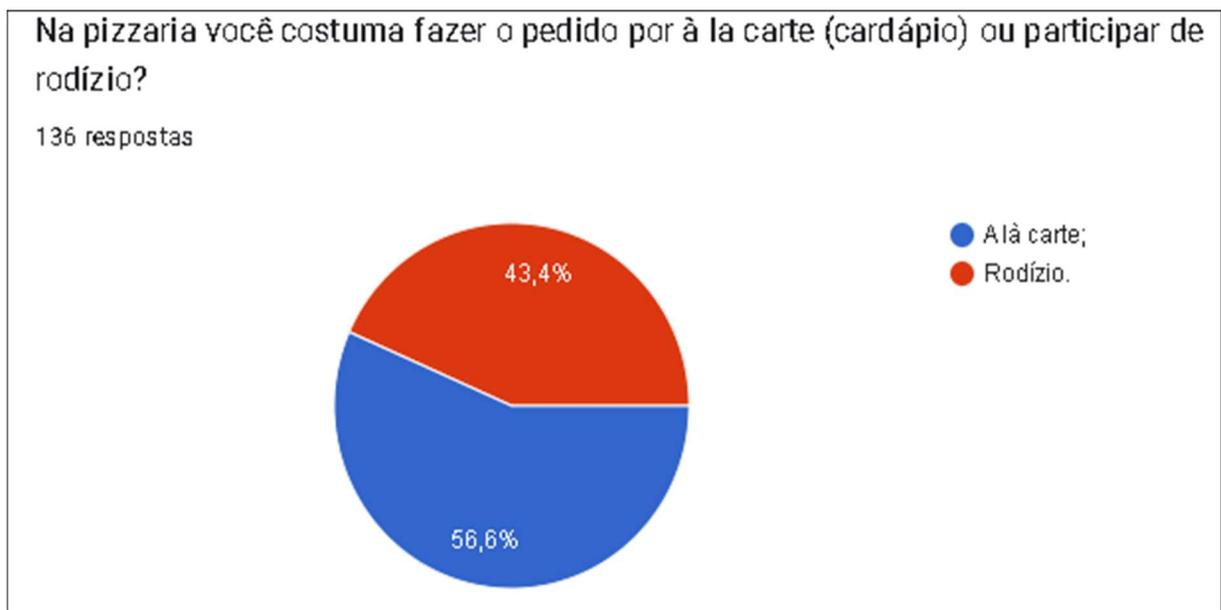
Fonte: Autor (2022).

De acordo com a Figura 11, pode-se verificar que 25% da população estudada respondeu que tem o costume de frequentar pizzarias, enquanto que mais da metade (56,6%) relatou que costuma frequentar pizzarias às vezes, (esporadicamente) e, somente 18,4% das pessoas responderam não frequentam pizzarias.

De acordo com Ferreira (2004) as pizzarias são restaurantes especializados em pizzas as quais são servidas em diferentes sabores e tamanhos, de acordo com seus cardápios. Dessa forma, a satisfação e desejo dos consumidores, ávidos por uma boa pizza, podem ser bem atendidos. Além do mais, segundo Otaviano (2013) existe um fator social que também surge como influenciador, caracterizando as pizzarias como um lugar de interação social e entretenimento.

A Figura 12 é referente á preferência do consumidor na pizzaria, entre o pedido A là carte ou Rodízio.

FIGURA 12- Preferência do consumidor entre A là carte e Rodízio.



Fonte: Autor (2022).

Os dados expressos na Figura 12 indicam que o pedido A là carte é o preferido dos consumidores, representando 56,6% das respostas obtidas, enquanto que 43,4% responderam preferir rodízio.

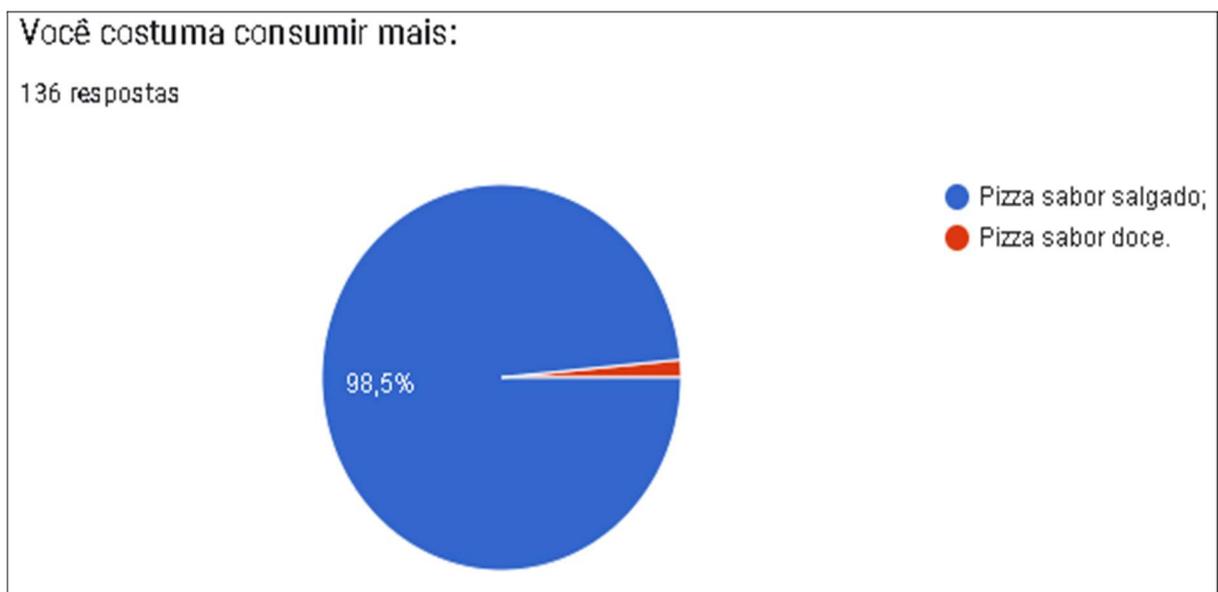
De acordo com Lima Filho et al. (2013) a escolha por pedir o alimento por rodízio ou à la carte pode estar relacionado a escolaridade e poder aquisitivo dos consumidores em que os de menor escolaridade e renda costumam valorizar mais a quantidade de alimento e, dessa forma, preferem participar de rodízios. Já os

consumidores com maior escolaridade e renda, por serem mais seletivos preferem realizar os pedidos da forma à la carte.

De acordo com Ortolan (2013) uma empresa é constituída por muitos processos que precisam ser coordenados para proporcionar o resultado desejável do cliente. O desafio para a administração consiste em atribuir as prioridades competitivas apropriadas a cada processo. Dessa forma, atender as necessidades de seus clientes consumidores passa a ser uma estratégia para fidelização dos mesmos e sustentabilidade do empreendimento.

Dentro dessas preferências dos consumidores, foi questionado também o costume do consumidor em relação ao tipo de pizza (salgada ou doce), conforme consta na Figura 13.

FIGURA13- Costume de consumo entre sabores salgado ou doce.

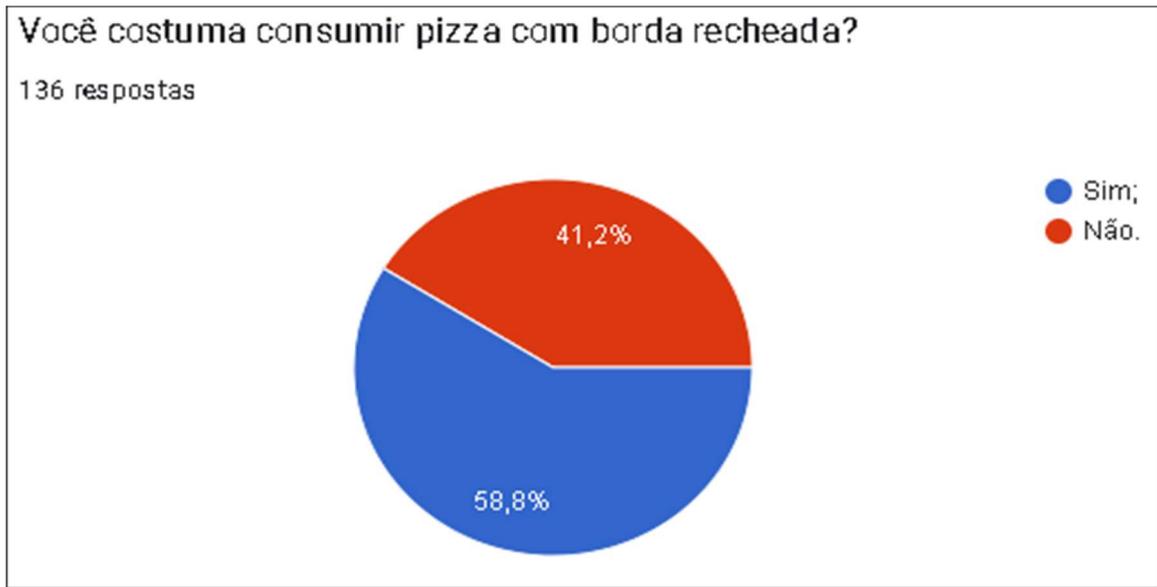


Fonte: Autor (2022).

Observa-se na Figura 13 que, do total de 136 participantes voluntários da pesquisa, 98,5% responderam que consomem pizza sabor salgado, sendo este o mais popular, variado e diversificado tipo de pizza nos cardápios das pizzarias, fazendo com que o público consumidor escolha mais por esta oferta. Em relação ao pedido de pizzas doces, verificou-se que a proporção de consumidores com essa preferência atingiu apenas 1,5% do total dos participantes.

Neste contexto, foi analisado sobre a preferência do consumidor em relação às pizzas com borda recheada ou não, conforme apresentado na Figura 14.

FIGURA 14- Consumo de borda recheada.



Fonte: Autor (2022).

Verifica-se na Figura 14 que a pizza com borda recheada é o tipo mais consumido, representando 58,8% do total relatado. Enquanto os consumidores que alegaram não consumir representam 41,2% dos participantes. A pizza com borda recheada é uma inovação neste ramo alimentício que cada vez mais atrai consumidores que apreciam esse diferencial no produto.

Conforme Finamor (2013) o êxito e a vitalidade econômica no ramo de alimentos estão ligados diretamente à inovação e lançamento no mercado de novos produtos. Para atingir tal plenitude positiva, os profissionais envolvidos precisam constantemente aplicar conhecimentos, consolidando novas tecnologias e ingredientes, o que constitui um diferencial.

De acordo com relatos de Souza (2019) atualmente, as organizações estão sempre buscando ideias inovadoras, com o objetivo de ter um diferencial competitivo, dessa forma é preciso que a empresa se antecipe para atender da melhor forma seus clientes por meio da percepção e desejos demonstrados pelo mesmo no processo comunicativo. Assim, a satisfação do consumidor de alimentos é fundamental.

Juntamente com a ingestão de pizzas os consumidores requerem que se tenha disponível uma bebida para consumir junto com o alimento. Sendo assim, no presente estudo foi feito um levantamento sobre o consumo de bebidas junto à pizza, cujos resultados são apresentados na Figura 15.

FIGURA15- Consumo de alguma bebida junto a pizza.



Fonte: Autor (2022).

Verifica-se na Figura 15 que o refrigerante é o tipo de bebida mais consumido nessas refeições, representando 62,5% do total relatado. O consumo de cerveja e água representaram 11,8 e 9,6%, respectivamente da preferência. Observou-se também o consumo de suco em 8,8% das respostas e, com porcentagem menor, alguns consumidores preferem beber vinho, junto ao consumo de pizzas.

Na Figura 16 foi questionado se o participante costuma consumir a pizza sempre do mesmo estabelecimento comercial.

FIGURA 16- Consumo de pizza do mesmo estabelecimento comercial.

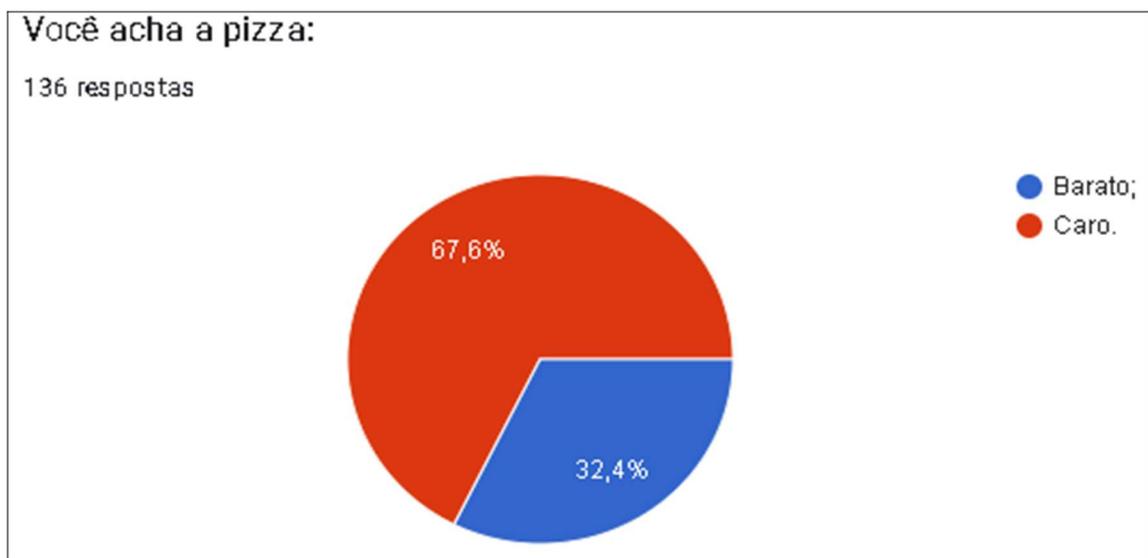


Fonte: Autor (2022).

Observa-se na Figura 16 que mais da metade (52,2%) dos entrevistados preferem consumir pizza do mesmo estabelecimento. Esse comportamento pode estar relacionado á satisfação do consumidor perante a qualidade da pizza, assim como pelo serviço prestado no estabelecimento que frequenta. De acordo com Godoy (2009) prestar um serviço de boa qualidade deixou de ser simplesmente um diferencial e passou a ser uma característica básica para as empresas se manterem no mercado. Verificou-se ainda que 47,8% dos participantes da pesquisa relataram não consumir sempre as pizzas do mesmo estabelecimento.

A Figura 17 demonstra a opinião dos consumidores a respeito de considerar a pizza barata ou cara, visto que o preço médio pode variar de acordo com a escolha do estabelecimento e adicionais como por exemplo, borda recheada.

FIGURA 17- Preço da pizza barato ou caro.



Fonte: Autor (2022).

Pode se verificar na Figura 17 que mais da metade dos participantes (67,6%) considera a pizza como um alimento caro, enquanto que 32,4% responderam que consideram a pizza como um alimento barato.

Segundo Kotler e Keller (2012) tem se verificado uma maior dificuldade em satisfazer os clientes que, além de mais exigentes, estão mais conscientes em relação aos preços, sendo os mesmos abordados por concorrentes com melhores ofertas.

Na Figura 18 estão representados os resultados relativos á forma preferencial de pagamento da pizza pelos consumidores.

FIGURA 18- Forma de pagamento.

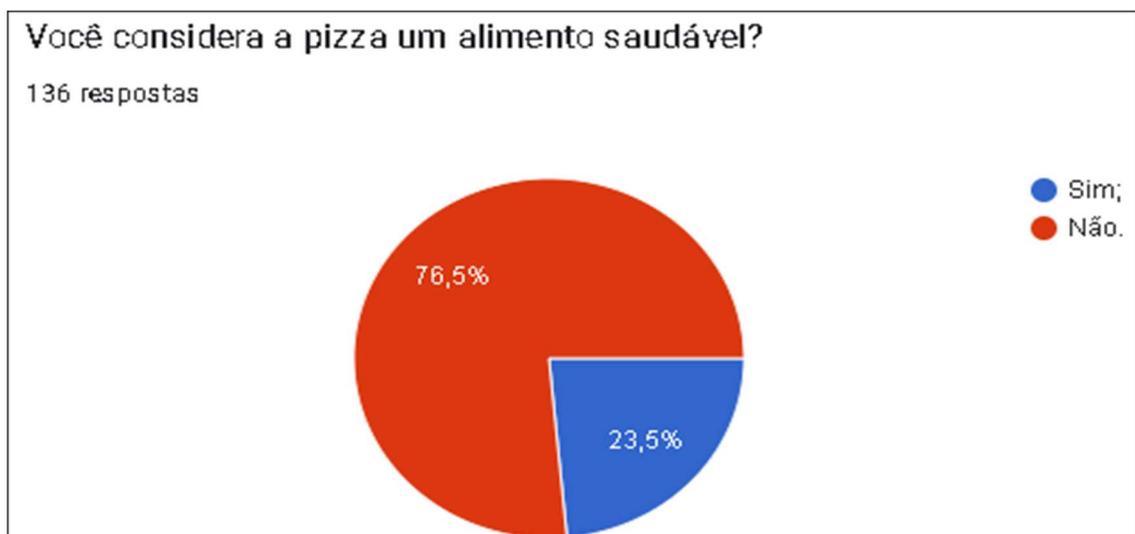


Fonte: Autor (2022).

Observa-se na Figura 18 que 29,4% dos participantes efetuam o pagamento com cartão de crédito, 28,7% efetuam com cartão de débito, 24,3% fazem o pagamento com Pix, enquanto que somente 17,6% efetuam o pagamento com dinheiro, com bases nesses dados é possível verificar que a influência positiva da tecnologia se faz presente também no ramo alimentício.

Na Figura 19 estão apresentados os dados obtidos quando os consumidores foram questionados se consideram que a pizza é um alimento saudável para nosso organismo.

FIGURA 19- Classificação da pizza como alimento não saudável.



Fonte: Autor (2022).

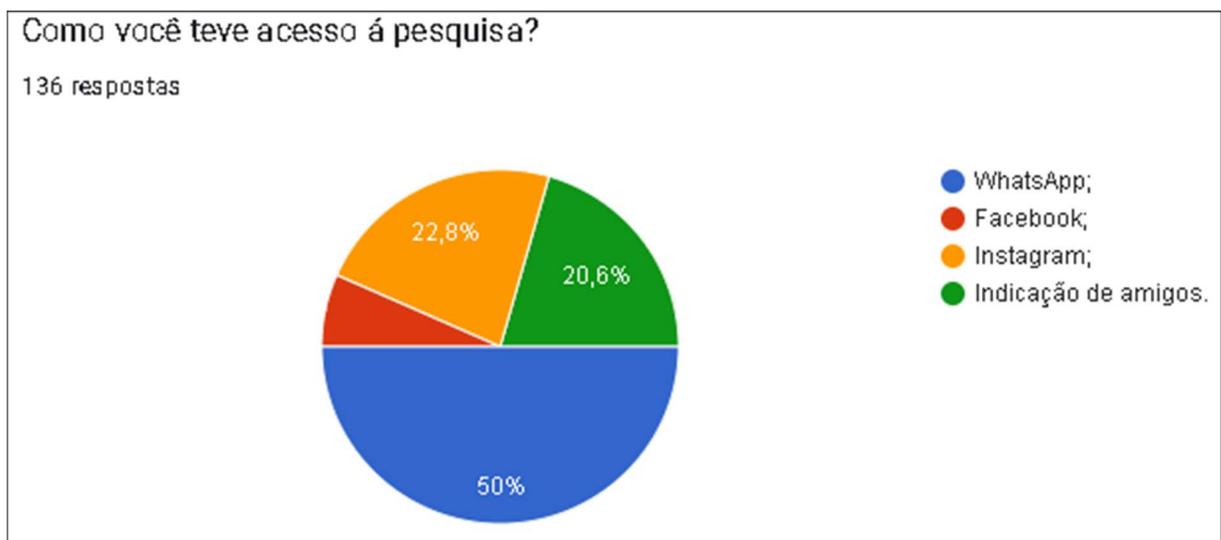
Observa-se na Figura 19 que 76,5% dos entrevistados relataram que a pizza não deve ser considerada como um alimento saudável, por conter em sua composição, altos índices de carboidratos, o que pode prejudicar o organismo se consumida frequentemente. Entretanto, 23,5% dos consumidores afirmaram que a pizza é considerada como um alimento saudável, dependendo dos ingredientes utilizados na sua formulação.

De acordo com Bezerra et al. (2013) em alguns casos a alimentação fora de casa pode apresentar predominância de alimentos de alto conteúdo energético e pobre conteúdo nutricional, indicando que o consumo de alimentos fora do domicílio deve ser considerado nas ações de saúde pública voltadas para a melhoria da alimentação dos brasileiros. Dessa forma, a escolha de quais alimentos consumir nestas ocasiões, passa a ser um fator fundamental.

Conforme Teixeira et al. (2018) o crescente número de consumidores esclarecidos quanto ao papel da alimentação em sua saúde vem estimulando a indústria a desenvolver alimentos reformulados em relação aos seus similares convencionais e que detenham alguma melhora nutricional. Segundo os referidos autores a elaboração de massas de pizzas com altos teores de fibras solúveis pode melhorar as características nutritivas desse alimento que atualmente é tão consumido, em função da sua praticidade, baixo custo e sabor agradável.

Na Figura 20 consta a forma de acesso ao questionário por parte dos consumidores avaliados neste estudo.

FIGURA 20- Forma de acesso a pesquisa.



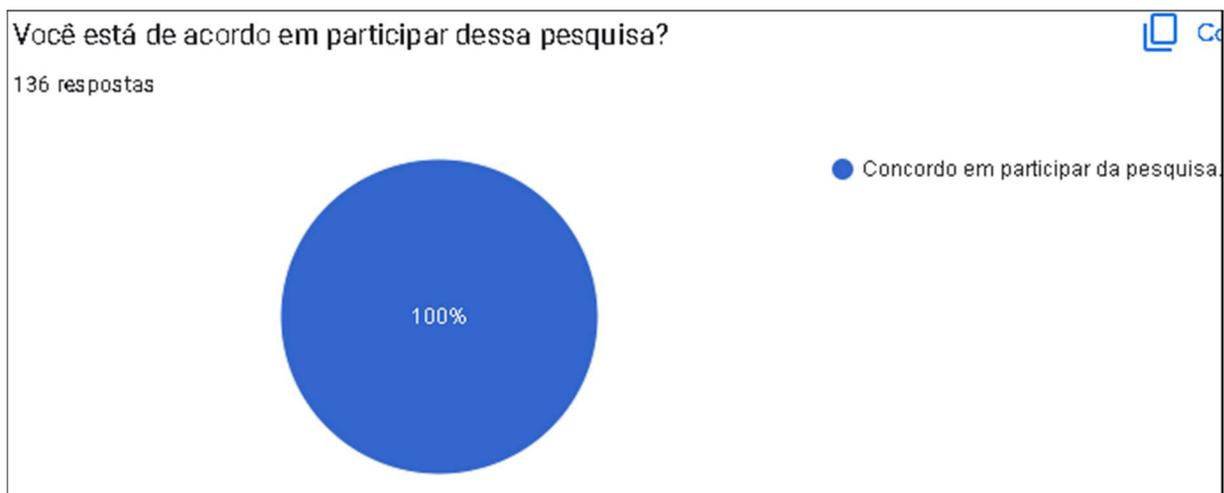
Fonte: Autor (2022).

Observa-se na Figura 20 que metade dos participantes (50%) obteve acesso à pesquisa através do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, enquanto que 22,8% obteve pela rede social *Instagram* e 20,6% acessaram o link da pesquisa através da indicação de amigos e compartilhamento do link pela internet. Esse resultado reforça que as redes sociais são boas aliadas para o levantamento de dados de uma pesquisa acadêmica, confirmando uma tendência verificada nos últimos anos.

Por fim, após os participantes responderem as questões da primeira seção, o formulário foi direcionado para a segunda parte, a qual continha o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), em que todo participante deveria clicar na opção de concordância para, em seguida, fazer a finalização do mesmo.

A Figura 21 demonstra que todos os participantes concordaram voluntariamente em participar da pesquisa, nas condições previamente apresentadas.

FIGURA 21- Concordância com a participação voluntária na pesquisa.



Fonte: Autor (2022).

Em atendimento às exigências estabelecidas, todos os participantes que efetivamente contribuíram com este estudo foram devidamente esclarecidos e concordaram espontaneamente com a sua participação na pesquisa.

5 CONCLUSÃO

Os resultados obtidos a partir do questionário aplicado para consumidores de pizza destacam aspectos relevantes relatados, visando um melhoramento dessa atividade.

A maioria dos consumidores de pizza neste estudo é do sexo feminino, possuindo entre 18 e 40 anos de idade, com alto grau de escolaridade, renda familiar de um a três salários mínimos, com frequência de consumo esporádica e preferência por pizza escolhida pelo cardápio (A lá carte), com borda recheada e refrigerante.

Verificou-se também que os consumidores buscam prioritariamente por pizzas de boa qualidade, saborosas, realizando o pedido do mesmo estabelecimento. Em relação ao preço, a maioria dos consumidores considera a pizza um alimento relativamente caro. Da mesma forma, a maioria considera que a pizza não pode ser considerada um alimento saudável, devido à farinha do tipo branca utilizada no seu preparo e os diferentes tipos de queijos, o que torna o alimento altamente calórico.

A maioria dos consumidores não possui o hábito de consumo frequente de pizza, o que indica a necessidade de uma adequação, com novas ideias e receitas para satisfazer esse tipo de público que, cada vez mais, vem crescendo adquirindo conhecimento sobre alimentos funcionais com farinhas integrais e baixo índice de carboidrato, contribuindo para uma alimentação mais saudável.

REFERÊNCIAS

- AKBAY, C.; TIRYAKI, G. Y.; GUL, A. Consumer characteristics influencing fast food consumption in Turkey. **Food Control**, n. 18, p. 904-913, 2007.
- ARMÁZEM PAULISTANO. **História da Pizza**. Disponível em: <<http://armazempaulistano.com.br/historia.php>>. Acesso em: 14 março 2022.
- BARBOSA, L.; MADI, L.; TOLEDO, M. A.; REGO, R. A. **As tendências da Alimentação**. In: FIESP. Brasil FoodTrends 2020. São Paulo: Gráfica Ideal, p. 39-47. 2010.
- BEZERRA, I. N. Consumo de alimentos fora do domicílio. **Rev. Saúde Pública**. N.47, 1Supl., p. 200-211. 2013.
- BRANDÃO, V. **História da Pizza**. São Paulo, 2013. Disponível em: <http://correiogourmand.com.br/info_01_cultura_gastronomica_01_17.htm>. Acesso em: 14 março 2022.
- CARVALHO, S.; CORDEIRO E.; CARVALHO, L. **Supérfluos? Já foram um dia, não mais**. Série especial Administrando as categorias II – Perecíveis, congelados, resfriados e lácteos. Belo Horizonte, MG. 2007.
- CASA DA PIZZA. **A História da pizza**. Disponível em: <<http://casadapizza.com.br/web2/index.html>>. Acesso em: 14 março 2022.
- FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3.ed. Curitiba: Positivo. 2004.
- FINAMOR, A. L. N.; **Projeto Integrado de Negócios**. MBA em Gestão Empresarial. Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, Programa FGV Management. Pouso Redondo, SC. 2013. 201p.
- GALLAGHER, E. Formulation and nutritional aspects of gluten-free diet cereal products and infant foods. In: ARENDT, E.; DAL BELLO, F. Gluten-Free Cereal Products and Beverages. **Food Science & Technology**. Hardbound: Elsevier, 2008. 464 p.
- GODOY, L. P. et al. **A qualidade na prestação de serviços em uma pizzaria analisando percepção e expectativa**. In: XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Salvador, BA. 2009.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008/2009: Despesas, Rendimentos e Condições de Vida**. 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/arquivo/projetos/sipd/oitavo_forum/POF_2008_2009.pdf>.
- KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 14ª ed., São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

LEMKI, S. A.; FERRIS, D. A. **Production of sour dough frozen pizza and fresh focaccia using MIVAC spices and herbs**. California State University. California Agricultural Technology Institute, Fresno, 2001.

LIMA FILHO, D. de O. et al. Fatores relevantes para escolher restaurantes comerciais. **CAP Accounting and Management**. N. 07, V. 7. 2013. 11p.

MONTEBELLO, N. de P.; COLLAÇO, J. H. L. **Gastronomia: cortes & recortes**. 2ª ed. Brasília: Editora Senac, p. 132-139. 2007.

NULLE, A. L. Indutores do consumo de pizzas em restaurantes ou por entrega em domicílio. 97f. (**Monografia - Trabalho de Conclusão de Curso**) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Administração, 2014.

OLIVEIRA, Ana Flávia. **São Paulo consome mais da metade das pizzas produzidas no Brasil**. Disponível em: <<https://noticiasr7.com/economia/noticias/sao-paulo-consome-mais-da-metade-das-pizzas-consumidas-no-brasil-20100710.html>>. Acessado em: 22/04/2022.

ORTOLAN, M. dos S. Estudo da localização geográfica para implantação de uma pizzaria na cidade de Criciúma – SC. 48f. (**Monografia - Trabalho de Conclusão de Curso**) – Universidade Do Extremo Sul Catarinense, UNESC. Administração, 2013.

OTAVIANO, S. M. Atributos Determinantes na Escolha de *FastFood*: um estudo aplicado em estudantes universitários. 61f. (**Monografia - Trabalho de Conclusão de Curso**) – Universidade de Brasília, Administração, 2013.

PIZZAMIDIA. **O Consumo de Pizzas**. Disponível em: <<https://www.pizzamidia.com.br/mercado.html>>. Acesso em: 10 abril 2022.

POLO, E. **A nova mordida da pizza Hut**. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/51901_A+NOVA+MORDIDA+DA+PIZZA+HUT>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

SANTANA, A. L. **História da Pizza**. 2010. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/pizza>>, Acesso em: 17 de Abril de 2022.

SERRANO, D. P. **Comportamento do Consumidor**. 2003. Disponível em: <<http://portaldomarketing.com.br/artigo/comportamento%20do%20consumidor.htm>>. Acesso em: 13 abril de 2022.

SILVA, J. C. da. Satisfação do consumidor em pizzarias: um estudo de caso na Pizza da Hora. 53f. (**Monografia - Trabalho de Conclusão de Curso**) - Universidade Federal de Pernambuco, Administração, 2016.

SOUZA, A., S.; FERNANDES, I. N. Observação de Ciclos de Serviços como Análise da Qualidade de Restaurantes de Buffet por Quilo. **Anais ...** In: XXXI Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Belo Horizonte, MG. 2013.

SOUZA, I. T. de. A qualidade no atendimento como diferencial competitivo: um estudo de caso numa empresa do ramo alimentício. 60f. (**Monografia - Trabalho de Conclusão de Curso**) - Universidade Federal de Pernambuco, Administração, 2019.

TEIXEIRA, A. M. et al. Adição de flocos de aveia (*Avena sativa* L.) na elaboração de massa de pizza: avaliação físico-química e sensorial. **Revista Ambiente**. Guarapuava, PR. v.14 n.2 p. 390-400, 2018.

TERRES, A. et al. **Perfil do consumidor de pizza: evidências de qualidade e preço**. IMED: Cluster Business & Tech. Porto Alegre, RS. 2021.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO E ESTRATIFICAÇÃO DO PERFIL DOS CONSUMIDORES DE PIZZA

Olá! Meu nome é Bruna Tolentino Padilha, sou acadêmica do curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs), Unidade em Cruz Alta, RS e orientada pelo professor Dr. Paulo Afonso Carvalho, lotado na referida instituição. Venho por meio deste, convidá-lo a responder este questionário referente ao meu trabalho de conclusão de curso, que tem por objetivo identificar o perfil dos consumidores e a estratificação do consumo de pizza, gerando um conhecimento que permita determinar aspectos relevantes, peculiaridades e preferências neste ramo alimentício, contribuindo com as empresas do setor e melhorando este ramo de atividade.

Essa pesquisa está dividida em duas seções, em que na primeira parte consta um questionário a ser respondido e, na segunda parte, o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE) em que todo participante deverá selecionar a opção que consta abaixo, concordando com a participação voluntária na pesquisa. Em relação às perguntas com asterisco (*), as respostas são de caráter obrigatório. Esses dados poderão ser utilizados para publicação de trabalhos científicos, entretanto serão mantidas em sigilo as informações pessoais preenchidas, a fim de preservar a imagem de seus participantes, os quais não serão identificados. Será aceito o envio de apenas um questionário por participante.

Você poderá desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, para isso basta fechar o questionário antes de enviá-lo. Suas respostas serão de grande valia para a nossa pesquisa e poderão servir de subsídio para o melhoramento deste ramo de atividade, contemplando cada vez mais as necessidades dos consumidores.

Desde já agradeço a sua participação, bem como solicito que, se possível, compartilhe o link de acesso à pesquisa para seus grupos de amigos e conhecidos, visando um maior alcance e abrangência do estudo.

1. NOME (OPCIONAL): _____.

2. Sexo:

() Masculino;

() Feminino;

3. Idade (anos):

() 18 a 30;

() 30 a 40;

() 40 a 50;

() 50 a 60;

() Mais de 60 anos.

4. Escolaridade:

() Fundamental incompleto;

() Fundamental completo;

() Nível médio incompleto;

() Nível médio completo;

() Superior incompleto;

() Superior completo;

() Pós-graduação.

5. Faixa salarial:

() Até 1 salário mínimo;

() De 1 a 3 salários mínimos;

() De 3 a 7 salários mínimos;

() De 7 a 10 salários mínimos;

() Acima de 10 salários mínimos.

6. Cidade e Estado em que reside: _____

7. Você consome pizza?

() Sim;

() Não;

8. Em média, quantas fatias você consome?

- Uma;
- Duas;
- Três;
- Quatro;
- Cinco ou mais.

9. Com que frequência você consome pizza?

- Mais de uma vez por semana;
- Semanalmente;
- Quinzenalmente;
- Mensalmente;
- Esporadicamente.

10. Você costuma consumir pizza caseira? (Aquele que você mesmo monta e prepara o recheio em casa):

- Sim;
- Não;

11. Você costuma consumir pizza pré-pronta? (Aquele que você compra congelada e assa em casa):

- Sim;
- Não;

12. Você costuma ir em pizzarias?

- Sim;
- Não;

13. Na pizzaria, você costuma fazer o pedido por à la carte (cardápio) ou prefere participar de rodízio?

- À la carte;
- Rodízio.

14. Você costuma consumir mais:

Pizza sabor salgado;

Pizza sabor doce.

15. Você costuma consumir pizza com borda recheada?

Sim;

Não;

16. Você possui alguma preferência em bebida para acompanhar a pizza?

Refrigerante;

Água;

Suco;

Cerveja;

Vinho.

17. Você costuma consumir a pizza sempre do mesmo estabelecimento?

Sim;

Não;

18. Você acha a pizza:

Barato;

Caro;

19. Como costuma fazer o pagamento:

Dinheiro;

Cartão de crédito

Cartão de débito

Pix

20. Você considera a pizza um alimento saudável?

Sim;

Não;

21. Como você teve acesso à pesquisa?

- () WhatsApp;
- () Facebook;
- () Instagram;
- () Indicação de amigos.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO –TCLE

Você está participando como voluntario(a) da pesquisa intitulada “PERFIL DOS CONSUMIDORES E ESTRATIFICAÇÃO DO CONSUMO DE PIZZA”.

Meu nome é Bruna Tolentino Padilha, sou acadêmica do curso de Ciência e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Estadual do Rio Grande do Sul (Uergs), Unidade em Cruz Alta, RS e orientada do professor Dr. Paulo Afonso Carvalho, lotado na referida instituição. Após receber os esclarecimentos e as informações relativas ao estudo, fica claro a sua concordância em colaborar com a pesquisa, através do preenchimento do presente questionário aplicado de forma "on line". Ao final da participação será enviada para o e-mail registrado no início do questionário, uma via desse documento o qual será mantido em anonimato, sem identificação.

Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Aceitando participar, possíveis dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora, via e-mail (Brunapad2013@outlook.com) e, inclusive, na forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (55)991205224. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, CEP-UERGS, pelo telefone (51)3288-9061.

O projeto “Perfil dos consumidores e estratificação do consumo de pizza” têm por objetivo identificar o perfil de consumidores e a estratificação do consumo de pizza, gerando um conhecimento que permita identificar peculiaridades e preferências, contribuindo com as empresas do setor e melhorando este ramo de atividade. Para realização dessa pesquisa, você recebeu um questionário com 21 questões a serem respondidas, em que foram levados em consideração aspectos como “sexo, idade, escolaridade, faixa salarial, cidade e estado em que reside, se consome pizza, quantas fatias, frequência de consumo, tipo de pizza que costuma

consumir, se costuma ir em pizzaria, se prefere pedir à la carte ou participar de rodizio, preferência de estabelecimento, do tipo e do sabor da pizza, fazendo a ordenação dos aspectos mais relevantes na hora da compra, qual o tipo de bebida que consome como acompanhamento, se classifica a pizza como um alimento saudável, e por fim, como você teve acesso à pesquisa”.

Os participantes não receberão qualquer remuneração pela participação, bem como, não terão nenhuma interferência nas respostas a serem dadas. Você poderá retirar seu consentimento em qualquer momento do estudo, cessando sua participação. Neste caso, qualquer informação sua não será utilizada, sem prejuízo para a pesquisa ou para você. Os resultados deste estudo serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos, sendo garantido o sigilo da identidade dos participantes. Esta pesquisa não está sendo financiada por nenhuma empresa. Você terá garantia expressa de liberdade para se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma. Não haverá armazenamento de dados, para investigações futuras. A pesquisadora declara que o projeto cumpre com todas as exigências estabelecidas na Res. 466/2012.2 a qual versa sobre o consentimento da participação da pessoa como sujeito da pesquisa. Nestes termos, declaro que concordo em participar do estudo intitulado “Perfil dos consumidores e estratificação do consumo de pizza”. Informo e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui, ainda, devidamente informado(a) e esclarecido(a) pela pesquisadora Bruna Tolentino Padilha sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, os quais não representam nenhum risco ou prejuízo devido a minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação na pesquisa acima descrita.

22. Você está de acordo em participar dessa pesquisa?

() Concordo em participar da pesquisa.