



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

Chocolates *Bean to Bar* e a COVID-19: uma análise dos impactos da pandemia na gestão de empresas de chocolates artesanais brasileiras

Mariana Bueno de Andrade-Matos¹
Luciana Rosa Monteiro²
Thais Rabelo Pimentel³

Resumo

A pandemia da COVID-19 impactou fortemente diversas esferas da sociedade e certamente alterou muitas dinâmicas na gestão das empresas como um todo e, especificamente, nas empresas de alimentação. O presente estudo tem o objetivo de compreender de que modo a pandemia da COVID-19 afetou a gestão das empresas de chocolate artesanal no Brasil, especificamente as empresas de chocolates *bean to bar* – ou seja, feitos pelos mesmos produtores desde a amêndoa até a barra de chocolate pelo mesmo produtor e objetivando o protagonismo do cacau e a riqueza de sabores e aromas. Para apoiar a pesquisa científica foi desenvolvida revisão de literatura a partir da discussão teórica e contextual de aspectos relacionados ao mercado de chocolates artesanais no Brasil e às dificuldades enfrentadas por empresas a partir da crise mundial causada pela pandemia da COVID19. As discussões teóricas embasaram o desenvolvimento de uma pesquisa com abordagem qualitativa, e decidiu-se que para a coleta de dados seriam estudados sujeitos pertencentes às associações brasileiras de chocolates artesanais. Foram quatro as associações que tiveram seus membros convidados a participar da pesquisa: Associação *Bean to Bar* Brasil, Associação Cacau Sul Bahia (ChocoSul), Associação Chocolate Origem Pará (Acopa) e Associação dos Chocolateiros de Gramado (Achoco). Após envio de convite a cinquenta e uma empresas, quatorze responderam e participaram do estudo. Utilizou-se a técnica de entrevistas individuais semiestruturadas viabilizadas a partir do uso da plataforma Google Meet. Todos os encontros foram gravados e tiveram vídeo e áudio analisados a partir da técnica de análise de vídeos de Denzin (2004). A partir das análises, observou-se que as empresas foram impactadas de diferentes maneiras a partir das vivências dos proprietários, da localização de suas fábricas, dos recursos disponíveis e das iniciativas tomadas a partir do conhecimento da crise. A maior e mais significativa mudança na gestão, e que abrange todos os entrevistados e entrevistadas, foi a necessidade de adaptação em relação à maior aproximação do

¹ Mestra e doutora em Administração, graduada em Hotelaria e em Gestão de Turismo. Docente e Pesquisadora na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo.

<http://lattes.cnpq.br/6147198111437180>. buenomariana@usp.br.

² Bacharel e Mestra em Engenharia dos Alimentos. Proprietária Ara Cacao e Docente na Castelli Escola de Chocolataria. <http://lattes.cnpq.br/1728922482424937>. luciana@arafood.com.br.

³ Mestra em Hotelaria e Turismo, graduada em Gastronomia. Discente na Castelli Escola de Chocolataria. <http://lattes.cnpq.br/7610000709856670>. thaisrabelop@gmail.com



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

consumidor por meio de redes sociais digitais, bem como a profissionalização da presença *online* e de *e-commerce* – com a estruturação de *websites* e/ou parcerias com empresas de *e-commerce* multímarcas – para viabilização da continuidade de operação e da sustentabilidade do negócio.

Palavras-chave: COVID19; Pandemia; Chocolates *Bean to Bar*; Gestão de negócios gastronômicos.