

Encarte Técnico

“A importância do Pão do Dia
(Tipo Francês) para o segmento
da Panificação no Brasil.”



O Pão do Dia



O pão é resultado do cozimento da massa feita com farinha de trigo, água, sal e fermento (biológico ou químico), sendo estes os componentes básicos para a sua produção. O Pão do Dia é aquele que é feito para consumo imediato, sendo produzido todos os dias na padaria. O mais difundido e conhecido no Brasil é o Pão do Dia tipo Francês, muito utilizado e apreciado como acompanhamento de diversos pratos e consumido nas mais variadas refeições.

Visto como ingrediente essencial na mesa de café dos brasileiros, o tradicional Pão do Dia é o produto mais produzido nas padarias e mais consumido pela população. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), considera-se saudável o consumo de 60 kg de pães ao ano. Dados da Associação Brasileira da Indústria de Panificação e Confeitaria (ABIP) afirmam que o consumo de pães no Brasil é de 33,5 kg ao ano por pessoa. Destes dados, 86% (30,5 kg) correspondem aos pães artesanais, dos quais 58% (aproximadamente 17,7 kg) são o Pão do Dia (tipo francês), e apenas 14% (aproximadamente 4,6 kg) são pães industrializados (Fonte: ITPC).

A evolução do pão

No mundo

Estima-se que o pão surgiu aproximadamente em 8.000 a.C, período compatível com o cultivo do trigo na Mesopotâmia (atualmente a região do Iraque). Esses pães eram duros e secos, mas essas características foram alteradas pelos egípcios cinco mil anos depois, quando utilizaram o fermento e os fornos de barro para a realização do forneamento.

Quando incluído o fermento à massa do pão foi possível garantir leveza e maciez ao produto, sendo essa técnica utilizada até hoje.

No ano de 250 a.C, as trocas comerciais favorecem a chegada do pão na Europa, mesma época em que nascem as primeiras padarias como estabelecimentos comerciais na Grécia. O pão transformou-se num dos principais alimentos da Roma Antiga, no Século II. Desenvolveu-se a indústria de “padarias públicas”, e o hábito de consumir pães se estende por grande parte da Europa, e surgem as escolas de padeiros.

Com a queda do Império Romano, na Idade Média, o pão perde o seu prestígio, as padarias públicas se extinguem e a produção de pães volta a ser caseira. As atividades são retomadas no século XII, período em que França e Itália aprimoram ainda mais as técnicas de panificação, desenvolvendo processos, métodos e receitas inovadoras.

No Brasil

O hábito do consumo de pão só chegou ao Brasil no século XIX, através de colonizadores portugueses e de imigrantes, que fabricavam caseiramente o pão e o vendiam pelas ruas. Entretanto, a expansão da panificação brasileira só ocorreu no início do século XX, período que a padaria ganha status de negócio.

A partir daí, o processo de produção do pão sofreu avanços, as técnicas foram aprimoradas, com exemplos pioneiros por todo o país. Hoje as padarias oferecem grande variedade de produtos, suficiente para atender a crescente demanda de consumo.

O Fortalecimento da pequena indústria

O Pão do Dia (tipo francês) foi o responsável por impulsionar o surgimento das pequenas padarias em todo o Brasil. Para manter características consideradas importantes (como o pão fresco e quentinho) é que surgiram as pequenas padarias. O país já conta com uma padaria para cada três mil habitantes. O fato de elas oferecerem aos seus clientes o pão com características tão apreciadas fez com que aumentasse o número de pequenas padarias que atendiam às suas necessidades, ficando cada vez mais próximas do consumidor. Portanto, as padarias se pulverizaram e cresceram como pequenas indústrias de um produto tão admirado ou procurado.

Apesar de muito difundida a questão de proximidade e comodidade, estes não são os únicos motivos que levam o consumidor à padaria. O propulsor das vendas, o produto mais importante e mais popular é o Pão do Dia (tipo francês). O consumidor se desloca até a padaria todos os dias em busca deste produto que é ímpar em sabor e de variadas combinações.

Mas, para entender como o Pão do Dia (tipo francês) propiciou o fortalecimento das padarias é preciso analisar questões importantes. Em alguns países, como Estados Unidos e Colômbia os pães são industrializados e revendidos em pequenas mercearias e bodegas; podem ser comprados e armazenados. Se isso ocorresse no Brasil eliminaria a necessidade da grande quantidade de padarias que temos aqui. Ou seja, uma fábrica centralizaria sua produção e distribuiria seu produto para revenda, fazendo do estabelecimento padaria algo desnecessário. Ou seja, a padaria como processo de produção artesanal deixaria de existir, ou o número seria muito menor.

Exemplo: Surgiu uma fábrica de pães congelados de grande porte no interior de São Paulo, com capacidade para substituir 530 padarias de pequeno porte. Se esse modelo tivesse se consolidado por todo o Brasil, teríamos apenas 120 grandes fábricas de panificação que substituiriam as cerca de 63 mil padarias que existem hoje. Seriam perdidos 240 mil postos de trabalho pelas pessoas que trabalham diretamente com a produção industrializada e manipulação dos pães.

O surgimento de uma fábrica como essa poderia ter influenciado novas indústrias, e provocado o desaparecimento de grande parte das padarias. Só que reproduzir o Pão do Dia em grande escala, com todas as características que ele apresenta, ficou difícil através dos processos automatizados. Então o modelo das fábricas de panificação não virou tendência, pois a padaria conseguiu potencializar seu diferencial, que é oferecer a qualidade do seu produto mais importante.

Considera-se um excelente Pão do Dia (tipo francês) aquele que apresenta como características: o aspecto de bem desenvolvido, bem assado e leve; uma crosta amarelo-dourada, ligeiramente espelhada, lisa e bem aderente ao miolo; quando cortado não apresenta estrangulamento; miolo de coloração branco-creme, sem buracos; pestanas bem destacadas; sabor agradável, aroma suave, crocante e apetitoso.

Mas, o que representa o Pão do Dia (tipo francês) para

sua padaria? Ele é o principal gerador de receita dentro da loja e seu consumo diário e imediato é que fortalece o estabelecimento, sendo um dos principais motivos que levam o consumidor ao ponto de venda de 15 a 20 vezes por mês. Além da frequência, há muito mais vantagens que o Pão do Dia proporciona ao panificador. Em termos estratégicos, o pão gera grande fluxo de clientes na área de loja. No âmbito financeiro apresenta margem de contribuição e margem de lucro superior à maioria dos produtos, possibilita alta produtividade, contribui na formação de grande parcela do lucro das padarias. Por isso, é importante priorizar sua qualidade: manter um alto padrão, com processo de fabricação adequado e verificação constante sobre suas variações (ligadas à fabricação artesanal).

O diferencial financeiro do Pão do Dia

Alguns panificadores pensam que o Pão do Dia é pouco rentável, mas isso é mero engano. Segundo os estudos realizados pelo Programa de Apoio à Panificação (Propan), Instituto Tecnológico da Panificação e Confeitaria (Itpc) e Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), comprovou-se exatamente o contrário.

Alta produtividade

Verificou-se que um funcionário da produção é capaz de produzir (em média) de 100 a 120 kg/dia de Pão do Dia. Outros setores dentro da produção, como a área de confeitaria, precisam de maior tempo de dedicação aos processos de fabricação, por serem responsáveis em realizar um trabalho mais complexo. O confeitoiro leva em média um dia para produzir entre 15 e 30 kg de produtos confeitados. Comparando-se as duas áreas, verifica-se que a produção do Pão do Dia (tipo francês) – por apresentar alta produção – consegue elevar sua produtividade.

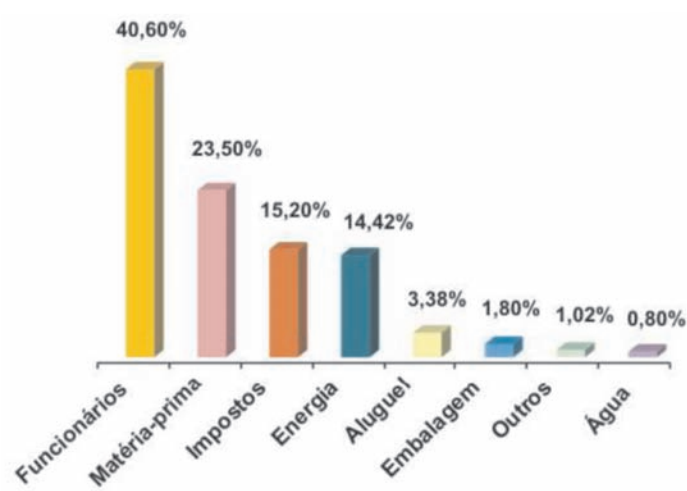
Portanto, verifica-se que o valor agregado dos produtos de confeitaria nem sempre consegue compensar a baixa produtividade em quilos que o profissional realiza diariamente. Já o Pão do Dia apresenta grande facilidade em seu processo de fabricação, isso permite alta produtividade e rentabilidade.

Alta Margem de Contribuição

Outro ponto muito importante é a margem de contribuição por quilo produzido. Para o Pão tipo

francês essa margem é alta, sendo cerca de 82% por quilo produzido, em que a matéria-prima desse produto representa 18% do preço final de venda do produto e 33% do custo, em média, sendo que tudo é compensado pela alta produtividade. Veja abaixo a tabela dos custos:

Composição média de custos do pão francês



Fonte: Propan

O Pão do Dia apresenta grande peso na formação do lucro de uma empresa de panificação, representando (em média) entre 20% e 30% da margem de contribuição total ou do lucro bruto da padaria. Está sempre em primeiro lugar nas vendas, mesmo entre as padarias que oferecem um mix com 3.000 ou 4.000 itens no ponto de venda. Para perceber qual o tamanho da contribuição do pão na padaria, veja um exemplo bem prático.

Exemplo: Em uma padaria que oferece cerca de 1.850 itens, somente 10 produtos constituem mais de 1% do lucro. É simples compreender a contribuição que o Pão do Dia tem na padaria, seria necessário que ela vendesse 800 produtos com volume de impacto de vendas como tem o principal refrigerante 2 litros, para alcançar a rentabilidade ou margem de contribuição do Pão do Dia (tipo francês). Ou seja, se a padaria não vendesse o pão, seria necessário que vendesse 800 produtos com mesma performance em faturamento e margem de contribuição que tem a venda de um refrigerante 2 litros da marca líder de mercado. Veja o quadro a seguir, com a contribuição de 20 itens de consumo importantes na participação do lucro bruto de uma padaria real.

Curva ABC Margem de Contribuição Lucro Bruto Total do Período: R\$50.353,69						
Produto	Quantidade Total	Valor Total	Custo Total	Lucro Total	MarkUp %	Participação %
Pão do Dia (tipo francês)	2.999,49	14.919,81	3338,45	11581,35	346,91	23,01
Biscoito Quatro Queijos	240,9	3396,55	1122,18	2274,37	202,68	4,52
Presunto cozido s/ capa de gordura	168,71	2551,17	1521,03	1030,14	67,73	2,05
Cerveja em lata 350ml	4.496,00	5201,95	4346,95	855,01	19,67	1,7
Pão Doce Liso	166,05	1059,52	256,03	803,49	313,82	1,6
Patê de Frango	31,5	635,73	112,18	523,55	466,7	1,04
Queijo Mussarela Lactominas	98,82	1113,9	593,88	520,02	87,56	1,03
Pão de Queijo (granel)	52,74	716,1	216,51	499,59	230,75	0,99
Mini Sanduíche Frio	41,78	576,55	180,23	396,32	219,9	0,79
Pão com Margarina	2.237,00	518,84	179,14	339,7	189,62	0,67
Baguete Tradicional	83,79	418,95	86,89	332,06	382,15	0,66
Biscoito Cookies	26,61	451,8	147,79	304,01	205,7	0,6
Pão Francês Carioquinha	66,39	331,95	65,74	266,21	404,95	0,53
Brownie	14,97	388,88	123,25	265,63	215,53	0,53
Cigarro	818	2025,25	1808,52	216,73	9,3	0,43
Coca Cola Pet 2250ml	498	1178,45	968,76	209,69	21,65	0,42
Leite Itambé Vitaminado cx lt	10038	1339,02	1141,8	197,22	17,27	0,39
Coxinha com Catupiry (mini)	16,19	228,29	42,96	185,33	431,41	0,37
Pão de Batata	35,6	234,96	62,06	172,9	278,63	0,34
Leite Integral L. Vida 1L cx	678	1078,02	913,17	164,85	18,05	0,33

Fonte: ITPC - Obs.: lista de 20 produtos num total de 1.850 produtos.

Pelo quadro é possível perceber que o Pão do Dia (tipo francês) participa com 23% de todo o lucro bruto da padaria. Portanto, além do Pão do Dia gerar fluxo e fortalecer os hábitos de consumo e de visitas nos pontos de venda, ele ainda proporciona alta produtividade, rentabilidade, lucratividade e mantém o estabelecimento em dia com seus vencimentos. Com uma produtividade de 3 a 4 vezes maior do que a produção de confeitados e contribuição girando em 82% por cada quilo de pão produzido.

Financiando a qualidade no atendimento



A ótima performance de vendas do Pão do Dia permite subsidiar a ampliação do mix de produtos e serviços da padaria, além de oferecer o serviço personalizado. Especialistas em varejo afirmam que o diferencial competitivo de uma empresa de panificação é o atendimento personalizado. Estima-se que para cada 50 atendimentos há um atendente; em contrapartida, as grandes empresas de varejo trabalham com a proporção média de um atendente para cada 200 atendimentos / dia.

Ou seja, o que permite custear o atendimento personalizado é a produção diária do Pão do Dia.

Isso explica o porquê de uma padaria poder concorrer com uma grande empresa de varejo e com lojas de conveniência. Afinal, seu cliente é chamado pelo nome, tem seus hábitos conhecidos, consegue um atendimento personalizado... É como colocar numa embalagem emocional toda essa relação com o cliente. Ele se sente mais acolhido, recebe atenção, sugestões conforme suas preferências. No final quem paga essa conta é o Pão do Dia. Conclusão: ou o Pão do Dia (tipo francês) é bem trabalhado pela padaria ou se perde toda a cadeia de competitividade inserida no segmento de panificação de venda direta para o consumidor, como as padarias artesanais.

Para que se consiga ter esses benefícios na padaria, é importante oferecer um Pão com todas as características essenciais ao consumidor, como um aspecto de leve, bem assado, crocante, macio, gostoso e com aroma agradável. Mas, além de tudo isso a estratégia mais importante é: oferecer o pão quentinho!

Diferencial Estratégico: Pão Fresco e Quente

Esta é a questão mais positiva e uma das características mais agradáveis no pão. Se o produto continuasse com a mesma crocância e consistência ao ser esquentado, o consumidor poderia estocá-lo em casa, compraria quantidades maiores e frequentaria menos a padaria. Esta perderia a frequência do cliente, diminuiria as vendas dos produtos de conveniência e também de outros de produção própria que resultam de compras por impulso.

Pesquisas demonstram que, a cada dez frequentadores da padaria, nove preferem ter a certeza de que ele é fresco e novo. O pão quentinho no saco de papel é um atestado de que o produto é novo e fresco. Como não apresenta data de validade impressa na embalagem e nem o horário em que foi forneado, sentir o calor do pão dá confiança na compra do produto. E então o consumo do Pão do Dia é maior, assim como diz o ditado “vende que nem pão quente!”

A padaria deve ter muito cuidado com a política que adota quando oferece seus produtos, principalmente o Pão do Dia. Pois, se a política é vender apenas os pães

que estão expostos, o padeiro pode assar o pão, deixar o produto esfriando dentro da produção enquanto se vende o “velho” na loja. Ou seja, a padaria não vende pão fresco. E isso pode virar uma rotina, uma cultura da empresa, que os clientes entendem e assimilam, o que ocasiona desinteresse pelo produto. Essas padarias acabam sendo conhecidas como “Padarias do Pão Velho”.

Para evitar que sua empresa seja rotulada assim, veja o que fazer. A primeira medida para afastar esse conceito é colocando pão fresco na prateleira. Quando o pão sai do forno ele deve ser levado na hora para a loja, deixando que o cliente tenha a oportunidade de consumir pães frescos com mais facilidade. O ideal é ter uma média de 20 fornadas de pães por dia – essa variação permite que a padaria atenda às necessidades do consumidor e ofereça maiores fornadas durante os horários de pico.

Outra medida importante é perceber que o pão tipo francês tem uma vida útil no ponto de venda de 4 a 6 horas, mantendo suas características em bom estado. Assim, o pão forneado anteriormente poderá ser vendido nos horários em que não há fornadas previstas, desde que seja respeitada sua vida útil, evitando que haja desperdício. Portanto, não haverá problemas de abastecimento, nem de sobras de produtos. Mas, o mais importante como estratégia de marketing é priorizar o pão que acabou de sair do forno.

Planeje as fornadas

Algumas padarias não conseguem oferecer o Pão do Dia quentinho por que não organizam seu processo de produção. Normalmente há dois horários com grande fluxo de clientes: pela manhã (6h30 e 8h30) e à tarde (16h e 20h). São as seis horas mais importantes para o rendimento do dia na padaria, pois representam mais de 80% das vendas diárias de pão. Para esses horários, a estratégia ideal é que se façam fornadas com intervalos de, no mínimo 15 e no máximo 30 minutos, oferecendo o produto fresco nos horários de pico.

Dica: É interessante criar uma comunicação entre a produção e a área de loja, para que os atendentes sejam avisados sobre todas as fornadas de pães. Pode-se colocar uma campainha que soe a cada nova leva de pães quentes. Com o treinamento da equipe de vendas, a loja estará sempre informada sobre a chegada de pães quentes; assim será possível fazer uma estratégia de vendas forte, no qual os atendentes informem a oferta do produto fresco, e ofereçam ao cliente a opção de

trocar o pão pelo mais novo.

O cliente passa, em média, 15 minutos dentro da área de loja uma padaria. Nos horários de grande movimento as fornadas são estratégicas, pois a padaria tem 15 minutos para surpreendê-lo, encantá-lo. O cheiro do pão quentinho é a sua melhor propaganda, por isso é fundamental ter uma organização interna para produzir em horários estratégicos. Afinal, o panificador não pode escolher entre “vende mais por que está fresquinho, ou está fresquinho por que vende mais.”

Como Fortalecer a Competitividade

Sendo o Pão do Dia (tipo francês) muito importante para o segmento de panificação por fortalecer as padarias (independente do seu porte), é importante saber quais as estratégias que ampliarão a competitividade através do Pão do Dia. Manter a qualidade e uma boa estratégia de comercialização

hoje significa variar a receita tradicional, fazendo surgir produtos como o pão francês de boa forma (com redução de gordura), pão francês com fibras, pão francês mais crocante, pão francês no formato de baguete (para que tenha menos miolo e mais casca), pão francês tradicional, pão francês com gergelim.

Nesse sentido, é bom ter um padrão de qualidade para a produção do pão, sendo importante aumentar as propriedades do produto e melhorar os procedimentos para produzi-lo. Um ótimo padrão de qualidade é aquele que oferece as características já citadas anteriormente, como o aspecto de bem assado e leve, crosta amarelo-dourada e espelhada, miolo de cor branco-creme e sem furos, sabor agradável, aroma suave e crocância.

Se o pão não apresenta essas características, com certeza há algo errado no processo de fabricação. O primeiro passo é identificar onde está o erro e corrigi-lo. As falhas do pão podem estar relacionadas aos erros e causas, conforme quadro abaixo.

Defeitos no pão e suas possíveis causas	Excesso de descanso		Temperatura da massa elevada		Falta de vapor no forno		Forno frio		Massa dura		Massa encascada		Tempo de cozimento excessivo		Temperatura da massa muito baixa		Massa fornada ainda fresca		Forno muito quente		Pouco descanso		Modelagem muito apertada		Pouca massa na forma		Excesso de fermentação final		Massa mole		Excesso de amassamento		Modelagem frouxa		Excesso de vapor no forno		Modelagem mal feita		Fermentação final em local muito úmido		Massa muito dura		Resfriamento incorreto do pão		Falta de amassamento		Corte de pestana mal feito		Excesso de amassamento		Forno com teto muito quente		Corte muito profundo		Pouco crescimento		Muito açúcar ou líquidos		Uso abusivo de melhoradores		Falta de gordura		Falta de açúcar		Fermentação inadequada		Fermento inadequado		Ambiente muito frio		Excesso de sal		Receita mal balanceada		Sal insuficiente		Cozimento junto com outros produtos		Adição de massa acética		Excesso de gordura		Excesso de açúcar																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					

Já que é um produto que apresenta grande hábito de consumo, a melhor forma de oferecê-lo é utilizando o autosserviço, em que o produto esteja próximo do cliente, dando opções de consumo. Deixá-lo livre para escolher os pães, verificar de perto suas características, sentir o cheiro, faz do atendimento personalizado uma importante ferramenta de vendas. Afinal, o atendente conhece os gostos, os hábitos do cliente, e pode sugerir e informar sobre novos produtos, influenciando-o nas experimentações. Saber sugerir acompanhamentos ou recheios é importante, e pode proporcionar o sucesso da experimentação, levando a novas compras.



Para a adoção de autosserviço, é importante apresentar uma boa iluminação nas vascas, de forma a realçar o produto, reforçar sua imagem, direcionar os olhares para identificar um produto tão estratégico para as vendas e funcionamento da loja.

Como produzir um Pão padronizado e gostoso

Para auxiliá-lo na produção de um Pão do Dia (tipo Francês), segue abaixo uma sugestão de receita passo-a-passo.

Ingredientes:

Ingredientes	Unidade	Quantidade
Farinha de trigo	Kg	50
Sal	Kg	1,1
Fermento Biológico	Kg	1,5
Reforçador	Kg	0,5
Água Gelada 5°C temp.	Kg	28
Massa Madre	Kg	5

Rendimento por Receita: 86 kg/1200 und.

Percibilidade interna: 2 horas

Percibilidade externa: 1 dia

Unidade de venda: kg

Apresentação: 1 x 5 saco micro perfurado

Peso médio cru: 70 g

Peso médio cozido: 55 g

Espessura /altura média: 7 cm

Comprimento /diâmetro médio: 14 cm

Equipamentos:

1- Amassadeira

2- Cilindro manual

3- Balança

4- Divisora mecânica

5- Câmara de fermentação

6- Modeladora

7- Forno retotérmico

8- termômetro

9- Estilete tipo bisturi

Modo de Fazer:

1- Verificar a temperatura área de produção do laboratório.

2- Separar os ingredientes.



3- Colocar os ingredientes na masseira. Misturar por 5 minutos na 1ª velocidade. Misturar por 10 minutos na 2ª velocidade.



4- Cilindrar bastão com 11 kg até a massa ficar lisa.



5- Dividir em bastão de 2,200 kg.



6- Descansar por 20 minutos na mesa.



7- Abrir na forma do prato por igual.

8- Cortar na divisora. Após dividir a massa levar p/ modeladora.



9- Passar na modeladora.



10- Polvilhar a bandeja (farinha misturada com fubá).

11- Não deixar juntar grande quantidade.

12- Fazer arrumação na bandeja (6 por 6).

13- Colocar para crescimento no período de 2 horas em temperatura de 30°C e umidade 80%. Cozimento 220°C de temperatura, com vapor, por 12 a 15 minutos.



14 - Cozimento 220°C de temperatura, com vapor, por 12 a 15 minutos.

15- Peso médio cozido: 55 g.

Massa madre

Ingredientes	Unidades	Quantidades
Farinha de trigo	kg	50,000
Fermento Biológico	kg	0,200
Sal	kg	0,900
Água	Lt.	25,00

Características:

Rendimento por receita: 75,900 kg

Percibilidade interna: 12 horas

Equipamentos:

1- Amassadeira

2- Cuba para Armazenamento

3- Câmara Fria

Modo de Fazer:

- 1- Misturar todos ingredientes. Misturar por 15 minutos na 2ª velocidade.
- 2- Temperatura 24°C.
- 3- Armazenar em caixa plástica.
- 4- Fazer a massa um dia antes.

A importância do Pão para a saúde dos clientes

Erroneamente os pães são cortados de diversas dietas, sendo vistos como “produtos que engordam”. Para auxiliá-lo, assim como aos seus atendentes, seguem abaixo informações importantes que seus clientes devem saber sobre o consumo do Pão, informando que pessoas de dieta não precisam sacrificar esse saboroso alimento das suas refeições diárias.

Alimento rico em carboidratos, o pão é o primeiro item que se elimina das dietas, mas quem assim procede pode sofrer efeitos colaterais, como: fraqueza, mal-estar, desidratação, perda de massa magra, menor resistência à infecções, entre outros. Os carboidratos são considerados a base de uma boa alimentação, além de ser a primeira fonte de energia que o corpo utiliza.

Além disso, é importante componente da dieta de emagrecimento por permitir um período mais longo sem fome, proporcionado pela digestão lenta, deixando a sensação de saciedade por um prazo maior de tempo. É alimento rico em fibras que regulam o funcionamento do intestino, e se consumido sem excesso, não engorda.

Dicas do Nutricionista – Luciana Lago

Qualquer pessoa sadia que esteja em fase de crescimento, desenvolvimento e manutenção do organismo, deve ingerir três nutrientes básicos: carboidratos, proteínas e gorduras. Presentes nos alimentos, eles proporcionam energia e reparam tecidos. São indispensáveis também as fibras, minerais, vitaminas e água. As necessidades calóricas dos indivíduos são específicas e dependem da idade, sexo, altura e nível de atividade física. Em uma dieta ideal, um máximo de 30% das calorias provém das gorduras, um mínimo de 55% dos carboidratos e os restantes 15% das proteínas.

O pão pertence ao grupo de cereais, derivados e

tubérculos da pirâmide alimentar, alimento indispensável pela população brasileira, faz parte do consumo diário das pessoas, auxiliando no crescimento, desenvolvimento e manutenção da saúde e da vida.

Criou-se o mito de que comer pão faz engordar, porém essa informação não é válida, uma vez que, o pão é um alimento saudável e saboroso que pode ser consumido de várias formas. Este mito prevalece devido o surgimento de diversas dietas divulgadas pela mídia, que provocam uma série de discussões sobre os alimentos fontes de carboidratos.

Os alimentos provocam o aumento no peso quando são consumidos em excesso, sem seguir uma alimentação balanceada e equilibrada. O ganho de peso normalmente é associado nas dietas ricas em carboidratos, gorduras e proteínas e um consumo pobre de fibras, vitaminas e minerais, quando associadas ao pouco gasto de energia, por exemplo, o sedentarismo.

Os carboidratos, como os outros nutrientes, são necessários para o corpo e não devem ser excluídos da dieta. Isso se justifica pelo fato do corpo precisar inicialmente dos carboidratos como fonte de energia e é por isso que os alimentos representantes deste grupo devem ser consumidos em maior quantidade. Com base, na recomendação da pirâmide alimentar brasileira, um indivíduo adulto necessita de 2000 kcal de energia por dia, podendo consumir até 6 porções diárias do grupo dos carboidratos cada uma com aproximadamente 150 kcal.

Existe uma grande variedade de tipos de pães para consumo, sendo necessária a conscientização sobre a quantidade certa que deve ser consumida e a escolha do tipo de pão mais saudável. Há pães mais calóricos e gordurosos, por exemplo, os “croissants”, ou os pães recheados doces e salgados, assim como há mais saudáveis, como os integrais, com aveia, sete grãos, linhaça, soja, centeio, entre outros. Se a preocupação é com o peso, quando for escolher, dê preferência aos pães na versão integral. Estes apresentam maior valor nutritivo e maior quantidade de fibras, estão relacionadas à saciedade, ao funcionamento do intestino, ao controle da taxa de glicemia e à diminuição do colesterol ruim (LDL).

Assim, o Pão Funcional têm propriedades funcionais ou nutraceuticas da fibra, que além de cumprir a função nutricional básica, contem compostos que trazem benefícios à saúde, assim como podem auxiliar na redução de doenças crônico-degenerativas.

Posso Ajudar?

Acre

Rio Branco
Fabio Silva de Oliveira
(68) 3216-2306
fabio.oliveira@ac.sebrae.com.br

Amapá

Nelma Silva Pires
(96) 3312-2838
nelmas@ap.sebrae.com.br

Amazonas

Silvia Rodrigues Derzi
(92) 2121-7315
silvia@am.sebrae.com.br

Ceará

Litoral Leste
Francisco Carlos de Almeida Paulino
(88) 3421-2869
carlos@ce.sebrae.com.br

Baixo Jaguaribe
Ranulfo Alexandre A. Pereira
ranulfo@ce.sebrae.com.br
(88) 3423-1259

Centro Sul e Vale do Salgado
Manoel Pessoa Neto
(88) 3581-1864
manoelp@ce.sebrae.com.br

Distrito Federal

Elane Gonçalves
elane@df.sebrae.com.br
(61) 3362-1600

Maranhão

São Luís
Rosângela Ribeiro Moreira
rosangela@ma.sebrae.com.br
(98) 3133-5908

Imperatriz
Baruque Costa de Sousa
baruque@ma.sebrae.com.br
(99) 3525-2254

Médio-Mearim
Paulo Francisco Pinheiro Gomes
tribuzi@ma.sebrae.com.br
(99) 3621-1084

Minas Gerais

Montes Claros e região
Armírio Duque de Oliveira Neto
armirio.duque@sebraemg.com.br
(38) 3690-5900

Belo Horizonte
Warley Wanderson do Couto
warleyw@sebraemg.com.br
(31) 3295-3906

Teófilo Otoni
Igor Eduardo de Macedo Costa
(33) 3522-1320
igorc@mg.sebrae.com.br

Mato Grosso do Sul

Assis Luiz de Souza
(67) 3389-5581
assis.luiz@ms.sebrae.com.br

Pará

Belém
João Marcelino Silva Santos
(91) 3181-9000
marcelino@pa.sebrae.com.br

Castanhal
Marcelo Cardoso da Silva
(91) 3721-2210
marcelo@pa.sebrae.com.br

Santarém
Marcelo Ribeiro de Araújo
(91) 3181-9031
araujo@pa.sebrae.com.br

Pernambuco

Claudia Maria de A. Cardoso
claudiac@pe.sebrae.com.br
(81) 2101-8452
Francisco das Chagas O. Braga
franciscob@pe.sebrae.com.br
(81) 2101-8454
Piauí

Teresina
Mirna Vaz da Rocha
(86) 3216-1323
mirna@pi.sebrae.com.br

Paraná

Londrina
José Henrique Martins
(43) 3422-4439
jmartins@pr.sebrae.com.br

Rio de Janeiro

Rio de Janeiro
Carina Ferraz
(21) 2212-7731
cgarcia@rj.sebrae.com.br

Rio Grande do Norte

Luana Betícia Freire de Oliveira
(84) 3616-7983
luana@rn.sebrae.com.br

Rio Grande do Sul

Região Sul
Marcia Helena Pedrotti Porto
marciah@sebrae-rs.com.br
(53) 3225-0541

Porto Alegre (Região Metropolitana)
Ana Carolina Sant'Anna Schneider
(51) 3213-1564
anacs@sebrae-rs.com.br

Serra Gaúcha
Fabiana Zin
fabianaz@sebrae-rs.com.br
(54) 3228-2744

Pelotas
Marcia Helena Pedrotti Porto
marciah@sebrae-rs.com.br
(53) 3225-0541

Vales do Taquari e do Rio Pardo
Patrícia da Silva Moraes
(51) 3710-1697
patriciam@sebrae-rs.com.br

Rondônia

Mário Antonio Veronese Varanda
(69) 3216-1031
veronese@ro.sebrae.com.br

São Paulo

Nilza Bruno Chiachio Schlíma
(11) 3177-4698
nilzas@sebraesp.com.br

Tocantins

Fábio Henrique da Cruz
(63) 3219-3347
fabio.cruz@to.sebrae.com.br

Abip

(61) 3327-3332
(31) 3274-6376 / 3267-5810

Bibliografia:

BAUMGARTEN, Christina Elisa. O milagre moderno da multiplicação. A história do pão e da indústria da panificação no Brasil: comemoração dos 50 anos da Abip. Blumenau: HB Editora, 2007.

Programa de Apoio à Panificação – Propan
<http://www.propan.com.br> – acesso em 04/05/2009, às 10h05.

RODRIGUES, Márcio José. Estruturação dos Processos Produtivos. Belo Horizonte, Julho 2008

Expediente
Encarte Técnico

Esta publicação faz parte do convênio Sebrae - Abip para fortalecimento e oportunidades das micro e pequenas empresas do setor de panificação, confeitaria e biscoitos.

Sebrae Nacional: Maria Regina Diniz Oliveira
ITPC: Márcio Rodrigues
Pesquisa e Edição: Renato Alves | Aline Bernardes
Projeto Gráfico e Diagramação: Gabriela Oliveira
Gestão do Convênio Sebrae / Abip: (31) 3267.5810

www.abip.org.br | www.sebrae.com.br

