

ESTUDOS DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO



SERVIÇOS DE ALIMENTAÇÃO

PRESIDENTE DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

Luiz Inácio Lula da Silva

MINISTRO DO TURISMO

Walfrido dos Mares Guia

SECRETÁRIO EXECUTIVO

Márcio Favilla Lucca de Paula

SECRETÁRIA NACIONAL DE PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Maria Luisa Campos Machado Leal

SECRETÁRIO NACIONAL DE POLÍTICAS DE TURISMO

Airton Nogueira Pereira Junior

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Pedro Gabriel Wendler

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES MULTILATERAIS

Fernanda Maciel Mamar Aragão Carneiro

COORDENAÇÃO-GERAL DE RELAÇÕES SUL-AMERICANAS

Patric Krahl

GESTÃO TÉCNICA

Adriane Correia de Souza

Camila de Moraes Tiussu

Clarice Mosele

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS

Lucia Carvalho Pinto de Melo

Presidenta

Lélio Fellows Filho

Chefe da Assessoria Técnica

COORDENADORES RESPONSÁVEIS

Luciano Coutinho

Fernando Sarti

Universidade de Campinas - NEIT/UNICAMP

APRESENTAÇÃO

Nos últimos quatro anos, o turismo brasileiro vem respondendo aos desafios representados pelas metas do Plano Nacional do Turismo. Governo Federal, empresários, terceiro setor, estados e municípios trabalharam juntos para colocar em prática uma nova política para o turismo. Pela primeira vez na história, o turismo tornou-se prioridade de Governo, com resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País.

O Ministério do Turismo contabiliza muitas vitórias conquistadas: a ampliação da oferta de roteiros turísticos de qualidade; aumento dos desembarques nacionais; incremento no número de estrangeiros visitando o País; aumento dos investimentos diretos; elevação na entrada de divisas e geração de renda e empregos para os brasileiros.

No entanto, algumas reflexões se impõem sobre o futuro do turismo brasileiro. Um mundo cada vez mais dinâmico e competitivo e as transformações da economia mundial trazem novas e desafiadoras exigências para todos, sem exceção. Dentre elas, a de que é necessário assegurar os interesses nacionais e um desenvolvimento sustentado e sustentável. Como fazer isso em longo prazo? E mais: qual o padrão de concorrência vigente no mercado internacional; qual estratégia o turismo brasileiro deve assumir para competir; qual o melhor modelo de desenvolvimento para o turismo no País; quais as oportunidades estão colocadas para as empresas brasileiras e, ao mesmo tempo, que ameaças existem para elas nesse mercado? Finalmente, o desafio maior: como promover uma inserção ativa e competitiva do turismo brasileiro na economia mundial?

Buscando analisar esse cenário e encontrar respostas aos desafios que ele coloca, o Ministério do Turismo realizou um trabalho junto com o Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), que resultou neste rico material. Os Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial reúnem o trabalho de grandes especialistas de vários centros de pesquisa do Brasil.

Os Estudos foram idealizados com o objetivo de incentivar o debate sobre os rumos do turismo brasileiro, considerando seus principais aspectos e segmentos. O Brasil é aqui comparado com casos internacionais de sucesso para fazer face aos desafios que se põem: as novas tecnologias, as alianças estratégicas, fusões, aquisições e o processo de concentração, o fortalecimento e a internacionalização de nossas empresas, a sustentabilidade ambiental e a preservação das culturas locais.

O Ministério do Turismo convida todos os agentes do setor a uma ampla discussão para a construção coletiva e democrática de um futuro Programa de Competitividade Para o Turismo Brasileiro. As bases para este futuro sustentado estão aqui, nestes Estudos de Competitividade e Estratégia Comercial para o Turismo.

Walfrido dos Mares Guia
Ministro do Turismo

NOTA:

O presente documento é propriedade do Governo Federal e é disponibilizado gratuitamente para avaliação dos profissionais do turismo brasileiro. Seu objetivo é ampliar o debate nacional sobre o futuro do setor, assim como de fomentar a pesquisa nesse campo do conhecimento, consistindo numa *versão preliminar*, que deverá sofrer alterações ao longo do primeiro semestre de 2007, incorporando sugestões e críticas a partir de debates com agentes selecionados do turismo brasileiro. Seu conteúdo não representa a posição oficial do Ministério do Turismo, sendo de inteira responsabilidade de seus autores.

1) Introdução

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o setor de serviços compreende atividades ligadas aos serviços prestados às famílias, dentre os quais se encontram os serviços de alimentação; serviços de informação; serviços prestados às empresas; transportes, serviços auxiliares dos transportes e correio; atividades imobiliárias e de aluguel de bens móveis e imóveis; serviços de manutenção e reparação; e outros serviços. Nos últimos anos este setor vem apresentando crescimento importante e, na composição do Produto Interno Bruto (PIB), é deste setor que decorrem os percentuais mais expressivos do nível de atividade do país, superando os 50%.

Trata-se de um setor absorvedor de mão-de-obra e que vem incorporando diversos tipos de inovações. Em relação ao emprego, em 2004 o setor de serviços foi responsável pela geração de 9.901.216 postos de trabalho formais, conforme dados da RAIS do Ministério do Emprego e do Trabalho (MTE), uma adição de 522,7 mil empregos (5,57%) em relação a 2003. Dentre os ramos que mais contribuíram para esse resultado estão o comércio e administração de imóveis, serviços prestados às empresas, transporte, alojamento, alimentação, que juntos responderam por 81,5% do total de empregos gerados nos serviços em 2004. Quanto as inovações, pode-se mencionar o uso de tecnologias de informação, adoção de novas formas de gestão, incorporação de inovações geradas em outros setores da economia, como por exemplo na indústria e utilizada pelos serviços de alimentação, pelo transporte, dentre outros.

Dentre os segmentos do setor de serviços, o turismo e os diversos ramos relacionados a esta atividade tanto vem chamando a atenção de pesquisadores e gestores públicos e privados como está ocupando um espaço importante entre as diversas atividades que abrange a economia brasileira. Fatores como geração de ocupação e renda, desenhos de políticas institucionais por parte das regiões que se assumem como potenciais turísticos e a possibilidade de se tornar um elemento importante para o desenvolvimento local, reforçam a relevância

alcançada por este segmento. O Boletim de Desempenho Econômico do Turismo (EMBRATUR, janeiro 2006), citando o MTE, afirma que a atividade turística gerou cerca de 560 mil empregos no período de 2003 a 2005.

Os diversos setores envolvidos no desenvolvimento da atividade turística fazem uso de recursos humanos que detêm níveis de qualificação mais altos bem como mão-de-obra não qualificada, ao mesmo tempo em que gera postos de trabalho formais como também estimula a informalidade. Envolve requerimentos tecnológicos como organizacionais importantes.

O conjunto de atividades vinculadas ao turismo torna a análise do setor bastante complexa em razão dos diversos atores com os quais são necessárias as interações. De forma ilustrativa o setor do turismo congrega: cadeias hoteleiras e outros meios de hospedagem (pousadas, *flats*, *resorts*); transporte de diversas naturezas (aéreo, rodoviário, ferroviário, marítimo) com o fim de atender as demandas por este serviço; operadoras e agências de viagens; empresas de eventos; empresas de alimentação que envolve restaurantes, bares, cafés, quiosques, lanchonetes dentre outros.

Essas atividades estão relacionadas entre si como também com outras atividades dos demais setores da economia (indústria e agropecuária), inclusive do próprio setor de serviços. Além das já mencionadas, citam-se ainda serviços de gráfica e publicidade, serviços financeiros, indústria eletroeletrônica (computadores), indústria de alimentos e bebidas, construção civil e seus encadeamentos industriais, indústria aeronáutica e automotiva, serviços de locação, de segurança, de decoração, etc. Por outro lado, ressalta-se que o setor congrega atividades que não exclusivas do turismo, mas também são usufruídas pela população local, como o caso de restaurantes, determinados tipos eventos, serviços de transportes (p. ex., rodoviário como linhas de ônibus e táxi).

Trata-se de um setor que se constitui em um segmento bastante relevante para a economia de uma determinada região ou país. O seu desenvolvimento exige maior qualidade dos serviços, sua diferenciação e uma gestão mais

eficiente, seja de agentes privados ou públicos. É da sua natureza a interdependência com os demais setores produtivos da economia bem como com os aspectos sociais, ambientais, culturais. É uma atividade que envolve desde o turista até a comunidade local, passando pelos agentes econômicos essenciais como operadoras, agências, serviços de alimentação até o governo e suas políticas de desenvolvimento para este setor.

Ademais, com o advento da abertura comercial e financeira, a atividade turística incorporou novas características como tecnologias mais integradas, recursos humanos mais qualificados, preocupação com as condições ambientais, culturais, processos inovativos vinculados ao espaço de competição, novos produtos para atender a demanda de consumidores, reestruturação de empresas dos vários segmentos, etc. (FONSECA, 2005).

Entendida como *“a atividade que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios e outros motivos”* (Organização Mundial do Turismo, 2003), o turismo vem ocupando lugar de destaque dentre as atividades econômicas do país, tanto no que diz respeito aos aspectos macroeconômicos como microeconômicos, expressando a sua importância para o Brasil.

No entanto, embora com o potencial turístico identificado o mesmo ainda se resente de exploração, seja no sentido do usufruto da atividade seja no nível de aprofundamento teórico-analítico. Neste último caso, a dimensão e a complexidade da atividade são aspectos que reforçam a necessidade de estudos que permitam compreender de forma mais criteriosa o Setor do Turismo no Brasil, tais como: pesquisas que incluam indicadores do turismo, ou permitam a sua construção; a evolução da atividade; desenho de sua cadeia produtiva no sentido de perceber a contribuição do setor para a economia do país; estudos dos setores que compõe a cadeia produtiva do turismo.

Dentro dessa perspectiva, o serviço de alimentação é um dos segmentos a serem observados dentro da cadeia produtiva do turismo, uma vez que várias dimensões que estão vinculadas a este segmento, envolvendo desde os aspectos econômicos até o de segurança alimentar, são imprescindíveis para a sua sustentabilidade e competitividade.

Nesse sentido, os serviços de alimentação estão relacionados com dimensões como a medicina, em razão de um conhecimento específico da composição dos alimentos e a possibilidade de transmissão de doenças; com a sociologia/antropologia, dada à questão dos usos, costumes, cultura; economia e administração, em função dos conhecimentos de gestão, viabilidade técnica, processos inovativos e competitivos do setor.

A magnitude da investigação ora presente permitirá que se busque compreender a dimensão competitiva do serviço de alimentação associada ao turismo, embora tal serviço não seja exclusivo deste setor. Ressalta-se que este é um tema pouco explorado dentro do segmento da atividade turística do país.

A partir do exposto, este estudo demonstra as peculiaridades do segmento da alimentação enquanto produto turístico. Para tanto busca apresentar características deste setor; a relação entre alimentação/gastronomia com a atividade do turismo; a caracterização regional deste segmento; os cuidados que a atividade requer quanto à higiene e qualidade; apontar alguns elementos julgados importantes para a atuação institucional em relação ao serviço de alimentação; e, propor políticas que possam orientar o desenvolvimento do setor enquanto segmento essencial dentro do turismo.

A consecução do presente relatório adotou os seguintes procedimentos metodológicos:

1. Levantamento e leitura das referências pertinente ao tema, através de fontes secundárias como periódicos nacionais e internacionais, dissertações e teses acadêmicas, relatórios de pesquisa e documentos de trabalho, além de livros publicados na área. O uso desse referencial teve por objetivo aprofundar

a discussão teórico-análitica do setor do turismo e do serviço de alimentação, em particular.

2. Consulta e Levantamento de dados em instituições como Ministério do Turismo/EMBRATUR, Organização Mundial do Turismo (OMT), Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), IBGE, (em especial a Pesquisa Anual de Serviços - PAS), Ministério do Emprego e do Trabalho (MTE), Associações de classe (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes-BRASEL e Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo-ABRESI) além de outros que pudessem subsidiar e permitir a caracterização do setor e a construção de instrumentos capazes de acompanhar a sua evolução e desempenho ao longo do tempo.

3. Análise dos documentos e dados pertinentes ao objeto de estudo, através dos quais se buscou atingir os objetivos propostos.

O estudo está estruturado em sete seções, além desta introdução, conforme descrito abaixo:

A segunda seção apresenta as características gerais dos serviços de alimentação tais como tipos de empreendimentos, dados setoriais que expressam a importância do setor para atividade turística do país bem como as dificuldades/entraves deste segmento.

A terceira seção aborda a relação entre o Turismo e Gastronomia, ressaltando as características gastronômicas regionais, incorporando elementos importantes como a origem da alimentação no Brasil e a herança daí advinda e seus efeitos para a formação de uma cultura e identidades locais/regionais.

A quarta parte do relatório contempla a discussão em torno da questão da saúde e da qualidade inerentes aos serviços de alimentação, cujos efeitos decorrentes podem contribuir positiva ou negativamente para a imagem de um lugar. Aborda ainda a os aspectos relacionados às enfermidades ocasionadas pela alimentação e a necessidade de treinamento específico para este segmento da atividade turística, enquanto elemento de saúde pública.

A quinta seção aponta para as relações institucionais, públicas ou privadas, que podem auxiliar na promoção do setor enquanto produto turístico.

A sexta seção sugere-se alguns elementos que possam subsidiar na formulação de políticas públicas capazes de promover melhorias nos serviços de alimentação enquanto oferta técnica ao turismo mas também de assumir uma função de produto turístico, complementar ou principal da atividade.

E, por fim, são apresentadas breves considerações acerca do tema.

2) Características dos Serviços de Alimentação

Dentre os vários segmentos que fazem parte da atividade turística o serviço de alimentação chama a atenção pelos seguintes aspectos:

- é um setor intensivo em mão-de-obra, portanto importante na geração empregos;
- abrange tanto turistas como residentes;
- é inerente à atividade turística;
- faz parte de um atrativo cultural;
- é um dos tipos de roteiros turísticos (gastronômico);
- pode ser considerado uma atividade peculiar no que se refere a saúde de turistas e população local.

Apesar de todos esses aspectos, trata-se de um setor pouco estudado dentre os temas que em geral se aborda no turismo.

Tipos de Empreendimentos

O setor que compreende diversos tipos de empreendimentos, próprios da natureza da atividade, como os restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cantinas, quiosques, barracas. Tais empreendimentos que podem estar localizados em diversos espaços: *shopping centers*, hotéis, praias, campo, centros de cidades, hospitais, escolas, dentre outros. Esse universo de atividades e espaços expressa a complexidade do serviço de alimentação, que pela sua especificidade não atende apenas ou a população local ou ao turista, mas a ambos ao mesmo tempo.

A importância do serviço de alimentação deriva de sua própria natureza de satisfazer necessidades nutricionais. Do ponto de vista econômico envolve encadeamentos a jusante e a montante da cadeia produtiva da indústria alimentícia, bem como da indústria de bebidas, ou seja, contempla desde a produção dos insumos, a preparação dos alimentos/bebidas e a comercialização dos mesmos. Estes encadeamentos sugerem a complexidade do setor alimentício. E, nesse sentido, contribui com uma participação importante na geração de ocupação e renda da economia do país.

Dados Setoriais

Os dados referentes ao consumo de alimentos fora de casa expressam a expansão e relevância do setor. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) (apud RIOS, p. 105) o crescimento de vendas de matérias-primas para restaurantes, redes de *fast food* e padarias foi de 225% nos últimos dez anos. A soma das vendas da indústria alimentícia para os restaurantes foi de R\$ 8,9 bilhões em 2005. A cifra das vendas para restaurantes, redes de *fast food* e padarias alcançou R\$ 38,1 bilhões e o número de pontos-de-venda de

serviços de alimentação como bares, padarias, lanchonetes, restaurantes atingiram 1,3 milhão.

Essa expansão diz respeito ao crescimento dos serviços de alimentação nos últimos anos. Além de outros elementos, há duas questões importantes que provavelmente estejam relacionadas a esse crescimento e que podem ser consideradas: a tendência crescente de mudanças de hábitos alimentares em que as pessoas passaram a comer mais fora de casa; e, a contribuição da atividade turística para esse crescimento.

A importância desse setor pode ser constatada através dos dados da Pesquisa Anual de Serviços (PAS), do IBGE. Tais dados revelam que em 2003 o segmento serviços de alimentos tinha um registro de 282.585 empresas, 1.166.970 pessoas ocupadas e uma receita operacional líquida de R\$ 19.596.581,0. A produtividade média girava em torno de 6,8 e o salário médio de 4,2.

Os dados da PAS demonstram ainda que em 2003, no conjunto das empresas que possuíam 20 ou mais pessoas ocupadas, do serviço de alimentação, existiam 6.325 empresas, 340.686 pessoas ocupadas em atividades voltadas a restaurantes e estabelecimentos de bebidas com serviço completo, lanchonetes e similares, cantinas, fornecedores de comidas preparadas e outros serviços de alimentação. Portanto, cerca de 30% do pessoal ocupado nos serviços de alimentação estavam no segmento turístico. O salário médio alcançava 6,1 e a produtividade média de 11,5. A receita operacional líquida atingia R\$ 9.999.605,0. Ou seja, em 2003, cerca de 51% da receita operacional líquida gerada no serviço de alimentação adveio do turismo.

Um outro dado interessante quando se observa a Pesquisa do IBGE é em relação ao valor adicionado destas atividades: as atividades relacionadas ao turismo são responsáveis por cerca de 49% do valor adicionado dos serviços de alimentação. Esses dados podem ser visualizados no quadro síntese abaixo.

Quadro 1 – Quadro-Síntese: Setor Serviços e Segmento de Serviços de alimentação (R\$ 1.000,00)

| Variáveis | Serviços (A) | Serviços Prestados a Família (B) | Serviços de Alimentação (C) | Serviços de Alimentação - Empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas (D) |
|------------------------------|--------------|----------------------------------|-----------------------------|--|
| Número de Empresas | 922.748 | 366.864 | 282.585 | 6.325 |
| Pessoas Ocupadas | 6.757.581 | 1.725.545 | 1.166.970 | 340.686 |
| Receita Operacional Líquida | 326.629.188 | 31.013.944 | 19.596.581 | 9.999.605 |
| Valor Adicionado | 174.689.931 | 14.159.195 | 7.980.999 | 3.929.205 |
| Salário e Retiradas | 63.102.258 | 8.297.347 | 4.950.856 | 2.085.137 |
| Produtividade Média (VA/PO) | 25,85 | 8,21 | 6,84 | 11,53 |
| Salário médio (retiradas/PO) | 9,34 | 4,81 | 4,24 | 6,12 |
| Receita média (ROL/PO) | 48,34 | 17,97 | 16,79 | 29,35 |

Fonte: IBGE, Pesquisa Anual de Serviços, 2003.

A importância destes indicadores é reforçada quando se compara a participação dos serviços prestados a famílias, dentro dos quais se encontram os serviços de alimentação com o total do setor de serviços da economia. O mesmo ocorre quando se verifica a contribuição dos serviços de alimentação para o total dos serviços prestados as famílias.

Chama-se a atenção para o fato de que as empresas com mais de 20 pessoas ocupadas detêm apenas 2,24% das empresas presentes neste segmento, o que se leva a concluir que o segmento dos serviços de alimentação possui um

número considerável de empresas de pequeno e médio portes. No entanto, essas empresas detêm mais de 50% da receita líquida gerada no segmento, conforme atestam os dados que seguem. Outrossim, em termos de Produtividade média, salário médio e receita média, as empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas possuem os melhores indicadores.

| Variáveis | (B/A) - % | (C/B) - % | (D/C) - % |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Número de Empresas | 39,76 | 77,03 | 2,24 |
| Pessoas Ocupadas | 25,53 | 67,63 | 29,19 |
| Receita Operacional Líquida | 9,50 | 63,19 | 51,03 |
| Valor Adicionado | 8,11 | 56,37 | 49,23 |
| Salário e Retiradas | 13,15 | 59,67 | 42,12 |

Fonte: IBGE, Pesquisa Anual de Serviços, 2003.

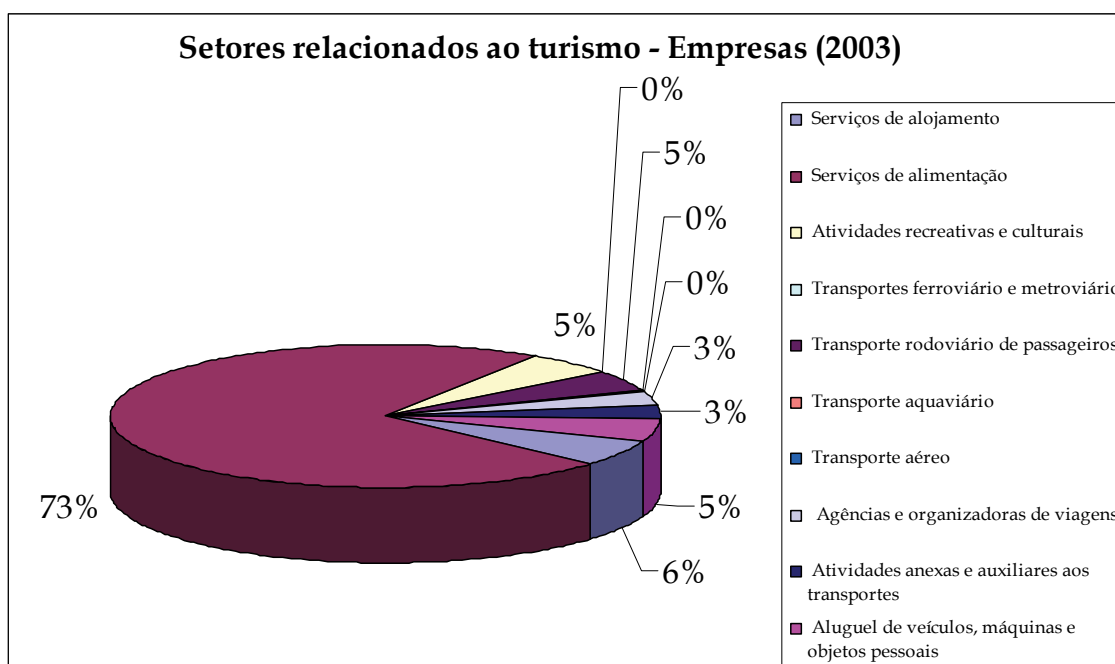
No que diz respeito à atividade turística, sua cadeia produtiva compreende um conjunto de atividades e serviços voltados ao deslocamento, visitas, transportes, hospedagem, infra-estrutura de apoio, lazer, alimentação, do turista. Portanto, há todo um conjunto de atores envolvidos no processo de desenvolvimento da atividade turística.

O Serviço de Alimentação ocupa uma posição relevante na cadeia produtiva do turismo. Faz parte desse serviço os restaurantes, bares e lanchonetes, casas de chá, confeitarias, sorveterias, padarias, cafeterias, churrascarias, pizzarias, *fast foods* etc. Ao mesmo tempo, pode ainda figurar como um atrativo turístico importante em razão da culinária e/ou produtos típicos.

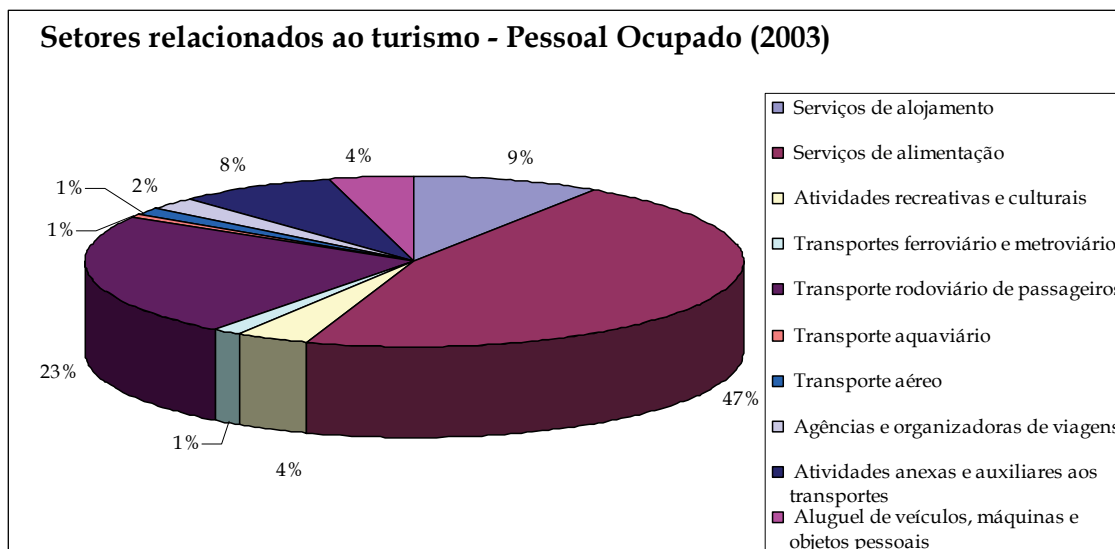
Nesse sentido, parte dos gastos do turista ocorre neste segmento. Um estudo realizado pela EMBRATUR (apud FAGLIARI, p. 11) aponta que em 2001, um turista gastava em torno de 29% do total de sua viagem com alimentação.

Esses dados revelam a importância desse setor para a atividade turística do país, uma vez que expressam segmentos relevantes da economia como adição de valor, pessoal ocupado e geração de renda. Trata-se assim de um setor que revela sua importância econômica dentro da cadeia produtiva do turismo.

Os gráficos abaixo permitem visualizar a importância dos serviços de alimentação entre os demais segmentos do setor serviços, sobretudo para aqueles voltados a atividade turística. Em 2003, dos segmentos presentes no setor de serviços o de alimentação contribuiu com 73% do número de empresas e com 47% do pessoal ocupado, seguido do segmento de alojamento, com 6% do total de empresas e transporte de passageiros, ocupou 23% de mão-de-obra presente nos serviços voltados para o turismo.

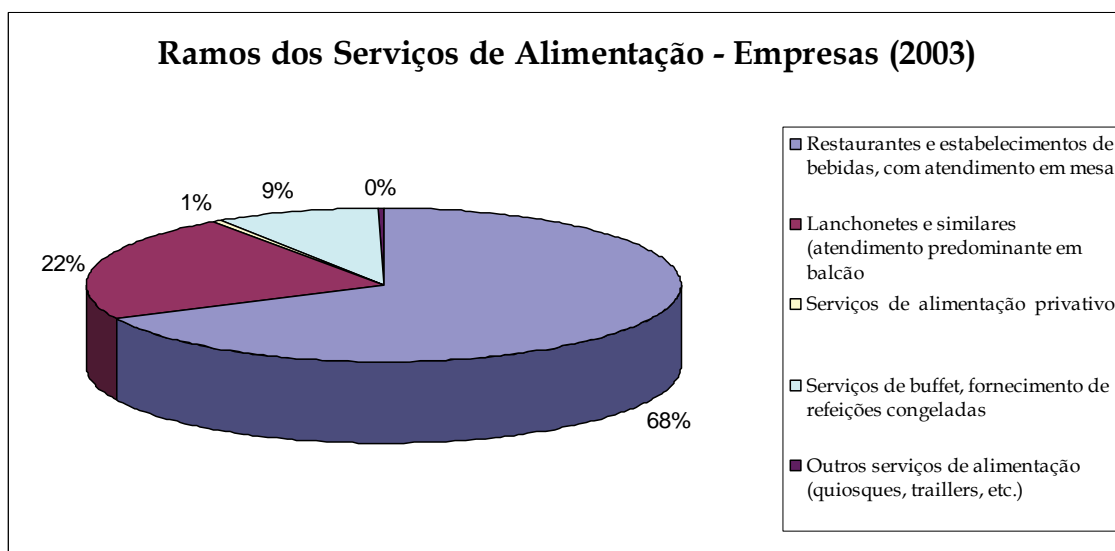


Fonte: IBGE; Pesquisa Anual de Serviços, 2003.

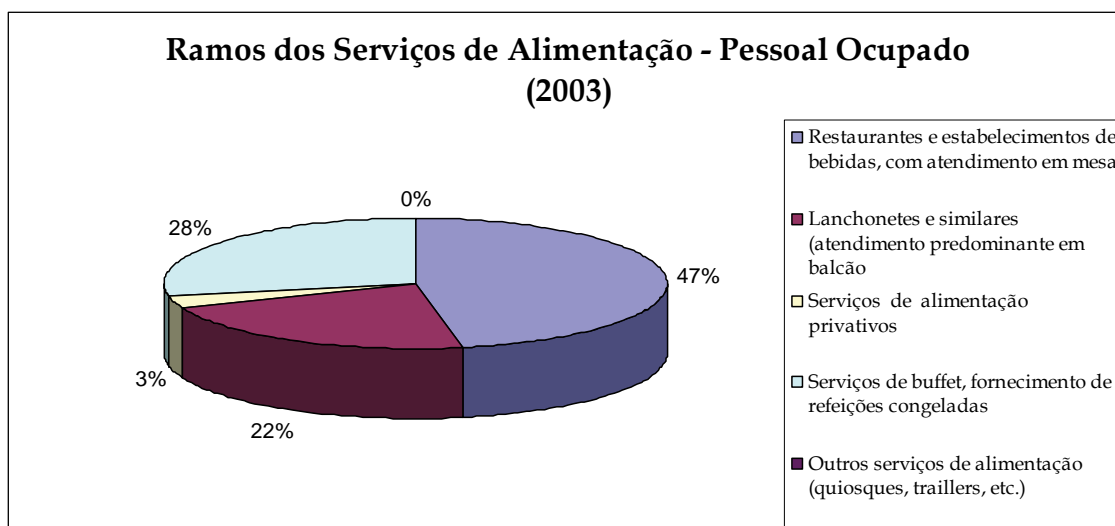


Fonte: IBGE; Pesquisa Anual de Serviços, 2003

Dentre os serviços de alimentação, segundo dados da PAS 2003 (IBGE), os ramos que mais se destacam são os restaurantes com 68% do número de empresas, seguidos das lanchonetes e similares, com 22%. Em termos de mão-de-obra, os restaurantes ocupam 47,08% e os serviços de *buffet*, fornecimento de refeições congeladas com 28,09%, conforme mostram os gráficos abaixo.



Fonte: IBGE; Pesquisa Anual de Serviços, 2003



Fonte: IBGE; Pesquisa Anual de Serviços, 2003

Segundo dados do IBGE, (PAS, 2001, 2002,2003), no período de 2000 a 2003, o Serviço de Alimentação, objeto de análise do presente estudo, apresentou crescimento em vários indicadores importantes como número de empresas (8,08%), receita operacional líquida (36,68%), pessoal ocupado (3,70%), valor bruto da produção (36,02%), salários e retiradas (90,54%), receita média (31,80%), e salário médio (83,73%). A exceção foi o comportamento do valor agregado bruto, que apresentou um crescimento negativo de 10,61%, e da produtividade média, com queda de 13,80%.

Dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) mostram que o gasto com alimentação já representa 26% do total do gasto do brasileiro. Quanto ao turismo, segundo esta associação, o setor de alimentação contribuição é responsável por 40% PIB e pela absorção de 53% da mão-de-obra.

Ademais, dados do Boletim de Desempenho Econômico do Turismo (EMBRATUR) revelam que no início de 2006, indicadores como quadro de pessoal, número de refeições vendidas, total de mesas disponíveis, faturamento, investimento têm demonstrado a expansão do segmento de alimentação.

Esse fato pode estar associado ao número de desembarques ocorridos tanto internacionalmente (10,53% a mais do que em 2004) como em vôos

domésticos (17,95% a mais do que em 2004). A expansão no número de desembarques é um indicador aproximativo (não real) do crescimento do turismo no país. Esse aspecto é relevante quando verificado o seu efeito em cadeia para toda a atividade turística, não apenas para o serviço de alimentação. De fato, há uma relação direta entre estes dois segmentos pois turismo e alimentação estão intrinsecamente ligados, seja porque a alimentação é tida como uma oferta técnica para o turista seja porque este, ao chegar em algum lugar, deseja conhecer coisas interessantes como a cultura do lugar, e dentro desse aspecto cultural a alimentação é um dos componentes importantes que conformam a identidade de uma região, de um povo.

No que diz respeito à expansão dos negócios deste setor, é fato que condicionantes estruturais e conjunturais precisam ser considerados pelos agentes econômicos envolvidos em razão do ambiente competitivo e seletivo que envolve o serviço de alimentação, levando os agentes a adotarem estratégias que os permita sobreviver no mercado no qual estão inseridos.

Linkages Setoriais

Diversos são os setores que estão envolvidos com o serviço de alimentação, independentemente se este é visto como uma oferta técnica do turismo ou oferta para atender a sua população local. O fato é que os *linkages* com os demais setores permitem visualizar a importância do segmento para a economia de um país.

O serviço de alimentação está vinculado a setores como agricultura, pecuária, piscicultura, máquinas e equipamentos, embalagem, cutelaria, indústria alimentícia, que por sua vez também se relaciona com todos os já citados. Estes mesmos setores estão vinculados direta ou indiretamente com supermercados, bares, restaurantes, cafés, lanchonetes, sorveterias, hotéis, que se relacionam também com a construção civil.

Nesse sentido, os serviços de alimentação apresentam uma ramificação natural com os três setores que compõem a atividade econômica do país. Em função disso, esse segmento é afetado por diversos fatores importantes que incidem sobre a sua competitividade, desde políticas econômicas que afetam os setores industriais que são inerentes ao seu desenvolvimento (indústria alimentícia, máquinas e equipamentos, sobretudo voltados para a cozinha) até problemas de safra, que afetam a oferta de alimentos (agricultura, pecuária, piscicultura e demais ramos do pescado, como a carcinicultura, dentre outros).

Entraves e Dificuldades do Setor

Os serviços de alimentação têm sua relevância para a economia do país, conforme já mencionada. Dentre as atividades voltadas ao turismo, dos setores selecionados acima, os serviços de alimentação, a despeito dos aspectos já listados, respondem pela segunda maior receita operacional líquida, pelo segundo gasto com pessoal, por um dos menores salários médios, indicando possivelmente a baixa qualificação de pessoal neste segmento.

No entanto, não diferente de outros setores, este segmento também apresenta alguns entraves ao seu desenvolvimento, que mais uma vez incidem sobre a sua competitividade. Tais entraves são difundidos tanto através das informações do Boletim de Desempenho Econômico do Turismo (EMBRATUR, 2006) como pelas associações de classe, como a ABRASEL; e, podem ser considerados inibidores da expansão de seus negócios ou ainda contribuir para a fragilidade do setor.

Os aspectos mais relatados pelos agentes econômicos presentes neste ramo são a escassez de clientes; escassez de mão-de-obra qualificada; recursos para capital de giro; escassez de financiamento de longo prazo; acirramento da concorrência.

Esses entraves estão relacionados aos aspectos que caracterizam a atividade turística, também. A existência de muitos os restaurantes (68% em 2003, segundo dados da PAS/IBGE) faz acirrar a concorrência entre eles. Como não atendem apenas a população local, e em determinadas cidades estes existem sobretudo em razão da atividade turística, a sazonalidade desta atividade contribui para a escassez de clientes em algum período do ano.

A política de juros elevados também afeta este setor com rebatimento no financiamento de longo prazo para os agentes presentes no segmento, em particular dos de micro e pequenos portes. A dificuldade de capital de giro também se faz sentir, já que o ramo dos alimentos depende da rotatividade diária de clientes.

A falta de mão-de-obra qualificada contribui muito para a fragilidade do setor. Essa qualificação passa pelo cozinheiro, não apenas pelo *Chef* de cozinha, mas pelo responsável direto para que a finalidade do serviço de alimentação seja de fato cumprida; o responsável pela limpeza do espaço; os ajudantes de cozinha, já que lidam diretamente com o alimento; gestores dos empreendimentos; dentre outros.

Outros aspectos importantes são a informalidade presente no setor; pois trata-se de um serviço que necessita de fiscalização das condições higiênicas e sanitárias diariamente, dificultando o acesso das pessoas que passam a sobreviver deste tipo de prestação de serviços; a falta de estatísticas adequadas para um melhor/maior conhecimento do setor pelos próprios agentes presentes no segmento; a regulamentação das taxas e/ou uso dos tíquetes alimentação, afetando os indicadores financeiros dos empreendimentos; número insuficiente de escolas de culinárias, dentre outros.

Fatores da Competitividade

A identificação e superação destes entraves/dificuldades podem conduzir a capacidade inovativa e competitiva do segmento de alimentação.

A competitividade de um determinado segmento da economia está associada à capacidade inovativa das empresas e estas necessitam de condições específicas voltadas para o aspecto da tecnologia, da capacidade produtiva e do mercado e que garantem a estas empresas a sobrevivência e a manutenção no ambiente competitivo em que se inserem. Por sua vez, tal ambiente, concorrencial e seletivo, influencia diretamente no desenvolvimento do potencial competitivo das empresas, por meio de fatores externos como transporte, educação básica e qualificação de mão-de-obra, energia, instituições, aparato regulatório, conhecimento técnico-científico dentre outros.

Os três fatores determinantes da competitividade (empresariais, estruturais e sistêmicos), a luz dos já indicados por Coutinho e Ferraz (1994), podem ser aplicados/adaptados a este segmento, a partir da discussão que segue.

A competitividade dos serviços de alimentação está bastante associada às próprias estratégias dos agentes econômicos que participam deste segmento, tais como reforço de marcas; desenho de *marketing*; capacidade de inovar/criar de novos produtos, associados ao local e ao turismo; adequação a legislação sanitária e/ou às normas internacionais e nacionais de controle de qualidade e ambiental. Além destes esforços que dependem diretamente da decisão do agente ou de suas condutas ativas, outros elementos relacionados aos fatores empresariais, incidem sobre a competitividade dos serviços de alimentação como o gasto em recursos humanos qualificados, uso de equipamentos atualizados, organização da produção, a origem do capital (nacional ou estrangeiros).

O conjunto de fatores estruturais rebate sobre o setor como o conhecimento da configuração do mercado em que estes agentes atuam, em termos de tamanho e dinamismo, identificação dos consumidores (como a distribuição geográfica e de renda); da configuração da “indústria”, como a relação entre os concorrentes, fornecedores e usuários (articulação na cadeia), sobretudo em decorrência dos *linkages* ressaltados acima; e, da concorrência, em razão das regras que conduzem as condutas dos agentes estabelecidos no setor, a exemplo das escalas de produção, do nível de diferenciação, da capacidade de absorver inovações, dentre outros.

Os fatores sistêmicos também contribuem decisivamente para a competitividade dos serviços de alimentação, dentre eles podem-se citar os macroeconômicos, que vem afetando todos os setores da economia brasileira, em razão dos elevados juros que influenciam na decisão de expansão dos negócios, por exemplo; os político-institucionais, como a carga tributária; os sociais, sobretudo o sistema de qualificação da mão-de-obra (educação básica, profissionalizante e treinamento), política de formação de recursos humanos.

Alguns indicadores de desempenho, eficiência e de capacitação são possíveis de serem construídos e/ou adaptados, em razão da natureza dos serviços de alimentação, para se acompanhar a inserção competitiva deste segmento dentro da atividade turística brasileira. Salienta-se que os indicadores que seguem se pautam em estudos anteriores já mencionados. Tais estudos foram inicialmente aplicados à indústria, mas podem ser adaptados aos serviços em razão das variáveis que constroem os indicadores. Outrossim, outros indicadores podem vir a ser construídos em decorrência da não aplicabilidade dos que seguem ou ainda pela necessidade de se expandir a análise da competitividade dos serviços de alimentação.

Indicadores de Desempenho: **Empresariais:** Faturamento da empresa/faturamento do setor; gasto médio/turista;

Indicadores de Eficiência: **Sistêmicos:** Custos (evolução dos custos da mão-de-obra, das tarifas públicas, da carga tributária, do custo, prazo e carência em

financiamento de longo prazo, do capital de giro); **Setoriais:** Custos (evolução dos custos da mão-de-obra e dos insumos, das tarifas públicas, da carga tributária, do custo, prazo e carência em financiamento de longo prazo, do capital de giro); Produtividade (“Produto físico”/pessoal ocupado - horas trabalhadas; produto valor/pessoal ocupado na produção); Qualidade e Meio ambiente (normas técnicas cumpridas pelo setor em relação as normas internacionais e nacionais de qualidade e controle ambiental); **Empresariais:** Produtividade (produto em valor/ pessoal ocupado na produção) Indicadores econômico-financeiros (rentabilidade, grau de endividamento, grau de liquidez);

Indicadores de Capacitação: **Sistêmicos:** Educação e tecnologia (gastos em educação/PIB; Pessoal ocupado nas atividades do setor/total dos recursos humanos); Condições de Financiamento (crédito total/PIB; crédito para gastos com educação/PIB); Institucionais (investimentos totais em infra-estrutura/PIB; investimentos em rodovias/PIB); **Setoriais:** Educação e tecnologia (grau de treinamento em RH/valor da produção; número de empregados envolvidos em treinamento/total de empregados; composição dos recursos humanos/total dos recursos humanos); Qualidade e Meio Ambiente (gastos em equipamentos-sistemas de controle da qualidade/valor da produção; gastos em equipamentos-sistemas de controle ambiental/valor da produção); **Empresariais:** Educação e tecnologia (gasto em treinamento de recursos humanos/faturamento; número de empregados envolvidos em programas de treinamento/total de empregados; composição dos recursos humanos/total dos recursos humanos).

Ademais, como os serviços de alimentação é um tema pouco estudado dentre as discussões que se faz do turismo, provavelmente alguns indicadores podem ainda ser requeridos e construídos para a análise da competitividade do setor.

3) Turismo e Gastronomia

O serviço de alimentação, além de cumprir uma função biológica de suprir necessidades nutricionais, seja para a população local ou para o turista (oferta técnica) também abrange um aspecto cultural e gastronômico e, nesse sentido, pode se explorado como nicho de mercado.

A alimentação como vantagem competitiva

Quanto ao aspecto cultural-gastronômico, a exploração deste segmento dentro dos serviços de alimentação pode se traduzir em uma vantagem competitiva tanto para os agentes envolvidos no setor como para os diferentes destinos turísticos desenhados pelas regiões. Em relação a este ponto é importante ressaltar que:

1. a alimentação pode servir de alicerce para o desenvolvimento de uma das formas assumidas pelo turismo (gastronômico e cultural) ao resgatar um patrimônio regional ou ainda de identidade nacional;

2. dentro de um contexto mais global, a valorização das diferentes culturas nacionais favorece o surgimento de serviços de alimentação tradicional, expressando o jeito de ser de um lugar;

3. em decorrência deste último fato, o aspecto gastronômico/cultural pode estimular ou desencadear a exploração de nichos de mercados específicos;

4. a condição do global aponta para o avanço da presença de diferentes gastronomias dentro de uma determinada região de forma a atender uma demanda específica de quem visita um lugar. A idéia é permitir o avanço destes serviços sem promover a descaracterização cultural da região.

5. as rotas gastronômicas não são devidamente exploradas enquanto potencial turístico.

A alimentação pode ser segmentada em oferta técnica, correspondendo àquela função de mero atendimento ao turista que necessita se alimentar; e, em atrativo turístico principal ou complementar, ainda bastante incipiente mas que começa a surgir como um novo segmento dentro do turismo, tal como existe na França, na Itália, em alguns países mediterrânicos. Portanto, assume funções importantes, mas diferentes: por um lado, trata-se de um papel funcional e todos os demais aspectos relacionados a alimentação passam a ser coadjuvantes nesse processo; por outro, assume um papel de atração em razão dos elementos formadores de uma cultura que carrega em si.

Vale salientar que a associação da alimentação como atrativo turístico é bastante incipiente no Brasil; e, quando se há referência a esse aspecto, em geral, diz respeito a algum elemento do turismo cultural, figurando assim como algo complementar.

Esse fato pode ser observado a partir das informações constantes nos 396 roteiros turísticos apresentados no Salão do Turismo (2006), a partir do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo.

Dentro destes roteiros, foram envolvidos 1.027 municípios e 149 regiões turísticas, classificadas segundo uma segmentação do tipo de turismo a ser contemplado no roteiro (turismo cultural; turismo cultural: histórico, místico e religioso; turismo cultural: arquitetônico, místico, esotérico e religioso; turismo cultural: histórico; turismo cultural: religioso; turismo cultural: cívico; turismo cultural: gastronômico; ecoturismo; turismo de estudos e intercâmbio; turismo de sol e praia; turismo de pesca; turismo de negócios e eventos; turismo de esportes; turismo de aventura; turismo rural; turismo de aventura; turismo náutico; turismo de saúde). Salienta-se que cada roteiro possui às vezes mais de um tipo de segmento.

No entanto, dos 396 roteiros cerca de 250 foram segmentados como turismo cultural, logo cerca de 63% das rotas embora sem qualquer outra indicação do que significa este cultural, a despeito das demais segmentações como o cultural religioso, ou histórico, ou arquitetônico, ou gastronômico. Dos

396 roteiros apenas 02 foram identificados como turismo cultural (gastronômico), sendo um identificado enquanto segmento: Roteiro Encontro das Águas, envolvendo os municípios de Manaus e Iranduba, e segmentado como turismo cultural (gastronômico); e, o outro identificado enquanto roteiro: Rio Roteiro Serra e Mar: Sol, Gastronomia e Cultura, envolvendo 12 municípios (Petropolis, Teresopolis, Guapimirim, Cachoeiras de Macacu, Nova Friburgo, Casimiro de Abreu, Quissamã, Macaé, Rio das Ostras, Armação dos Búzios, Cabo Frio, Arraial do Cabo) e segmento como ecoturismo, turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo cultural, turismo de aventura, turismo de esportes e turismo de pesca.

Logo, o turismo gastronômico ainda não é devidamente percebido/identificado como um nicho de mercado a ser explorado pelos setores públicos, privados e organismos não governamentais que atuam nesta área. Nem tampouco entendido como uma qualificação mais apropriada da oferta turística de alguns roteiros regionais.

Ademais, ao se considerar a alimentação como uma forma de atratividade local, regional ou nacional, é preciso ressaltar a diferença entre fome e apetite, necessidade e prazer. É no sentido de apetite e prazer que se deve buscar os elementos essenciais para que a gastronomia (ou serviço de alimentação) possa de fato emergir enquanto exploração turística, contribuindo ainda mais para a cadeia produtiva do turismo, indo além de sua função técnica. É relevante entender que faz parte desse processo perceber a alimentação como prazer, sustentabilidade, cultura, herança, identidade, simbolismo (RODEN, WTO-CTO, 2000).

Assim, a gastronomia entendida como o *“prazer de degustar e conhecer elementos da arte culinária”* (FAGLIARI, 2005, p. 3) encerra por trás de si uma arte, uma cultura, os hábitos alimentares, os motivos religiosos, a geografia, um jeito de ser de um povo. Por esses elementos, é possível entendê-la como um elo importante a ser explorado pelo segmento turístico de uma região.

Dentro desta perspectiva, a alimentação/gastronomia passa a ser vista como algo mais que um turista quer conhecer e não apenas satisfazer as suas necessidades nutricionais.

É preciso considerar que há um impacto significativo da alimentação enquanto tradição e o turismo para a economia e a sociedade em geral (HANDSZUH, WTO-CTO, 2000). Por outro lado, com o advento da globalização, o turismo mundial vem se caracterizando por uma variedade de culturas e passou a exigir dos espaços/regiões turísticos uma adequação para atender a diversos hábitos alimentares. É com base nessa constatação que se afirma a necessidade de se ater a uma tradição com vistas a não descaracterizar algo que faz parte da história de uma sociedade, contrapondo-se ao movimento atual de *commoditização* dos alimentos ou ainda de “*McDonaldização*” dos costumes, em alusão a forte tendência e disseminação dos *fast-foods*.

Ademais, começa a ser percebida uma mudança de percepção de como fazer turismo, com uma variação entre o turismo de massa e o turismo personalizado, induzindo as agências e operadoras de turismo oferecer serviços diferentes do padrão. Embora o primeiro ainda seja o forte do segmento turístico, o segundo já surge como um novo nicho de mercado.

Os fatores que contribuíram para esse fenômeno estão voltados para uma concepção de que a cultura de massa estimulou a busca por novos conhecimentos, o crescimento no número de destinos turísticos, variedade cultural dos povos, vida moderna e urbana que estimulam o desejo de mudar o cotidiano, o avanço dos meios de comunicação.

Dentre os possíveis nichos de mercado surgem novas modalidades como o turismo gastronômico. É a alimentação enquanto herança cultural/histórica auxiliando na promoção do turismo.

A gastronomia como elemento atrativo para o turismo pode ser observada de diversas formas: através da tematização de restaurantes ou dos serviços de alimentação; através do folclore; através da história, de forma a convidar o turista a participar da experiência, muitas vezes se identificando

com a mesma. Em associação com outras formas de turismo, assume uma função mais complementar: turismo rural (produção de alimentos), turismo cultural (produtos típicos).

Salienta-se que dentro da literatura especializada não há uma posição convergente em relação às várias formas de turismo. E, na maioria dos casos, a alimentação apenas cumpre o papel de oferta técnica, como visto acima. Isso remete ao fato de que o turismo gastronômico assume uma posição de fragilidade quando sua potencialidade de atração não é percebida como tal. Por outro lado, é preciso reconhecer que, embora importante enquanto indutor do desenvolvimento da atividade turística, inicialmente o turismo gastronômico por si só não se sustenta. Neste caso, as parcerias com outros tipos de segmentação são importantes para consolidar os elementos gastronômicos da atividade turística de uma localidade (eventos, lojas, locais de produção).

A gastronomia tem se tornado uma fonte para a formação da identidade de um lugar e, quando relacionada ao turismo, a consideração de alguns elementos são importantes para o seu desenvolvimento, tais como: o encorajamento de elos inovativos com a economia local bem como o estímulo de nichos especializados para a promoção/produção de determinados alimentos; o fortalecimento da imagem local e da identidade regional através da promoção de marcas de alimentos específicos do lugar e de sua herança cultural, dentre outros.

Os benefícios advindos da identidade gastronômica resultam em participar de um dos segmentos do turismo; explorar nichos de mercados competitivos; atrair um tipo de turista que aprecia identidades culturais.

A gastronomia pode ser então percebida como um patrimônio de uma localidade, fazendo parte do que a UNESCO denominou de patrimônio intangível, como a culinária. Assim, a tradição que permeia as culinárias locais é um fator de atração para o turismo de uma forma geral. É uma forma de resguardar suas características originais.

As características gastronômicas regionais: herança, cultura e identidade

No caso brasileiro, o aspecto cultural é importante porque a alimentação tem uma característica peculiar de ter se originado através do advento da miscigenação (encontro das três raças formadoras do país) e da influência da imigração. Segundo Cascudo (2004, p. 374) “ *a cozinha brasileira é um trabalho português de aculturação compulsória, utilizando as reservas amerabas e os recursos africanos aclimatados*”. O fato é que alimentos e bebidas tornaram-se símbolos privilegiados da identidade de um povo, pois fazem parte de uma complexa herança. Assim, a junção alimentação, cultura e herança torna-se relevante enquanto atrativo turístico, seja principal ou complementar.

Nesse sentido, o Brasil assume posição privilegiada por ser um país de dimensão continental e possuir uma gastronomia rica em variedades, fruto da formação do povo brasileiro: “*dos índios vieram os produtos cultivados em nossa terra fértil, como o milho, a mandioca (aipim), o caju e muitos outros alimentos. Foram eles os criadores da farinha de mandioca, da tapioca e dos mingaus doces e salgados que hoje já fazem parte dos hábitos locais em diversas regiões do país. Dos africanos foram trazidos o hábito de consumo do azeite de dendê, do feijão e dos pratos com frutos do mar. Dos europeus, principalmente os portugueses, foram incorporados o hábito de se consumir a carne de boi, carneiro, porco e bode; alimentos defumados, doces em conserva, a bebida destilada, além do leite e seus derivados*” (Sant’Anna, BrasilViagem, [s.d.]

Essa mistura de raças gerou uma diversidade regional na gastronomia brasileira, fruto inclusive dos diversos ciclos econômicos pelos quais passou o país. A partir do ciclo do açúcar, primeiramente em terras nordestinas e depois na região sudeste, contribui para o aperfeiçoamento da doçaria. Do ciclo da mineração, originou-se uma culinária mais simples derivada de plantações locais, já que a classe dominante buscava parte de sua alimentação do solo europeu. Do café surgiu a disseminação do seu uso por todas as regiões brasileiras, além de propiciar uma diversificação da alimentação.

A culinária brasileira sofreu influências portuguesas, espanholas e holandesas, africanas e indígenas, do início da colonização, bem como de alemães, italianos, árabes, japoneses. Esse fato conduziu a uma caracterização regional bastante acentuada. A riqueza da culinária brasileira não permite o uso de generalizações em razão da diversidade regional, o que possibilita que a gastronomia brasileira possa ser considerada uma atração turística, tal qual ocorre na França, na Itália, na Espanha. Nesse sentido, o presente trabalho busca contribuir para a identificação dos elementos cultural-gastronômicos das cinco regiões que compõe o território brasileiro.

Região Norte: características e pratos principais

A Região Norte do país foi a que sofreu mais influência da cultura gastronômica indígena, fato comum aos Estados que a compõe, ao mesmo tempo é dentre as regiões que compõem o país a que menos influência externa recebeu no que diz respeito aos hábitos culinários.

Predomina na sua culinária o uso de frutas típicas da região, peixes e farinha. Há uma influência da migração nordestina, que incorporou aos costumes da região o uso da carne de sol.

Nesta região, a sua posição geográfica auxiliou no fortalecimento de um hábito alimentar, no qual o peixe e a farinha de mandioca é alimento básico. É da farinha de mandioca que se extrai o tucupi, a tapioca, o tacacá, a maniçoba – pratos típicos da região. A gastronomia utiliza-se muito dos produtos naturais próprios da biodiversidade da flora e fauna da região amazônica, e tem uma forte cultura do uso de molhos, que se deterioram rapidamente e requer cuidados das quituteiras que os preparam. Em geral, os pratos são acompanhados por pirão.

Dentre os estados que compõe a região Norte, a cozinha paraense é bastante influenciada pela cultura indígena, e tem como pratos típicos o pato no

tucupi, o tacacá, a maniçoba, a caldeirada paraense. O pato no tucupi pode ser considerado o prato regional. As frutas que mais se destacam: cupuaçu, açaí, bacuri, taperebá, murici, pupunha e a castanha do pará, muito utilizadas em sorvetes, doces, licores regionais.

Um outro aspecto gastronômico importante desta região é a carne de búfalo e o queijo de marajó (leite de búfala), pratos da Ilha do Marajó. Em Macapá, o prato típico é o pitu (camarão grande de água doce) e há diversas peixarias (barracas) nas ruas para a venda do peixe assado, sobretudo tucunarés, curumatãs, matrinxãs, tambaquis, pacus. Além disso, as frutas são bastante utilizadas nos sorvetes regionais.

No estado do Amazonas o peixe é a principal referência de sua culinária. São utilizados peixes como tucunaré, filhote, matrinxãs, tambaquis, pacus, surubins. A fruta típica é o guaraná, que tem fins medicinais e energéticos, e a banana pacova (comida frita, cozida ou como batata chips).

Região Nordeste: características e pratos principais

A culinária da Região Nordeste é a que mais influência sofreu da três raças formadoras do Brasil; além disso, caracterizou-se fortemente a culinária do sertão nordestino e a culinária do litoral nordestino: enquanto na primeira a alimentação é constituída de uso de raízes, de carne de sol, de queijos, de iguarias mais pesadas, tendendo a uma influência mais portuguesa; na segunda, a alimentação é mais a base de frutas, verduras e frutos do mar. Embora com esta peculiaridade da influência das três raças, cada estado que compõe a região apresenta certa particularidade e diferenças singulares, garantindo assim a sua riqueza gastronômica. Logo, regionalmente, o nordeste oferece cozinhas que possuem valores diferentes.

O Maranhão apresenta uma cozinha que sofre influencia de duas regiões: a amazônica e a nordestina. Utiliza muitos produtos naturais, sobretudo

peixes, moluscos, crustáceos, aves, animais silvestres, vegetais, tubérculos, frutas. Os doces desenvolveram-se na cultura maranhense por influência dos portugueses e os preferidos são o doce de espécie e o de buriti (especialidade pouco conhecida, inclusive por brasileiros). O prato típico deste estado é o Arroz de Cuxá, cuja base é a folha da vinagreira. Além deste, é consumido o Arroz de Tarioba (molusco), a mariscada.

O Piauí já apresenta uma culinária mais próxima do Nordeste do que o Maranhão. Os peixes e os frutos do mar embora utilizados, nas receitas a base de peixe predominam os de água doce, como o curimatã,, matrinxã, piau, surubim. As peixadas são feitas com leite de coco de babaçu. São pratos típicos são o capão cheio, a galinha e o capote (galinha d'angola) cozidos com arroz ou a cabidela (molho pardo). A bebida mais consumida é a cajuína e o doce típico é o de casca de limão azedo.

O Ceará tem sua gastronomia baseada na pesca, na pecuária e nas culturas agrícolas locais. Logo, são pratos típicos cearenses os frutos do mar como a lagosta, o camarão, peixes, caranguejo (cozidos, patolas a milanesa, casquinha) e a comida sertaneja como o baião-de-dois (feijão e arroz cozidos com manteiga do sertão e queijo da terra), a panelada, buchada. As frutas tropicais são bastante consumidas: caju, cajá, manga, goiaba.

O Rio Grande do Norte acompanha a tendência da formação nordestina e sua culinária também é constituída pela influência do mar e do sertão. Encontram-se ao mesmo tempo como pratos típicos o camarão, o peixe, com receitas diversas ao leite de coco, ao alho e óleo, frito, como também a carne-de-sol, a paçoca, queijo de coalho, carne de bode, arroz de leite, macaxeira. Frutas preferidas: caju, manga, umbu, melão.

A Paraíba também valoriza a comida litorânea, como o camarão, a lagosta, a ostra todos ao leite de coco, ou ao alho e óleo; e, a comida sertaneja como a carne-de-sol com macaxeira, jerimum com carne charqueada, bode. A preferência são pelos pratos cozidos, acompanhados com pirão feito com

farinha de mandioca. Apreciam frutas como umbu, siriguela, umbucajá, pitomba.

Pernambuco tem aspectos culinários que seguem os preceitos da comida nordestina. No litoral os pratos típicos são os frutos do mar e o pescado e no interior do estado, o bode, a galinha cabidela. A doçaria pernambucana tem como doces típicos o bolo Souza Leão e o bolo-de-rolô.

Alagoas acompanha a culinária dos demais estados que compõe a região, e destacam-se como pratos característicos a peixada (a base de leite de coco) e a caldeirada de frutos do mar (sururu, polvo, lagosta, camarão, siri, patinha de uca, ostra ensopado no leite de coco). O sarapatel (costela de carneiro grelhado com arros de coco e fava) também é bastante consumido em Alagoas. O doce mais consumido é a cocada com castanha de caju, além do licor de maracujá e o cachimbo (cuja base é o aguardente misturado ao mel de abelha).

Sergipe se caracteriza sobretudo pela presença do pescado e dos frutos do mar em sua gastronomia. O surubim no leite de coco, a arraia no leite de coco, ensopada ou como moqueca são alguns dos pratos consumidos neste estado. A carne de sol, acompanhada por pirão de leite e farofa d'água também se constitui em prato típico do local.

Bahia é o estado que mais recebeu a influência dos negros em sua culinária, sobretudo pela singularidade do uso do azeite-de-dendê. O acarajé (bolo de feijão-fradinho frito no azeite de dendê e recheado com camarão) é um dos símbolos da Bahia. São pratos típicos a moqueca, o bobó de camarão, arroz de hauça, caruru, abará. Os doces da Bahia mais difundidos são o bolinho de estudante, as cocadas e os doces de frutas.

Chama-se atenção para uma gastronomia peculiar da costa nordestina, que recebe influência do mar e do sertão, pois ao mesmo tempo que é rica no uso dos peixes, camarões, lagostas, também se utiliza muito da culinária sertaneja como a carne-de-sol, a carne de bode, o queijo de coalho, a manteiga do sertão (ou de garrafa), como é o caso de Sergipe, Rio Grande do Norte, Paraíba. Em geral, o cuscuz é comido tanto no jantar como no café da manhã.

Todos os pratos típicos dos estados nordestinos estão vinculados a presença do índio, do negro e do branco em seu território.

Região Centro-Oeste: características e pratos principais

A região central do país é a que apresenta mais diversidade em sua culinária, inclusive entre os estados que a compõe, fruto da colonização e da influência dos costumes alimentares das diversas regiões brasileiras, como dos bandeirantes (São Paulo), os garimpeiros, e mais recentemente dos nordestinos (construção de Brasília). Esse fato contribuiu para que a herança gastronômica da região não fosse evidenciada fortemente como nas demais regiões brasileiras, não constituindo-se assim uma culinária autêntica, mas com a presença de diversas regiões, tendo na mandioca o elemento unificador. A diversidade gastronômica está associada aos exploradores que se instalaram ou passaram por esta região. Portanto, existem elementos de todo o país e de países vizinhos, como as sopas de influência paraguaia. Caracterizam a região a banana-da-terra, os peixes (pintado, pacu) e o uso abundantes de condimentos nas receitas (gingibre, alho, cebolinha, pimenta).

O Distrito Federal não tem uma culinária típica, mas a presença de culinárias de vários locais do país e de outras nações, já que é sede do governo brasileiro.

Goiás tem na sua culinária os hábitos dos bandeirantes e o prato típico é o arroz com pequi (fruto próprio região), bem como o peixe na telha, a pamonha. O doce típico é o pastelão com recheio de doce de leite.

Mato Grosso tem uma culinária rica em peixes, como o peixe cuiabano, carnes de porco, tubérculos, frutas.

Mato Grosso do Sul tem sua gastronomia constituída pela influência rural (mais pantaneira, a base de peixe, inclusive o caldo de piranhas, como

pacu, pintado, dourado) e a urbana (com forte presença da culinária mineira e gaúcha, com uso de carnes em suas receitas, como o arroz-de-carreteiro).

Região Sudeste: características e pratos principais

A região Sudeste tem uma descontinuidade em sua culinária. A gastronomia recebeu influência de índios, bandeirantes, tropeiros, colonizadores, italianos, árabes, japoneses, das demais regiões brasileiras, de diferentes países. Trata-se de uma identidade gastronômica muito mais estadual do que regional.

A cidade de São Paulo, por ser caracterizada como cosmopolita, é dentre as capitais brasileiras, a que tem uma cozinha internacional mais presente, por outro lado, sofreu influência direta da cozinha mineira com seus queijos e pães de queijo. Considerada a capital da gastronomia, sofre influência de várias etnia, com destaque para italianos, expressa nos diversos restaurantes e cadeias de *fast-food* dispostos na cidade. São alguns exemplos da gastronomia paulista o pastel, a feijoada, o virado, o cuscuz paulista, o sanduíche de mortadela, a *pizza*.

O Rio de Janeiro tem na feijoada, originada no período colonial, o seu prato típico. Outros pratos que representam a cidade é o filé com fritas, o camarão ensopado com chuchu. A caipirinha representa a bebida característica desta cidade.

A gastronomia do Espírito Santo recebeu influência da cultura portuguesa e indígena. Seu prato típico é a moqueca capixaba, a base de camarão, peixe ou siri, sempre acompanhada de pirão. Farinha e peixe integram a gastronomia deste estado.

Minas Gerais tem sua culinária fortemente associada à chegada dos portugueses, atraídos pela riqueza de ouro e diamante, dos índios e dos escravos que trabalhavam na região das minas. Na mesa mineira estão

presentes o feijão e o angu. São pratos típicos o feijão tropeiro, tutu a mineira, a vaca atolada, o leitão a pururuca, frango com quiabo, a costelinha de porco. A iguaria mineira é marcada pelo pão-de-queijo e pelo doces (goiabada, doce de leite, de frutas), acompanhados de queijos.

Região Sul: características e pratos principais

A gastronomia do sul do país sofreu influência marcante da imigração européia em todos os estados que a compõe bem como dos países vizinhos. Foram absorvidos hábitos alimentares da Itália, da Alemanha, do Líbano, da Áustria, de Portugal, bem como dos próprios índios que ali habitavam. São exemplos dessa culinária o arroz de carreteiro, o churrasco, os pescados de alto mar, preparados no forno em brasas, o chimarrão e os vinhos.

O Paraná tem a influência do português, do índio, do espanhol, dos imigrantes (alemães, japoneses, italianos) em sua culinária, caracterizando-se com uma gastronomia típica de cada um dos imigrantes e/ou colonizadores. Encontram-se frutos do mar e uma gastronomia rica em temperos e tem no barreado o prato típico deste estado.

Santa Catarina também recebeu a influência de diversos tipos de imigrantes. Tem como pratos típicos os frutos do mar, o pirão, a polenta.

Rio Grande do Sul traduz sua culinária nos churrascos e no chimarrão, embora sua gastronomia tenha sofrido influências de italianos (galeto, vinho, polenta), dos alemães (carnes defumadas).

Salienta-se que as características gastronômicas regionais do país ainda se vinculam a rotas específicas do interior do Brasil, como a rota dos vinhos, a estrada real, etc., no entanto, apesar da riqueza gastronômica, o país ainda não despertou para o turismo gastronômico.

Em razão do exposto se confirma a diversidade gastronômica e regional do Brasil. Essa riqueza gastronômica se traduz como elemento importante de

resgate cultural. Embora incipiente, o turismo gastronômico pode significar um potencial de sustentabilidade do turismo para diversas localidades, mesmo se associado a outras formas de exploração da atividade turística. A eficácia e a eficiência do processo dependem de organização prévia e da contribuição de atores públicos e/ou privados com vistas a dinamizar o turismo local, regional, nacional e internacional.

Nesse sentido, a segmentação do turismo gastronômico pode ser desenvolvido ainda levando-se em consideração alguns pontos relevantes como:

1. a gastronomia pode ser associada a outros eventos ou segmentos que não só o ato de comer; mas também ao ato de aprender como se produz, se o que faz com o produto, como se processa, instalações e informações sobre o local (cultura);

2. o turismo gastronômico pode ser desenvolvido para trabalhar em conjunto com as comunidades produtoras (fornecedoras de alimentos), contribuindo inclusive com a inclusão social;

3. o turismo gastronômico pode possibilitar a interiorização do turismo: turismo de aventura mais gastronomia; turismo ecológico mais gastronomia; turismo rural mais gastronomia, consolidando assim um turismo diferenciado;

4. o turismo rural-gastronômico pode também expandir no sentido de se estabelecer visitas a plantações de frutas e compra de doces, geléias, compotas, bem como produção queijos seguidos de um café;

5. a gastronomia local poderia ser fortalecida com o desenvolvimento de selo de qualidade;

6. a criação de eventos e/ou festivais podem incentivar o desenvolvimento do turismo gastronômico, a luz do que ocorre em Minas Gerais com o Festival do Buteco.

7. o turismo gastronômico pode se valer do uso do bem imaterial como a produção artesanal, tradicional de determinado produto, que marca uma região.

Segundo Csergo (1998, p. 814) *“as cozinhas regionais enraízam-se em localidades e paisagens habitadas pelo tempo, constroem-se culturalmente no passado, na eternidade do solo e de sua memória”* e o avanço do turismo contribui para a valorização dos aspectos regionais/locais.

Nesse sentido, as cozinhas regionais podem suscitar um movimento entre distintos grupos sociais, redes e interesses no sentido de resgatar/resguardar uma identidade, que em razão da globalização e *commoditização* corre o risco de perda de espaço importante enquanto valorização cultural e oportunidade de nicho de mercado importante. Um dos elementos possíveis de conduzir a esse resgate é a atividade turística. Ações de associações gastronômicas, profissionais do turismo e da gastronomia, instituições públicas e privadas, podem recolocar as cozinhas locais como codificadores de uma identidade cultural, conduzindo a desenhos de políticas que visem o desenvolvimento local.

4) Os serviços de alimentação: Qualidade e Saúde

Os empreendimentos dos serviços de alimentação e o turismo estão bem relacionados entre si; no entanto, atender a população local e ao turista, tais empreendimentos prescindem de elemento básico: a qualidade deste alimento. O manuseio inadequado dos produtos podem conduzir a problemas de saúde pública ou a destruição da imagem de lugar, que se leva anos para ser construída.

Alimentação como produto turístico e a Imagem do Lugar

O homem para sobreviver tem que respeitar e satisfazer suas necessidades biológicas de alimentação. O meio em que o mesmo vive faz com que se alimente de acordo com os hábitos do local, ou ainda de sua cultura que *“pode definir as opções sobre o que é comestível e as proibições alimentares que ocasionalmente o distinguem de outros grupos humanos”* (Azambuja, 2001). Por outro lado, a alimentação pode cumprir uma função especial: a ser prazerosa e, enquanto tal, ultrapassa a idéia de saciedade. Nesse campo, a alimentação pode ser entendida através da gastronomia – história, raiz, tradição, arte e prazer da alimentação, portanto cultura de um povo. E, em razão deste fato, se perpetua o processamento de comidas típicas ou hábitos alimentares locais.

Nesse sentido, a história de um lugar (visão) também está vinculada a sua alimentação (gosto), emergindo as características intrínsecas da cultura local. E, por isso, alimentação pode ser vista ou tida como um produto turístico, diferenciado e que propicia o surgimento de empreendimentos, contribui para o desenvolvimento local/regional, gera ocupação e renda.

Assim, do ponto de vista do turismo, os serviços de alimentação não se restringem apenas a um aspecto biológico, de satisfação de necessidades nutricionais, mas também é deve ser observado como aspecto cultural, com histórias, raízes e costumes, conduzindo a uma identidade.

No entanto, esse mesmo aspecto pode simbolizar a imagem do lugar positiva ou negativamente, em função da experiência que o turista teve no momento de sua viagem.

Para muitos, a comida pode ser um desafio, representando um maior risco (gosto), inclusive de sobrevivência, do que em relação o envolvimento com os demais espaços/momentos do ambiente em que o mesmo mantém contato (visão) (Cohen e Avelli, 2004).

Nesse sentido, há duas situações a serem consideradas: o turista que busca o diferente, e àquele mais receoso. Neste último caso, há dificuldades do

turista sair do seu hábito alimentar para algo desconhecido, gerando de fato certa “fobia” e levando-o a consumir em estabelecimentos comerciais “conhecidos” como os *fast-foods* ou restaurantes étnicos que por ventura venha a existir em seu país de origem. Nesse sentido, a alimentação assume a sua função técnica e não de produto turístico. Uma das formas para minimizar essa “fobia” e tentar transformar a alimentação em produto turístico, se não principal mas pelo menos complementar, são os estabelecimentos que prestam serviços de alimentação, informarem sobre o produto em termos de ingredientes, origem dos mesmos, forma de preparo.

Ademais, ainda dentro desta direção, de acordo com Cohen e Avelli (2006) há certo *gap* de comunicação quando o turista não está familiarizado com os ingredientes que compõe a comida, quando não consegue se comunicar com pessoas do local, quando corre o risco de constrangimento ao perceber que lhe foi servido algo que lhe é desconhecido e/ou culturalmente inaceitável.

Pode-se assim associar que esta preocupação se aplica sobretudo a restaurantes de comidas típicas.

Do ponto de vista do indivíduo, uma viagem remete a um caráter de ambivalência: de um lado, é o prazer de conhecer coisas novas, de rever/reviver experiências positivas; por outro, é o receio da adaptação a esse novo, que vai desde o clima até a preocupação com a saúde e dentro desta, um dos elementos que contribui para isso é a alimentação.

Enfermidades, higiene, qualidade

O problema das necessidades nutricionais ultrapassa os limites do campo culinário e gastronômico, pois remete as relações entre as condições alimentares e suas conseqüências patológicas. O simples ato de tocar o alimento com as mãos pode levar a uma contaminação bacteriana importante. Neste caso, um dos requisitos essenciais ao lidar com alimentos passa de

imediatamente pela saúde física e higiene pessoal dos responsáveis pelo seu manuseio e pela limpeza das cozinhas e das louças. Em geral, os alimentos e a água podem ser propagadores de doenças infecciosas, causando problemas sérios de saúde.

E nesse sentido, há um paradoxo: embora se imagine que o setor de alimentação requeira um nível de qualificação de mão-de-obra mais baixo, é preciso ressaltar que o preparo de alimentos (da compra dos alimentos, da higienização, do uso da água, do preparo, do acondicionamento e/ou armazenamento) perpassa por conhecimentos muitas vezes específicos de toxinas, nutrientes, dietas, requerendo portanto profissionais bem qualificados.

Nesse sentido, a Organização Mundial do Turismo (2003) considera o serviço de alimentação como um dos aspectos essenciais da atividade turística. Na avaliação deste organismo *“as Doenças Transmitidas por Alimentos e os transtornos causados por alimentos não inócuos constituem o problema de saúde pública mais difundido no mundo”*. Tais enfermidades dizem respeito a intoxicações e infecções alimentares, que podem causar danos ao consumidor bem como ao desenvolvimento do setor, pois como já ressaltado o serviço de alimentação atende não apenas residentes locais mas também os turistas que visitam determinadas regiões e portanto não estão imunes a este tipo de problema.

Os agentes econômicos presentes no serviço de alimentação, enquanto produto turístico, devem ser capazes de atender também demandas específicas como alimentação de crianças, idosos, convalescentes, restrições alimentares por motivos religiosos, eventos coletivos, viagens etc.

O desenvolvimento do turismo de qualidade perpassa, portanto, pelos aspectos relacionados acima e que são inerentes ao serviço de alimentação. O pessoal envolvido no segmento carrega em si a condição de torná-lo saudável, atrativo, competitivo.

Dentre as preocupações da indústria do turismo, um dos segmentos que mais chama a atenção é o de serviços de alimentação. São problemas

decorrentes deste setor que mais causam preocupações nos turistas; problemas estes associados à higiene dos alimentos ou ainda a contaminação de alimentos.

Alguns dos fatores apontados por especialistas dizem respeito ao padrão de higiene em abatedouros, transporte na cadeia dos alimentos, rotinas de restaurantes e de outros lugares de comer e beber, água contaminada, gelo de *drinks*.

Trata-se portanto de uma questão importante a ser discutida e enfrentada pelos atores envolvidos na atividade turística de uma determinada localidade.

O impacto de um problema dessa natureza não afeta apenas o turista acometido de alguma intoxicação, mas um conjunto de pessoas e atividades envolvidas no segmento turístico: o turista afetado deixa de ir aos passeios programados bem como aos *shoppings*; às vezes não retorna mais àquela localidade; divulga imagem negativa. Ou seja, há um efeito em cadeia dos acontecimentos envoltos de um padrão de higiene que não foi devidamente observado.

A responsabilidade dos setores que tratam diretamente com a alimentação está aumentando constantemente. Há uma pressão em hotéis, restaurantes para que estes assegurem que a alimentação é segura em função do número de pessoas atendidas diariamente. Em razão do avanço das comunicações, a disseminação de uma informação negativa relacionada a um problema de natureza alimentar é muito rápida, causando conseqüências desagradáveis e, às vezes, irreversíveis. A reputação de um estabelecimento pode ser destruída rapidamente em função de um incidente com alimentação. Uma das doenças mais freqüentes, reconhecida pela literatura, é a “diarréia do viajante”, no conjunto são identificadas como “Enfermidades Transmitidas por Alimentos”.

Outrossim, há diferentes tipos de infecções provenientes deste padrão de higiene não seguido corretamente: o queijo pode ser contaminado pelo leite

não pasteurizado como por hábitos de higiene inadequados de quem o manuseia.

Essa colocação é importante pelo fato desse tipo de problema atingir diretamente as produções tradicionais, sobretudo se trata de produtos artesanais onde há uma manipulação mais direta do alimento. A preservação de um alimento deve obedecer determinadas regras como temperatura, pH, refrigeração, aquecimento, limpeza, exposição etc.

O turismo e alimentação caminham um ao lado do outro. Nesse sentido, reforça-se a idéia de que os recursos humanos envolvidos nesta atividade devem ter um conhecimento bastante específico do manuseio dos alimentos, do cuidado com a água, do balanceamento nutricional, expressando-se assim que não se pode cair no paradoxo mencionado acima, da qualificação e não-qualificação do pessoal ocupado na atividade.

Identificado como uma dificuldade do mundo contemporâneo, as doenças originadas da alimentação têm se tornado um problema de saúde pública. Alguns autores apontam fatores que conduziram ao fenômeno “doenças da alimentação”, sobretudo as infecções intestinais, para não mencionar as de contaminação por produtos químicos: crescimento da população, rápida urbanização, mudanças de hábitos de preparação de comida, aumento no número de estabelecimentos de serviços de alimentação (do ambulante ao restaurante), aumento do consumo de comida fora do lar, falta de treinamento e educação para a segurança da alimentação entre os manipuladores/manuseadores e consumidores (Seaman e Eves, 2006).

Dentre os perigos presentes na alimentação, a OMT (2003) adverte: 1) para os perigos físicos (corpos estranhos) que podem ser incorporados aos alimentos na etapa do seu processamento, tais como matérias fecais de insetos ou roedores, pêlos de animais, cabelos humanos, pedaços de plásticos, pêlos de escovas ou pincéis, espinhas ou escamas de peixes, caroços ou sementes, dentre outros; 2) para os perigos químicos, cujos produtos não deveriam estar presentes na área de processamento de alimentos além do estritamente

necessários e, neste caso, devidamente acondicionados. Dentre eles: resíduos de medicamentos, repelentes de insetos, resíduos de praguicidas, nitratos e nitritos usados em embutidos de carne, cosméticos como esmaltes e cremes, cera de pisos, lubrificantes de equipamentos, detergentes e sabonetes; 3) perigos biológicos, que levam a contaminação, proliferação e sobrevivência de bactérias, vírus, parasitas, fungos toxinas (marinhas, bacterianas, de fungos), tecidos vegetais ou animais tóxicos, responsáveis por parte significativos das ETA's (Enfermidade Transmitida por Alimentos).

Em relação às ETA's podem-se citar as de origem bacterianas como as gastroenterites (infecção ou intoxicação, dependendo do agente), brucelose (infecção), campilobacteríase (infecção), botulismo (intoxicação, toxi-infecção) diarreia por *E. coli* (conhecida como doença do viajante ou do turista), salmonelose (infecção), febre tifóide (infecção), cólera (toxi-infecção). Bacteremia ou septicemia por *Vibrio vulnificus* (infecção, cuja bactéria é conhecida como o "monstro dos mares"); as de origem virais como a Hepatite A (hepatovírus), e as gastroenterites por vírus Norwalk; as doenças parasitárias como amebíase (protozoó), ascariíase (nematódeo), fasciolíase (trematódeo), giardíase (protozoó), paragonimíase (trematódeo), teníase e cisticercose (cestódeos); as de origem microbianas causadas por toxinas (marinhas) como a intoxicação paralisante por moluscos, intoxicação diarreica por moluscos, intoxicação neurotóxica por moluscos, intoxicação amnésica por moluscos, ciguatera, envenenamento escombróide.

As ETA's se originam de diferentes fontes/reservatórios bem como de tipos distintos de alimentos envolvidos na transmissão, daí a necessidade de pessoal qualificado para atuar nos serviços de alimentação.

Treinamento e Educação em Serviços de Alimentação: uma questão de saúde pública

De acordo com Seaman e Eves (2006), estudos acerca do crescimento dessas doenças apontam que em geral o resultado advém das práticas não adequadas durante a preparação das comidas, incluindo-se aí os pequenos negócios, cantinas, residências, restaurantes. Na visão dos mesmos, a falta de treinamento e educação de quem manipula/manuseia a comida pode contribuir para o aumento do risco da saúde pública, associado às doenças derivadas da alimentação.

Tais treinamentos devem ser feitos de acordo com as atividades/funções que cada um ocupa na cadeia de produção, e envolve desde o conhecimento da higiene pessoal, saúde pessoal, higiene na cozinha (higiene, limpeza, desinfecção), higiene básica das comidas/alimentos, princípios básicos dos alimentos (pH, temperatura, limpeza, desinfecção, acondicionamento) princípios de higiene e legislação alimentar e ambiental, administração do sistema HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point System*).

O HACCP trata-se de um sistema que busca identificar e controlar, via prevenção, perigos associados a produção de alimentos e *“tem alcançado, mundialmente, o maior respaldo e confiança das autoridades sanitárias, comerciais e organizações internacionais que, de uma forma ou de outra, têm responsabilidade pela inocuidade dos alimentos”* (Organização Mundial do Turismo, 2003).

É nesse sentido que o treinamento e educação para os manipuladores/manuseadores e consumidores devem ser de fato incentivados. Não se deve partir do princípio de que a comida tem baixo risco, e o treinamento se faz necessário não apenas para os serviços que atendem ao turismo mas para a população em geral. No caso específico do turismo, em qualquer dos seus segmentos (eventos e negócios, cultural, sol e mar e sobretudo o gastronômico) a imagem do lugar pode ser bastante comprometida.

O treinamento requerido pelo serviço de alimentação perpassa por entraves e barreiras a sua execução em razão de fatores como: grande número de estabelecimentos presentes neste setor é de micro e pequenos empreendimentos ou ainda informais, o que pode levar a uma limitação do acesso ao treinamento adequado; investimento; qualidade do curso; duração do curso; sazonalidade da mão-de-obra; status do emprego; conhecimento e comprometimento dos administradores dos estabelecimentos; condições dos equipamentos e de trabalho, impedindo a reprodução do conhecimento adquirido nos treinamentos.

O desenvolvimento da atividade turística de uma determinada localidade depende da inocuidade dos alimentos e da água.

No caso específico da gastronomia como elemento de atratividade principal ou complementar o risco de perda de eficácia se faz presente constantemente, caso padrões adequados de higiene não forem adotados. Por outro lado, uma vez cumpridas todas as normas de higiene requeridas, a possibilidade de êxito se torna mais concreta.

Dessa forma a gastronomia pode auxiliar na preservação cultural, auxiliar nos períodos de baixa estação, atuar como parceira em outras modalidades de turismo contribuindo com o desenvolvimento de uma região.

5) Relações institucionais Públicas e Privadas

A alimentação pode se tornar um atrativo turístico e um potencial de atração de visitantes, desde que assumidos enquanto tal por setores públicos e privados. Dentro da lógica da segmentação turística, a alimentação pode de fato alcançar posições mais importantes do que a simples oferta técnica de alimentos para o turista, sendo essencial a interação entre instituições públicas e privadas para que a gastronomia assumira essa nova função, ou, no mínimo, cumpra bem o seu papel de ser uma oferta técnica.

Nesse sentido, a fiscalização de órgãos competentes é de extrema relevância para que os serviços de alimentos alcancem os níveis de satisfação esperados de higiene e qualidade. Cabem a presença não apenas de agentes da secretarias de saúde ou da vigilância sanitária, mas também das próprias associações de classe.

O papel do governo em fiscalizar e o papel da iniciativa privada em controlar/acompanhar o segmento permitem que se garantam saúde, imagem, resgate cultural, divulgação.

As relações institucionais também podem interagir também para desenvolver desenhos institucionais nos quais o turismo seja visto enquanto atividade econômica importante para o desenvolvimento de determinadas regiões, com controle ambiental, sem danos ao patrimônio cultural-histórico.

Ações como políticas de qualificação de mão-de-obra, financiamento, construção e fortalecimento de marcas, uso de recursos disponíveis como a gastronomia, o artesanato, a história do local, o desenvolvimento de outras atividades que possam vir a surgir em decorrência do turismo são exemplos que permite visualizar como instituições públicas e privadas podem interagir e estabelecer metas e ações que garantam a sua eficácia.

6) Proposições de Políticas Públicas.

A partir do exposto seguem algumas proposições de políticas públicas voltadas para o segmento dos serviços de alimentação, associados ao turismo.

- Desenvolvimento de Programas de Qualificação/capacitação/educação: curso de cozinheiros (e não apenas de *Chefs* de cozinha); treinamento para qualidade e manipulação dos alimentos; formação técnica e operacional,

formação gerencial; preservação ambiental, patrimônio cultural histórico.

- Certificação de espaços gastronômicos.
- Inclusão da gastronomia em roteiros turísticos, mesmo que complementar; ou dinamizar roteiros turísticos integrados (por exemplo turismo ecológico e gastronômico).
- Fortalecer os elos entre as diferentes cadeias produtivas e o turismo.
- Políticas de redução da informalidade no segmento dos serviços de alimentação.
- Divulgação e *marketing* (estratégias) da gastronomia nacional, tal como França, Itália, Espanha.
- Políticas regionais institucionalizando o turismo como alternativa econômica; com valorização de costumes locais e segmentação do mercado (turismo cultural/gastronômico).
- Políticas macroeconômicas voltadas para o crédito, para os juros e para os financiamentos, sobretudo para empresas de menor porte possa tanto continuar nos negócios quanto adotar programas de treinamento de pessoal que manuseiam os alimentos, para gerenciar os negócios.
- Buscar parcerias por investimentos em infra-estrutura básica, permitindo que roteiros turísticos desenhados possam de fato contar com estrutura de transporte, energia, água.
- Institucionalização de parcerias com órgãos (hotéis, saúde, segurança, limpeza pública, restaurantes) voltados ao desenvolvimento do turismo.
- Desenvolvimento de marcas, de *marketing* e selos de referência.

7) Breves Considerações

O presente relatório buscou apontar as questões que estão vinculadas ao serviço de alimentação enquanto elo importante na cadeia produtiva do turismo, contextualizando desde sua importância frente aos demais setores que compõe a cadeia e outros setores da economia, bem como enquanto elemento importante para a atratividade da atividade turística, seja do ponto de vista de uma atração principal (implementação de rotas gastronômicas) ou complementar (associada ao turismo cultural, rural, religioso). A gastronomia assume neste caso uma função diferente da usual, de servir apenas como oferta técnica para turistas. A abordagem desse processo perpassa por uma identificação mais precisa da identidade turística de cada uma das regiões do país, ressaltando seus aspectos étnicos, culturais e econômicos.

A utilização da gastronomia como fator de atratividade é ainda incipiente no Brasil, mas já começam a ser encaminhado projetos nesta direção, como as rotas das vinícolas da região Sul do país. No entanto, salienta-se que o turismo internacional já vem incorporando as rotas gastronômicas ou roteiros gastronômicos (associados a outras temáticas) como um forte elemento de sustentabilidade das regiões turísticas.

Um aspecto que merece atenção diz respeito aos procedimentos usuais de um padrão de higiene adequado a ser adotado e cumprido por todos aqueles envolvidos no segmento de serviços de alimentação, sobretudo no que se refere ao turismo. Esse aspecto pode se tornar em um dos maiores entraves para a competitividade do setor, daí a necessidade de se implementar ações visando elevar o nível de qualificação dos que atuam neste segmento.

Outro aspecto importante que merece atenção é a tendência atual da gastronomia. Com o advento da globalização, as pessoas passaram a ter acesso a cozinhas de várias nacionalidades, traduzidas através das grandes cadeias de *fast-foods*, onde as pessoas buscam rapidez diante do exíguo tempo para se alimentar. A industrialização e a racionalização crescentes contribuíram para o

desenvolvimento deste tipo de empreendimento. A presença dos mesmos em várias regiões do mundo permite que o turista sempre consiga encontrar algum tipo de alimento do seu país de origem. Por outro lado, essa internacionalização faz com que costumes locais incorporem sabores que não são os seus, alterando muitas vezes a sua identidade. Já começa a surgir movimentos contrários a essa *commoditização* do alimento, como a emergência das cozinhas regionais como um novo nicho de mercado a ser explorado, não apenas em razão desta exploração mas também como forma de resguardar as identidades culturais de um país; e, no caso brasileiro, isso é imprescindível, dado a riqueza da diversidade gastronômica aqui existente.

8) Referências

ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) – 20 anos de trabalho e investimentos pelo desenvolvimento do Brasil. IN: <www.abrasel.com.br>. Acesso em abril/2006.

ABRESI (Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo). Comidas típicas. IN: <www.abresi.com.br> . Acesso em Junho/2006.

ARAÚJO, Wilma M. Coelho et al. Da alimentação a gastronomia. Brasília: Ed. da Universidade de Brasília, 2005.

AZAMBUJA, Marcelo. A gastronomia como produto turístico. IN: CASTROGIOVANNI, Antonio C. (org.). Turismo urbano. 2 ed., São Paulo: Contexto, 2001.

BENI, Mario C. Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2003.

BENI, Mario C. Análise estrutural do turismo. 10 ed. atual., São Paulo: SENAC, 2004.

CASCUDO, Luis C. História da alimentação no Brasil. 3. ed., São Paulo: Global, 2004.

CSERGO, Julia. A emergência das cozinhas regionais. IN: FLANDRIN, Jean-Louis, MONTANARI, Massimo (dir.) História da alimentação. 4 ed., São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

CHICO JÚNIOR. Roteiros do sabor brasileiro: turismo gastronômico. Rio de Janeiro: CJD Edições e Propaganda Ltda., 2005.

COHEN, Eric, AVieli, Nir. Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of tourism Research*, vol. 31, n. 4, pp. 755-778, 2004.

COUTINHO, Luciano, FERRAZ, João Carlos. Estudo da competitividade da indústria brasileira. São Paulo: Papirus, 1994.

DUKE, Maggie. Safe food: everyone's responsibility. IN: WTO-CTO. Local Food & Tourism International Conference, November, 2000.

EMBRATUR. Boletim de Desempenho Econômico do Turismo (vários números).

FAGLIARI, Gabriela Scuta. Turismo e alimentação: análises introdutórias. São Paulo: Rocca, 2005.

FISCHLER, Claude. A "McDonaldização" dos costumes. IN: FLANDRIN, Jean-Louis, MONTANARI, Massimo (dir.) História da alimentação. 4 ed., São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FLANDRIN, Jean-Louis, MONTANARI, Massimo (dir.) História da alimentação. 4 ed., São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FONSECA, Maria Aparecida P. Espaço, políticas de turismo e competitividade. Natal, RN: Editora da UFRN, 2005.

FOX, Renata. Reinventing the gastronomic identify of Croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality management* (available online at www.sciencedirect.com).

GIANNINI, Bianca. Pauta de reivindicações. IN: <www.abrasel.com.br>. Acesso em agosto/2006.

HANDSZUH, Henry F. A survey on local food in tourism policies. IN: WTO-CTO. Local Food & Tourism International Conference, November, 2000.

HAUKELAND, Jan Vidar, JACOBSEN, Jens Kr. Steen. Gastronomy in the periphery: food and cuisine a tourism attractions on the top of Europe. 10th. Nordic Tourism Research Conference, Vasa, Finlandia, October 2001. IN: <www.wasa.shh.fi/konferens>.

HEGARTY, Joseph A., O'MAHONY, G. Barry. Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. International Journal of Hospitality management, 20(2001), 3-13.

HUGHES, George. Authenticity in tourism. Annals of tourism Research, vol. 22, n. 4, pp. 781-803, 1995.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.

IBGE. Pesquisa Anual de Serviços.

LEAL, Maria Leonor M. S. A história da gastronomia. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

MARDH, Per-Anders. Eschirichia coli – a cause of infections often affecting travellers and which is of concern for the tourism industry. IN: WTO-CTO. Local Food & Tourism International Conference, November, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO/EMBRATUR. Conta Satélite do Turismo – CST Brasil, 1999.

MINISTÉRIO DO TURISMO/EMBRATUR. Anuário Estatístico.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Manual de qualidade, higiene e inocuidade dos alimentos no setor de turismo. São Paulo: ROCCA, 2003 (Traduzido por Claudia Bruno Galvão do Manual de calidad, higiene e inocuidad de los alimentos en el sector de turismo, OMT, 2001).

QUAN, Shuai, WANG, Ning. Towards a structural modelo f the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *International Journal of Hospitality management*, 25(2004), 297-305.

RIOS, Manuela. Eles têm apetite de investidor. *Exame*, n.11, v. 40, 07 de junho de 2006, p. 104-109.

RODEN, Claudia. Local food and culture. IN: WTO-CTO. *Local Food & Tourism International Conference*, November, 2000.

SANT'ANNA, Adriano Lins. Gastronomia: saboreie o Brasil. IN: <www.brasilviagem.com>.

SEAMAN, Philip, EVES, Anita. The management of food safety - the role of food hygiene training in the UK service sector. *International Journal of Hospitality management*, 25(2006), 278-296.

SCHLUTER, Regina G. *Gastronomia e turismo*. São Paulo: ALEPH, 2003.

SORCINELLI, Paolo. Alimentação e saúde. IN: FLANDRIN, Jean-Louis, MONTANARI, Massimo (dir.) *História da alimentação*. 4 ed., São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

TELFER, David J., WALL, Geoffrey. Linkages between tourism and food production. *Annals of tourism Research*, vol. 23, n. 3, pp. 635-653, 1996.

YAZIGI, Eduardo. *Turismo: uma esperança condicional*. 3 ed., São Paulo, 2003.

WTO-CTO. *Local Food & Tourism International Conference*, November, 2000.

COLABORADORES:



REALIZAÇÃO:



Ministério do
Turismo

