

ORGANIZADORES

FRANCINETE DA SILVA GUILHERME

CELSO DOS SANTOS SILVA

ADRIANA BRAMBILLA


CARMEN DE LOURDES GUARIZE FERRAZ



Hospitalidade e Gastronomia

SEM FRONTEIRAS




UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

REITOR
VALDINEY VELOSO GOUVEIA
VICE-REITORA
LIANA FILGUEIRA ALBUQUERQUE



Diretor do CCTA
ULISSES CARVALHO SILVA
Vice-Diretora
FABIANA SIQUEIRA



Conselho Editorial
CARLOS JOSÉ CARTAXO
JOSÉ FRANCISCO DE MELO NETO
MAGNO ALEX SEABRA
MARCÍLIO FAGNER ONOFRE
ULISSES CARVALHO DA SILVA

Editor
ULISSES CARVALHO SILVA

Secretário do Conselho Editorial
PAULO VIEIRA

HOSPITALIDADE E GASTRONOMIA SEM FRONTEIRAS

ORGANIZADORES

FRANCINETE DA SILVA GUILHERME

CELSO DOS SANTOS SILVA

ADRIANA BRAMBILLA

CARMEN DE LOURDES GUARIZE FERRAZ

Editora do CCTA

João Pessoa

2024

© Copyright by GCET, 2024

Produção Gráfica e Capa

Lis Vieira Araújo Silva Franco

Imagem da capa: Freepik.com





Comissão Científica

Adriana Brambilla

Alessandra Souza Queiroz Melo

Felipe Gomes do Nascimento

Francinete da Silva Guilherme

Kennedy Kaufummam Costa Mafra

Celso dos Santos Silva

Carmen de Lourdes Guarize Ferraz





Ficha catalográfica

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

H828 Hospitalidade e gastronomia sem fronteiras [recurso eletrônico] /
Organização: Francinete da Silva Guilherme ... [et al.] - João
Pessoa: Editora do CCTA, 2024.

Recurso digital (3,83 MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-65-5621-458-0

1. Hospitalidade. 2. Gastronomia. 3. Empreendedorismo.
4. Inovação. 5. Sustentabilidade social. I. Guilherme, Francinete
da Silva.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 392.72

Elaborada por: Susiquine Ricardo Silva CRB 15/653

Direitos desta edição reservados à: GELINS/UFS Impresso no Brasil *Printed in Brazil*
Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme decreto n° 1.825, de 20 de dezembro de 1907.



PREFÁCIO

No mundo contemporâneo, caracterizado por fronteiras cada vez mais fluídas e uma conectividade global sem precedentes, a hospitalidade e a gastronomia destacam-se como protagonistas de uma nova era de intercâmbio cultural e inovação. O livro *Hospitalidade e Gastronomia Sem Fronteiras* oferece uma análise aprofundada de como esses setores dinâmicos estão moldando e sendo moldados pela atual configuração global. Organizado pelo Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET), pela Aregala Internacional e pelos Cozinheiros Sem Fronteiras, a obra constitui uma contribuição relevante para a disseminação de conhecimento científico de alta qualidade e rigor.

A obra em questão examina a gastronomia e a hospitalidade com uma riqueza de trabalho de campo, observação participativa e experiências práticas, proporcionando ao leitor uma visão imersiva e enriquecedora. Aborda oportunidades de desenvolvimento, desde a plantação de insumos até inovações para a criação de produtos saudáveis e sustentáveis.

A hospitalidade aprimora a experiência positiva em todos os segmentos. Quando aliada à gastronomia, eleva o nível de satisfação e contribui para a formação de memórias agradáveis e duradouras.

Esta obra oferece uma leitura simultaneamente interessante e prazerosa, apresentando *insights* valiosos para pesquisadores e profissionais das áreas de gastronomia e hospitalidade. A experiência dos autores, aliada ao contexto específico em que atuam, proporciona ao leitor um conhecimento científico profundo e rigoroso. O livro preenche uma



lacuna importante na produção científica, oferecendo uma análise detalhada e atualizada sobre temas essenciais para a compreensão das práticas contemporâneas em um mundo globalizado.

É com grande satisfação que vejo esta obra surgir como um marco significativo no campo de estudo. Sinto-me honrada pelo convite para escrever o prefácio e desejo a todos uma excelente leitura e uma jornada de descoberta enriquecedora através das páginas desta valiosa contribuição para o nosso entendimento da gastronomia e da hospitalidade.

Dra. Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

Professora do Curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas
Pesquisadora dos temas Gastronomia e Sustentabilidade



APRESENTAÇÃO

A proposta desta publicação da Universidade Federal da Paraíba, Grupo de Cultura e Estudos em Turismo da UFPB, Aregala - Associação de Restauradores Gastronômicos das Américas e do Mundo, e Cozinheiros Sem Fronteiras- Brasil apresenta aos leitores, a experiência diferenciada dos autores, aqui reunidos, pois através dos resultados fantásticos de suas trajetórias profissionais e empresariais, levam aos capítulos a seguir, uma produção textual de padrão internacional.

Logo, baseia-se nas experiências acumuladas dos autores, e que hoje fazem toda a diferença nos processos de hospitalidade e gastronomia no universo turístico de nosso país.

O *e-book* apresentado, dividido em 4 capítulos, identifica de forma transparente, a atualidade entre empregabilidade, inovação, sustentabilidade e gestão, e , nas considerações de Roberto David Lopes, no tema , formação global e empregabilidade social, sub-tema, a hora e a vez dos *bartenders* sem fronteiras, há a identificação e análise da profissão gastronômica de *bartender* e seus benefícios intrínsecos para a sociedade, economia, educação profissional e inserção no trabalho de serviços de hospitalidade e gastronomia.

Na sequência, o texto de Jair Alfonso Abril Rojas, aborda os desafios dos imigrantes na gastronomia de São Paulo, uma visão de 360º graus da cidade de São Paulo - Capital Mundial da Gastronomia, como núcleo internacional distinto de hospitalidade de imigrantes e refugiados,



resultando num Centro de Excelência Gastronômica altamente diferenciado, a questão da formação global empreendedora.

Na abordagem de Ilton Garcia da Costa, com o sub-tema, Direito à Hospitalidade e à Gastronomia, ocorre o dimensionamento do trinômio, hospitalidade, gastronomia e cidadania. Abordagem inédita no contexto de formação e empregabilidade, ética e sociedade, globalização e empregabilidade consciente.

No capítulo II, Planejamento Estratégico e Empreendedorismo, Luísa Saliba e Venâncio Saliba, focam a hospitalidade gastronômica da Bahia no município de São Paulo, evolução histórica e nuances preponderantes de gestão empreendedora e estratégica.

Neste mesmo capítulo, Ana Maria Ruiz Tomazoni com o sub-tema, Sabor e Saber - gastronomia do ABC para o mundo faz considerações de seu pioneirismo e protagonismo na educação técnica gastronômica, e com sua estratégia de educar com alimentos, pensando global e agindo local.

Nesse mesmo capítulo, Priscila Fiorito de Oliveira com o sub-tema, Pão de Queijo da Cidade - Café e Cia realça o caso de seu negócio gastronômico com foco em resultados, num contexto maior de empreender e planejar estrategicamente.

Já, Leandro Rodrigues Gonzáles Fernandez, com o sub-tema de hospitalidade à moda portuguesa, proporciona o estudo de caso inédito da Casa Portugal, identificando e caracterizando o espaço cultural na cidade de São Paulo, como centro de excelência de hospitalidade de ordem cultural, folclórica, artística e gastronômica.



No capítulo III, Inovação e o Novo Mercado Consumidor, José Máximo Esteves de Paula Santos aborda, a consultoria de negócios em hospitalidade-Ilhabela e Região Litoral Norte de São Paulo, observa, sobretudo, a tecnologia, a experiência, a economia criativa, novos modelos de negócios, de consumo turístico e de gestão através de seu *expertise* de vivências de consultoria de negócios gastronômicos e de hospitalidade.

Alessandra Fiorito Bellizia, aborda o fenômeno *delivery* e o movimento *Food styling*, com o caso empresarial de sucesso, avaliando essas duas tendências evolutivas e dinâmicas da gastronomia contemporânea nacional e internacional.

O autor Gêssio Pinto da Silva com o sub-tema, a origem da cozinha paulista e seus diferenciais, demonstra a inovação constante e evolutiva da gastronomia de São Paulo, seu protagonismo nacional e o advento de um mercado em expansão.

O artigo de Celso dos Santos Silva, que através da hospitalidade gastronômica e sua qualidade de atendimento e serviços, valorizam a contínua transformação dos serviços diante dos novos comportamentos do consumidor, sedento e ansioso por inovação no atendimento.

Finalizando, no capítulo IV, sustentabilidade social e o novo mercado de qualificação, José Maria Filho apresenta cases gastronômicos de muito sucesso na perspectiva de cardápios; sem se esquecer dos biomas brasileiros, suas aplicações gastronômicas e a sinalização de capacitação diante desse novo cenário mercadológico.



Gislene Boaventura da Rocha, com o sub-tema, cozinhando com nutrição, discute o mercado profissional dos chefes e líderes de cozinha integrado com a nutrição, saúde, qualidade de vida, e sem dúvida, um novo mercado de carreira profissional e negócios gastronômicos com a possibilidade exponencial da promoção da sustentabilidade social.

Os autores, Celso dos Santos Silva e Carmen de Lourdes Guarize Ferraz, avaliam os festivais gastronômicos como oportunidades de plena qualificação e empregabilidade, em função das vivências teóricas e práticas de aprendizagem ativa e como estratégia alternativa e viável de capacitação social e de novas oportunidades de inserção no mundo do emprego, trabalho e empreendedorismo.

Em nome de toda esta equipe surpreendente e pela mesma, sugiro uma leitura proveitosa e viagem sem fronteiras, prazerosa, enriquecedora e criadora de novas condutas de gestão.

Excelente Leitura!

Prof Celso dos Santos Silva

Vice-Presidente de AREGALA - Associação de Restauradores Gastronômicos das Américas e do Mundo e Presidente de Cozinheiros Sem Fronteiras- Brasil e Países de Língua Portuguesa



SUMÁRIO

I - Formação Global e Empregabilidade Social

A hora e a vez dos Bartenders Sem Fronteiras.....	<i>17</i>
Os desafios dos Imigrantes na Gastronomia de São Paulo	<i>29</i>
Do Direito à Hospitalidade e à Gastronomia.....	<i>39</i>

II - Planejamento Estratégico e Empreendedorismo

A Hospitalidade Gastronômica da Bahia na cidade de São Paulo.....	<i>53</i>
Sabor e Saber, Gastronomia do ABC para o Mundo.....	<i>59</i>
Pão de Queijo da Cidade, Café e Cia.....	<i>73</i>
Hospitalidade à Moda Portuguesa.....	<i>83</i>

III- Inovação e o Novo Mercado Consumidor

Consultoria de Negócios em Hospitalidade.....	<i>95</i>
Delivery e Food Design - Experiência Empresarial de Sucesso.....	<i>113</i>
A origem da cozinha paulista e seus diferenciais.....	<i>133</i>
Hospitalidade Gastronômica- Qualidade de Atendimento e Serviços.....	<i>141</i>

IV - Sustentabilidade Social e o Novo Mercado de Qualificação

Cases de Sucesso em Gastronomia: Cardápios - Saudáveis, Nutritivos e Saboros.....	<i>149</i>
Cozinhando com Nutrição.....	<i>187</i>
Festivais Gastronômicos- Oportunidades de Qualificação e Empregabilidade.....	<i>199</i>

01

CAPÍTULO

**Formação Global e
Empregabilidade Social**

01

Roberto David Lopes

**A HORA E A VEZ DOS
BARTENDERS SEM
FRONTEIRAS**

- 15 -



Roberto David Lopes



Graduado em Processos Gerenciais e Pós-Graduação em Neurogestão Organizacional; Certificado pela IBA - International Bartenders Association; Vice-Presidente do Movimento Bartenders Sem Fronteiras by Aregala Internacional; Diretor Regional de Aregala/Cozinheiros Sem Fronteiras para Litoral SP; Diretor da ABB - Associação Brasileira de Bartenders; Ex-Presidente da ABB Litoral do Estado de São Paulo; Campeão Brasileiro de Coquetelaria 2023; Gerente do Restaurante Cura-Ilha Bela – SP; Diretor da RDL Treinamentos.



A HORA E A VEZ DOS BARTENDERS SEM FRONTEIRAS

Roberto David Lopes

Compartilhar uma boa bebida e/ou um bom coquetel é um prazer universal que se perpetua desde tempos remotos, desde que a humanidade começou a se organizar em povoados, aldeias e a interagir socialmente. Se considerarmos que oferecer, preparar e/ou servir uma bebida ou "cocktail" (mistura de dois ou mais ingredientes) é uma função básica do bartender, então podemos dizer que essa profissão nasceu junto com a necessidade do ser humano de socializar, interagir com o outro e confraternizar.

Nas linhas seguintes, tentaremos explorar algumas das habilidades necessárias para ser um bom bartender, algumas tendências, os coquetéis clássicos e suas releituras em tempos modernos, e as diferentes inovações e tecnologias implementadas no dia a dia. No entanto, lembre-se de que a profissão de bartender é extremamente versátil e oferece, literalmente, um mundo de oportunidades sem fronteiras, com desafios emocionantes e recompensas inimagináveis para quem decide trilhar com humildade seus desafios.

Nesta era de globalização e tecnologia, onde tudo parece estar acontecendo apenas através das telas dos smartphones, tablets e computadores, o papel do bartender se transforma em algo essencial para que as pessoas vivam uma experiência autêntica, personalizada e inesquecível por meio da degustação de um coquetel ou drink.



A arte da coquetelaria

Para falar desta profissão maravilhosa de bartender, vamos primeiro dar lugar à arte que representa o nosso trabalho, que é a coquetelaria. Como diz um dos maiores nomes da história da coquetelaria, Santiago Policastro – Pichin – em seu Decálogo do Bartender: “A Coquetelaria é uma arte, nutrida de cor, aroma e sabor” (POLICASTRO, 1955).

Como toda arte, podemos dizer que o leque de possibilidades é infinito quando se trata de misturar bebidas e outros insumos. E dentro dessa gama de possibilidades, encontraremos infinitas percepções no que se refere a gostos, texturas, aromas etc. Com base nessas premissas, podemos afirmar que, dentro da coquetelaria, o único proibido deve ser o estancamento em paradigmas ou receitas estagnadas, levando em conta que sempre há a possibilidade de criar e modificar (releituras) receitas e ingredientes, a fim de atingir a maior quantidade de paladares. Exemplos disso são criações como o Dry Martini, a Caipirinha e o Negroni, que souberam sobreviver aos tempos por mais de um século graças à sua versatilidade e à audácia dos bartenders espalhados pelo mundo, sem medo de inovar.

Claro que clássicos sempre serão clássicos, e é bom que assim seja, mas a própria evolução da coquetelaria em todos os seus aspectos (utensílios, técnicas etc.) traz à tona a arte por trás dos coquetéis.



História da coquetelaria

A história da coquetelaria remonta à Antiguidade, quando, na Grécia Antiga, bebidas eram criadas adicionando aos vinhos ingredientes como ervas, especiarias, mel e frutas para fins medicinais (SACHS, 2022).

Desde então, as pessoas têm misturado ervas, frutas, licores e outros ingredientes para criar bebidas alcoólicas. A palavra "cocktail" é americana, mas as primeiras receitas mostram que esse hábito existe há muito tempo em todo o mundo. Segundo Difford's Guide apud Sachs (2022), o primeiro cocktail possivelmente surgiu na Índia, estimadamente há 1500 anos.

Ao longo do tempo, os coquetéis evoluíram e ganharam destaque como uma forma de entretenimento e até mesmo de status social. Hoje em dia, a coquetelaria é uma arte refinada, que combina sabores, aromas e texturas para criar experiências inesquecíveis.

A evolução da coquetelaria ao redor do mundo

Cidades como New York (Estados Unidos) e Londres (Inglaterra) continuam lançando tendências que se espalham pelo mundo. Um bom bartender deve estar sempre atento a esses dois polos gastronômicos e coqueteleiros para acompanhar a evolução dos paladares e as "modas" que muitas vezes marcam épocas e gerações, como foram os mocktails na Lei Seca, os "tropical cocktails" nos anos 80 e 90, ou os gin tonics na atualidade.



Estados Unidos

Na década de 1820, com o advento da industrialização em vários setores, incluindo a produção de álcool, a coquetelaria começou a tomar forma. Um pouco mais de um século depois, a Lei Seca trouxe um dos momentos mais significativos para a criação de coquetéis engenhosos e para o desenvolvimento da mixologia como aliada do bartender, que muitas vezes precisava improvisar para não ser pego pelas fiscalizações e pela polícia.

Inglaterra

Segundo Sachs (2022), a arte da coquetelaria se impulsionou a partir do século XIX com a criação do refrigerador e com o surgimento de técnicas como a carbonatação (adição artificial de CO₂ às bebidas). Isso foi facilitado pelos processos de destilação em massa e pela comercialização do gelo em larga escala como insumo, tornando as bebidas mais leves e melhorando a incorporação dos sabores.

Brasil

No Brasil, os bartenders têm sido influenciados por sua rica mistura cultural, que vai além das etnias e raças presentes no país. A diversidade de temperos, frutas e costumes gastronômicos de cada região enriquece o leque de possibilidades e conhecimentos que um bom bartender pode explorar em suas criações ao longo do tempo.



O perfil de um bartender

E falando em tempos, podemos afirmar que, atualmente, com a informação ao alcance de todos no mundo 24 horas por dia, devemos entender que ter a informação não é suficiente para se tornar um bartender. Este é mais um desafio dentro da profissão, já que, como mencionado, qualquer pessoa pode preparar ou reproduzir uma receita hoje em dia (bastando consultar os milhares de sites de culinária e gastronomia), mas nem todos (ou muitos poucos, na verdade) têm o dom de servir e compreender que um bartender é muito mais do que um simples misturador de bebidas.

O bom profissional deve se ver como um verdadeiro artista, equilibrando técnicas de mixologia com habilidades sociais. Ele deve ser apaixonado por criar experiências únicas e estar sempre pronto para encantar e atender às necessidades e anseios dos clientes com seus coquetéis inovadores.

O mix de conhecimentos, habilidades e prazer em atender deve acompanhar a evolução do bom bartender em todos os degraus de sua trajetória, já que ninguém resiste a um sorriso (prazer em atender), ao momento em que você manipula seus utensílios (habilidades) enquanto envolve seu cliente na elaboração do coquetel, ao comentar sobre os ingredientes que está utilizando ou à própria história do que ele vai degustar em instantes (conhecimento).

- **Conhecimento sobre bebidas:** Compreender os ingredientes, conhecer a história e saber apreciar os diversos sabores e aromas faz toda a diferença na hora de sugerir um coquetel.



- **Habilidades de mixologia:** A habilidade para criar coquetéis, harmonizar bebidas e alimentos, conhecer as técnicas de preparo e a manipulação correta das ferramentas de trabalho são competências básicas que todo bartender deve possuir.
- **Atendimento ao cliente:** Cultivar a cortesia para manter a satisfação dos clientes e entender as necessidades de cada um é fundamental para personalizar os coquetéis.

O papel do bartender hoje em dia

Como dito, hoje os bartenders são mais do que alquimistas de bebidas. Eles são embaixadores culturais e educadores, criando experiências personalizadas para os clientes mais exigentes.

- **Embaixadores Culturais:** Os bartenders modernos trazem suas próprias experiências culturais para as bebidas que criam, apresentando um mundo de sabores e histórias em cada copo.
- **Educadores:** Eles atuam como mentores e professores, treinando as próximas gerações para servir coquetéis de alta qualidade e atender às necessidades dos clientes.

Por outro lado, como profissão que não conhece fronteiras, devemos entender que o bartender tem uma grande carga de responsabilidade no dia a dia da sociedade, especialmente no que se refere às posturas e costumes relacionados ao consumo de álcool. Cada vez mais, países e cidades exigem um compromisso do profissional de bar ao desenvolver seu serviço. Em algumas partes deste "Cocktail-Planet", o bartender pode ser responsabilizado legalmente por abusos



cometidos por seus clientes. Assim, é de grande importância que as posturas e costumes estejam alinhados com essas exigências se pretendemos fazer desta uma *profissão sem fronteiras*.

Mercado de trabalho e oportunidades

Há muito tempo, era bastante comum encontrar bartenders que trabalhavam em bares, baladas e boates apenas temporariamente. Eles viam na profissão uma forma de conciliar horários ideais para quem estava na universidade e precisava de um trabalho que não interferisse nas aulas, além de oferecer a possibilidade de diversão e entretenimento após uma semana árdua de estudos.

Claramente, esse perfil mudou ao longo do tempo, e os bartenders casuais passaram a compreender e explorar as possibilidades que essa profissão oferece. Uma vez ouvi de um velho colega: "Há poucas coisas que as máquinas nunca conseguirão substituir, e nossa profissão é uma delas!"

Partindo desse pensamento, podemos entender que o mercado de trabalho para bartenders é uma fonte inesgotável, em constante crescimento e mutação. Se considerarmos que a evolução da nossa profissão nos leva a desenvolver habilidades muito além da simples preparação de um coquetel, como afirmamos anteriormente, nossa profissão constantemente nos presenteia com oportunidades inimagináveis, para as quais devemos estar preparados.

Posso dizer, humildemente, que me sinto um exemplo claro dessa afirmação, ao lembrar que comecei meus dias atrás da barra como



um passatempo de adolescente, sem sequer imaginar que estava me preparando (inconscientemente) para as oportunidades que surgiriam anos depois. Um exemplo disso foi quando meu telefone tocou e fui convidado a integrar a delegação brasileira no Campeonato Mundial de Coquetelaria na Bulgária, em 2015, como representante do então Presidente da Associação Brasileira de Bartenders (ABB), depois de ter participado em algumas reuniões nos Campeonatos Panamericanos de Coquetelaria, com base na minha fluência no idioma castelhano (minha língua nativa).

CONCLUSÃO

Desafios e recompensas da profissão

A profissão de bartender pode ser desafiadora, exigindo longas horas de trabalho e habilidades de multitarefa, além de se adequar aos diferentes perfis dos locais de trabalho, como bares, restaurantes, resorts, casas noturnas e eventos especiais. A possibilidade de fazer conexões (networking) e a liberdade criativa se misturam à satisfação de ver os clientes desfrutando de um coquetel exclusivo e personalizado, com a capacidade de mudar até mesmo a maneira como as pessoas bebem e se relacionam com as bebidas alcoólicas. Estas são apenas algumas das recompensas que tornam essa profissão tão gratificante.

Embarque nela sabendo que, como toda arte, não há certo ou errado na hora de definir gostos. Por isso, devemos estar abertos a todas as recomendações com humildade, sabendo utilizá-las a nosso favor como combustível para nosso motor de criatividade. Isso pode nos levar,



entre outras coisas, a dar a volta ao mundo com o privilégio de explorá-lo gole a gole, assim como se degusta o melhor dos coquetéis.

Referências

POLICASTRO, Santiago Pichin. *Tragos Mágicos Decálogo do Bartender*. Riverside. Buenos Aires, 1955.

SACHS, Ana. A história da coquetelaria: entenda a evolução no preparo de drinques. *Revista Casa e Jardim*. 2022. Disponível em: <<https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Comida/Gastronomia/noticia/2022/08/historia-da-coquetelaria-entenda-evolucao-no-preparo-de-drinques.html>>. Acesso em: 24 de set de 2023



02

Jair Alfonso Abril Rojas

**OS DESAFIOS DOS
IMIGRANTES NA
GASTRONOMIA DE SÃO
PAULO
Sabor e Resiliência**

Jair Alfonso Abril Rojas



Nascido na cidade de Bogotá, Colômbia, trilhou um caminho notável em sua jornada culinária até a conquista do título de cozinheiro pelo SENA. Seu talento e paixão o levaram a um estágio no prestigiado e Restaurante Astrid & Gaston, classificado entre os melhores do planeta.

Posteriormente, ele embarcou na rede de restaurantes La Fragata, conhecida por sua maestria no preparo de pratos com peixes e frutos do mar e onde teve o privilégio de atender a eventos privados de alta classe, em parceria com o renomado Chef Saul Valdes.

Seu desejo de explorar novos horizontes culinários o levou a São Paulo em 2012 e sua jornada o conduziu ao Guanahani, um restaurante de alta cozinha colombiana.

Em 2012, o convite para se juntar à AREGALA BRASIL e COZINHEIROS SEM FRONTEIRAS. Em 2014, ele foi honrado pelo Ministério da Cultura da Colômbia e pela Vice-Presidência colombiana, sendo nomeado Embaixador Gastronômico para o Brasil.

Em 2015, Jair concretizou seu sonho com a abertura do Macondo Raíces Colombianas, uma referência na culinária colombiana.



OS DESAFIOS DOS IMIGRANTES NA GASTRONOMIA DE SÃO PAULO

SABOR E RESILIÊNCIA

Jair Alfonso Abril Rojas

A culinária não tem fronteiras!

“Um passaporte é a porção mais nobre de uma pessoa, ele não surge de modo tão simples como uma pessoa, uma pessoa pode surgir em qualquer lugar, da maneira mais irrefletida e sem motivo razoável, um passaporte jamais, ele é reconhecido quando é bom, enquanto uma pessoa poder ser boa e, ainda assim, não ser reconhecida”

Bertolt Brecht

As pessoas se movimentam constantemente, e desde o início do que conhecemos hoje como civilização, esse movimento tem gerado uma interconexão devido às colonizações, ao comércio, às guerras, às perseguições, às aventuras ou simplesmente à busca por um futuro melhor. Atualmente, compartilhamos um mundo social e econômico com delimitações físicas ou naturais chamadas fronteiras, dentro das quais podem circular aqueles que ali nasceram e se identificam como nativos. Também temos aqueles que, mediante alguma credencial governamental, são legitimados como parte dessa comunidade; eles são os imigrantes. E há aqueles que, por diversos motivos, foram forçados a deixar suas fronteiras nativas e se abrigar em outras, sendo denominados refugiados.



Essa constante mudança de local de residência entre diferentes fronteiras tem gerado experiências humanas ricas e variadas, trazendo novas perspectivas tanto culturais quanto gastronômicas. É importante reconhecer os aportes e influências das diferentes culturas em termos de sabores, insumos, técnicas, tradições e preparações, que hoje definem a gastronomia de um país.

Podemos afirmar que a cozinha está constantemente em construção e ainda está distante de apresentar um acabamento definitivo, pois vivemos em um mundo em constante mudança, sustentado pela conectividade e pela globalização, que permitem o compartilhamento de experiências, ensinamentos e, mais importante, uma dose de realidade. Atualmente, pesquisadores, historiadores, botânicos e outros acadêmicos estudam os aportes de diferentes insumos que antes não eram utilizados e que, hoje, estão desenvolvendo o que é conhecido como cozinha de ingredientes, com o objetivo de utilizar 100% dos insumos, sejam eles de origem natural ou industrial.

O Brasil, e especialmente São Paulo, tem sido um ponto de chegada para imigrantes de todo o mundo desde o século XIX. No entanto, sua adaptação não é fácil. O choque cultural, a barreira linguística e a distância da terra natal são os principais desafios, seguidos por uma série de outros obstáculos enfrentados por aqueles que decidem buscar uma vida melhor aqui.

Um dos aspectos mais surpreendentes da gastronomia em São Paulo é a capacidade de integrar ingredientes, técnicas e tradições culturais de diferentes partes do mundo. Geralmente, imigrantes e



refugiados trazem consigo sabores autênticos que são transformados em pratos únicos. A contribuição dos imigrantes e refugiados para a gastronomia de São Paulo vai além dos pratos deliciosos; muitos estabelecimentos familiares transmitem receitas de geração em geração, mantendo vivas as tradições dos seus países de origem.

Existem três pontes que imigrantes ou refugiados desejam construir com urgência ao chegar a um país onde as fronteiras foram ultrapassadas. São pontes que nos conectam diretamente ao país natal, à nossa pátria, às nossas raízes e às nossas famílias. Essas três pontes são:

- **O idioma:** Buscar contato com pessoas que se comuniquem na mesma língua para poder ter conversas claras.
- **A religião:** Encontrar um local que seja ponto de encontro para aqueles da mesma fé, a fim de alimentar o espírito.
- **A alimentação:** Procurar locais que vendam comidas do país de origem, sabores conhecidos que geram uma identidade como indivíduos.

As migrações desempenham um papel muito importante no desenvolvimento da humanidade como a conhecemos hoje. Esses intercâmbios culturais de sabores, aromas, insumos, tradições e técnicas ajudam a fortalecer ou enriquecer a gastronomia local. A gastronomia brasileira é rica devido à sua mixigenação e à mistura das diferentes culturas, como a indígena, portuguesa, africana, japonesa, inglesa, alemã, chinesa, árabe, italiana, latina, entre outras, que contribuíram para o que conhecemos hoje como gastronomia brasileira.



São Paulo, a maior cidade da América Latina, é uma das cidades mais cosmopolitas do mundo e um grande caldeirão cultural onde diversas etnias se encontram e se entrelaçam. Nesse contexto, a gastronomia se tornou uma ponte que conecta diferentes culturas, criando um panorama culinário diversificado e delicioso. No entanto, por trás das receitas saborosas que preenchem os cardápios da cidade, estão histórias de desafios enfrentados por imigrantes que dedicaram suas vidas e sua arte à comida; histórias de perseverança, criatividade e resiliência que tornaram a cidade um verdadeiro paraíso para os amantes da culinária global.

São Paulo, a capital mundial da gastronomia, é um universo de sabores do mundo todo. Mesmo com a dificuldade de encontrar insumos específicos de alguns países, é possível realizar preparações que transportam as pessoas ao seu país de origem utilizando ingredientes brasileiros. É muito interessante observar as semelhanças nas preparações entre diferentes países, devido às influências africanas, como o uso de frituras e banana, a contribuição indígena com a mandioca, as Pancs e frutas silvestres, e os derivados desses alimentos, refletindo as diversas influências culturais.

Estando no Brasil, um dos maiores desafios para imigrantes ou refugiados, além do reconhecimento do seu status, é a obtenção de um trabalho digno, que não esteja marcado pela exploração frequentemente enfrentada por imigrantes e refugiados nas relações laborais. Ter acesso a um trabalho digno e aos serviços e equipamentos públicos permite a essas pessoas começar a reconstruir suas vidas. No entanto, muitas



outras dificuldades surgem no dia a dia, como a regularização de documentos, o acesso à saúde e a busca por um imóvel para morar dignamente.

Em grande proporção, chegam imigrantes e refugiados com alta vulnerabilidade econômica e social, muitas vezes sem qualificação profissional ou com dificuldades para comprová-la.

Os fluxos migratórios trazem consigo diversas questões que devem ser tratadas pelos órgãos governamentais e pela população em geral. Ainda hoje, imigrantes e refugiados são frequentemente vistos como uma ameaça ao mercado de trabalho e um peso para a economia local, além de serem considerados uma ameaça à segurança do país. Com essa visão, os governos e, em muitos casos, a própria sociedade se tornam cada vez mais resistentes à entrada de estrangeiros.

Um dos principais desafios que imigrantes e refugiados enfrentam ao tentar abrir uma empresa no Brasil é a burocracia e a falta de conhecimento sobre a validade dos documentos. Isso torna o desejo de superação uma tarefa extremamente desafiadora para o empreendedor. Abrir uma conta PJ em um banco ou alugar um imóvel, mesmo com todos os documentos em ordem perante os órgãos governamentais e a Polícia Federal, é dificultado pela adaptação aos regulamentos locais e, muitas vezes, pela feroz concorrência.

A gastronomia de São Paulo continua sua evolução pelas mãos de imigrantes e refugiados, à medida que novas gerações chegam à cidade. Novas influências culturais e culinárias estão sendo introduzidas, enriquecendo ainda mais o cenário gastronômico. Essa contribuição é




visível nas diversas feiras, festivais e eventos que acontecem semanalmente em diferentes pontos da cidade, sempre representando as diferentes tribos, etnias, grupos e colônias de pessoas.

“Cheguei a São Paulo em janeiro de 2012 com a promessa de um emprego semelhante ao que tinha na Colômbia, mas com uma perspectiva incrivelmente tentadora, pois representava uma oportunidade de vivenciar uma nova experiência. Entretanto, nada do que a empresa havia prometido foi cumprido. Após quatro meses vivendo em condições que não condiziam com o meu padrão de vida anterior, tomei a decisão de retornar à Colômbia.

Durante esses primeiros meses de 2012, tive a honra de conhecer o Professor Celso e a Professora Carmen, diretores da Aregala Brasil e Cozinheiros sem Fronteiras. Eles me acolheram e orientaram a seguir em frente, abrindo novas portas. Foi através deles que fui contratado por 30 dias para trabalhar no interior do estado em um restaurante libanês. Ao retornar à cidade em junho, já havia conseguido um novo emprego com um chef renomado em sua cozinha baiana, onde comecei a me aprofundar na culinária brasileira.

Enquanto trabalhava nesse restaurante, tive a oportunidade de participar de diversos eventos gastronômicos, como o Gourmonde e o Equipotel, representando a Aregala e Cozinheiros sem Fronteiras, entidades que me convidaram a fazer parte como membro oficial. Em 2013, recebi um convite para trabalhar em outra cozinha baiana, onde pude aplicar muitos dos meus conhecimentos em padronização e produção. Além disso, mergulhei na cultura baiana, explorando seus sabores, sua riqueza cultural e sua ancestralidade. Foi então que comecei a notar as semelhanças entre a gastronomia baiana e parte da culinária colombiana, influenciada pelas tradições africanas.



No final de 2013, fui convidado a participar de um projeto de alta gastronomia colombiana, que se tornou um sucesso absoluto em 2014. Nesse mesmo período, em São Paulo, surgia a tendência dos "Chefs na Rua", projetos que traziam chefs de restaurantes estrelados para cozinhar pratos autorais a preços acessíveis. Eventos em feiras, parques e praças passaram a movimentar a cena gastronômica da cidade.

Impulsionado por essa tendência e percebendo a escassez de opções de gastronomia colombiana em uma cidade reconhecida como a Capital Mundial da Gastronomia, decidi lançar o meu próprio empreendimento: o Macondo Raízes Colombianas.

Realizamos nosso primeiro evento em dezembro de 2014, com uma estrutura enxuta, mas conseguimos obter muitas vendas e feedbacks positivos. Em março de 2015, realizamos nosso segundo evento aberto ao público. Durante esse período, organizamos eventos e festas privadas que nos ajudaram a construir um caixa e aprimorar nossa estrutura. Em abril de 2015, estabelecemos um ponto fixo em uma área de alto fluxo de pedestres, que rapidamente se tornou o melhor espaço de comida de rua da cidade. Com isso, pudemos aumentar nossas vendas e aperfeiçoar nossa estrutura.

No final de 2015, adquiri o primeiro food trailer de comida colombiana no Brasil, o que deu uma nova identidade à nossa empresa. Em 2016, acrescentamos um segundo trailer e, em 2017, um terceiro. Os anos de 2018 e 2019 foram marcados pelo fortalecimento da nossa marca e pela consolidação como referência em gastronomia colombiana na cidade.

Entretanto, em 2020, a pandemia nos forçou a fechar temporariamente. Com muitos funcionários em nossa folha de pagamento e preocupações financeiras, recebemos um convite da Prefeitura para produzir refeições para a população de rua e os menos favorecidos durante esse período difícil. Essa iniciativa nos permitiu manter nossa empresa ativa e sem dívidas. Em



agosto de 2020, tomei a decisão de abrir "La Casa", nosso primeiro restaurante, transformando-nos de uma modesta barraca e trailers em um restaurante situado em um dos bairros mais reconhecidos por sua qualidade e variedade gastronômica.

A jornada em busca do sucesso tem sido desafiadora, repleta de obstáculos e dificuldades diárias, mas tenho contado com o apoio inestimável da minha esposa brasileira e de sua família desde 2016.

Durante todos esses anos, enfrentei muitos desafios, mas consegui superá-los graças às pessoas excepcionais que estiveram ao meu lado, acreditando em mim. Minha gratidão por elas é eterna.”

03

Ilton Garcia da Costa

**DO DIREITO À
HOSPITALIDADE E À
GASTRONOMIA**



Ilton Garcia da Costa



Doutor e Mestre em Direito - PUC SP, Mestre em Administração – Unibero, Conselho Jurídico e Conselho de Ética – Aregala e CSF Cozinheiros Sem Fronteira Brasil, Professor do Doutorado, Mestrado e Graduação em Direito da UENP Universidade Estadual do Norte do Paraná, Especialista em Formação Profissional – Alemanha, Ex Presidente da Comissão de Estágio e Vice da Comissão de Ensino Jurídico da OAB-SP, Membro da E-Justicia Latino-americana, Avaliador de Cursos e instituições MEC INEP, Consultor, Matemático, Conselheiro de Cozinheiros Sem Fronteiras. Advogado.
E-mail iltongcosta@gmail.com



DO DIREITO À HOSPITALIDADE E À GASTRONOMIA

Ilton Garcia da Costa

Instado a escrever sobre Direito, Hospitalidade e Gastronomia, recordei que há alguns anos fui convidado a colaborar na organização de um evento de gastronomia e hospitalidade, nas áreas jurídica, administrativa, financeira, ética e cidadania. O evento contou com uma programação que incluiu congressos, seminários, aulas magistrais e de exibição, jantares e apresentações diversas. Participaram pessoas de todos os continentes, incluindo chefs internacionais e nacionais, professores convidados, membros da sociedade civil, universitários, estudantes das áreas envolvidas e formadores de opinião.

O evento ocorreu em São Paulo, conhecida como a "capital mundial da gastronomia", e foi realizado em uma grande universidade que apoiou o evento, cedendo espaço e cozinha experimental. Algumas empresas da área de Alimentos e Bebidas (A&B) e produtores artesanais, através do Mercado Municipal, também colaboraram com produtos e insumos. Hotéis foram utilizados para acomodar chefs e profissionais nacionais e internacionais. Isso envolveu também a logística de locomoção e traslado, mobilizando uma série de ações.

Portanto, a organização não apenas coordenou e viabilizou a operação, mas também participou ativamente da execução, das finanças, da administração e da gestão do evento, contando com uma equipe de apoio composta principalmente por universitários voluntários.



Estavam representados mais de duas dezenas de países e praticamente todos os estados brasileiros, cada um com oficinas, apresentações de suas culturas e culinárias.

Foram três dias de intensas atividades, e no último dia ocorreu um jantar em que todos os países e estados representados tiveram barracas para preparar e oferecer suas comidas típicas para degustação.

Na abertura do último dia, dedicado ao jantar multinações e multirregional do evento, houve uma apresentação de uma escola de samba vencedora de diversos carnavais de São Paulo. Parte de sua bateria e passistas, que também se apresentaram voluntariamente, fizeram uma entrada apoteótica no local, digna de campeões.

Os presentes ficaram em êxtase, especialmente os estrangeiros e nacionais que ainda não tinham visto uma apresentação ao vivo de escola de samba e que puderam experimentar uma variedade tão grande de cozinhas representadas e disponíveis para degustação em um único local.

Enquanto toda aquela festa acontecia, universitários, autoridades, estrangeiros, nacionais, chefs, membros da sociedade civil, imprensa e centenas de pessoas presentes se perguntavam como o evento estava ocorrendo. A resposta era simples: foi possível graças aos pilares da hospitalidade, da gastronomia e do direito.

Hospitalidade e Gastronomia

A hospitalidade refere-se à qualidade dos serviços e ao acolhimento, sendo a pedra angular da indústria de serviços e turismo. Envolve o tratamento atencioso e cortês das pessoas, em qualquer



ambiente, possibilitando que se sintam bem-vindas e valorizadas. Isso começa desde o momento em que se chega ao país, local, hotel, restaurante, ambiente ou estabelecimento, e continua até o momento da partida ou encerramento das atividades.

Equipes bem treinadas desempenham um papel crucial na prestação de um serviço excepcional, incluindo a capacidade de antecipar as necessidades das pessoas, buscando possibilitar e proporcionar soluções proativas e satisfatórias, sejam elas de necessidades ou expectativas.

A gastronomia compreende a arte e a ciência da preparação e apresentação de alimentos, utilizando conhecimentos ancestrais, tradicionais, inovadores, novos ou revisitados, com técnicas atualizadas, treinamento e experimentação. É a arte de criar receitas, pratos deliciosos e atraentes a partir de ingredientes disponibilizados por produtores e pela indústria. Chefs, culinários e nutricionistas desempenham um papel crucial na combinação de ingredientes, técnicas culinárias e apresentação, criando experiências gastronômicas e memórias gustativas únicas.

A gastronomia é uma expressão da cultura, da criatividade e dos talentos, que, ao somar ancestralidade e modernidade com tecnologia, cria experiências para as pessoas. Restaurantes e a indústria alimentícia frequentemente procuram se destacar oferecendo pratos tradicionais ou inovadores, geralmente para atender a uma demanda genérica ou específica, procurando cativar os paladares de quem os experimenta.

Na indústria de serviços de turismo, a interação entre hospitalidade e gastronomia é essencial para que todos os aspectos de



uma experiência possam ser desfrutados em sua integralidade, sempre com respaldo na legislação normativa e reguladora.

Direito à Alimentação

Temos que considerar, neste contexto, o direito à alimentação como um precedente. Esse direito é reconhecido como fundamental e está presente em várias constituições, declarações e tratados internacionais, incluindo a Declaração Universal dos Direitos Humanos. Implica que todas as pessoas devem ter acesso a alimentos em quantidade e qualidade suficientes para suprir suas necessidades nutricionais, de modo a garantir a dignidade da pessoa humana.

Os princípios mais significativos do direito à alimentação têm como pilares a disponibilidade, acessibilidade, qualidade nutricional, segurança e aceitabilidade, conforme apresentado a seguir:

- **Disponibilidade:** Refere-se ao fato de que os alimentos devem estar disponíveis em quantidade suficiente para garantir o acesso local e para todos.
- **Acessibilidade:** Significa que as pessoas devem ser capazes de adquirir alimentos sem discriminação ou dificuldade, envolvendo a acessibilidade financeira e a eliminação de barreiras econômicas e tributárias.
- **Qualidade:** Está relacionada aos valores nutricionalmente adequados e culturalmente aceitáveis para uma comunidade ou sociedade, e a uma perspectiva nutricional que seja suficiente para uma alimentação minimamente ideal para cada pessoa, de acordo com sua faixa etária.



- **Segurança:** Aponta para questões como validade, condições de embalagem e consumo, preservação e aproveitamento adequado, evitando desperdícios, com higienização, armazenamento apropriado e manuseio conforme as normas vigentes.
- **Aceitabilidade:** Considera o respeito à diversidade cultural e às preferências alimentares das pessoas, compatibilizando produtos naturais com produtos industrializados quando necessário, apresentando-os de forma adequada e harmoniosa, seguindo as melhores técnicas, e estimulando o paladar a partir do visual.

Direito à Gastronomia

O direito à gastronomia refere-se ao reconhecimento da importância da cultura culinária, da diversidade alimentar e da preservação das tradições gastronômicas como elementos essenciais do patrimônio cultural de uma sociedade.

Como principais pilares do direito à gastronomia, devem ser considerados a preservação cultural e suas evoluções, a diversidade alimentar e o acesso a ingredientes. O direito à gastronomia implica a preservação das práticas culinárias tradicionais e ancestrais, sem abrir mão da tecnologia e das facilidades disponíveis, resultantes de anos de aprimoramento, receitas e técnicas transmitidas de geração em geração. Novas técnicas e equipamentos também evoluíram para atender à demanda de consumo em pequenas ou grandes quantidades.

A diversidade alimentar promove a valorização da variedade de alimentos disponíveis em diferentes regiões e culturas, incentivando o respeito à pluralidade gastronômica e à valorização dos produtores



regionais. Com a logística global de distribuição e a mídia, é possível obter essa diversidade, reproduzindo receitas em locais antes inviáveis e propiciando novas interações.

Embora a interação e a possibilidade de interculturalidade sejam formas de divulgação desse conhecimento, não podemos deixar de considerar os direitos autorais, especialmente das culturas ancestrais, quando esse conhecimento é apropriado pela indústria. Como esse conhecimento, por óbvio, não foi patenteado, a indústria deve remunerar essa apropriação de alguma forma, conforme o caso, retribuindo e eventualmente monetizando.

O acesso a ingredientes, sejam tradicionais ou industriais, milenares ou recentes, potencializa a gastronomia ao garantir que ingredientes específicos usados em pratos tradicionais ou na gastronomia atual estejam disponíveis para utilização imediata ou para as gerações futuras.

O direito à alimentação e o direito à gastronomia são conceitos interligados que têm implicações significativas para a saúde, a cultura e a identidade das sociedades. Garantir que esses direitos sejam respeitados e protegidos é essencial para construir um mundo mais justo e inclusivo.

Turismo Gastronômico

O ramo que combina hospitalidade e gastronomia é um fator econômico decisivo para a melhor qualidade de vida de comunidades e de um significativo contingente de pessoas, sendo que muitas



comunidades e culturas dependem do turismo gastronômico como principal fonte de renda e fator de desenvolvimento.

A educação sobre a importância da gastronomia, da cultura culinária local e tradicional desempenha um papel fundamental na preservação desses conhecimentos e direitos.

A interseção entre hospitalidade e gastronomia tem um impacto significativo na indústria do turismo. Quando bem executadas, essas duas dimensões podem criar experiências que os clientes lembrarão e compartilharão, promovendo a divulgação por meio da chamada “boca a boca” positivo e a fidelização à marca, ao local ou à experiência.

As indústrias do turismo, da hospitalidade e da gastronomia, para seu pleno desenvolvimento, precisam do fator humano, seja o trabalhador, o empreendedor ou o cliente, assim como de infraestrutura, equipamentos, tecnologias, logística, entre outros, incluindo a normatização legal.

Como exemplo, no caso dos trabalhadores, temos a categoria de garçons, que desempenham um papel fundamental na comunicação entre a cozinha e os clientes, transmitindo as preferências e restrições alimentares e garantindo que os pedidos sejam entregues conforme desejado.

Com o apontamento acima, podemos ampliar para outros profissionais as questões trabalhistas, compreendendo remuneração, gorjetas, jornada de trabalho, descanso semanal e demais direitos trabalhistas, sempre na busca do bem-estar do trabalhador, que, por sua vez, responde com maior eficiência e eficácia em suas atividades.



Nas questões de responsabilidade civil, por exemplo, a guarda de amostras dos produtos oferecidos evita a responsabilidade por eventual contaminação dos produtos, assim como contratos de prestação de serviços, aluguel de espaço e de equipamentos, direitos de imagem, obrigações sanitárias e de comercialização, entre outros. Além disso, a decoração do ambiente, a iluminação, a música e outros elementos do serviço também contribuem para a experiência geral do cliente.

Desafios

A inovação na interação entre hospitalidade e gastronomia representa desafios a serem enfrentados. Isso pode envolver, na gastronomia, a introdução de cardápios sazonais, jantares temáticos ou experiências de refeições interativas, como preparação na mesa ou degustações com chefs. Na hospitalidade, pode incluir visitas técnicas a produtores, receptivo inovador ou temático, participação optativa ou voluntária na execução de atividades, uso de tecnologia, visitas a feiras e lugares turísticos monitorados e criação de valor agregado no que tange à hospitalidade.

Deve-se considerar também as tendências em sustentabilidade, visto que, nos últimos anos, isso se tornou de suma importância na indústria de hospitalidade e gastronomia. Os restaurantes buscam ingredientes locais e sazonais, reduzem o desperdício de alimentos e adotam práticas “eco-friendly”. Essas ações demonstram um compromisso com o bem-estar do planeta, o que ressoa com muitos



clientes conscientes do meio ambiente. Essas preocupações tendem a manter os clientes envolvidos e ansiosos por um possível retorno.

A gestão bem-sucedida da hospitalidade e da gastronomia também deve preocupar-se com a contratação e a retenção de talentos, a manutenção de padrões consistentes de serviço e a adaptação a tendências em constante evolução, que devem ser preocupações frequentes para os estabelecimentos. Além disso, o desenvolvimento tecnológico tem desempenhado um papel essencial e cada vez mais presente no dia a dia dessa indústria.

Considerações Finais

O direito à hospitalidade e à gastronomia desempenha papéis essenciais na indústria de serviços, criando experiências inesquecíveis para os clientes. A combinação de um serviço caloroso e eficiente com pratos saborosos e bem apresentados é a chave para o sucesso e a fidelização do cliente. A inovação e a sustentabilidade desempenham um papel crescente na forma como os estabelecimentos operam e se destacam no mercado.

Quanto ao evento relatado no início do artigo, pode-se dizer que foi um sucesso total do ponto de vista da hospitalidade e da gastronomia. Envolveu todos os conceitos aqui apresentados, em maior ou menor intensidade, reforçando o símbolo e a simbologia da integração de povos, regiões e nacionalidades, em um amalgama de cidadania, comprometimento e colaboração mútua. Espero que, em algum momento, possa ser repetido.



02

CAPÍTULO

**Planejamento Estratégico e
Empreendedorismo**

04

**Luísa Saliba
&
Venâncio Saliba**

**A HOSPITALIDADE
GASTRONÔMICA DA
BAHIA NA CIDADE DE
SÃO PAULO**



Luísa Saliba



Publicitária de formação
Pós-graduada em Ciências da
Informação na Universidade de
Bellaterra, Barcelona - Espana
Professora de Mídia e Marketing
em Universidades de São Paulo
De 1985 a 2003.

Venâncio Saliba



Licenciatura curta em Letras,
Faculdade São Paulo.

Bacharel em Administração de
Empresas, Faculdade São Marcos
- Culinária baiana, Senac
Federação, Bahia;

Cursos administrativos e de
gerenciamento, Faculdades Hotec

Diversos cursos de
aperfeiçoamento, gastronomia
brasileira no estado de São Paulo
Secretaria de Estado da Educação
de 1972 a 2009;

www.rotadoacaraje.com.br

#rotadoacaraje /rotadoacaraje



A HOSPITALIDADE GASTRONÔMICA DA BAHIA NA CIDADE DE SÃO PAULO

Luísa Saliba

Venâncio Saliba

São Paulo é considerada a capital gastronômica do Brasil, a quinta maior cidade do mundo e a maior do país. Produz pratos da gastronomia mundial e, há 21 anos, a Rota do Acarajé se destaca por entregar sabores da culinária afro-brasileira.

Indubitavelmente, a culinária baiana foi abraçada em São Paulo por diversos segmentos que não se limitam apenas aos empreendedores desta área. Essa culinária, oriunda do processo escravocrata no Brasil (1560-1888), foi acolhida não só pelos comerciantes de bares e restaurantes, mas também pelas casas paulistanas, que, na sua maioria, possuem pelo menos um descendente nordestino.

A gastronomia da Bahia, onde os escravos foram aportados em grande escala, difundiu-se rapidamente através dos temperos e técnicas que se tornaram profundamente conhecidos no Brasil. Destaca-se também o azeite de dendê, fruto da árvore dendezeiro, símbolo de sabor, que se adaptou bem ao solo brasileiro e hoje encontra-se em larga expansão nos países latino-americanos.


É impossível falar de comida baiana e não lembrar que boa parte do conhecimento dela concentra-se nas casas de santo no estado de São Paulo, porque a maioria dos quitutes ofertados aos orixás e regalados ao



público é elaborada com esse azeite tão conhecido. Nas religiões de matriz africana, tudo o que é ofertado aos deuses do panteão tem uma boa parcela destinada ao público em geral, pois faz parte dessa prática religiosa. De certa forma, todas as coisas se misturam: a cultura trazida pelos negros escravizados, a religiosidade e, por fim, o compartilhamento do alimento entre diferentes grupos sociais, fazendo com que essa culinária ganhe força não só no estado da Bahia, mas também em São Paulo e em outras regiões do Brasil.

A partir do século XVIII, houve um expressivo envolvimento dos zeladores de orixás oriundos da Bahia, que partiram para outros estados realizando a desconhecida prática de culto aos orixás. Esse movimento se alastrou de tal maneira que, já no século XX, houve uma divulgação escrita, fortemente orientada pelo marketing “boca a boca”, configurando-se como uma expansão espontânea da gastronomia e um crescente interesse em saborear as iguarias, até então desconhecidas. A maioria das casas de santo mantinha velada a maior parte dos preparos dessa culinária, mas estudiosos, escritores, poetas, religiosos e outros desvendaram esse tesouro tão bem guardado, a ponto de fazê-lo parte do cardápio de “cozinha comum”.

Nesse sentido, a partir desses conhecimentos, surgiu o interesse pela prática dessa culinária em um contexto mais mercadológico, identificando-a como uma oportunidade comercial para trabalhar a gastronomia temática na cidade de São Paulo. Atualmente, 21 anos de hospitalidade gastronômica da comida típica baiana marcam a trajetória da Rota do Acarajé.



“Sempre tivemos como objetivo atender o cliente “olho no olho” descrevendo os ingredientes dos pratos solicitados e lembrando que as perguntas são bastante ávidas e cheias de carinho em relação ao nosso projeto especialmente pelos turistas que se encantam pelo aroma dos pratos e pelo regalo que lhes é oferecido através da fitinha da Igreja do Nosso Senhor do Bonfim.”

A empresa foi iniciada a partir de múltiplos estudos e aprofundamentos nas religiões de matriz africana, nas sondagens de mercado e na intenção de preservar os ensinamentos "raiz" da culinária, levando ao público a nossa genuinidade como empresa. Estabelecida, primeiramente, como delivery, recebeu respostas muito positivas do mercado. Os clientes solicitavam e consumiam, pois, uma casa de comida baiana era uma especialidade bastante desejada na metrópole de São Paulo. Os clientes tornaram-se, então, habituais e, desde 2002, a acolhida do público foi o grande pilar que ratifica permanentemente a produção. A partir de 2005, com a expansão do espaço físico de atendimento, foi possível oferecer maior conforto aos clientes.

Em seguida, em 2010, abriu-se o segundo CNPJ, a Rota do Acarajé - Comida Típica Baiana – Casa 2, necessária para atender à demanda emergente, que não apenas tinha interesse no serviço à la carte, mas também na possibilidade de um espaço para diversos tipos de eventos, servindo também como um espaço cultural para lançamentos de livros sobre artes, gastronomia afro-brasileira, etc. Finalmente, a instalação da Casa 2 proporcionou a criação da cachaçaria, hoje com 1.220 rótulos, referência nacional e em outros países, onde são ministradas aulas sobre o produto acompanhadas dos quitutes mais



tradicionais da Bahia. Realizada por uma mestra poliglota, foi possível expandir as barreiras geográficas, levando ao público estrangeiro o conhecimento de diferentes harmonizações dos produtos.

A expansão da Rota do Acarajé - Comida Típica Baiana se deu de forma consistente, ganhando credibilidade no mercado e, em pouco tempo, passou a realizar eventos fora dos dois restaurantes, dirigindo-se a instituições de renome, casas familiares e eventos corporativos, ampliando a visibilidade da empresa. A empresa cresceu e ganhou experiência a partir do estímulo do próprio consumidor, buscando diversas informações e provocando um ecletismo de atendimento pessoal que gera acolhimento e hospitalidade.

Em 2020, assolados pela pandemia, a empresa disponibilizou-se para doações de alimentos e outros produtos para a população, fortalecendo o segmento de delivery. Essa ação não apenas garantiu a sobrevivência da empresa, como também solidificou sua presença junto à comunidade. A experiência da Rota do Acarajé, por conta de sua coerência de objetivos, tornou a empresa um ícone no mercado.

Por fim, a empresa está sempre aberta para parcerias com o mercado institucional para a realização de inúmeros projetos, especialmente provenientes do segmento da hospitalidade. “Cada dia preparamos a farta e gostosa comida baiana, sempre nos preocupando com a tradição e o carinho que a cozinha soteropolitana apresenta ao mundo.”

05

Ana Maria Ruiz Tomazoni

**SABOR E SABER,
GASTRONOMIA DO ABC
PARA O MUNDO**

Ana Maria Ruiz Tomazoni



Doutora em Educação e Currículo, Mestra em Gerontologia, Pedagoga, Orientadora Educacional, Professora Universitária, Chef de Cozinha com cursos na França, Tailândia, Indonésia, México, Estados Unidos e Canadá. Coordenadora Pedagógica da Escola Sabor e Saber Gastronomia - Tomazoni. Trabalhos sociais junto Slow Food, Aregala (Cozinheiros sem Fronteiras). Palestrante em Congressos Nacionais e Internacionais; Escreve para blogs, revistas, jornais e sites. Participa de Programas de TV. Livros publicados: Educar com Alimentos – Práticas-reflexões-receitas e uma vivência interdisciplinar na educação dos sentidos com Drs. Dirce e Maria Helena.

Co-autora em mais de 50 livros nacionais e internacionais sendo vários com a Rede Sem Fronteiras.

CONTATOS:

www.saboresabergastronomia.com.br

Mídias: Instagram / Facebook / You Tube Sabor e Saber Gastronomia

e-mail amrtomazoni@gmail.com



SABOR E SABER, GASTRONOMIA DO ABC PARA O MUNDO

Ana Maria Ruiz Tomazoni

Este capítulo utiliza a narrativa de registros de práticas de uma escola de gastronomia brasileira, com mais de 40 anos de existência, que possui um perfil diferenciado em relação ao sabor e ao saber. A narrativa sobre sua trajetória permitiu perceber que o momento em que os alunos se envolvem com o preparo de alimentos resulta em uma situação propícia para a troca de experiências de vida, o incremento do conhecimento e do saber.

A narrativa reflete sobre o papel da alimentação como fundamental na vivência educativa e sua aproximação com os "saberes". São apresentados conceitos teóricos sobre cada tema a ser desenvolvido em aula e a importância da prática no envolvimento dos sentidos e na percepção de cada alimento, que é único para a transformação química no preparo final de cada prato, com sabores diferenciados.

É importante conhecer a legislação brasileira vigente e atualizada em cada área da alimentação, no local onde se está, principalmente em um país tão grande e diverso em sua biodiversidade e cultura, sendo fundamental considerar a educação e a saúde. Isso faz com que as propostas e as práticas na arte culinária e na gastronomia recebam um olhar diferenciado, integrando outros saberes.

A Escola atua na proposição de uma prática alimentar mais saudável, visando à construção individual e coletiva de uma vida melhor.



Valoriza o trabalho em parceria com profissionais diferenciados, especialmente da área da saúde. Este texto apresenta uma abordagem mais detalhada com a colaboração de um especialista em nutrição comportamental, destacando a relevância de lidar com alimentos sazonais e com rápidas e constantes transformações diárias. A prática intuitiva conduz a uma situação de sucesso e satisfação no envolvimento com os "sabores" do mundo.

A narrativa e as reflexões sobre o movimento entre o "sabor" e o "saber" proporcionam espaços e tempos para diversas atividades, criando caminhos para que os saberes se configurem como ações que conferem sentido a uma vida plena e feliz. É fundamental que o aluno adquira conhecimentos teóricos e, principalmente, práticos para alcançar o sucesso profissional, seja como futuro empreendedor ou prestador de serviços.

A história da escola

Uma das mais antigas e tradicionais escolas de gastronomia do Brasil, ensinamos a gastronomia afetiva enquanto despertamos talentos e capacitamos pessoas.

Tudo começou com a Escola Ana Tomazoni, posteriormente conhecida como Tomazoni's Gastronomia e, finalmente, como Sabor & Saber Gastronomia Tomazoni. Esta última possui alta reputação no mercado gastronômico nacional e continuará acreditando fortemente no mercado do Grande ABC Paulista.



O objetivo da escola sempre foi e continuará sendo encantar os amantes da gastronomia, levar conhecimento para o sucesso profissional ou satisfação pessoal dos alunos e contribuir para a descoberta de novos talentos, a melhoria dos serviços e o surgimento de novos aromas e sabores para o exigente mercado gastronômico, em constante transformação.

Repaginamos nossa programação para enfrentar os desafios dos novos tempos. A flexibilidade e a capacidade de adaptação sempre estiveram presentes em nossas metas; repaginar as programações para atender aos desafios e novas linguagens faz parte do nosso dia a dia. Atendemos às expectativas de um público variado, em diferentes idades e fases da vida. Sempre é tempo de recriar e renovar a esperança. Consideramos isso um dos nossos diferenciais nesta caminhada de mais de 40 anos, levando em conta que estamos sempre presentes fisicamente, acompanhando cada fase do processo de aprendizado e fazendo rapidamente os ajustes necessários para otimizar a experiência de aprendizado.

Outro diferencial no mundo da gastronomia é ter um olhar consciente sobre o patrimônio agroalimentar, valorizando os alimentos naturais de cada região e defendendo biomas e animais em risco de extinção. Trabalhamos com uma abordagem holística e ativista, em parceria com movimentos internacionais como Slow Food e Cozinheiros sem Fronteiras, além da AREGALA – Associação de Restauradores Gastronômicos das Américas.



Quem é a escola sabor e saber gastronomia do ABC

A Escola Sabor e Saber Gastronomia do ABC é uma instituição de ensino culinário que desempenha um papel de destaque no cenário gastronômico, tanto a nível regional quanto global. Seus objetivos e contribuições para o mundo da culinária vão muito além da receita e da arte culinária, focando também na formação do ser humano para sua saúde e bem-estar. Por isso, desenvolve um trabalho interdisciplinar com várias parcerias de profissionais em diferentes áreas da saúde.

A proposta interdisciplinar, com foco em educação e alimentação para diferentes fases da vida, e uma matriz curricular diferenciada de acordo com a demanda do mercado, tem como um de seus objetivos formar chefs altamente qualificados e talentosos para os setores de hospitalidade e comercial. Seu corpo docente é composto por profissionais experientes e renomados, que compartilham não apenas técnicas culinárias, mas também um olhar holístico para a biodiversidade brasileira, com paixão e dedicação.

A Escola está atenta à cultura e à diversidade gastronômica, valorizando a história e a cultura presentes na gastronomia. Ela não apenas celebra as tradições culinárias locais, mas também promove uma abordagem inclusiva, abraçando influências globais. Isso contribui para a riqueza e a variedade da culinária mundial. A culinária é uma forma de arte em constante evolução, e, assim, a escola incentiva a inovação e a criatividade, encorajando os alunos a experimentarem novos ingredientes, técnicas e apresentações.



A gastronomia desempenha um papel fundamental no turismo. Nossa diretora pedagógica, Dra. Ana Tomazoni, é conselheira no COMTUR (Conselho Municipal de Turismo de São Bernardo do Campo) e atua em diversos festivais, eventos e atualizações com foco em turismo gastronômico na região do Grande ABC. Ela também participa de projetos e organizações com o Sebrae em eventos variados.

A Escola Sabor e Saber Gastronomia do ABC tem um compromisso com a promoção do turismo gastronômico na região. Isso não apenas atrai visitantes de todo o mundo, mas também contribui para o fortalecimento da economia local e a preservação das tradições culinárias únicas da área. Consequentemente, a escola contribui para a melhoria dos serviços e cria oportunidades no mercado de trabalho. Devido à tradição e ao respeito adquiridos, a escola se tornou referência para o mercado na formação de profissionais qualificados.

Falando em turismo nacional, participamos de projetos com diferentes empresas comerciais para treinamentos gastronômicos, tanto na escola quanto com diversos parceiros (Sebrae, Embrapa etc.) em congressos envolvendo genética de alimentos e gastronomia. Internacionalmente, como modelo de educação e prática, a Dra. Ana Tomazoni, na condição de pesquisadora da PUC-SP e Coordenadora da Escola Sabor e Saber, participou do Congresso AMCE (Asociación Mundial de Ciencias de la Educación) no México, organizado pela Unesco em 2010. Juntamente com mais duas pesquisadoras da PUC-SP,



apresentou uma pesquisa que resultou em um livro¹. “Uma Vivência Interdisciplinar na Educação dos Sentidos”.

Em 2022, a Escola Sabor e Saber Gastronomia participou da 92ª Feira do Livro de Portugal – Lisboa, com uma apresentação interdisciplinar e intergeracional com o tema “A Gastronomia na Linguagem Lusófona para o Mundo”. Nesse mesmo evento, a coordenadora Ana Tomazoni lançou seu livro solo *Educar com Alimentos*² e as coletâneas *Mulheres Extraordinárias*³ Vol. II – pela Rede Sem Fronteiras – e *Coletânea Sem Fronteiras pelo Mundo Vol. VII – 2022*⁴.

Em 2023, a escola participou do Congresso Internacional de Culturas Lusófonas – Rede Sem Fronteiras, com uma oficina interativa e gustativa sobre educação alimentar. No mesmo congresso, a coordenadora pedagógica Ana Tomazoni participou do lançamento da edição especial *Jubileu de Estanho – Coletânea Sem Fronteiras pelo Mundo Vol. VIII – 2023*, da qual é coautora.

¹ Livro Uma Vivência Interdisciplinar na Educação dos Sentidos – Química, sabor e olhar – Uma parceria necessária por Maria Helena Esteves da Conceição – Dirce Encarnación Tavares e Ana Maria Ruiz Tomazoni – Ícone Editora – SP 2011

² Livro Educar com Alimentos – Práticas – Reflexões e Receitas. Autora Ana Maria Tomazoni – Editora Oficina do Livro – SP 2017

³ Livro Coletânea MULHERES EXTRAORDINÁRIAS - O resgate histórico do legado, pela palavra – Vol II – Editora Editora Rede Sem Fronteiras – Lisboa – Portugal - 2021

⁴ Livro: SEM FRONTEIRAS PELO MUNDO ... Vol VII – Organização Dyandrea Valverde Portugal - Coletânea Literária Internacional Lusófona em Verso e Prosa – Editora Rede Sem Fronteiras – Lisboa – Portugal - 2022



Localização da escola Sabor e Saber Gastronomia do ABC - “o grande ABC”

As cidades do Grande ABC, localizadas na região metropolitana de São Paulo, a aproximadamente 20 km do centro da cidade, desempenham um papel significativo no cenário gastronômico brasileiro. Essa área, composta por municípios como Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra, tem uma rica tradição culinária e uma influência notável na gastronomia do Brasil.

O Grande ABC é uma região caracterizada pela diversidade étnica e cultural, o que se reflete em sua culinária, um verdadeiro mosaico de influências. A presença de imigrantes de diversas origens, como italianos, portugueses, japoneses e espanhóis, resultou em uma ampla variedade de costumes. Por exemplo, a Associação dos Vinicultores, herdada dos italianos, produz diferentes vinhos artesanais e pratos tradicionais, além de diversos restaurantes contemporâneos que unem tradição e modernidade em pratos únicos.

A região é conhecida por abrigar diversos restaurantes, bares e estabelecimentos de comida que oferecem uma ampla gama de opções gastronômicas, desde pizzarias tradicionais e churrascarias até restaurantes de comida asiática. A diversidade de escolhas é impressionante, tornando o Grande ABC um verdadeiro polo gastronômico tanto para moradores locais quanto para visitantes. Muitos chefs locais têm se destacado por sua criatividade ao incorporar ingredientes regionais e técnicas contemporâneas em seus pratos,



contribuindo para a evolução da culinária regional. Nesse contexto, a Escola Sabor e Saber tem contribuído significativamente para a formação de chefs com esse perfil.

Lembrando que a região do Grande ABC é cercada por uma rica área agrícola, o que facilita o acesso a ingredientes frescos e de alta qualidade. Isso se reflete nos pratos preparados em restaurantes locais, onde produtos sazonais e regionais desempenham um papel importante na culinária.

A Escola Sabor e Saber Gastronomia possui várias parcerias, destacando-se a Clínica Gislene Rocha Nutri, que desde 2012 realiza trabalhos pedagógicos nutricionais, envolvendo vivências práticas e valorizando o ato de cozinhar. Esta é uma parceria de muitos anos de sucesso, com a Dra. Gislene Rocha (nutricionista comportamental) oferecendo um trabalho diferenciado em nutrição comportamental e outras vivências que ampliaram conhecimentos alimentares por meio de atividades lúdicas. Para seus pacientes, experimentar novas receitas e técnicas gastronômicas em uma escola de gastronomia torna os momentos inesquecíveis. Sob a liderança da Chef e Educadora Alimentar Ana Tomazoni, cada encontro se transforma em um grande banquete, seja com crianças ou adultos. Os temas são variados conforme o objetivo, como, por exemplo, o Curso de Alimentação e Emagrecimento Consciente ou Alimentação Consciente para Diferentes Fases da Vida, que abrange desde bebês até crianças esportistas, com diferentes cardápios e momentos de grande aprendizado ao redor da mesa, em um verdadeiro banquete. Os cursos também abordam etiqueta à mesa,



detalhando aspectos para momentos prazerosos, valorizando a saúde e a longevidade.

Abaixo estão alguns temas desenvolvidos nessa parceria:

- Deseja ampliar seu grau de consciência alimentar?
- Sabe sobre alimentação saudável, mas ainda não consegue praticar esses conhecimentos no dia a dia devido a crenças e fatores limitantes?
- Quer ter experiências gastronômicas com foco em uma alimentação saudável e prazerosa?
- Necessita de apoio para planejar, comprar, preparar e armazenar seus alimentos?
- Busca mais criatividade no cardápio e maneiras diferentes de preparar os alimentos?
- Precisa emagrecer e manter os resultados com equilíbrio entre prazer e bem-estar?
- Cansou de fazer regimes, dietas e usar fórmulas mágicas?
- Passou por um efeito sanfona e busca resolver as causas, e não apenas os sintomas, do peso corporal?
- Quer aprender a variar as receitas, conhecendo novos ingredientes e tendências?
- Está interessado em empreender no ramo da alimentação com técnicas de preparo, conservação e armazenamento dos alimentos?
- Quer se divertir com o ato de cozinhar e utilizar todas as oportunidades para crescer, aprender e evoluir com sua saúde?



- Como alimentar meu bebê para formar seu gosto e paladar?
- Quais são os melhores cardápios e lancheiras para crianças?

Dessa forma, nossos encontros acontecem sempre com a proposta de unir técnicas de gastronomia — desde o preparo, a harmonização e a apresentação do prato — com os aspectos da nutrição comportamental. Acreditamos que, tão importante quanto o que você come, é como você se sente, pensa e permanece após o ato de comer. Em um grande banquete, muito lúdico, com bancadas educativas, receitas, alimentos variados nacionais e internacionais, e pitadas de arte e interatividade, celebramos a vida. A mágica acontece! Hummm!! Com muitas degustações!

Outros cursos da matriz curricular da escola Sabor e Saber Gastronomia:

A escola oferece uma variedade de cursos com a finalidade de atender a todos os anseios e necessidades no mundo da gastronomia. Entre eles, destacam-se o curso de Capacitação para Formação de Chefs de Cozinha, nas versões Plena e Imersão; cursos para Gourmets que apreciam pratos mais elaborados para momentos especiais entre amigos e familiares; e cursos para adolescentes que buscam adquirir autonomia na cozinha, trabalhando com segurança, higiene e alimentos saudáveis. Também oferecemos cursos de confeitaria, cake design, panificação e outros cursos pontuais, como massa fresca, sushi, churrasco e cozinha fit. No entanto, o carro-chefe desde sua fundação é o curso *Dia a Dia em*



Casa, onde os alunos aprendem a preparar comida de verdade, saborosa e saudável, priorizando a saúde e a longevidade.

Recomendamos conhecer os diversos roteiros turísticos do Grande ABC, junto à natureza da Serra do Mar, no Bioma Mata Atlântica do Brasil. Na gastronomia, o Grande ABC abriga eventos e festivais que atraem visitantes de várias localidades. Entre os eventos importantes, destacam-se a Festa Italiana, o Festival do Cambuci, o Festival do Chocolate, a Festa da Família São Bartolomeu e a Festa da Colônia Japonesa, entre outros. Esses eventos ajudam a promover o turismo gastronômico na região, fortalecendo a economia local e aumentando a visibilidade de sua culinária única.

Considerações Finais

A Escola Sabor e Saber Gastronomia do ABC tem esperança de que sua missão de educar com alimentos, por meio de diversos projetos interdisciplinares, proporcione muitos aprendizados e permita acompanhar as grandes mudanças, inserindo-se com sucesso nesse contexto sem perder a essência dos valores da mãe terra, de suas raízes e cuidados pessoais.

Entendemos que essas iniciativas, através dos alimentos, são importantes para a melhoria do estilo e da qualidade de vida. Na vida, cada um deve ser o protagonista de sua própria história, descobrindo novos sabores e saberes na simplicidade das coisas e ações.

A educação é um processo dinâmico e permanente que requer estudo contínuo. Da mesma forma, a consciência sobre o consumo de



alimentos naturais (frutas, legumes e verduras) continuará a evoluir. Assim sendo, a escola está aberta a novos conhecimentos, pesquisas e receitas culinárias, respeitando a cultura e os hábitos de cada povo.

06

Priscila Fiorito de Oliveira

PÃO DE QUEIJO DA CIDADE, CAFÉ E CIA

Priscila Fiorito de Oliveira



Atuo há cerca de 30 anos na área de alimentação. Sou empreendedora e atualmente faço a logística, produção e desenvolvimento de produtos no Pão de Queijo da Cidade.

Sou formada como Turismóloga pela Faculdade Ibero Americana de Letras e Ciências Humanas e pós graduada pelo Senac em Gestão de negócios em serviços de alimentação - Foco em resultados.

Mídias Sociais

@prifiorito prifiorito48@gmail.com

Pão de Queijo da Cidade @paodequeijodacidade

www.paodequeijodacidade.com.br



PÃO DE QUEIJO DA CIDADE, CAFÉ E CIA

Priscila Fiorito de Oliveira

Apresentação do negócio

O Pão de Queijo da Cidade é uma empresa criada e gerida por mulheres, que surgiu a partir de uma receita tradicional de família desenvolvida há mais de 40 anos e que hoje se destaca no mercado devido à sua versão vegana. Proveniente de uma família de empreendedores do ramo de alimentos, mais especificamente de laticínios, a empresa tem suas raízes no Bairro da Bela Vista. A família já possuía dois empreendimentos: a Lanchonete Hot Bread e o Restaurante Dona Maria, na Liberdade, onde permaneceram por mais de 30 anos.

“Somos três irmãs e, desde cedo, nossos pais nos levaram para trabalhar nas empresas. Minha irmã mais nova não quis seguir nessa área e decidiu trabalhar como jornalista. No entanto, em 2018, ela sentiu a necessidade de empreender, mas não sabia qual negócio abrir. A resposta veio no dia em que nossa mãe, Dona Maria, nossa grande referência de mulher empreendedora e exemplo de ‘faça você mesmo’, comentou que sonhava em voltar a viver somente do pão de queijo que ela criou anos antes. Esse pão de queijo foi o ponto inicial dos negócios familiares (foi a partir dessa receita de muito sucesso que construímos os empreendimentos que foram afetados pela pandemia e acabamos encerrando as atividades). O comentário dela foi a resposta que minha irmã buscava.”

Um estudo de mercado realizado no final de 2018 resultou no nascimento da marca Pão de Queijo da Cidade, com o objetivo de



compartilhar a famosa receita da Dona Maria, essa paraibana “arretada” que saiu da zona rural ainda pequena e venceu na cidade grande com base em muita perseverança e trabalho. Hoje, a produção é administrada pelas irmãs, que cuidam da produção e distribuição dos produtos, do marketing e das finanças do negócio.

Estudo de mercado

O mercado de pão de queijo é bastante forte no Brasil e tem potencial para ser explorado também fora do país. É um produto referência da cultura brasileira, fazendo parte da identidade nacional e se destacando entre os salgados mais consumidos em redes de lanchonetes, padarias, cafeterias e nas casas de muitas pessoas. Considerando o mercado de Alimentos e Bebidas, foi identificada uma grande oportunidade de negócio: 85% dos brasileiros possuem algum tipo de intolerância à proteína do leite de origem animal. A partir disso, foi desenvolvida uma receita de pão de queijo vegano.

A marca Pão de Queijo da Cidade foi criada para fornecer um produto de qualidade e promover uma experiência sensorial e gustativa da iguaria tão amada entre os brasileiros. A ausência de glúten e lactose confere ao produto um status vegano e mais sustentável, sem ingredientes de origem animal. Esse produto visa atender a um mercado em crescimento, formado por mais de 37 milhões de veganos e vegetarianos, além dos incontáveis “flexitarianos”, ou seja, consumidores que optam por não se alimentar com produtos de origem animal por consciência ambiental e busca por mais saudabilidade.



Diferencial

A marca Pão de Queijo da Cidade e a Pão de Beijo da Cidade possuem o selo Eureciclo, responsável por conectar marcas de bens de consumo com recicladores. Através da compensação ambiental, é possível promover a reciclagem com responsabilidade social. Dessa forma, o processo comprova a logística reversa das embalagens e torna as empresas parceiras adequadas à legislação ambiental vigente. Além disso, é importante destacar que o método da logística reversa é extremamente significativo para negócios que demonstram preocupação com o meio ambiente e a sustentabilidade, por meio de ações que visam recolher e reutilizar os resíduos gerados nos processos produtivos.

A marca Pão de Beijo da Cidade, além do selo Eureciclo, possui a certificação da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), que concede a produtos de diversos segmentos (alimentos, cosméticos, higiene, limpeza e calçados) uma comprovação de ser vegano, confiável e reconhecida nacionalmente. Essa certificação é obtida após uma verificação e aprovação de que o produto não contém ingredientes de origem animal, assegurando que as produções são isentas de qualquer exploração animal.

Produtos e parceiros

Os pães de queijo (tradicional e multigrãos) e os pães de beijo são produzidos em três tamanhos diferentes: pipoca, com 5 gramas; coquetel, com 15 gramas; e lanche, com 50 gramas. Além dessas opções, há também a versão waffle, que é muito prática!



Atualmente, a empresa também conta com produtos de parceiros, especialmente pequenos produtores que nos fornecem mel da Fazenda Ronco D'Água, da Serra da Bocaina; doce de leite com raspas de limão e goiabada cascão da D'Farm – uma marca idealizada para viabilizar a chegada de produtos puros, feitos por pequenos produtores para consumidores dos grandes centros. Além dos doces, o requeijão de corte, proveniente de uma pequena fábrica do sul de Minas, também é um produto de destaque e está relacionado à família. Para completar, temos o café moído e em grãos, feito exclusivamente por mulheres a partir de microlotes. Classificado como um café especial 100% Arábica, produzido no sul de Minas, na Serra da Mantiqueira, apresenta aroma de rapadura e doce de leite, mel, erva-cidreira, herbal, finalização curta e frisante, cítrico. Possui os selos @PEQUENINA.BR, AMECAFÉ e CAFÉS DO BRASIL.

Hoje, vemos cada vez mais pessoas no mundo, especialmente no Brasil, valorizando e apreciando o café. Diversas ações têm agregado valor ao café, como a colheita de microlotes, concursos que premiam produtores e baristas, e cursos para aprender sobre plantio, qualidade do grão, torra, extração, utensílios e equipamentos utilizados. Isso tudo contribui para criar uma experiência única e que complementa muito bem o pão de queijo.

Atenção a todas as áreas do negócio: assim como em qualquer empreendimento, deve-se atentar para cada etapa, garantindo que tudo esteja de acordo com o programado. Fique atento:



1. Toda a documentação para a abertura do negócio, incluindo taxas e impostos. Neste caso, é importante contar com o auxílio de um contador.
2. Quadro de funcionários com toda a documentação pertinente. Além disso, é necessário oferecer treinamento para agregar conhecimento à equipe.
3. Em relação ao setor de compras, é importante certificar-se de que os fornecedores são confiáveis, oferecendo bons produtos, bons preços, entregas de qualidade e prazos satisfatórios.
4. Produção e armazenamento devem ser controlados e estar dentro das normas vigentes para garantir a melhor qualidade possível do produto.
5. Atenção às embalagens, que devem, além de proteger o produto, ser atrativas e conter todas as informações necessárias para o cliente.
6. Transporte adequado, que seja rápido, eficiente e seguro.

Planejamento Estratégico

Planejamento estratégico envolve a definição de metas claras. No caso do Pão de Queijo da Cidade, buscou-se trabalhar com um produto diferenciado, que se destacasse no mercado. Há uma infinidade de marcas e tipos de pães de queijo e, por esse motivo, optou-se por um produto sem química e sem conservantes, e com muito queijo. Já no caso do Pão de Beijo, buscou-se manter a qualidade e explosão de



sabores que o original, sem nenhum ingrediente de origem animal ou testes em animais.

A partir dessa realidade, foi realizada uma análise do mercado, segmentando os clientes, na sua maioria mulheres de 25 a 45 anos, das classes A e B. Estudando a concorrência, definimos os diferenciais e a qualidade do nosso produto, que se destacam pela leveza e sabor marcante.

Realizar um plano de marketing é outro elemento eficaz para promover o produto e alcançar o público-alvo. Assim, compreende-se que a etapa essencial do planejamento é a pesquisa de mercado, que permite identificar as preferências dos consumidores, entender seus hábitos de consumo, analisar a concorrência e identificar oportunidades de inovação. Essas informações foram fundamentais para moldar a estratégia de produção, marketing e distribuição do pão de queijo.

Empreendedorismo

O empreendedorismo desempenha um papel crucial na indústria do pão de queijo. A busca por empreender nesse setor requer paixão pelo produto. No caso do Pão de Queijo da Cidade, a receita do pão de queijo foi inicialmente desenvolvida em um contexto familiar, em um momento em que a mãe trabalhava em um negócio da família, uma casa de frios chamada Carluchela, localizada no bairro da Bela Vista. Ela fatiava queijos e, como sempre sobravam aparas, pensou em como aproveitá-las para evitar o desperdício. Afinal, é importante não perder dinheiro, mas sim aumentar a lucratividade sempre. A partir dessa ideia,



ela inovou ao introduzir um novo produto no negócio que já tinha. Segundo a autora:

“Foi com esse produto que minha irmã teve a visão estratégica de aprimorá-lo e trazê-lo para o Pão de Queijo da Cidade. Em vez de usar polvilho industrial, optou por polvilho de fermentação natural, seco ao sol, e usou muito queijo na receita, incorporando pequenos produtores. Assim, alimentou uma corrente na qual todos são beneficiados. Assim nasceu nossa ‘Love Brand’.”

Através de pesquisas para entender as "dores do cliente", foi identificado o público vegetariano e vegano, o que levou à criação do Pão de Beijo. O empreendedor deve estar atento às tendências de mercado, identificar lacunas a serem preenchidas e criar uma proposta de valor única. Um empreendedor bem-sucedido precisa conhecer profundamente o processo de produção, buscando formas de aprimorá-lo e adicionar ingredientes diferenciados para torná-lo ainda mais atrativo para o público. É também crucial estabelecer parcerias com fornecedores confiáveis e qualificados para garantir a qualidade dos ingredientes utilizados na produção. Além disso, o empreendedor deve ter uma visão de longo prazo e estar aberto a investir em tecnologias e práticas sustentáveis que possam agregar valor ao negócio.

A busca por soluções inovadoras, tanto na produção quanto no marketing, é essencial para se destacar em um mercado tão competitivo. O sucesso do empreendedor está em encantar o consumidor, por isso estamos constantemente investindo em ingredientes de qualidade, melhorando as técnicas de produção, adotando práticas sustentáveis e desenvolvendo uma estratégia de marketing eficaz para atrair e fidelizar



os clientes. Unir o planejamento estratégico (definindo metas, conhecendo o mercado, estudando a concorrência e estabelecendo uma estratégia sólida) ao empreendedorismo (paixão pelo negócio e pelo produto, trazendo inovação e criando diferenciais competitivos) permite visualizar o sucesso almejado.

Fontes de pesquisa

Pão de Queijo da Cidade. Disponível em:
<https://www.paodequeijodacidade.com.br>. (s. d.).

Pão de Queijo da Cidade (Instagram). Disponível em:
<https://www.instagram.com/paodequeijodacidade/>. (s. d.).

SEBRAE. Gestão Empresarial. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos?GESTAO-EMPRESARIAL>. (s. d.).

AEVO. Planejamento Estratégico. Disponível em:
<https://blog.aevo.com.br/planejamento-estrategico/>. (s. d.).

Portal da Indústria. Empreendedorismo. Disponível em:
<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/empreendedorismo/>. (s. d.).

Endeavor. O que é Empreendedorismo: da Inspiração à Ação. Disponível em: <https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a>. (s. d.).



07

**Leandro Rodrigues Gonzalez
Fernandez**

HOSPITALIDADE À MODA PORTUGUESA



Leandro Rodrigues Gonzalez Fernandez



Bacharel e Mestre em Turismo (UNIBERO), Mestre em Hospitalidade (UAM), Doutor em História Social (PUC-SP), graduado em Formação Pedagógica de Docentes para Educação Profissional de Nível Médio (IFSP). Professor do Instituto Federal de São Paulo (IFSP) nos cursos superiores em Gestão de Turismo e técnico em Serviços de Restaurante e Bar. Membro associado Cozinheiro Sem Fronteiras (CSF - Brasil) e Aregala Internacional.

E-mail: legonzalez@ifsp.edu.br.

Instagram: @leandrorgfernandez



HOSPITALIDADE À MODA PORTUGUESA

Leandro Rodrigues Gonzalez Fernandez

A hospitalidade tem sido praticada como um negócio que pode tornar-se lucrativo. Por isso, é vital que os estabelecimentos comerciais do ramo não percam a essência do setor de serviços, incluindo a personalização, o encantamento e a magia do bem-receber (Simoncini; Tanagino; Accácio, 2023).

Existem pessoas que se tornam excelentes anfitriãs pelo simples fato de não deixar faltar nada ao cliente/hóspede; outras se destacam pelo acolhimento e simpatia. Aliar essas características às exigências da gestão mercadológica traz identidade ao serviço prestado (Alves et al., 2019).

Ao contrário do que se possa pensar, agregar identidade ao serviço prestado em um negócio está bem distante da objetividade. Mensurar custos de maneira adequada à demanda pode ser um problema frente à realidade diversa. Não se afirma aqui que seja fácil, mas o que trará mais sucesso ao empreendimento, o seu diferencial, será imbuído de aspectos subjetivos (Soares, 2021).

Hospitalidade e identidade são atributos que compõem essa subjetividade essencial à gestão objetiva do negócio. E, apesar de a fórmula parecer inatingível, é possível perceber estratégias empreendedoras em negócios da hospitalidade (Melchior; Silva, 2024).



A Casa de Portugal de São Paulo, fundada na década de 1930 por imigrantes portugueses, consolidou-se na cidade como a "entidade mater" da comunidade luso-brasileira e tornou-se referência da presença de Portugal em nível local e nacional. Durante muitos anos, abrigou a representação do consulado de Portugal, bem como a Câmara Portuguesa de Comércio e o Conselho da Comunidade Luso-Brasileira do Estado de São Paulo (Casa de Portugal, s.d.).

Além da representatividade consular, essa associação sempre esteve intimamente ligada à cultura portuguesa, o que lhe confere reconhecimento identitário. Destacam-se, neste texto, as estratégias empreendedoras que mantiveram tal reconhecimento ao longo dos anos, apesar da saída do consulado da edificação⁵.

Homenagens e honrarias foram concedidas pela Casa de Portugal a formadores de opinião pública sempre que houvesse algum tipo de divulgação de Portugal na grande mídia brasileira, sobretudo a televisiva. Excelente estratégia de comunicação por meio de assessoria de imprensa consolidou a comenda “Ordem do Mérito do Infante Dom Henrique” e a Medalha de Mérito Comendador Pereira Queiroz. A comenda está relacionada à ação eficiente para o intercâmbio luso-brasileiro, e a segunda privilegia quem divulga a imagem de Portugal, das comunidades portuguesas e visita a Casa de Portugal (Fernandez, 2024).

A título de exemplificação, a apresentadora do programa televisivo “Mais Você”, Ana Maria Braga, recebeu a comenda, e sua

⁵ Inaugurada em 1956 a sede da Associação Casa de Portugal situa-se na Avenida Liberdade, 602.



equipe, a medalha, por difundirem a mensagem de Nossa Senhora de Fátima em uma ocasião em que a apresentadora pagou promessa no Santuário de Fátima após curar-se de um câncer, tendo reproduzido em seu programa matinal o acontecimento.

Seguindo a mesma lógica, citam-se também alguns agraciados: a atriz Arlete Salles e a diretora Denise Saraceni, pela trama televisiva “Sabor da Paixão”; o ator português Nuno Lopes; as cantoras Fafá de Belém e Roberta Miranda; a atriz Nany People; o repórter Maurício Kubrusly; e os políticos Fernando Henrique Cardoso e Geraldo Alckmin.

A partir dessas iniciativas, a Casa de Portugal torna-se um porta-voz extraoficial de Portugal no Brasil, além de ganhar notoriedade espontânea ao virar notícia ao homenagear famosos.

No cenário cultural, a Casa mantém um Grupo Folclórico, o Grupo Folclórico da Casa de Portugal, que possui mais de 130 trajes típicos portugueses, em sua maioria peças de Viana do Castelo (Minho), e investe na divulgação de cantores portugueses no Brasil, incentivando a renovação cultural do fado. Nesse sentido, já se apresentaram nos palcos da Casa diversos artistas: Carlos do Carmo, Camané, Ana Sofia Varela, Mísia, Carminho, Joana Amendoeira, Marco Rodrigues, Luísa Rocha e muitos outros (Fernandez, 2024).

Com a estratégia de refletir a dualidade entre o tradicional e o moderno (seguindo orientações pautadas em resultados de pesquisa de mercado junto a brasileiros que visitaram Portugal) em suas apresentações culturais, onde o Grupo Folclórico representa o



tradicional (a memória) e o fado representa o moderno, a Casa se estruturou enquanto porta-voz de Portugal no Brasil.

O reconhecimento é tão grande que, para comprovar a ligação afetiva com Portugal no Brasil, como parte integrante do processo de aquisição da cidadania portuguesa para netos de portugueses, basta associar-se à Casa como requisito para a comprovação desse fato (Casa de Portugal, s.d.).

Em artigo publicado em 2022, o presente autor e a professora Senia Bastos, do Programa *Stricto Sensu* em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, mediram o tamanho da influência da Casa de Portugal na visitação de brasileiros a Portugal entre seus associados (Bastos e Fernandez, 2022).

A canção símbolo da grande voz do fado, “Uma Casa Portuguesa”, de Amália Rodrigues, reflete muito bem a hospitalidade e a humildade incentivadas e refletidas pela Casa de Portugal.

*Numa casa portuguesa fica bem
Pão e vinho sobre a mesa
E se à porta humildemente bate alguém
Senta-se à mesa com a gente
Fica bem essa franqueza fica bem
Que o povo nunca a desmente
A alegria da pobreza
Está nesta grande riqueza
De dar e ficar contente
Quatro paredes caiadas
Um cheirinho à alecrim
Um cacho de uvas doiradas
Duas rosas num jardim
Um São José de azulejo*



*Mais o Sol da primavera
Uma promessa de beijos
Dois braços à minha espera
É uma casa portuguesa com certeza
Lá é com certeza uma casa portuguesa*

*No conforto pobrezinho do meu lar
Há fartura de carinho
E a cortina da janela e o luar
Mais o sol que bate nela
Basta pouco pouquinho pra alegrar
Uma existência singela
É só amor pão e vinho
E um caldo verde verdinho*

*A fumegar na tigela
Quatro paredes caiadas
Um cheirinho à alecrim
Um cacho de uvas doiradas
Duas rosas num jardim
Um São José de azulejo
Mais o Sol da primavera
Uma promessa de beijos
Dois braços à minha espera*

*É uma casa portuguesa com certeza
É com certeza uma casa portuguesa
É uma casa portuguesa com certeza
É com certeza uma casa portuguesa*

Compositores:

Arthur Vaz Da Fonseca
Reinaldo Ferreira
Vasco De Matos Sequeira



Essa música representa vários aspectos da cultura portuguesa, transformando-se em uma campainha da memória. Destacam-se nela elementos gastronômicos como o cheiro de tempero, frutas, pão, vinho, além do caldo verde.

No trecho “A alegria da pobreza está nesta grande riqueza de dar, e ficar contente”, nota-se um discurso “conformado e miserabilista”, uma postura saudosista e derrotista perante a História. Percebe-se também a dádiva associada à hospitalidade no sentido mais restrito quando, apesar da pobreza, existe felicidade em doar-se por meio da refeição: “Quando à porta humildemente bate alguém, senta-se à mesa co’ a gente”. Este último trecho lembra um consenso popular português: “[...] dificilmente à casa do português se fica batendo e ela não abre, ao primeiro toque ela se abre [...]”. Ou seja, o “receber à portuguesa” passa necessariamente pela hospitalidade e oferta de alimento.

Na estrofe “No conforto pobrezinho do meu lar, há fartura de carinho. [...] Basta pouco, pouquinho pra alegrar uma existência singela... É só amor, pão e vinho e um caldo verde, verdinho a fumar na tigela”, constata-se a associação da oferta de alimento com carinho e dádiva. Já ao mencionar “São José de azulejo”, remete-se a um elemento arquitetônico das casas portuguesas, que possuem como marca a utilização de detalhes decorativos nas paredes com azulejos brancos e azuis, e destaca também a religiosidade católica do povo português.

Em 1953, a canção foi gravada por Amália Rodrigues e correu o mundo, sendo muito veiculada na comunidade portuguesa dispersa, porque cantou a alma do povo português. Embora tenham aparecido



nos poemas das músicas de Amália Rodrigues características referentes ao passado rural português e aspectos da singeleza ligada à religiosidade, valorizando tradições e hábitos alimentares, ela continua sendo uma referência artística para o gênero musical.

Mesmo que a música represente vários aspectos da portugalidade, isso não significa que a Casa de Portugal seja imbuída de simplicidade. Destaca-se a fartura e a culinária portuguesa presente semanalmente no Almoço das Quintas, evento comandado pelo chef Mauro Fernandes, que alia requinte, fartura e bom gosto.

O Almoço das Quintas objetiva levar os comensais muito além do bacalhau. Embora a iguaria seja de uso recorrente na terrinha, o sentido literal do título do evento “Quintas” remete ao espaço rural português e às origens da maioria dos portugueses antes da modernização do país. Ou seja, o cardápio sempre inclui uma opção de bacalhau, mas também outras duas que remetem à riqueza da gastronomia portuguesa. Vale mencionar também a vasta doçaria e os vinhos inclusos na experiência.

Entre a simplicidade e a fartura, entre o requinte e a hospitalidade genuína, o tradicional e o moderno, o folclórico e o fado, centra-se uma estratégia aparentemente dualista, própria apenas das gestões culturais. E é por isso que a Casa de Portugal se consolida como a principal associação portuguesa em São Paulo e, quiçá, no Brasil (Fernandez, 2016).



Referências

ALVES, Carlos Alberto et al. Hospitalidade, experiências e emoções. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, p. 373-398, 2020.

BASTOS, S. R.; FERNANDEZ, L. R. G. Herança portuguesa e visitação turística de brasileiros a Portugal. In: SILVA, Susana Serpa Silva; SOUZA Fernando de; FERREIRA, Diogo (Org). Em Torno da E (I) migração Ibérica para as Américas: Práticas Associativas e Turismo de Raízes. **Letras Lavadas Edições**, 2022, v. 1, p. 623-637. Disponível em: <https://www.cepese.pt/portal/pt/publicacoes/obras/em-torno-da-e-i-migracao-iberica-para-as-americas-praticas-associativas-e-turismo-de-raizes>. Acesso em 24 de set. 2023.

CASA DE PORTUGAL. **Nossa história**. Sd. Disponível em: <https://www.casadeportugalsp.com.br/a-casa-de-portugal/>. Acesso em: 17 de maio de 2024.

FERNANDEZ, Leandro Rodrigues Gonzalez. **Hospitalidade à portuguesa**: traços presentes na imigração e construção da memória dos eventos da Casa de Portugal. Curitiba: editora Appris, 2019.

FERNANDEZ, Leandro Rodrigues Gonzales. Imigração portuguesa e hospitalidade: Casa de Portugal de São Paulo e seus eventos (1980-2010). 2016. **Tese de doutorado**. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/12921>. Acesso em: 17 de maio de 2024.

MELCHIOR, Myriam; SILVA, Yan Roberto Procedômio. Botecos cariocas: espaços gastrossociais de hospitalidade, afirmação de identidades e tradições em desvanecimento. **Revista Hospitalidade**, v. 21, p. 26-47, 2024.

SIMONCINI, João Batista Villas Boas; TANAGINO, Pedro Ivo Dias; ACCÁCIO, de Jesus Caroline Rezende. CACHAÇA: GASTRONOMIA, TURISMO E HOSPITALIDADE. **ANALECTA-Centro Universitário Academia**, v. 9, n. 1, 2023.

SOARES, Daniel Ângelo *et al.* Percepção dos consumidores quanto a qualidade dos serviços em um restaurante institucional da região do campo das vertentes. **ALIMENTOS: CIÊNCIA, TECNOLOGIA E MEIO AMBIENTE**, V. 2, N. 10, P. 49-66, 2021.

03

CAPÍTULO

**Inovação e o Novo Mercado
Consumidor**

08

**José Máximo Esteves de
Paula Santos**

**CONSULTORIA DE
NEGÓCIOS EM
HOSPITALIDADE -
ILHABELA E REGIÃO
LITORAL NORTE DE
SÃO PAULO**



José Máximo Esteves de Paula Santos



Pós Graduado em Gestão Estratégica de Negócios pela Harvard University – USA; Pós Graduado em Value Chain Management – Stanford University – USA; Especialista em Inteligência Artificial pelo ITA-CTA e Stanford University – USA; Especialista em Otimização Empresarial pela Universidade do México – México; Consultor Empresarial em Gastronomia, Turismo e Negócios e CEO – IM TECHSYSTEM – Soluções em Inteligência Artificial; Diretor Geral – MAXXITC Consulting & Coaching; Membro da Aregala e Diretor Regional Litoral Norte Cozinheiros sem Fronteiras; Membro da Academia de Culinária Las Américas; Palestrante Internacional em Gestão de Negócios e Supply Chain Management;

Email: josemaximop@gmail.com

Insta: @josemaximop

<https://www.facebook.com/MaxxITC-Consultoria-Empresarial>



CONSULTORIA DE NEGÓCIOS EM HOSPITALIDADE - ILHABELA E REGIÃO LITORAL NORTE DE SÃO PAULO

José Máximo Esteves de Paula Santos

O entendimento da inovação e novos mercados consumidores

Para iniciar nosso tema sobre Consultoria de Negócios em Hospitalidade para Ilhabela e Região do Litoral Norte de São Paulo, vamos definir o conceito de Inovação em Hospitalidade. Esse conceito refere-se à aplicação de novas ideias, tecnologias, processos ou abordagens criativas na indústria da hospitalidade, que engloba setores como hotéis, restaurantes, resorts, bares, espaços de eventos, companhias aéreas, empresas de turismo e outras áreas relacionadas.

A inovação em hospitalidade tem como objetivo principal melhorar a experiência do cliente, otimizar operações internas e proporcionar diferenciação competitiva no mercado. Ela visa trazer técnicas modernas de gestão e aplicar conceitos de sustentabilidade e performance.

Alguns exemplos de inovação em hospitalidade incluem:

- **Tecnologia Avançada:** A incorporação de tecnologias como inteligência artificial, realidade virtual/aumentada, automação e aplicativos móveis pode melhorar a eficiência operacional e a experiência do cliente.
- **Personalização:** A capacidade de oferecer experiências personalizadas com base nas preferências dos hóspedes, como recomendações de restaurantes com base em suas escolhas



alimentares ou sugestões de atividades com base em seus interesses.

- **Sustentabilidade:** Práticas sustentáveis, como redução de resíduos, eficiência energética e uso de materiais ecológicos, estão se tornando cada vez mais importantes para os hóspedes conscientes do meio ambiente.
- **Gestão de Dados e Análise:** A coleta e análise de dados sobre os hábitos e preferências dos hóspedes podem ajudar a tomar decisões informadas sobre estratégias de marketing, aprimoramento de serviços e otimização de preços.
- **Alimentos e Bebidas Inovadores:** Restaurantes e serviços de alimentos estão constantemente explorando novas tendências gastronômicas, ingredientes exclusivos e conceitos únicos para atrair clientes. Isso inclui criar pratos com o uso de inteligência artificial para atender a dietas restritivas e balanceadas, além de utilizar alimentos que produzem hormônios da felicidade, como endorfina, serotonina, dopamina e ocitocina.
- **Experiências Imersivas:** Oferecer aos hóspedes experiências memoráveis, como aulas de culinária, passeios culturais ou atividades de bem-estar, que vão além das comodidades tradicionais. Isso pode incluir, por exemplo, a criação de menus de degustação personalizados pelo chef, permitindo que o comensal vivencie uma experiência gastronômica adaptada às suas limitações ou restrições, conhecendo novos sabores, aromas e combinações inusitadas de ingredientes.



- **Economia Criativa:** Parcerias entre empresas de hospitalidade e outras indústrias, como entretenimento ou moda, ou o desenvolvimento de fornecedores de produtos e/ou insumos locais para alavancar os setores dentro de um ecossistema que permita a todos se desenvolverem. Essas parcerias podem levar a ofertas conjuntas inovadoras que atraem uma base diversificada de clientes.
- **Design Criativo:** A arquitetura e o design dos espaços de hospitalidade podem ser inovadores e únicos, criando ambientes que cativam os hóspedes e os fazem se sentir especiais. Por exemplo, o uso de espaços verdes dentro de ambientes onde o cliente possa vivenciar experiências não comuns em seu dia a dia, como um hotel em meio à mata atlântica com um quarto que possui um jardim e uma árvore frutífera, permitindo ao hóspede apreciar sabores não convencionais.
- **Modelos de Negócios Alternativos:** Novos modelos de negócios, como plataformas de compartilhamento de acomodações e serviços, também têm impactado a indústria de hospitalidade.

A inovação em hospitalidade é uma resposta às mudanças nas demandas e expectativas dos consumidores, bem como às oportunidades trazidas pela evolução tecnológica. Ela busca criar valor tanto para os clientes quanto para as empresas, permitindo que os estabelecimentos se destaquem em um mercado competitivo e em constante transformação. Esse novo cenário, com práticas inovadoras e renovadoras no ambiente



de hospitalidade, tem como foco buscar novos mercados devido à evolução do comportamento desse novo consumidor.

Aqui apresentamos alguns desses novos mercados consumidores e tendências emergentes inclusos nesse setor:

- **Geração Z e Millennials:** Essas gerações mais jovens valorizam a autenticidade, a personalização e a tecnologia. Eles buscam experiências únicas e compartilháveis nas redes sociais e são propensos a usar plataformas de reserva online e aplicativos móveis para planejar viagens e fazer reservas.
- **Viajantes de Experiências:** Há uma crescente demanda por experiências autênticas e imersivas. Os viajantes buscam interações culturais, atividades locais e oportunidades de aprendizado durante suas estadias.
- **Turismo de Saúde e Bem-estar:** O interesse por bem-estar físico e mental está impulsionando o crescimento de resorts e hotéis que oferecem programas de saúde, spa, meditação, ioga e outras atividades voltadas para o bem-estar.
- **Turismo Sustentável e Ecológico:** Os viajantes estão cada vez mais preocupados com a sustentabilidade e o impacto ambiental de suas viagens. Eles procuram acomodações e serviços que adotem práticas ecológicas e responsáveis.
- **Turismo de Luxo Acessível:** Uma nova geração de viajantes busca experiências de luxo de forma mais acessível e menos tradicional. Isso levou ao surgimento de hotéis boutique,



acomodações exclusivas e serviços personalizados a preços mais razoáveis.

- **Viagens de Trabalho Remoto:** Com o aumento do trabalho remoto, muitas pessoas estão optando por viajar enquanto trabalham. Hotéis e acomodações que oferecem infraestrutura para trabalho e lazer estão ganhando popularidade.
- **Turismo Alimentar e Gastronômico:** Viajantes entusiastas da culinária buscam experiências gastronômicas autênticas, como tours culinários, aulas de culinária e degustações.
- **Turismo de Saúde Mental:** Cada vez mais pessoas estão reconhecendo a importância da saúde mental. Destinos e acomodações que oferecem retiros de relaxamento, meditação e práticas de autocuidado estão sendo procurados.
- **Viagens Multigeracionais:** Famílias e grupos multigeracionais buscam acomodações e atividades que atendam às necessidades e interesses de diferentes faixas etárias.
- **Turismo de Aventura e Atividades ao Ar Livre:** Viajantes em busca de adrenalina procuram destinos e acomodações que oferecem aventuras como trilhas, esportes aquáticos, escalada e outras atividades ao ar livre.

O mercado consumidor na indústria de hospitalidade é diversificado e está em constante mudança. As empresas desse setor precisam estar atentas a essas tendências e se adaptar para atender às demandas específicas desses novos segmentos, oferecendo experiências relevantes e diferenciadas.



Para fechar esta introdução, é importante ressaltar que toda essa inovação e revolução que estamos vivenciando no setor de hospitalidade, tanto em hospedagens quanto em restaurantes e viagens, está diretamente influenciada pela Revolução 4.0. Ou seja, a virtualização do mundo dos negócios em uma escala jamais imaginada trouxe uma série de novos modelos comportamentais, como Hotelaria 4.0, Turista 4.0, Negócios 4.0, Indústria 4.0, Ensino 4.0, entre tantas outras vertentes de diferentes setores empresariais com o conceito 4.0.

Aspectos importantes sobre a consultoria de negócios em hospitalidade

Quando falamos no tema consultoria de negócios, devemos entender que se trata de um profissional cuja formação e experiência foram adquiridas por meio de muitos estudos e anos de prática. Isso inclui formação em Liderança, Conceitos Modernos de Gestão Empresarial, *Lean Enterprise*, *Strategic Management*, *Supply Chain Management*, *Theory of Constraints*, *Sales and Operations Planning*, *Enterprise Planning*, entre outros conceitos aplicados fortemente no segmento de manufatura, que também podem ser adaptados para os setores de hospitalidade, tanto em hotelaria quanto em gastronomia. É por meio desses conceitos que iremos discorrer sobre as experiências consultivas vividas ao longo de 15 anos na região do Litoral Norte Paulista, com ênfase na cidade de Ilhabela.

Uma consultoria, para ser efetiva, deve apresentar um diferencial competitivo para as empresas, oferecendo um formato mais moderno e



ágil de gestão. A aplicação dessas técnicas inovadoras visa o aumento dos lucros, o retorno sobre o investimento e o crescimento sustentado.

O maior desafio da consultoria é transformar-se em um investimento para a empresa, e não em uma despesa. O consultor deve ser um pesquisador incansável de novos métodos de gestão e formatos de negócio, devendo estar sempre de 5 a 8 anos à frente dos demais profissionais, principalmente de seus clientes. Dessa forma, poderá atuar como um orientador e conselheiro para empresários que buscam compreender para onde suas empresas devem se direcionar para continuar a prosperar neste desafiador cenário chamado Revolução 4.0.

Os desafios da consultoria de negócios no litoral norte paulista e Ilhabela

A região do Litoral Norte Paulista, principalmente Ilhabela, nunca foi o foco das empresas de consultoria, nem de consultores autônomos ou liberais. Isso ocorre porque essas áreas costumam ter empresas de médio e pequeno porte, além de microempresas e empreendedores individuais. As grandes empresas de consultoria não veem potencial de ganho ao focar nesse segmento que podemos chamar de *Middle* e *Small Market Business*. Quando uma empresa como a MaxxITC Consulting, cuja experiência sempre foi com Large Accounts e Big Business, decidiu rever suas estratégias e investir em uma região até então inexplorada por consultorias, seu maior desafio passou a ser convencer as empresas locais sobre a necessidade de ter um consultor de



negócios para orientar seu crescimento, a geração de lucros, o controle efetivo de custos e a expansão consistente e sustentada.

O maior desafio foi explicar o papel de um consultor de negócios, pois, há 15 anos, a região só conhecia o profissional contador e não compreendia a importância de um consultor para orientar seu negócio.

Foi crucial falar a linguagem do empresário nativo da região, muitas vezes sem muita instrução ou conhecimento, evitando jargões técnicos e buscando trazer conforto e confiança para a relação consultor-empresa. Sem dúvida, foi uma experiência desafiadora que exigiu adaptabilidade, persistência, resiliência e disciplina para alcançar os resultados desejados. Hoje, somam-se mais de 250 empresas orientadas de forma consultiva, mais de 300 gestores formados em gestão estratégica, mais de 5.000 colaboradores treinados em soft skills e hard skills, e mais de 1 bilhão de reais gerados em lucros quânticos (sim, você leu certo: lucros quânticos).

Os dois grandes diferenciais competitivos que a MaxxITC Consulting aplicou para todos os setores de negócios, incluindo hotelaria e gastronomia, foram a Gestão Estratégica através do Balanced Scorecard e a Gestão Empresarial utilizando teorias da física quântica ou mecânica quântica. Com esses diferenciais, pudemos crescer e expandir os negócios de consultoria além dos limites do Litoral Norte Paulista, atingindo hotéis, restaurantes e outros segmentos de negócio em todo o Brasil e na Europa. Atualmente, atuamos nos estados de São Paulo,



Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Bahia e Ceará, além da Espanha, no País Basco.

Encontramos muitos desafios ao longo desses 15 anos e vamos destacar através das experiências vividas, no setor de Gastronomia e Hotelaria, como os resultados foram obtidos.

Desafios na hotelaria e resultados obtidos

O setor de hotelaria na região do Litoral Norte Paulista e Ilhabela é composto, na sua maioria, por pousadas e hostels, cujos proprietários são empresários aposentados que decidiram investir suas aposentadorias em um negócio que pudesse proporcionar um futuro tranquilo, mantendo seu padrão de vida e, talvez, permitindo uma expansão dos negócios, mas principalmente preservando o capital investido e trazendo o retorno esperado.

Isso pode ter sido considerado uma verdade absoluta até a chegada do advento das OTAs e da Revolução 4.0. Os empresários aposentados perceberam que teriam que voltar à ativa e participar efetivamente da gestão de seus negócios. Isso levou muitos deles a perceberem que não havia um controle efetivo dos custos, dos ganhos, dos investimentos; enfim, não havia controle nem mesmo do custo de uma habitação. Eles não tinham a mínima ideia se o negócio estava ou não rentável. Essa situação fez com que muitos empresários do setor de pousadas se sentissem desmotivados e/ou deprimidos, pois viam seus investimentos de anos de trabalho sendo perdidos ou deteriorados.



A MaxxITC, percebendo essa situação, desenvolveu uma metodologia de gestão em hotelaria que proporcionou aos "pousadeiros" e "hoteleiros" uma visão mais precisa e rápida na administração financeira do negócio, construindo assim uma gestão baseada no conceito de "Alta Performance". Foram aplicadas metodologias de Balanced Scorecard em Hotelaria, Planejamento de Operações e Vendas (S&OP), Gestão da Receita com tarifas inteligentes, Gestão de Marketing e Gestão Estratégica. Esses conceitos, amplamente aplicados no setor de manufatura, demonstraram resultados excelentes na hotelaria. Aliados a esses conceitos, foram realizados treinamentos de *soft skills* para desenvolver as habilidades humanas dos gestores e colaboradores, melhorando a produtividade do grupo como um todo.

Como resultado dessas metodologias e treinamentos, houve um aumento na capacidade de geração de lucro. Hotéis cuja lucratividade, antes da consultoria, estava em torno de 15% a 20% conseguiram alcançar um patamar de até 40% de lucratividade líquida, com um EBITDA de até 50%. Esses resultados foram obtidos com a redução de custos não operacionais, redução de desperdícios, adequação da folha de pagamento, adequação do pró-labore e investimentos, e, sobretudo, o aumento da taxa de ocupação a partir de uma gestão inteligente de receita (*revenue management*) aliada ao conceito de gestão de lucro (*profit management*).

Claro que a consultoria por si só não faz tudo isso acontecer; é necessário disciplina, foco, persistência e resiliência por parte do empresário da hotelaria e de sua equipe de gestores. Às vezes, a presença



constante da consultoria incentiva e motiva essas características no empresário, mas nem sempre isso ocorre. Percebe-se uma desaceleração na motivação devido à dificuldade em manter uma equipe de alto desempenho de forma prolongada. Essa deficiência foi identificada nos profissionais do Litoral Norte Paulista, onde a mão de obra não é tão comprometida com seu trabalho e com as empresas. O turnover é alto em comparação com outras regiões, e os colaboradores muitas vezes adotam a cultura de trabalhar somente na alta temporada, quando realmente se ganha mais dinheiro na região. Devido a essa cultura, os colaboradores não se comprometem e não realizam o "seu melhor desempenho" em suas funções, o que compromete todo o trabalho desenvolvido pela consultoria. Portanto, é necessário um acompanhamento contínuo de nossa parte para garantir que os resultados apareçam constantemente após a implantação das metodologias e conceitos aplicados. Como indicado no título deste parágrafo, esses são os desafios no setor hoteleiro.

Casos de sucesso em hotelaria

Um grande desafio foi planejar uma pousada em 2021, em Ilhabela, para atender a uma demanda específica: noivas e seus familiares. Tratava-se de uma pousada anexada a um espaço de eventos e cerimoniais que tem como público-alvo a classe A, conhecida por ser exigente e buscar sempre qualidade.

Todo o projeto foi concebido por um grupo de especialistas em hospitalidade, e fizemos parte como orientadores em finanças e



operações. Criamos um projeto onde o espaço de hospitalidade estaria inserido em um ambiente de mata atlântica, praia e mar, com diferenciais competitivos que ainda não estavam sendo praticados na região.

No planejamento da operação, foram utilizados conceitos de *Lean Enterprise*, *Theory of Constraints*, Hotelaria 4.0 e Governança Corporativa. Com um *Business Plan* bem detalhado, conseguimos colocar em operação em 10 meses de trabalho. Hoje, a pousada, com apenas 5 meses de operação, já retornou uma parte do investimento utilizando o conceito de Profit Management em Hotelaria, resultando em quase 45% de lucros líquidos através do uso de Balanced Scorecard para Hotelaria. O projeto é um grande case de sucesso porque trabalha com conceitos de ESG (*Environmental, Social and Governance*) e *Strategic Management*. Ressaltando que o projeto compreende uma pousada com apenas 7 suítes, com diárias médias em torno de R\$ 2.500,00 a R\$ 3.500,00.

O mais interessante é que a baixa temporada do Litoral Norte (maio, junho, agosto e setembro) se torna a alta temporada para cerimônias. Com isso, a pousada consegue manter uma taxa de ocupação de 70% ao longo do ano inteiro, com picos de 100% nos finais de semana durante o ano todo.

Desafios na gastronomia e resultados obtidos

O setor de gastronomia no Litoral Norte Paulista é desafiador para muitos empresários, pois convivem com a sazonalidade. Efetivamente, há 4 meses de alta temporada, compreendendo dezembro, janeiro, fevereiro e março; 3 meses de média temporada, sendo julho,



outubro e novembro; e 5 meses de baixa temporada, que incluem abril, maio, junho, agosto e setembro. Diante desse cenário, muitos restaurantes enfrentam dificuldades para se manterem "vivos" ao longo do ano, saindo da alta temporada e esperando pela próxima. Essa situação já levou muitos restaurantes a fecharem suas portas ao longo dos últimos anos em que a MaxxITC tem operado no Litoral Norte.

Os motivos para esses fechamentos são diversos, como a falta de equipe qualificada, funcionários não comprometidos, cardápio com preços inadequados, falta de ficha técnica e controle efetivo de estoque. No entanto, os principais motivos são a falta de controle financeiro apropriado para um restaurante no século XXI e o péssimo atendimento ao cliente. Esses dois últimos fatores são os que mais influenciam o sucesso ou o fracasso de um restaurante no Litoral Norte Paulista.

O principal motivo para a falha no controle financeiro representa 40% dos fechamentos de restaurantes na região. Muitos estabelecimentos não possuem controles efetivos de gastos, controle de folha de pagamento e, frequentemente, não sabem calcular o CMV (custo de mercadoria vendida) dos pratos. Essa falha gera, muitas vezes, problemas de fluxo de caixa e/ou capital de giro, levando o empresário a buscar recursos em bancos para se sustentar, principalmente na baixa temporada, o que aumenta o endividamento do restaurante. Geralmente, o empresário busca essa solução na esperança de que, quando a alta temporada chegar, conseguirá pagar todo o empréstimo. No entanto, quando chega a baixa temporada, ele busca novamente essa solução, criando um vício onde, a cada baixa temporada, busca um empréstimo e,



a cada alta temporada, paga o empréstimo. Com esse círculo vicioso, ele nunca consegue finalizar uma alta temporada com capital de giro suficiente para se manter na baixa.

A questão é que, nos últimos anos, a alta temporada, por vezes, não foi tão boa quanto esperado, e isso levou muitos restaurantes a iniciar a baixa temporada sem conseguir pagar o empréstimo contraído anteriormente. Como resultado, o endividamento aumentou e muitos tiveram que fechar suas portas. Para evitar essa situação, a MaxxITC desenvolveu uma técnica para ensinar seus clientes de restaurantes a gerar lucros durante a média e alta temporada através de conceitos de física quântica. Quando aplicada de forma correta e disciplinada, essa técnica gera excelentes resultados na formação do capital de giro e caixa. O conceito de Balanced Scorecard, na visão financeira, é aplicado em sua essência com o uso de inteligência artificial, orientando a performance do restaurante no controle do faturamento e atingimento de metas, no controle de compras e CMV (custo de mercadorias vendidas) dos pratos, nos controles de custos e investimentos e, por fim, no controle dos lucros líquidos gerados e até na performance do EBITDA. Esse é um importante método que todos os restaurantes de médio e pequeno porte deveriam aplicar em seus controles financeiros, transformando a gestão operacional em gestão estratégica, visando a longevidade do estabelecimento e a constante geração de lucros para obter rentabilidade e retorno sobre o investimento.

Sobre o segundo principal motivo para o fechamento de restaurantes no Litoral Norte, o atendimento, esse fator é uma constante



em vários estabelecimentos de gastronomia na região. Os empresários frequentemente não investem em treinamentos para a equipe, acreditando que é "dinheiro jogado fora". Como resultado, a maioria dos restaurantes carece de bons profissionais de atendimento, comprometidos e que desejem crescer na carreira dentro do setor de gastronomia. Muitos profissionais são imediatistas e, durante a alta temporada, buscam empregos em quiosques de praia, pois sabem que ali podem ganhar altas gorjetas mesmo com um atendimento pouco satisfatório. No entanto, quando chega a baixa temporada, são demitidos e tentam obter "seguro-desemprego" até a próxima alta temporada, repetindo esse ciclo vicioso. Devido a esse padrão, os empresários não se sentem motivados a investir na formação humana e profissional de seus colaboradores.

Com todos esses detalhes, podemos concluir que o círculo vicioso é real em ambos os níveis profissionais, tanto para o empresário com seus empréstimos quanto para os colaboradores com seus altos índices de rotatividade. No entanto, não podemos generalizar. Existem, sim, empresários que focam na qualificação e formação profissional e em controles financeiros efetivos, o que permite uma saúde financeira ao longo do ano, mesmo diante dos altos e baixos da sazonalidade. Esses empresários são sobreviventes de situações passadas de extrema dificuldade financeira e buscaram orientação de consultores especializados, visando a melhoria contínua na gestão de seus negócios de forma mais otimizada e com foco em resultados. Esses empresários se tornaram referências no segmento de gastronomia da cidade, e a maioria



deles é orientada pela MaxxITC. Destacam-se, por exemplo, o Restaurante do Cura, com mais de 43 anos de tradição e 10 anos de acompanhamento consultivo da MaxxITC, bem como restaurantes de culinária japonesa, pizzarias, lanchonetes, hamburguerias, cafeterias, entre outros. Esses estabelecimentos permitiram à MaxxITC se tornar uma referência em consultoria gastronômica, expandindo sua atuação para todo o território nacional e, em 2023, chegando à Europa, especificamente à Espanha.

Finalizando este capítulo, a melhor recomendação que um consultor pode dar ao seu cliente é:

“Se você não mede seu negócio então você não conhece seu negócio, portanto não conhecendo seu negócio você não controla seu negócio e não conhecendo-o então não sabe como melhorá-lo”

Frase do Consultor americano William Edwards Deming - Considerado o Pai do Renascimento da Indústria Japonesa, pós 2a. Guerra.



09

Alessandra Fiorito Bellizia

***DELIVERY E FOOD
STYLING -
EXPERIÊNCIA
EMPRESARIAL DE
SUCESSO***

- III -

Alessandra Fiorito Bellizia



Pós-Graduada em Gestão de Negócio de Alimentação – Foco em Resultados pelo Senac – São Paulo. Graduada em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhembi-Morumbi. Curso de Primeiro Cozinheiro pelo Sindicato de Hotelaria, Gastronomia e Turismo João Dória Júnior; Curso de Gestão Disney Aplicada – Vendas, atendimento e serviços – Gastronomia e Hospitalidade pela Collis. Curso de Foto de Comida e Foodstyling – como criar fotos impactantes, atraentes, apetitosas e vender mais por Betto Auge. Membro do Grupo Aregala Cozinheiros Sem Fronteiras. Atuei por 36 anos em operação e gestão de rede de Restaurantes e Lanchonete em São Paulo. Experiência em organização de pequenos eventos desde sua formatação, logística de compras, fluxo de trabalho, decoração, serviço e desmonte.

Atualmente trabalho com desenvolvimento de produtos e venda de sopas e cremes, massas e molhos e sobremesas, com atenção especial em sustentabilidade e ao uso consciente de matéria prima. Presto serviço de Food Stylist criando fotos impactantes de comida para aumentar vendas.

Redes Sociais:

<https://www.facebook.com/alessandra.fioritobellizia>

https://www.instagram.com/alefiorito?utm_medium=copy_link

Email: fioritobellizia@gmail.com



DELIVERY E FOOD STYLING - EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL DE SUCESSO

Alessandra Fiorito Bellizia

A alimentação e o consumo nos tempos modernos vão muito além de atender a uma necessidade fisiológica, pois o consumidor atual deseja viver uma verdadeira experiência ao se alimentar. As empresas precisam se atentar a diversos fatores para satisfazer seu cliente, não apenas com a qualidade do produto oferecido, mas também com a combinação de sabor, cheiro, embalagem, atendimento e outros elementos que contribuem para criar uma experiência inesquecível. A técnica do *Food Design* está sendo cada vez mais utilizada pelas empresas para se reinventarem e estabelecerem um relacionamento próximo com o público.

Já o setor de entrega de alimentos teve um impacto significativo no mercado de alimentação no Brasil, alterando consideravelmente a forma de atuação dos restaurantes e a interação com os consumidores. A inovação tecnológica, a mudança de comportamento dos consumidores e as novas demandas por conveniência acompanham o crescimento exponencial desse segmento.

O *delivery* revolucionou o setor alimentício ao oferecer aos clientes a oportunidade de desfrutar de suas refeições favoritas no conforto de suas casas, no trabalho ou em qualquer outro local desejado. Isso gerou uma mudança cultural na forma como as pessoas consomem alimentos, abrindo oportunidades para restaurantes de todos os



tamanhos aumentarem sua clientela sem a necessidade de um espaço físico maior ou investimentos em infraestrutura adicional.

Principais efeitos do *delivery* no mercado de alimentação:

1. **Expansão do Mercado:** Com o *delivery*, restaurantes e lanchonetes podem alcançar novos públicos que antes não poderiam ser atendidos. Isso inclui pessoas em áreas distantes ou de difícil acesso, além daquelas com mobilidade reduzida ou limitações de tempo.
2. **Maior Competitividade:** O *delivery* permite que pequenos estabelecimentos concorram de forma semelhante com grandes redes, desde que ofereçam uma experiência de entrega eficiente e qualidade nos produtos.
3. **Mudança de Cardápio:** O serviço de entrega muitas vezes exige um cardápio específico para garantir que os alimentos mantenham a qualidade e o sabor durante o transporte. Alguns pratos podem ser mais adequados para entregas do que outros, e os restaurantes precisam considerar isso ao montar seus menus para o *delivery*.
4. **Aumento da Demanda por Embalagens Sustentáveis:** A crescente popularidade do *delivery* gerou uma preocupação maior com a sustentabilidade das embalagens utilizadas para o transporte dos alimentos. Os consumidores estão valorizando empresas que adotam embalagens amigas do meio ambiente.



5. **Integração com Tecnologia:** Para se destacar no mercado, muitos restaurantes adotam aplicativos e plataformas digitais de entrega, o que impulsiona a demanda por soluções tecnológicas no setor alimentício.
6. **Feedback e Reputação:** O delivery oferece uma oportunidade única de obter feedback imediato dos clientes sobre a qualidade dos produtos e serviços, permitindo que os restaurantes aprimorem constantemente suas ofertas.

Relato de experiência

Fui proprietária de uma lanchonete e dois restaurantes no bairro da Liberdade em São Paulo. Iniciamos uma empresa familiar em 1984 com uma pequena casa de pão de queijo. Um ano depois, expandimos o negócio, acrescentando lanches ao cardápio. Nosso público era composto por 90% de funcionários públicos e advogados que circulavam pelo Fórum João Mendes e tribunais ao redor. Fomos pioneiros na região ao oferecer serviço de delivery, embora, ao contrário do modelo atual, fizéssemos as entregas a pé e somente em um raio de 1 quilômetro.

Alguns anos depois, em 2001, abrimos o primeiro restaurante por quilo e, em 2015, inauguramos uma filial do restaurante dentro do prédio do Tribunal de Justiça. Foi uma experiência de sucesso até que veio a pandemia de Covid-19 e, em março de 2020, fechamos as três



unidades da empresa, sem saber que, após 36 anos de existência, isso seria definitivo.

No mercado e na vida, temos que nos adaptar às novas realidades. Fui levada a uma nova profissão, mesmo sendo de outra área, mas ainda assim com alguma ligação ao amor pela área alimentícia que permeou minha vida toda. Tornei-me fotógrafa de alimentos e sou food stylist, um ramo da fotografia ligado à gastronomia. Quando tinha meus restaurantes, eu mesma criava o cardápio diário, além dos diversos festivais de culinárias típicas de países e regiões do Brasil, e sempre me preocupava em oferecer, além da variedade nutricional, um cardápio visualmente atraente, com cores variadas e contrastantes. Afinal, como dizem por aí: a gente come primeiro com os olhos.

Os principais objetivos da fotografia no food design devem ser atrair o cliente, valorizar os pratos e divulgar o restaurante. Isso pode parecer óbvio, mas muitos empreendedores não consideram esses objetivos ao planejar e investir em imagens para seus produtos. Por isso, ao invés de se beneficiarem com boas fotos, acabam se prejudicando quando elas passam a impressão de falta de cuidado e profissionalismo. Uma foto de qualidade convence o consumidor de que a comida é boa.

Abaixo alguns exemplos de fotos atrativas de minha autoria:



























A importância da estética da comida para atrair mais vendas

Em um mundo cada vez mais visual, a apresentação de um produto torna-se essencial para atrair a atenção do consumidor e influenciar suas decisões de compra. No mercado de alimentação, as fotos de comida desempenham um papel fundamental na atração e persuasão dos clientes, especialmente no contexto da entrega.

1. **Estímulo Visual:** Imagens atraentes de comida estimulam o apetite e despertam o interesse dos clientes, fazendo com que eles sintam vontade de experimentar os pratos apresentados.
2. **Diferenciação e Competitividade:** Em um mercado altamente competitivo, fotos de alta qualidade destacam um restaurante dos demais, conferindo-lhe uma vantagem competitiva. Boas imagens tornam os pratos mais atraentes e apetitosos aos olhos dos consumidores, levando-os a optar por determinado estabelecimento em detrimento de outros.
3. **Criação de Identidade de Marca:** Fotos consistentes e bem produzidas criam uma identidade de marca reconhecível, fortalecendo o posicionamento do restaurante e a percepção de qualidade por parte dos clientes.
4. **A Influência das Redes Sociais:** Fotos de comida visualmente atraentes são compartilhadas nas redes sociais, ampliando o alcance do estabelecimento e atraindo novos clientes.
5. **Redução de Riscos para os Clientes:** Ao ver a aparência do prato antes de fazer o pedido, o cliente se sente mais seguro e confiante em sua escolha, diminuindo o risco de insatisfação com o produto entregue.



10

Gessio Pinto da Silva

***A ORIGEM DA COZINHA
PAULISTA E SEUS
DIFERENCIAIS***

Gessio Pinto da Silva



Administração Hoteleira- SENAC

Palestrante sobre a culinária paulistana nos cursos de gastronomia – Centro Paula Souza;

Palestrante sobre a culinária paulistana nos cursos de gastronomia – Universidade Anhembi Morumbi;

Palestrante sobre a culinária paulistana nos cursos de gastronomia – UNIBERO;

Participações em programas de TV – Note e Anote (Record TV), Mulheres (Gazeta), Todo Seu (Gazeta), Cozinha Minuto (Bandeirantes);

E-mail: gessiogepis@gmail.com

Insta: [@gessiopintosilva._gepis](https://www.instagram.com/gessiopintosilva._gepis)

<https://www.facebook.com/gessiopintosilva.pintosilva?mibextid=ZbWKwL>



A ORIGEM DA COZINHA PAULISTA E SEUS DIFERENCIAIS

Gessio Pinto da Silva

A cozinha paulista deve ser considerada o berço de tudo. Através dela, temos a origem da cozinha comercial e da agricultura. Não podemos esquecer que, devido à necessidade de sustento da população, a sociedade teve que realizar a produção de carne para consumo e comercialização.

Portanto, vamos voltar à história. Em 1532, Martin Afonso de Souza fundou a primeira vila da América Portuguesa, exatamente no dia 22 de janeiro. Através dos três navios "naus", aproximadamente 400 homens migraram, trazendo consigo as primeiras sementes para alimentação: cana-de-açúcar, alface e couve, além dos animais: frango e leitão, iniciando assim a agricultura no país.

Devido à necessidade populacional da época, essa prática chegou ao Planalto de Piratininga em 1554, através de José de Anchieta, com a criação da Vila de São Paulo de Piratininga. Foram construídos a primeira igreja e o primeiro colégio, onde ocorreu o plantio dos vegetais e a criação dos animais mencionados acima, às margens do Rio Tamanduateí, atualmente Parque Dom Pedro, Praça da Sé e Pátio do Colégio.



Cultura a razão do crescimento

No município de São Vicente foi criado o primeiro engenho para a produção de açúcar e os primeiros trabalhadores foram os povos ribeirinhos que residiam próximos. Foi esse o berço da cultura industrial sendo que a distribuição ocorria através dos navios que chegavam ao país.

A cultura de Anchieta

Anchieta catequizava os índios, ensinando-lhes técnicas de plantio e criação de animais domésticos para sustentar os habitantes do planalto. Anchieta e Manoel da Nóbrega fundaram uma escola onde não era permitida a escravização dos nativos de Piratininga. Lá, ensinavam sobre a cultura local por meio de encenações e artesanato, como registrado no primeiro livro escrito por Anchieta sobre o Brasil, além de alguns poemas.

Quando Cabral chegou ao Brasil, a intenção era explorar a terra e usar o pau-brasil para tingir roupas. Este texto destaca o início da cultura, agricultura e produção agropecuária em São Paulo e no país.

A cultura do plantio permaneceu principalmente em São Paulo nos séculos XVII e XVIII. Após esse período, os bandeirantes paulistas partiram do Planalto de Piratininga em busca de pedras preciosas em Minas Gerais, formando vilas para cultivar arroz, feijão, milho, mandioca, couve, alface e criar animais como frangos e leitões, além de produzir ovos, sustentando as vilas conhecidas como "bandeiras". Os



bandeirantes chegaram a Minas Gerais 200 anos após povoarem São Paulo, encontrando terras propícias para agricultura e criação de animais.

Personagens marcantes na cozinha paulista

Após a Proclamação da República, às margens do Rio Ipiranga, a primeira refeição de Dom Pedro foi: virado de feijão, arroz, couve, linguiça, ovo, torresmo e banana, marcando a origem do famoso "Virado à Paulista", sendo, assim, o pioneiro antes do "Tutu à Mineira".

Ressaltamos Domitila de Castro Canto e Melo, conhecida historicamente como a Marquesa de Santos, uma mulher muito além de seu tempo, que habitou no "Solário da Marquesa", onde hoje se encontra o famoso "Pátio do Colégio", localizado próximo ao marco zero de São Paulo. Ela foi amante do imperador por sete anos e teve cinco filhos, dos quais apenas dois sobreviveram. Destacamos também que ela foi casada mais três vezes (Rezzutti, 2017).

No seu "solário", a Marquesa promovia vários saraus e banquetes, onde eram servidos pratos como virado à paulista, badejo, peito de frango, couve, frutas da época, doce de figo e figo em calda. Ela realizou o primeiro evento da sociedade paulistana, sendo a primeira mulher empreendedora do Brasil, devido ao seu gosto refinado por música, artes e artesanato (Rezzutti, 2017).

Dizem que a Marquesa de Santos foi considerada milagrosa pelo instrumentista Mario Zan, pois ele testemunhou a cura de sua filha. Sua família cuida do mausoléu da Marquesa até os dias atuais.



Outro personagem emblemático de São Paulo foi Mário de Andrade, autor das renomadas obras "Macunaíma" e "Paulicéia Desvairada". Andrade foi o líder da Semana de Arte Moderna de São Paulo em 1932. Sua refeição preferida era empadinhas de palmito, que ele exigia em todos os eventos relacionados a ele. Também foi ele quem batizou seu prato preferido: "Bife a Cavalinho Acebolado" e os "Bifes da Tana" (Tana era sua cozinheira). Andrade valorizava a cozinha e esse era seu local preferido para receber convidados, que depois eram levados para a sala. Sua sobremesa preferida incluía "Doce de Batata Rosada" e "Doce de Abóbora", e há registros de um livro de receitas sobre suas sobremesas favoritas. Ele foi um crítico destacado em festas e eventos realizados no Brasil.

Sabe qual o salgadinho que é a cara de São Paulo?

A coxinha, salgada criada nas décadas de 1940 e 1950, durante o período conhecido como "Ouro das Indústrias", era vendida nas portas das fábricas durante o café da manhã e os intervalos de jornada. Além disso, surgiu a "coxa creme", que consiste em uma coxa de frango envolta em uma crosta de molho creme, empanada e frita. Este salgado se tornou famoso há mais de 60 anos e ainda é encontrado em estabelecimentos comerciais, alguns localizados na Praça da Sé e na Praça João Mendes, no coração de São Paulo. Atualmente, São Paulo é considerada a capital mundial da coxinha, oferecendo uma variedade de tamanhos e sabores, desde os tradicionais de frango até versões com frutas, legumes, camarão e calabresa.



Outro salgado típico paulista é o "cuscuz Paulista", conhecido pela sua complexidade, que inclui temperos variados, legumes e peixes. Comercializado individualmente ou em tamanho família, o cuscuz Paulista possui mais de 100 anos de existência, sendo servido nos saraus da Marquesa de Santos. É importante ressaltar a diferença entre o cuscuz árabe e o baiano.

São Paulo Gastronômica

Nos anos 1950, ocorreu a estreia do primeiro quadro culinário na TV Tupi, com o programa "Revista Feminina", apresentado por Ofélia Ramos. Este programa alcançou grande sucesso, dando origem a uma série de outros programas culinários e reality shows. Atualmente, existem até canais de TV dedicados exclusivamente ao tema. Na mesma década, foi criado o famoso "Sanduíche Bauru" no bar "Ponto Chique", localizado entre as Avenidas São João e Aurora, onde também foi registrado o surgimento do "Filé do Moraes".

Em São Paulo, as primeiras lojas especializadas em equipamentos e utensílios culinários surgiram nas ruas Paula Souza, Cantareira, Rangel Pestana, Celso Garcia e São João. A cozinha paulista tem raízes desde o descobrimento do Brasil e continua se adaptando aos novos estilos alimentares, como o vegetariano, vegano e proteico. É uma cozinha extremamente comercial e diversificada, abrangendo desde pratos doces até agridoces. A cozinha paulista é verdadeiramente a representação do Brasil progressista, sendo uma expressão autêntica do "boteco", totalmente voltada para o comércio.



Fontes de pesquisa:

Pesquisa realizada com ajuda do jornalista Paulo Cotrin em 1978 devido a inauguração do restaurante “CANTINHO PAULISTA” sobre a gastronomia no acervo alocado na biblioteca Mario de Andrade – “História da gastronomia paulista” e “Arquivo da cidade de São Paulo (APESP)”.

Rezzutti, P.; Priore, M. D. **Domitila: a verdadeira história da marquesa de Santos**. Geração editorial. p. 370. 2017.

Razão. D. **Mário de Sá-Carneiro**. [sd]. Disponível em: https://www.ebiografia.com/mario_de_sa_carneiro/. Acesso em: 20 de março de 2024.



II

Celso dos Santos Silva

***HOSPITALIDADE
GASTRONÔMICA -
Qualidade de
Atendimento e Serviços***

Celso dos Santos Silva



Pós-Doutor em Educação e Administração, Ph.D em Administração pela FCU – Florida Christian University (Orlando - Flórida - USA). Mestre em Administração e Especializações em Hotelaria, Administração e Tecnologia Educacional, Bacharel em Turismo. Consultor e Professor Universitário em Gastronomia e Gestão. Vice Presidente Internacional de Aregala e Presidente de Cozinheiros Sem Fronteiras. Membro da Academia Brasileira de Gastronomia, CNTur – Confederação Nacional do Turismo e SinResBar – Sindicato de Restaurantes e Bares de São Paulo. Diretor de Capacitação e Novos Negócios da FHORESP – Federação de Hotéis, Restaurantes, Bares do Estado de São Paulo.

www.aregalabrasil.com.br

www.csstreinamentos.com.br

<https://www.facebook.com/CSS-Treinamentos-e-Consultorias-Hot%C3%A9is-e-Restaurantes-1847659951952988>

<https://www.instagram.com/cozinheirossemfronteirasofi/?hl=pt&fbclid=IwAR01dFE9dsxqk0wAqgxDfmTTTsYr4CpfVRffhp-F3M8M7HJGbzqnnP3cc>

Email: celso@aregalabrasil.com.br



HOSPITALIDADE GASTRONÔMICA - QUALIDADE DE ATENDIMENTO E SERVIÇOS

Celso dos Santos Silva

A hospitalidade gastronômica contemporânea apresenta-se como o mais novo panorama potencial de possibilidades efetivas de investimentos, financiamentos, empregos, trabalhos, empregabilidade, empreendedorismo, relacionamentos e inovação num contexto pós-pandêmico. Nesse sentido, é relevante que as empresas, entidades associativas e sindicais dos segmentos turístico, hoteleiro, entretenimento, lazer, eventos e alimentação desenvolvam ações integradas e com foco na qualidade de atendimento e serviços direcionados prioritariamente para seus líderes empresariais e profissionais; e num segundo instante para as equipes-base através de programas específicos de treinamento, objetivando a formação, atualização e aperfeiçoamentos contínuos voltados para a excelência de qualidade dessa nova geração de colaboradores, comprometida com os resultados das organizações, suas missões, visões e valores.

A arte de bem receber aplicada ao universo da alimentação proporciona a melhor qualidade no gerenciamento de atendimento ao cliente, fidelização dele, crescimentos do faturamento e lucratividade empresariais, desenvolvimento qualitativo do turismo receptivo, valorização e reconhecimento profissional, sustentabilidade empresarial,



inclusão social e uma maior sensibilidade com o aspecto ambiental. Dessa forma, entende-se que o conceito de hospitalidade gastronômica é extremamente estratégico para a melhoria substancial da organização, desenvolvimento e crescimento da qualidade da administração pública dos municípios de interesse turístico, cidades turísticas e grandes complexos urbanos; e conseqüentemente na evolução e avanço empresarial das organizações e entidades representativas do setor.

Por outro lado, as administrações federais e estaduais podem destinar cada vez maior atenção à relevância gradual da hospitalidade gastronômica no contexto turístico receptivo, lazer e entretenimento de suas gestões e políticas públicas; atitudes inteligentes para a melhoria da atual dinâmica dessas atividades.

Por sua vez, a qualidade de atendimento ee dos serviços sendo criada ou recriada, e mantida; tendo-se em conta, essencialmente os recursos humanos, seus perfis profissionais, nível de capacitação, motivações e perspectivas de carreira.

A capacitação contemporânea em serviços deve ser concebida através da análise das variáveis de recursos humanos apresentadas e, também, da avaliação das tendências do desenvolvimento da qualidade de atendimento:

- a) Comunicação verbal, não verbal e empatia;
- b) Conhecimento pleno dos produtos e serviços ofertados;
- c) Convivência e cortesia;
- d) Pró-atividade em vendas;
- e) Respeito e sensibilidade;



f) Conhecimento detalhado da clientela.

Nesse cenário, interpreta-se que doravante, os serviços de alimentos e bebidas de hotéis, pousadas, resorts, motéis, restaurantes, bares, casas noturnas, clubes, *fast-foods* pizzarias, lanchonetes, cafeterias, bufês e similares apresentem uma considerável melhoria de qualidade percebida dos serviços através da aplicação da hospitalidade gastronômica em suas estruturas físicas, humanas e operacionais. Nesse sentido, as áreas de retaguarda como cozinha, copa, bar, adega também são passíveis de treinamento e de trabalhos de contínua organização e evolução de seus colaboradores, cardápios, processos e estruturas físicas das áreas de estocagem, produção e distribuição; sempre buscando-se o acolhimento, a atenção aos detalhes, a funcionalidade e criatividade.

Assim, três elementos merecem destaque especial, o ambiente, o cardápio e o serviço.

O ambiente através do nível de percepção do espaço físico do empreendimento gastronômico (luminosidade, odores, cores, temperaturas etc.); o serviço adaptado ao conceito de gastronomia oferecida; e o cardápio em harmonia total com todos os integrantes do conceito do negócio e das verdadeiras necessidades e desejos reais da clientela.

Para uma compreensão efetiva do significado de hospitalidade, basta entender o significado contrário da hospitalidade, que é a hostilidade! Muitas vezes somos vítimas frequentes de um atendimento hostil: sem atenção com o cliente, desconhecimento do cardápio, mau atendimento às reclamações, demora nos pedidos, anotação incorreta



dos itens do cardápio, falta de higiene do ambiente de vendas, uniformes sujos e/ou sem padrão, cardápios desatualizados, mal cuidados ou com preços abusivos, ambiente desorganizado, entre tantas outras atividades operacionais realizadas inadequadamente com reflexos altamente negativos para o atendimento.

Sem dúvida, a hospitalidade gastronômica proporcionará ao longo dos anos, uma quantidade maior de ações formativas e de empregabilidade social; além de possibilitar diferentes alternativas de inovação para o consumidor atual e futuro enquanto propostas de novos ambientes físicos de trabalho, cardápios, serviços e experiências inusitadas na qualidade de satisfação do cliente.

Finalmente, considera-se que a aplicação do conceito de hospitalidade gastronômica tem como principais protagonistas, os empresários, dirigentes sindicais e governamentais, líderes profissionais e estudantes de turismo, hotelaria, gastronomia, eventos, lazer e nutrição, não necessariamente nesta ordem.

Que a realidade atual se transforme em uma valorização permanente do consumidor, sua motivação, satisfação e sobretudo, por uma hospitalidade profissional em contínua evolução!

04

CAPÍTULO

**Sustentabilidade Social e o
Novo Mercado de Qualificação**

12

José Maria Filho

***CASES DE SUCESSO EM
GASTRONOMIA:
Cardápios Saborosos,
Nutritivos e
Sustentáveis***

José Maria Filho



Jornalista pela UMC Universidade de Mogi das Cruzes, Especialista em Comunicação Científica e Gastronômica, Diretor da JM -Comunicação Assessoria de Imprensa, Editor da Revista Brasileira de Nutrição Funcional, Editor da Revista Alimentos & Inovação Membro do CAE – Conselho de Alimentação Escolar da Cidade de São Paulo, coautor do livro “Nutrição Funcional & Sustentabilidade- Alimentando um Mundo Saudável”, coautor do livro “PANC - Hortaliças Tradicionais e Técnicas Culinárias na Nutrição Hospitalar”, Membro da Associação Brasileira de Jornalismo Científico, Membro da Associação Cozinheiros Sem Fronteiras e Aregala Brasil.

www.alimentoseinovacao.com.br,



CASES DE SUCESSO EM GASTRONOMIA: CARDÁPIOS SABOROSOS, NUTRITIVOS E SUSTENTÁVEIS

José Maria Filho

Inspirados em bases científicas sólidas e nas demandas dos consumidores e profissionais por uma alimentação que proporcione sabor, mas que também seja associada à saúde e à sustentabilidade, é fundamental adotar uma abordagem de gastronomia sustentável 360°. Isso significa que o gestor do negócio deve considerar não apenas o cardápio a ser oferecido, mas também o relacionamento com a cadeia produtiva, a logística, a gestão sustentável, os recursos humanos e a tecnologia.

Após estabelecer essa sinergia, o próximo passo é conectar os clientes a uma experiência gastronômica inovadora e diferenciada, uma verdadeira profusão de aromas, sabores e saberes. Muitas vezes, isso inclui ingredientes originários de comunidades tradicionais, como quilombolas, indígenas, ribeirinhas ou da agricultura familiar. Esses alimentos e ingredientes, frequentemente provenientes dos biomas brasileiros, representam um resgate de uma cultura que foi se perdendo ao longo do tempo.

O comportamento sustentável deve incluir o aproveitamento de partes não convencionais dos alimentos, o estudo de novas receitas e a exploração de possibilidades de aplicabilidade. O consumidor precisa



participar desse processo, que é pedagógico e transformador, influenciando nosso comportamento e nossa cultura alimentar.

Prato Sustentável: Elementos a serem considerados

Alguns pontos são fundamentais para a consolidação de um projeto que contemple os principais pilares da gastronomia sustentável:

- **Conhecimento das cadeias produtivas:** É essencial ter uma conexão profunda com agricultores, cooperativas e agroindústrias. Os alimentos regionais são fundamentais para uma operação sustentável, e a logística deve ser cuidadosamente avaliada no projeto.
- **Conexão com a origem da produção:** Deve-se ter um olhar criterioso para os recursos humanos envolvidos no processo, incluindo a qualidade de vida, saúde e bem-estar dos trabalhadores. Avaliar o potencial de ascensão social e econômica dessas comunidades e empresas ajudará a beneficiar financeiramente e socialmente aqueles que oferecem seus produtos.
- **Identificação de ingredientes locais:** É importante destacar ingredientes que são produzidos exclusivamente naquela região ou município. Isso agrega valor ao produto e atrai clientes interessados em produtos locais.
- **Aquisição direta de insumos:** Sempre que possível, o gestor do restaurante ou empreendimento deve adquirir insumos diretamente do produtor ou de cooperativas que



reúnam esses produtores. Dessa forma, assegura-se que o produto seja valorizado, a subsistência dos produtores seja garantida e evita-se a ruptura no abastecimento. Deve haver um planejamento do consumo, comunicado aos parceiros fornecedores para que possam programar suas produções conforme a demanda.

- **Avaliação dos ingredientes e produtos:** Considerar a certificação orgânica, a origem do extrativismo ou da agricultura familiar é fundamental. Isso garante que o produto seja de alta qualidade. É essencial que o gestor esclareça a realidade da operação aos parceiros para que busquem assistência técnica para o desenvolvimento de processos produtivos e produtos que atendam à demanda do projeto. Assim, a conexão entre o produtor e o gestor do empreendimento é crucial.

Ingredientes dos Biomas brasileiros vem ganhando escala

Os biomas brasileiros — caatinga, amazônia, cerrado e mata atlântica — têm ganhado importância devido aos dados positivos do ponto de vista nutricional e da sustentabilidade que as pesquisas científicas têm apresentado. O aumento da produtividade, a maior consciência dos produtores e consumidores, e a compreensão de que a preservação das árvores e a recuperação de áreas degradadas são fundamentais para o desenvolvimento regional e nacional têm impacto econômico, social e ambiental. Neste contexto, alguns alimentos se



destacam: no Norte, o tambaqui, o cupuaçu, a taperebá e as farinhas de origem; no cerrado, o baru, a farinha de babaçu e o pequi; na mata atlântica, frutos tradicionais como o cambuci, a uvaia, o araçá e a pitanga, todos inseridos na sociobiodiversidade brasileira.

Atualmente, entidades renomadas com grande expertise em sustentabilidade e responsabilidade socioambiental têm fomentado o uso desses alimentos no mercado, mantendo vigilância permanente na preservação dos biomas. Exemplos incluem o Instituto Auá, que há 25 anos promove a preservação e o desenvolvimento de espécies nativas na mata atlântica; a Central do Cerrado, que otimiza a gestão e o comércio dos produtos deste bioma; a Central da Caatinga, que reúne produtores e cooperativas para o desenvolvimento e comercialização dos produtos da caatinga; e a Organização Amazônica “Em Casa Floresta em Pé”, que tem como objetivo fomentar o desenvolvimento regional, fortalecer os agricultores e empreendedores, e organizar a gestão e comercialização desses produtos, tanto para o consumidor final quanto para os profissionais de food service e a indústria.

As PANC – Plantas Alimentícias não Convencionais ganha destaque nas pesquisas científicas e no gosto do consumidor

Há mais de dez anos, pesquisadores, nutricionistas e chefs vêm trabalhando para resgatar as Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC) ou Plantas Tradicionais, que em algum momento foram muito presentes na mesa brasileira, mas que, devido à industrialização, foram sendo esquecidas. Essas plantas estão ganhando importância devido ao



seu potencial nutricional e estão sendo incorporadas aos cardápios de restaurantes comerciais, restaurantes coletivos, hotéis, alimentação escolar, gastronomia hospitalar, entre outros setores do food service.

Entre as PANC destacam-se: ora-pro-nóbis, guasca, almeirão roxo, azedinha, peixinho, beldroega, entre outras já catalogadas pelos pesquisadores.

A nutricionista e pesquisadora Dra. Valéria Paschoal, CEO da VP Centro de Nutrição Funcional, tem realizado, nos últimos dez anos, pesquisas científicas em parceria com diversas universidades de destaque na pesquisa científica brasileira. Seus trabalhos focam nos alimentos dos biomas e nas PANCs, atuando em setores como alimentação escolar, refeições coletivas e outros, para a implementação de cardápios com esses alimentos.

Um dos livros da Editora VP, *“Nutrição Funcional & Sustentabilidade: Alimentando um Mundo Saudável”*, explora os caminhos da alimentação sustentável.

As nutricionistas Weruska Barrios, doutoranda da Faculdade de Saúde Pública da USP (FSP-USP), e Betzabeth Slate, professora associada da Universidade de São Paulo, organizaram o livro *PANC - Hortaliças Tradicionais e Técnicas Culinárias na Nutrição Hospitalar*. Este livro, que pode ser adaptado para os segmentos do food service, reúne oportunidades para a prática da nutrição hospitalar com a inserção de alimentos saudáveis e sustentáveis. O trabalho aborda a Dieta Sustentável e sua aplicabilidade na dietoterapia, além de refletir sobre os benefícios dos Sistemas Alimentares Sustentáveis na qualidade da dieta.



Todos esses alimentos estão em sintonia com as recomendações do *Guia Alimentar para a População Brasileira* (2014), um documento reconhecido mundialmente e disponível eletronicamente e gratuitamente. O guia oferece recomendações para uma alimentação saudável e sustentável, respeitando as culturas tradicionais e a regionalidade, incentivando a agricultura familiar, recomendando o não consumo de produtos alimentícios ultraprocessados e promovendo a sinergia entre alimentação e meio ambiente.

Green Kitchen confere selo para restaurantes que buscam o caminho das práticas sustentáveis

De acordo com os nutricionistas e diretores do Programa Green Kitchen, Mônica Atchabahian e José Aurélio Claro Lopes, o programa, que teve início em 2002 com cursos da FUPAM/PRECX e foi fundado como empresa em 2008, propõe uma série de ações para promover a sustentabilidade na gastronomia. As ações incluem 54 diretrizes para operações, 39 para planejamento físico e a implementação de um selo com métricas e pontuações.

O Green Kitchen é transparente e compatível com programas de sustentabilidade como o Green Building (para arquitetos) e ESG (para administradores), valorizando as empresas e seus colaboradores. Na prática, o programa se destaca por suas soluções mais simples e operacionais de baixo custo, melhorando a qualidade dos produtos servidos e valorizando a empresa no mercado. Além disso, o Green Kitchen eleva os profissionais associados e promove um comportamento



sustentável na gestão, resultando em pratos de maior qualidade e diversidade, com ênfase em produtos agroecológicos da estação de cada bioma.

O Programa Green Kitchen conta com diversos restaurantes aprovados em todas as regiões brasileiras, oferecendo um modelo eficaz de gestão sustentável para o setor. Para mais informações, visite: www.greenkitchen.com.br.

Cases de sucesso sem Restaurantes que ofertam cardápio com sabor, saúde e sustentabilidade

No Brasil, já existem, em várias regiões, diversos estabelecimentos — sejam hospitalares, hoteleiros, restaurantes comerciais, buffets ou cidades que oferecem alimentação escolar sustentável. A seguir, a Cozinheiros Sem Fronteiras apresenta três modelos de empresas de segmentos diferentes que nasceram com o DNA da sustentabilidade em suas operações.

DaSelva: Autenticidade Manauara no polo gastronômico do Centro de São Paulo

É o caso do manauara DaSelva, que iniciou suas operações em junho de 2023 no centro da capital paulista, São Paulo. O estabelecimento está localizado em frente à Biblioteca Mário de Andrade, um ícone cultural da cidade, que contribui para a valorização de tudo o que o centro da cidade oferece aos cidadãos.



Salão Térreo DaSelva com painel de @curumiz, dupla de Parintins-Cred. Helena Castro

O Restaurante DaSelva Peixaria Amazônica une Sabor, Saúde e Sustentabilidade

A rica cultura e culinária amazônica chegou aos paulistanos em junho de 2023 com o lançamento de DaSelva Peixaria Amazônica, no coração de São Paulo. Esta é a nova empreitada dos empresários Jorge Mojica Aguirre e Yanna Freitas.



DaSelva Peixaria Amazônica é mais do que um restaurante; é uma ideia inovadora que busca conectar as pessoas com a região Amazônica por meio da comida. Sua proposta é facilitar ao paulistano o acesso a alimentos típicos da culinária amazônica, como o tambaqui, o pirarucu, a farinha de Urini, o café de Apuí, o açaí do Pará, a geleia de vitória-régia, os aromas das pimentas, além de muitos outros produtos originais.

Para Jorge Mojica Aguirre, “nosso propósito de instalar o restaurante neste endereço foi também o de contribuir para a revitalização do centro da capital paulista. O nome foi escolhido por transmitir a essência da nossa proposta, que é trazer a rica cultura e culinária manauara para o coração de São Paulo. Essa ideia surgiu do



nosso desejo de conectar as pessoas com a região Amazônica por meio da comida, celebrando a cultura manauara e promovendo a sustentabilidade. Nosso objetivo é popularizar a adoção da dieta amazônica regenerativa, que se baseia na utilização de ingredientes originais cultivados e colhidos de forma sustentável na Amazônia, mediante a implementação de sistemas agroflorestais. Também é tokenizada e descentralizada, uma vez que planejamos implementar soluções tecnológicas para facilitar as operações nos ecossistemas produtivos.”

O tripé sabor, saúde e sustentabilidade é a base da gastronomia DaSelva Peixaria Amazônica



O empresário Jorge Aguirre, ao centro a nutricionista e chef Simone Valvassori e a empresária Yanna Freitas - Fotógrafa Helena Castro



Sabor: Representado pela exploração da rica paleta de sabores da Amazônia, apresentando pratos autênticos que realçam sua diversidade gastronômica.

Saúde: Uma dieta baseada em ingredientes amazônicos naturais e nutritivos que promove o bem-estar, a saúde e a longevidade.

Sustentabilidade: O compromisso da empresa com práticas regenerativas, sustentáveis e socialmente justas na seleção e preparo dos ingredientes, com o objetivo de contribuir para a recuperação do ecossistema amazônico.

Para a nutricionista e chef Simone Valvassori, que assina o menu da casa, criar o cardápio foi um desafio empolgante: “Tive que encontrar um equilíbrio entre manter a autenticidade das receitas amazônicas e adaptá-las para o paladar paulistano. Por exemplo, embora tenhamos mantido o uso de pimenta e coentro em muitos pratos, diminuimos um pouco a intensidade para agradar ao gosto local. Alguns pratos são apresentados em sua forma original, enquanto outros foram reinventados para criar uma experiência culinária única.”

Banda de Tambaqui DaSelva – A estrela do cardápio





Banda de Tambaqui sem espinhas - Prato carro-chefe DaSelva Peixaria Amazônica -Cred. Helena Castro

“Nosso carro-chefe é a Banda de Tambaqui, prato para compartilhar que atende 3 pessoas. Uma receita repleta de sabor e tradição amazônica. Nossa banda de tambaqui sem espinhas é cuidadosamente preparada, assada até a perfeição para que a carne suculenta do peixe contraste com a pele crocante. O prato, favorito dos amazonenses, é servido com: farinha de mandioca original da Amazônia, banana da terra assada, baião, vinagrete e molho de pimenta murupi com tucupi”.

Sobremesas baseadas em frutas amazônicas

“Já em relação às sobremesas, DaSelva também tem inspiração amazônica, como no caso da Torta de Cupuaçu. Trabalhamos para equilibrar o sabor único do cupuaçu com a doçura da torta, criando uma sobremesa que é simultaneamente familiar e exótica.”

Torta de Cupuaçu com Queijo Cuia – individual.



Cred. Helena Castro



Outros pratos destaques DaSelva: Caldeirada Amazonense de Tambaqui, Filé de Pirarucu Grelhado ao Molho de Tucupi e Jambú, Pirarucu de Casaca, Bolinho de Tambaqui, Ceviche de Pirarucu, Pato no Tucupi.

Linha de Drinks e bebidas

Caipirinha de Taperebá



Cred. Helena Castro

Com um bar aberto para a calçada, DaSelva propõe drinks clássicos e receitas exclusivas, como a caipirinha de taperebá. Nela, o suco de taperebá é espremido, misturado com cachaça Salinas e um



toque de xarope de açúcar. Agitado com gelo, o drink é finalizado com laranja caramelizada.

O cardápio também oferece sucos naturais de frutas típicas, como bacuri e cupuaçu, chopp, cervejas e uma seleção de vinhos que foram escolhidos para complementar os sabores da cozinha.

Ingredientes amazônicos

O menu DaSelva inclui uma variedade de ingredientes amazônicos que podem ser novidades para o público paulistano. O feijão manteiguinha e a farinha de Uarini, por exemplo, são usados de maneiras criativas nos pratos. As farinhas amazônicas, em particular, são incrivelmente versáteis e podem ser empregadas para tudo, desde empanar até engrossar molhos.

Sobre os peixes, Valvassori destaca: “Inicialmente, estamos focando no Pirarucu e no Tambaqui, que são os mais acessíveis ao paladar paulistano, mas temos planos de introduzir outras espécies de peixes no futuro. Também planejamos expandir nosso cardápio à medida que o restaurante cresce e se desenvolve.”

DaSelva se considera uma startup. Seu propósito é fomentar o acesso de consumidores no Brasil e no mundo a alimentos amazônicos regenerativos

De acordo com Yanna Freitas, sócia proprietária da empresa: “DaSelva propõe contribuir para a economia local na Amazônia ao gerar uma demanda inédita por produtos da dieta amazônica regenerativa nos mercados onde atuará, a começar por São Paulo. Estamos trazendo uma



variedade de produtos da Amazônia para a operação do restaurante e para comercialização em nosso empório, incluindo peixes, frutas, farinhas, entre outros. Nossos planos também incluem o fornecimento desses produtos para o varejo, outros restaurantes e o canal food service, cuja operação deve ter início em meados do segundo semestre de 2023.”

Os fundadores da startup investiram milhares de horas de trabalho no estudo e desenvolvimento dos conceitos, processos e operações necessários para viabilizar a oferta apresentada. Utilizando recursos próprios, o time montou o restaurante na Rua da Consolação: “Essa é a primeira etapa de um programa de crescimento, norteador pelo propósito, que visa gerar impacto positivo em escala. Atualmente, temos na casa 21 funcionários para dois turnos. Todos passaram por um treinamento intensivo para se familiarizar com os ingredientes e métodos de preparação das receitas amazônicas. Projetamos atender 500 clientes por dia entre salão, delivery e empório. Estamos confiantes de que o público paulistano irá apreciar e abraçar a oferta única que o DaSelva tem a oferecer, e estamos atraindo um público diversificado, de entusiastas da gastronomia a pessoas conscientes sobre a sustentabilidade”, destaca Yanna Freitas.



DECK SP Wellbe Gastronomia Funcional no SPFC



Salão do restaurante DECKSP Wellbe no SPFC

O DeckSP Wellbe Gastronomia Funcional iniciou suas atividades em maio de 2023, no Clube Social do SPFC, no Estádio Cícero Pompeu de Toledo, Morumbi, na zona sul da cidade de São Paulo. A proposta é inovadora e diferenciada: levar mais saúde e bem-estar aos associados do clube, atletas e visitantes por meio da gastronomia funcional, orgânica e sustentável, adaptada ao ambiente de um clube esportivo.



Equipe do DECKSP com a chef Lu Rocha e a Nutricionista Flávia Zibordi Consultora Técnica do Restaurante

A chef Lu Rocha, responsável pela operação e especialista em Gastronomia Funcional, destaca: “Todo o projeto do restaurante Deck SP WellBe foi idealizado com o objetivo de trazer saúde e qualidade de vida para os associados do SPFC por meio da alimentação saudável e funcional. Desde a escolha dos fornecedores, nos preocupamos em firmar parcerias que compartilhassem o mesmo propósito de sustentabilidade e valores. Foi um grande e árduo trabalho feito com a equipe de marketing, jornalistas e amigos para conseguir mostrar que o valor agregado ao prato fosse entendido com apreço pela vida própria e pela saúde do meio ambiente.

Trouxemos para o menu um cardápio rico em alimentos orgânicos, sustentáveis e altamente funcionais. Respeitando e



valorizando os biomas do Brasil, incluímos o fruto cambuci da Mata Atlântica, guaraná de uma pequena comunidade da floresta amazônica, castanhas do baru nativas do cerrado e farinha de mandioca e coco da Bahia.

Além de todos os conceitos, atingimos também o público da academia e praticantes de esportes coletivos, que consomem muitos pratos com suplementos alimentares. É importante comunicar sobre o conceito, valores e missão; só assim conseguimos a adesão de todos os clientes, que retornam felizes e satisfeitos.”



Para viabilizar a operação, a Chef Lu Rocha iniciou todo um trabalho de apresentação da proposta para os futuros parceiros do projeto. Foram 6 meses de conversas, alinhamentos com as marcas para



se chegar a um modelo ganha-ganha, sustentável financeiramente para ambas as partes.



A chef Lu Rocha e equipe do Restaurante DECKSP Wellbe – no SPFC-SP.

Algumas iniciativas do projeto: para viabilizar a introdução de salmão sustentável no cardápio, foi estabelecida uma parceria institucional com uma organização que fomenta o mercado de pescado do Alasca. Esta organização fornece informações técnicas e conceitos sobre o trabalho com esse pescado, que é originário do estado do Alasca (EUA). O fornecimento é feito por um distribuidor autorizado. Esse salmão, assim como os demais pescados daquela região, vem dos mares profundos do Alasca, onde a pesca é permitida apenas durante 6 meses ao ano. São animais selvagens, portanto, alimentam-se de forma natural, e seus níveis de ômega-3 são preservados. Toda a tecnologia de



ultracongelamento em alto-mar garante um produto excepcional em qualidade. Já é o segundo prato mais comercializado no DeckSP WellBe.



Wrap e Salmão selvagem do Alaska, um dos pratos mais comercializados no DECKSP Wellbe

Ainda no campo das proteínas animais, foi estabelecida uma parceria com uma empresa especializada para o fornecimento de frangos e ovos caipiras. Em relação à proteína suína, a origem é de porcos caipiras. Na categoria de lácteos, uma empresa parceira fornece queijos e derivados certificados como orgânicos e de baixo carbono.

Alimentos dos biomas brasileiros

Também foi estabelecida uma parceria com o Instituto Auá de Responsabilidade Socioambiental, que promove o fomento na Mata Atlântica. Essa parceria viabilizou a introdução do suco de cambuci no menu e a oferta de sorvetes feitos com frutos da Mata Atlântica, entre outros itens.



Na categoria hortifrutí, a parceria contemplou produtos orgânicos e pré-higienizados. Além disso, empresas fornecem ingredientes e suplementos para a elaboração de receitas fitness e funcionais para atletas e praticantes de atividades e modalidades esportivas.

Demais itens, como grãos e gorduras, são orgânicos. O restaurante também oferece opções veganas, sem glúten e sem lactose.



Avocado Toast um dos pratos mais vendidos do DECKSP WellBe e sorvete de cambuci

Qualidade da água

Uso da água: Foi estabelecida uma parceria com uma empresa processadora e purificadora de água, que elimina até 99% do cloro da água, garantindo um índice de pH equilibrado e um alto poder alcalinizante. Essa água é utilizada em toda a operação do restaurante e, além disso, filtros são disponibilizados a todos os usuários do clube.



O DeckSP WellBe atende atualmente 3 mil usuários, e a meta é chegar a 11 mil usuários do SPFC.

Em breve será inaugurada a segunda etapa do projeto: o Restaurante Deck Piscina.



Perspectiva do novo Restaurante DECKSP piscina que deverá ser inaugurado em breve.

Restaurantes da Rede Hospitais São Camilo SP inovam seus cardápios com horta própria em 16 mil metros quadrados, produção sem uso de agrotóxicos e mais de 50 espécies de PANC – Plantas Alimentícias não Convencionais.

Tudo teve início no Hospital São Camilo, unidade Granja Viana, em São Paulo. Com a ampliação do espaço cultivado, foi possível transformar os cardápios dos pacientes e colaboradores.

O Hospital Granja Viana, que integra a rede de Hospitais São Camilo em São Paulo, é uma unidade de cuidados paliativos localizada em uma antiga fazenda, onde sempre foram cultivados pomares e



cultivares, como mandioca e uva, além de hortas com vegetais e legumes convencionais. A produção sempre foi utilizada pela cozinha para a alimentação de pacientes e colaboradores.



Hospital São Camilo - Granja Viana - SP

A nutricionista Tatiana Cristina Sales Bononi, gerente de nutrição corporativa da Rede de Hospitais São Camilo de São Paulo, deu um panorama de como foi a implantação de horta própria para abastecimentos de todas as unidades hospitalares do grupo e a introdução das PANC.



A nutricionista Tatiana Bononi recebendo o prêmio do CRN-3

Aproveitando o espaço da horta, com áreas ociosas e subutilizadas, contamos com a assistência e consultoria do Instituto Kairós. A equipe de agrônomos, incluindo o especialista em PANC e agroecologia Guilherme Ranieri, realizou uma visita técnica. Após meses de contato com o Instituto, recebemos orientações para dar uma nova utilidade à horta. Ranieri nos mostrou que já tínhamos diversas PANC na horta e sugeriu o início de um projeto que incluísse essas plantas alimentícias não convencionais. Com o auxílio do Instituto Kairós, foi possível ampliar o espaço da horta para incluir as PANC.

Como agentes de sustentabilidade, precisamos entender o manejo do solo, saber plantar na época certa e o que plantar. Além do Instituto Kairós, contamos com nossos colaboradores técnicos, como nutricionistas de produção e clínica, e a equipe operacional, composta



por seis auxiliares de jardinagem e jardineiros, que estão engajados no manejo da horta.

Horta Urbana São Camilo possui uma área com mais de 16 mil metros quadrados que abriga 66 espécies de verduras e legumes convencionais e 44 espécies de PANC – Plantas Alimentícias não Convencionais



PANC na Horta Urbana do Hospital S. Camilo Granja Viana SP



Horta Urbana do Hospital São Camilo – Granja Viana-SP



Na horta, temos atualmente mais de 66 tipos de alimentos convencionais cultivados sem agrotóxicos. Citamos alguns deles: abacate, espinafre, abobrinha, acelga, acerola, agrião, capim-cidreira, cebolinha, chuchu, coentro, hortelã, pimentão verde, rúcula, salsa, manjericão, entre outros. Também cultivamos mais de 44 espécies de PANC (Plantas Alimentícias Não Convencionais), como acelga colorida, azedinha, amaranto, chaya, celósia, grumixama, guasca, nirá, trapoeraba, vinagreira, entre muitas outras.

A ideia de aumentar a área de plantio com PANC está totalmente alinhada aos nossos objetivos, que visam proporcionar aos nossos colaboradores e pacientes uma alimentação mais saudável e livre de agrotóxicos, promovendo seu bem-estar. Além disso, recebemos orientação sobre técnicas para aplicar em receitas saudáveis e saborosas com as PANC.

Um dos nossos diferenciais é o processo de compostagem, no qual utilizamos todas as sobras de produção da cozinha em nossa composteira própria. Os substratos resultantes são usados para a adubação da horta, permitindo a redução de 100% dos resíduos orgânicos, que são totalmente reaproveitados. Assim, conseguimos reduzir significativamente os poluentes que contaminam o solo, um elemento importante para a sustentabilidade.

As etapas de implantação foram feitas respeitando o tempo de cada um

As etapas foram conduzidas no ritmo de cada um, com o cuidado de observar o tempo dos colaboradores. Evitamos correria para



que eles não se sentissem intimidados com novas técnicas e novas pessoas. Trabalhamos no tempo certo, respeitando até mesmo o tempo da natureza.

Os consultores do Instituto Kairós nos apresentaram os conceitos de agroecologia. Primeiro, foram os nutricionistas que receberam informações sobre sazonalidade, produção e os manejos necessários para a horta. Eles ensinaram técnicas de cultivo dentro da unidade Granja Viana. Recebemos todo o treinamento necessário para, na sequência, replicá-lo para a equipe operacional de cozinha e do campo.

Mudanças de paradigma, muitas formações foram necessárias tanto na horta como na cozinha



Equipe recebendo certificado e a Nutricionista Tatiana Bononi

Foi realizado um estudo para planejar a produção da horta de acordo com as demandas e o planejamento do cardápio. Fizemos uma



troca de conhecimentos com os consultores do Instituto Kairós e os colaboradores da horta, que cuidam da produção no campo. Além disso, aprendemos que as plantas não precisam ficar sozinhas no canteiro; elas podem viver em consórcio, onde uma planta fortalece o crescimento da outra. Com isso, obtivemos alimentos cada vez mais bonitos e saudáveis, permitindo-nos atingir nosso objetivo de oferecer saúde no prato para nossos pacientes e colaboradores.

Com o aumento da produção, foi possível iniciar gradativamente a distribuição para as cinco unidades do Hospital São Camilo, começando com alimentos convencionais e, posteriormente, incluindo a formação da horta para cozinheiros, técnicos e nutricionistas. Uma vez por mês, a equipe recebia treinamento em campo sobre o uso dos alimentos convencionais e, principalmente, dos não convencionais. Além da horta, realizávamos uma formação específica para cada PANC.

Salto na produção de 25 espécies em 2019 para 105 no final de 2023





Em 2022, a produção da horta alcançou 27.627 kg, e a quantidade de ervas aromáticas para chás e temperos também teve um aumento significativo, chegando a 3.226 maços. O número de variedades aumentou consideravelmente, passando de 25 espécies em 2020 para 55 no final de 2023, incluindo mais de 105 espécies entre convencionais e PANC.

Com esse aumento, despertamos na equipe de cozinha o desejo de criar receitas. Com a ajuda dos estagiários de nutrição, nutricionistas e técnicos de produção, foram elaboradas fichas técnicas e novas receitas tanto na Granja Viana quanto nas demais unidades hospitalares da São Camilo. Atualmente, todos os dias recebemos alimentos da horta, que não se limitam apenas às PANC. Há uma presença diária de vegetais, temperos, ervas para chás e até flores comestíveis.

Com essa revolução na categoria de vegetais, agora com produção e abastecimento em todas as unidades hospitalares, voltamos nosso olhar para a categoria de ultraprocessados. Reunimos esforços para substituir gradativamente esses itens. Por exemplo, nosso ketchup é elaborado em nossas cozinhas; excluimos embutidos do cardápio e retiramos caldos industrializados, substituindo-os por caldos caseiros de frango, carne ou legumes. Enfim, tudo o que foi retirado de ultraprocessados não retornou, e estamos avançando para a retirada de novos itens dessa categoria, seguindo esse padrão em todas as unidades da São Camilo.



Cardápios Vegetarianos



Usamos a casca louca, a coxinha de jaca, o “peixinho da horta”, entre outras preparações para clientes vegetarianos, e muitas receitas utilizam PANC.

Com isso, a grande maioria da nossa população camiliana, tanto pacientes quanto colaboradores, recebe essa alimentação. Tomamos cuidado apenas com algumas patologias e com possíveis elementos antinutricionais que podem estar presentes em algumas PANC. Contudo, normalmente não há restrições, e a maioria das pessoas pode receber essa alimentação.

Guasca – PANC que remete ao sabor salgado

Usamos muito a guasca como substituto do sal. Essa PANC, que tem um sabor salgado, é excelente para temperos e está disponível no

restaurante para que os colaboradores possam utilizá-la nas saladas. Utilizamos a guasca especialmente em dietas hiposódicas. Atualmente, 70% dos pacientes aceitam bem e apreciam o sabor que a guasca proporciona, tornando os alimentos mais saborosos.

OMELETE DE GUASCA E QUEIJO

PREPARO 30 min BEM-ESTAR 1 PONTO FACIL



Processos



Folha de Guasca higienizada e pronta para ser usada



Corte Chiffonade da Guasca em taboa de hortifruti verde



Omelete pronto para ir ao forno

OMELETE DE GUASCA E QUEIJO

PREPARO 30 min BEM-ESTAR 1 PONTO FACIL



Ficha Técnica

Ingredientes	Medida	Quantidade	Preço Bruto (R\$/un)	Preço Líquido (R\$/un)	F.C.
Carne moída picada em cubos congelada	2 colheres de sopa	15,00	13,00	1,00	
Tomate Italiano picado em cubos congelados	2 colheres de sopa	25,00	25,00	1,00	
Maionese	2 colheres de chá	55,00	55,00	1,00	
Queijo	4 unidades	212,00	196,00	1,11	
Queijo Mussarela picado em cubos congelados	½ xícara de chá	500,00	450,00	0,90	
Sal	1 pitada	1,00	1,00	1,00	
Ovos	3 colheres de sopa	83,00	83,00	1,00	

Preço total (R\$)	KC	Recebimento (R\$)	Nº porções	Preço porção (R\$)	Tempo Preparo (minutos)
72,00	0,93	72,00	1	72,00	20

- Utensílios:** Colher de servir, fouet, faca do chef, placa de corte verde, bowl, ramequin
- Equipamentos:** Forno, balança digital, termômetro

CASCA LOUCA DE BANANA

PREPARO 30 min BEM-ESTAR 1 PONTO FACIL



Ingredientes

- 23 unidades de bananas prata verde
- 9 xícaras de chá de água filtrada
- 2 dentes de alho picado
- 1 tomate italiano
- ½ cebola amarela
- 3 colheres de sopa de salsinha
- 1 colher de sopa de óleo de soja
- ½ colher de café de sal de ervas

Modo de preparo

- Em uma panela, colocar as bananas, cobrir com água e deixar cozinhar;
- Picar o alho, o tomate, a cebola em cubos pequenos e a salsinha em arca.
- Tirar as cascas das bananas cozidas, cortar as pontas e desfiar as cascas com o auxílio de um garfo;
- Adicionar óleo de soja em uma frigideira e colocar o alho, deixar dourar;
- Adicionar a cebola, o tomate, a salsinha e as cascas das bananas desfiadas;
- Deixe refogar, e por fim, colocar o sal de ervas.

CASCA LOUCA DE BANANA

PREPARO 30 min BEM-ESTAR 1 PONTO FACIL



Ficha Técnica

Ingredientes	Medida	Quantidade	Preço Bruto (R\$/un)	Preço Líquido (R\$/un)	F.C.
Banana prata verde	23 unidades	1.960,00	420,00	1,00	
Água	9 xícaras de chá	2.100,00	2.100,00	1,00	
Alho picado em cubos congelados	2 dentes de alho	12,00	12,00	1,00	
Tomate Italiano	1 unidade	114,00	100,00	1,14	
Cebola amarela	½ unidade	119,20	105,00	1,13	
Salsinha	3 colheres de sopa	30,00	30,00	1,00	
Óleo de soja	1 colher de sopa	5,00	5,00	1,00	
Sal de ervas	½ colher de café	0,05	0,05	1,00	

Preço total (R\$)	KC	Recebimento (R\$)	Nº porções	Preço porção (R\$)	Tempo Preparo (minutos)
420,00	1,00	420,00	1	420,00	40

- Utensílios:** Panela, faca do chef, garfo, frigideira, espátula de silicone, bowl
- Equipamentos:** Fogão, balança digital

Inhame e biomassa de banana verde para preparações cremosas



Molho de Alho com **BIOMASSA**



O nosso Molho de Alho foi feito com Biomassa de Banana Verde. Além de ser rica em fibras, ela auxilia na redução da absorção de gordura no organismo



Catchup **CASEIRO**

Hoje você vai experimentar a receita de catchup feita em nossa cozinha. O tomate é rico em licopeno, substância que auxilia no combate ao câncer de próstata





Utilizamos a biomassa de banana verde e o inhame nas dietas cremosas, principalmente na unidade Granja Viana. Nas demais unidades, ainda não em sua totalidade, devido à quantidade disponível. É importante ressaltar que todas as PANC são muito bem-vindas na nossa dieta; no entanto, antes de adotá-las nas preparações, precisamos buscar conhecimento sobre elas. Devemos identificar se as espécies são comestíveis, como manejá-las, se podem ser consumidas cruas ou apenas cozidas, e tomar todas essas precauções para evitar qualquer problema de saúde. Algumas espécies, como a ora-pro-nóbis e a taioba, devem ser consumidas após um breve branqueamento (fervura rápida).

O feedback dos colaboradores foi muito importante. Todos ficaram satisfeitos com a formação e capacitação para a utilização de PANC na produção, e muitos incorporaram essas práticas em sua rotina alimentar. O mesmo ocorre com os pacientes e colaboradores, que têm dado retorno muito positivo. Eles relatam que passaram a enxergar a natureza de uma forma diferente e estão compartilhando esse conhecimento com familiares e amigos. Acredito que estamos formando multiplicadores para a sustentabilidade social, que é um dos objetivos do nosso projeto.

Tatiana Conquista o Prêmio Eliete Salomon Tudisco 2023 concedido pelo Conselho Regional de Nutricionistas da 3ª Região

Com esse projeto, a nutricionista Tatiana Cristina Sales Bononi recebeu o prêmio Eliete Salomon Tudisco como Nutricionista do Ano,



concedido pelo CRN 3 – Conselho Regional de Nutricionistas da 3ª Região.

Ela destaca: “Foram anos de trabalho, estudos e a busca pela melhor forma de realizar as coisas, refazendo caminhos. Quando recebi o prêmio, a sensação foi ímpar, a de dever cumprido. No entanto, não é o fim; é um combustível para avançarmos e conquistarmos mais espaços. Não é fácil, mas não é impossível. Com uma equipe engajada e com o mesmo pensamento, podemos ir muito longe. Não vejo isso como a reta final, mas como o meio do caminho. Há muitos parceiros com os quais podemos trabalhar juntos. Queremos que nossa horta seja um exemplo para outros hospitais, setores da alimentação, gastronomia e nutrição, oferecendo uma alimentação de qualidade que respeite o meio ambiente e proporcione mais vida à natureza. Ganhar o prêmio é uma conquista significativa, e sou grata por olhar para trás e ver que tudo o que foi feito valeu muito a pena.”

Tatiana Cristina Sales Bononi é bacharel em Nutrição, com pós-graduação em Gestão de Negócios de Alimentação e Nutrição pelo Centro Universitário São Camilo. Atualmente, é gerente de Nutrição Corporativa da Rede de Hospitais São Camilo de São Paulo e está cursando pós-graduação em Sustentabilidade: Meio Ambiente, Organizações e Negócios Sustentáveis pela UNESCO.



Fontes pesquisadas para o texto

Saiba Mais em: <https://www.tourbrasil360.com/hospital/sao-camilo/granja-viana/>

Instagram: Tat1cris.

1- Slater, Betzabeth; Barrios, Weruska Davi PANC - Hortaliças Tradicionais e Técnicas Culinárias na Nutrição Hospitalar. / Betzabeth Slater, Weruska Davi Barrios. São Paulo: edição do autor, 2021.

Acesso livre: <https://fsp.usp.br/ecco/index.php/panc-hortalicas-tradicionais-e-tecnicas-culinarias-na-nutricao-hospitalar/>

2- Paschoal, Valéria; Baptistella, Ana Beatriz, Neiva dos Santos. “Nutrição Funcional & Sustentabilidade: alimentando um mundo saudável”. São Paulo Valéria Paschoal Editora Ltda 2017.

<https://loja.faculdadevp.com.br/livros/>

3- Guia Alimentar para a População Brasileira/Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica, 2 ed. Brasília Ministério da Saúde. 2014 “,

Disponível para acesso em:

https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf?utm_source=referral&utm_medium=site+idec&utm_campaign=ded+guia+alimentar



13

**Gislene Boaventura da
Rocha**

**COZINHANDO COM
NUTRIÇÃO**
*Sabor e Saber:
Gastronomia do ABC
para o mundo e a
importância do
Cozinhando com
Nutrição*

Gislene Boaventura da Rocha



Especialista em nutrição clínica pelo centro Universitário São Camilo. Formada em Gastronomia pela Escola Sabor e Saber e Membro do Aregala Internacional e Cozinheiros sem Fronteiras. Esteve em 26 países experimentando novos sabores e aprendendo sobre alimentação e comportamento alimentar. Palestrante e recebeu o prêmio de melhores do ano ficando em 1º lugar na categoria nutricionista em Santo André – Brasil.



COZINHANDO COM NUTRIÇÃO

SABOR E SABER: GASTRONOMIA DO ABC PARA O MUNDO E A IMPORTÂNCIA DO COZINHANDO COM NUTRIÇÃO

Gislene Boaventura Da Rocha

“A arte culinária, aliada à gastronomia, influenciando comportamentos alimentares com suas vivências e experiências.”

A Escola Sabor e Saber Gastronomia tem várias parcerias, com destaque para a Dra. Gislene Rocha, que atua como nutricionista clínica, gastronômica e comportamental, e é membro do AREGALA e dos Cozinheiros Sem Fronteiras Internacional. Em 2008, iniciamos nossa parceria com trabalhos pedagógicos gastronômicos e nutricionais, envolvendo vivências práticas em uma cozinha profissional e valorizando o ato de cozinhar.

É uma parceria de muitos anos de sucesso com a nutricionista Dra. Gislene Rocha, que realiza um trabalho diferenciado em nutrição comportamental e outras áreas, com o objetivo de ampliar os conhecimentos alimentares através de atividades lúdicas durante o ato de cozinhar. Para os alunos, experimentar novas receitas e técnicas gastronômicas em uma escola de gastronomia torna esses momentos inesquecíveis. Sob a liderança da chef e educadora alimentar Dra. Ana



Tomazoni, tudo se transforma em um grande banquete, seja para crianças ou adultos.

Os temas abordados variam conforme o objetivo, incluindo cursos como Alimentação e Emagrecimento Consciente, Introdução Alimentar, Cozinha do Diabético, entre outros temas relacionados a empreendedorismo e esportes. Com diferentes cardápios e momentos de grande aprendizagem ao redor da mesa em um grande banquete, os cursos também incluem etiqueta à mesa, com detalhes para momentos prazerosos, valorizando a saúde e a longevidade.

Nos encontros, são abordados diversos temas, tais como:

- Ampliar o grau de consciência alimentar.
- Compreender sobre alimentação saudável, mas ainda encontrar dificuldades em aplicar esses conhecimentos no dia a dia devido a crenças e fatores limitantes.
- Vivenciar experiências gastronômicas com foco em uma alimentação saudável e prazerosa.
- Planejar, comprar, preparar e armazenar alimentos de forma eficiente.
- Buscar mais criatividade no cardápio e explorar diferentes formas de preparar os alimentos.
- Emagrecer e manter os resultados, equilibrando prazer e saúde.
- Libertar-se de regimes, dietas e fórmulas mágicas.
- Resolver o efeito sanfona, compreendendo suas causas e não apenas tratando os sintomas relacionados ao peso corporal.



- Aprender a variar as receitas, conhecendo os ingredientes e as novas tendências.
- Empreender no ramo da alimentação, utilizando técnicas de preparo, conservação e armazenamento dos alimentos.
- Divertir-se com o ato de cozinhar e aproveitar todas as oportunidades para crescer, aprender e evoluir em termos de saúde.
- Introdução alimentar.
- Desenvolvimento de cardápios e lancheiras para crianças.

Dessa forma, nossos encontros têm como proposta unir técnicas de gastronomia, desde o preparo até a harmonização e apresentação dos pratos, com os aspectos da nutrição comportamental. Acreditamos que, tão importante quanto o que você come, é como você se sente, pensa e fica após o ato de comer. Em um grande banquete lúdico, com bancadas educativas, receitas e alimentos variados, tanto nacionais quanto internacionais, e uma pitada de arte e interatividade celebrando a vida, a mágica acontece! Tudo isso é acompanhado por muitas degustações.

No quesito "Cozinhando com Nutrição", nossos objetivos priorizam:

1. Fazer com que o paciente ou aluno se torne consciente de sua alimentação e de seu corpo, e que o ato de cozinhar aproxime-o de seus familiares, amigos e relacionamentos, proporcionando prazer e bem-estar.
2. Garantir que cada tema, encontro e vivência seja uma nova descoberta e oportunidade de aprendizagem.



E após essa vivência inédita, você terá uma maior consciência sobre como cuidar da sua saúde física e emocional, e como isso pode influenciar seu comportamento alimentar. Assim, conseguirá fazer escolhas que promovam uma vida melhor, tanto para você quanto para os outros!

A gastronomia e a nutrição estão constantemente evoluindo para atender às crescentes demandas dos consumidores por opções de alimentos mais saudáveis e nutritivos. Uma das novas tendências notáveis na gastronomia é a fusão entre culinária e nutrição, onde chefs e profissionais de alimentos estão colaborando com nutricionistas para criar pratos que sejam ao mesmo tempo deliciosos e benéficos para a saúde. Essa abordagem inovadora está trazendo mudanças significativas para a indústria alimentícia.

Chefs que incorporam a nutrição em sua culinária priorizam ingredientes frescos, sazonais e nutritivos, utilizando mais frutas, vegetais, grãos integrais e proteínas magras em seus pratos. Ao trabalhar em conjunto com a nutrição, os chefs estão criando refeições que respeitam o equilíbrio saudável de macronutrientes (proteínas, carboidratos e gorduras) e micronutrientes (vitaminas e minerais), atendendo assim às necessidades nutricionais dos clientes.

A tendência da gastronomia voltada para a nutrição não se limita a pratos leves; é uma abordagem que cria alternativas saborosas para atender às preferências dos clientes que desejam comer de forma saudável sem comprometer o sabor. Isso inclui pratos vegetarianos e



veganos, opções sem glúten e outras adaptações que mantêm a excelência gastronômica.

A fusão entre culinária e nutrição também está aumentando a conscientização sobre a origem dos alimentos, a sustentabilidade e o impacto ambiental. Está-se escolhendo ingredientes locais e sazonais sempre que possível, reduzindo o desperdício de alimentos e promovendo práticas mais sustentáveis na cozinha.

Além de criar pratos saudáveis, essa colaboração desempenha um papel fundamental na educação do consumidor sobre escolhas alimentares conscientes. Compartilham informações sobre os benefícios nutricionais dos pratos e incentivam um estilo de vida mais saudável por meio da comida. Em muitos casos, restaurantes e estabelecimentos de alimentos estão se tornando aliados na promoção da saúde, oferecendo menus com opções balanceadas recomendadas para pessoas com condições específicas, como diabetes, hipertensão ou alergias alimentares, entre outras.

A importância do Cozinhando com Nutrição

Aprender a cozinhar é uma habilidade fundamental e valiosa por várias razões:

- **Saúde:** Cozinhar suas próprias refeições permite que você controle os ingredientes, ajudando a evitar aditivos prejudiciais, excesso de sal e açúcar. Escolhendo ingredientes frescos e saudáveis, você contribui para uma dieta equilibrada.



- **Economia:** Preparar refeições em casa geralmente é mais econômico do que comer fora ou pedir delivery regularmente. Comprar ingredientes em grande quantidade e preparar porções maiores pode resultar em economia a longo prazo.
- **Sustentabilidade:** Cozinhar em casa reduz a quantidade de embalagens descartáveis e o desperdício de alimentos. Além disso, você pode optar por ingredientes locais e sazonais, apoiando a produção local e diminuindo a pegada de carbono.
- **Criatividade:** Cozinhar é uma forma de arte. Experimentar diferentes receitas, ingredientes e técnicas permite criar pratos únicos, oferecendo uma oportunidade para expressar sua criatividade na preparação de alimentos.
- **Conexão Social:** Cozinhar para amigos e familiares pode fortalecer os laços sociais. É uma atividade compartilhada que cria momentos especiais e memórias, promovendo interação e prazer em grupo.
- **Independência:** Saber preparar uma refeição confere independência. Não depender apenas de alimentos prontos ou restaurantes significa que você pode se alimentar bem, mesmo quando está sozinho ou em situações desafiadoras.
- **Bem-estar Emocional:** Preparar refeições pode ser terapêutico. Muitas pessoas acham relaxante cozinhar, e o ato de preparar comida pode ter um impacto positivo no seu bem-estar emocional.



- **Habilidade Essencial:** Cozinhar é uma habilidade prática que todos deveriam ter. É útil em diversas situações, como acampamentos, viagens, emergências e para ajudar os outros em momentos de necessidade.

Em resumo, aprender a cozinhar não se resume a preparar alimentos; é uma habilidade que promove a saúde, a sustentabilidade, a economia, a criatividade, a conexão social, a independência, o bem-estar emocional e é essencial para a vida cotidiana.

Unir nutrição e gastronomia pode trazer uma série de benefícios significativos, que são:

- **Refeições mais saudáveis:** Ao combinar conhecimentos de nutrição e gastronomia, é possível criar refeições que sejam não apenas deliciosas, mas também nutritivas. Os chefs podem adaptar receitas para torná-las mais saudáveis, incorporando ingredientes ricos em nutrientes e reduzindo o uso de gorduras saturadas, açúcares e sódio.
- **Educação nutricional:** Compreendendo os princípios da nutrição, os chefs podem educar os clientes sobre escolhas alimentares saudáveis. Eles podem fornecer informações sobre os benefícios dos ingredientes usados nas receitas, ajudando as pessoas a tomar decisões alimentares mais conscientes.
- **Variedade e diversidade:** Combinar nutrição e gastronomia permite a criação de uma ampla variedade de pratos saudáveis e saborosos. Isso ajuda a combater a monotonia na dieta e incentiva as pessoas a experimentarem novos alimentos e



sabores, o que pode ser especialmente benéfico para quem tem restrições alimentares ou alergias.

- **Promoção de hábitos alimentares saudáveis:** Ao criar refeições saudáveis que são igualmente saborosas, é mais provável que as pessoas optem por escolhas alimentares melhores. Isso pode contribuir para a promoção de hábitos alimentares saudáveis a longo prazo, reduzindo o risco de doenças relacionadas à dieta, como obesidade, diabetes tipo 2 e doenças cardíacas.
- **Melhora da saúde da comunidade:** Restaurantes, escolas e outras instituições que combinam nutrição e gastronomia em suas ofertas contribuem para a melhoria da saúde da comunidade. Ao oferecer opções saudáveis e saborosas, eles ajudam a criar uma cultura alimentar mais saudável e consciente.
- **Inovação na indústria alimentícia:** A combinação de nutrição e gastronomia também impulsiona a inovação na indústria alimentícia. Novas técnicas culinárias e ingredientes saudáveis podem inspirar produtos alimentícios inovadores que atendem à demanda crescente por alimentos saudáveis e saborosos.
- **Apoio a necessidades dietéticas específicas:** Profissionais que entendem tanto de nutrição quanto de gastronomia podem criar refeições adaptadas para atender a diferentes necessidades dietéticas, como dietas vegetarianas, veganas, sem glúten ou com restrição de lactose. Isso garante que pessoas com diversas



necessidades alimentares possam desfrutar de uma experiência gastronômica completa.

Em última análise, a combinação de nutrição e gastronomia não apenas melhora a qualidade das refeições, mas também contribui para a promoção de escolhas alimentares saudáveis e para a criação de uma comunidade mais saudável e bem informada sobre nutrição. A gastronomia é muito mais do que apenas preparar alimentos; é uma arte que une pessoas, culturas e tradições ao redor do mundo. A nutrição, por sua vez, é tão essencial quanto o ar que respiramos.



14

**Celso dos Santos Silva
&
Carmen de Lourdes Guarize
Ferraz**

***FESTIVAIS
GASTRONÔMICOS -
OPORTUNIDADES DE
QUALIFICAÇÃO E
EMPREGABILIDADE***



Celso dos Santos Silva



Pós-Doutor em Educação e Administração, Ph.D em Administração pela FCU - Florida Christian University (Orlando - Flórida - USA), Mestre em Administração e Especializações em Hotelaria, Administração e Tecnologia Educacional, Bacharel em Turismo. Consultor e Professor Universitário em Gastronomia e Gestão. Vice Presidente Internacional de Aregala e Presidente de Cozinheiros Sem Fronteiras. Membro da

Academia Brasileira de Gastronomia, CNTur - Confederação Nacional do Turismo e SinResBar - Sindicato de Restaurantes e Bares de São Paulo.

Carmen de Lourdes Guarize Ferraz



Graduada em Administração Hoteleira e Mestrado em Turismo com foco em Gastronomia e Hospitalidade, Bartender e Sommelier internacional. Experiência de 25 anos em treinamento e consultoria, vivências Internacionais em Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Peru, Equador, Cuba, Costa Rica, México, USA, Portugal, Espanha, França, Itália, Finlândia e Polónia. Docente de Alimentos e Bebidas desde 2000 (coquetelaria, enologia, serviços

e atendimento, eventos, projetos e gestão). Vice-Presidente de CSF - Cozinheiros sem Fronteiras – Brasil; RRPP de Aregala – Asociación de Restauradores Gastronómicos de Las Americas. Mídias profissionais:



FESTIVAIS GASTRONÔMICOS - OPORTUNIDADES DE QUALIFICAÇÃO E EMPREGABILIDADE

Celso dos Santos Silva
Carmen de Lourdes Guarize Ferraz

O universo gastronômico internacional desenvolve-se de diversas maneiras, e uma delas é através da organização e desenvolvimento de eventos denominados festivais gastronômicos. Existem 2 (duas) modalidades:

- a) Os internos, em restaurantes e demais empreendimentos gastronômicos, por um determinado período, que geralmente não ultrapassa 2 semanas;
- b) Os externos, desenvolvidos em centros de eventos, espaços destinados a exposições, feiras e assemelhados, hotéis, clubes e recintos públicos.

Os eventos de natureza interna são planejados com duração de uma semana até um mês, geralmente explorando um gênero alimentício específico ou prato, cardápios regionais ou étnicos. Exemplos incluem o Festival do Palmito, Festival do Strogonoff, Festival Gastronômico do Sul de Minas, Festival de Cozinha Andina e Festival Gastronômico Austríaco. Esses eventos são atividades de caráter informativo e promocional que propiciam muito crescimento na demanda, receita e lucratividade, além de reforçar fortemente a marca e a imagem do empreendimento gastronômico perante o público consumidor e outros mercados potenciais de consumo gastronômico.



Por outro lado, os eventos de natureza externa são estratégias poderosas de marketing gastronômico, que podem mobilizar o poder público, empresas de alimentos e bebidas e outros profissionais (chefs de cozinha, sommeliers, bartenders etc.). Podem ser oferecidos gratuitamente em feiras ou congressos turísticos, hoteleiros ou gastronômicos, ou explorados comercialmente como uma forma de atualização e/ou aperfeiçoamento profissional.

Nesse aspecto, o festival gastronômico também é uma ferramenta relevante de hospitalidade social ou comercial com públicos em geral ou específicos, proporcionando acolhimento, entretenimento, bem-estar, interação cultural, incentivo ao aprendizado, troca de experiências e motivação cognitiva. Eventos dessa natureza oferecem inúmeras oportunidades de qualificação para os participantes, envolvendo temas de aprendizado contínuo, clássicos e contemporâneos, gastronomia líquida e sólida, produção alimentar artesanal e industrial, entre outros.

Na atualidade pós-pandemia, com a retomada econômica dos eventos, há um crescimento gradual da oferta de empregos, seguido de uma necessidade urgente de qualificação, requalificação, atualização e aperfeiçoamento da mão de obra já existente nos setores específicos e de uma nova geração de futuros profissionais de hospitalidade e gastronomia. A busca constante pelo aprimoramento de habilidades profissionais passa obrigatoriamente pelas vivências em festivais, bem como pelo atendimento eficiente das demandas do novo mercado de trabalho.



Percebe-se, de forma nítida, no mercado de eventos da cidade de São Paulo, esses novos movimentos de capacitação. Por exemplo, um salão internacional de bebidas não alcoólicas informa, motiva e começa a qualificar pessoas para o segmento específico/tendência de coquetéis soft drinks, ou um congresso brasileiro de nutrição, que motiva e inicia uma qualificação em gastronomia vegana.

Essas constatações mercadológicas apresentam e sinalizam um novo panorama de qualificação, empregabilidade e mercado de trabalho no Brasil, onde o iniciante ou o profissional atuante possui nos eventos gastronômicos mais uma alternativa inteligente de aquisição de novos conhecimentos e habilidades de forma contínua, didática, pragmática e sempre acompanhando as mais atuais tendências globais, internacionais, regionais e locais.

No Brasil, a modalidade de festivais gastronômicos em eventos de feiras e congressos profissionais começou de fato em 1996, na Equipotel - Feira Internacional de Produtos, Equipamentos e Serviços de Hotelaria e Gastronomia, através da ABRESI (Associação Brasileira de Gastronomia, Hotelaria e Turismo) e da CNTUR (Confederação Nacional de Turismo), com apoio internacional da AREGALA (Associação de Restauradores Gastronômicos das Américas e do Mundo). Logo, essa nova tipologia de feiras e eventos similares, com apresentações de chefs de cozinha, bartenders, sommeliers, harmonização de alimentos com bebidas, degustações técnicas e públicas, e lançamento de produtos, difundiu-se por todo o mercado de hospitalidade gastronômica nacional.



Em 1996, tivemos a oportunidade de participar de um Congresso e Festival Gastronômico Internacional em Lima, promovido pela AREGALA com a participação de 22 países. Na ocasião, ocorreram dezoito aulas internacionais de gastronomia, por país, dos continentes americano, europeu e asiático, além de um jantar beneficente da CSF (Cozinheiros Sem Fronteiras) em prol de entidades sociais da região metropolitana de Lima, Congresso Internacional da entidade e palestras com degustações de pisco, ceviches, entre outros componentes da rica gastronomia peruana.

Naquele período, o evento foi visitado por mais de 900 pessoas em 3 dias. Esse evento possibilitou uma capacitação gastronômica internacional para aproximadamente 350 estudantes, profissionais e empresários do mercado hoteleiro, gastronômico e turístico da cidade de Lima, além de delegações nacionais e internacionais presentes. Desde então, a AREGALA Internacional realizou festivais no Brasil, Argentina, Chile, Bolívia, Equador, Cuba, Costa Rica, México, Espanha, Polônia e Finlândia.

Consolidou-se, assim, a ideia de desenvolvimento e criação de oportunidades, qualificação e empregabilidade em nível internacional através dos festivais gastronômicos, sendo hoje uma alternativa na melhoria permanente da qualidade dos serviços em hospitalidade e gastronomia.

ORGANIZADORES

GUILHERME, Francinete da Silva



Bacharel em Turismo pela UFPB (Universidade Federal da Paraíba), pós-graduanda em Turismo, Hotelaria e Eventos pela Unicorp e membro do GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo).

SILVA, Celso dos Santos



Pós-Doutor em Educação e Administração, Ph.D em Administração pela FCU - Florida Christian University (Orlando - Flórida - USA), Mestre em Administração e Especializações em Hotelaria, Administração e Tecnologia Educacional, Bacharel em Turismo. Consultor e Professor Universitário em Gastronomia e Gestão. Vice Presidente Internacional

de Aregala e Presidente de Cozinheiros Sem Fronteiras. Membro da Academia Brasileira de Gastronomia, CNTur - Confederação Nacional do Turismo e SinResBar - Sindicato de Restaurantes e Bares de São Paulo.

BRAMBILLA, Adriana



Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Graduada pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP/SP), Mestre pela UFPB e Doutora pela Universidade de Aveiro (Portugal). Líder do GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo).

FERRAZ, Carmen de Lourdes Guarize



Graduada em Administração Hoteleira e Mestrado em Turismo com foco em Gastronomia e Hospitalidade, Bartender e Sommelier internacional. Experiência de 25 anos em treinamento e consultoria, vivências Internacionais em Argentina, Chile, Bolívia, Colômbia, Peru, Equador, Cuba, Costa Rica, México, USA, Portugal, Espanha, França, Itália, Finlândia e Polônia.

Docente de Alimentos e Bebidas desde 2000 (coquetelaria, enologia, serviços e atendimento, eventos, projetos e gestão). Vice-Presidente de CSF - Cozinheiros sem Fronteiras – Brasil; RRPP de Aregala – Asociación de Restauradores Gastronómicos de Las Americas. Mídias profissionais:

Nota dos organizadores

O serviço de revisão dos manuscritos cabe aos autores dos capítulos. As informações e opiniões contidas nos capítulos não refletem necessariamente a visão dos organizadores e são de responsabilidade de seus autores. Os organizadores esclarecem que a citação total e/ou parcial dos textos contidos na obra deve ser feita de acordo com as normas científicas.



O GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo, ligado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), faz parte da UFPB-Universidade Federal da Paraíba, e do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Tem o intuito de apresentar temáticas plurais, com foco nas questões de interesse acadêmico e empresarial, contribuindo para uma melhor compreensão do Turismo e da Hotelaria, no contexto do patrimônio cultural, impactos socioculturais, econômicos e ambientais, acessibilidade, marketing, terceira idade, relações interculturais e comportamento do turista.

[Acompanhe o GCET pelas redes sociais](#)

Instagram: [@GCET](#)

Facebook: [@GrupoGcet](#)

YouTube: [GCET OFICIAL](#)

Academia.edu: [GCET UFPB](#)

Site GCET: <https://www.ufpb.br/gcet>

Para conhecer as outras publicações *open access* acesse nosso catálogo pelo linktree: [Linktr.ee/grupogcet](https://linktr.ee/grupogcet)



Aregala Internacional é uma entidade internacional filantrópica e decana da gastronomia das Américas desde a década de 80. Divulga, promove, organiza e apoia a gastronomia típica dos países representados através de Congressos, Festivais Gastronômicos, Aulas Magnas, Jantares Benéficos e Cursos, Palestras de formação social em gastronomia e hospitalidade. Está presente nos continentes europeu, asiático, africano e americano. Têm convênios com importantes escolas técnicas e superiores de gastronomia, hospitalidade e turismo em 4 continentes. Seus associados são chefes de cozinha, nutricionistas, professores e consultores gastronômicos, empresários e profissionais do segmento de food-service. Sua sede hoje está em Córdoba - Argentina e sub-sede em São Paulo - Brasil.

Mídias Sociais

instagram. @cozinhossemfronteirasofi

<https://www.facebook.com/groups/1584920711781638>

www.youtube.com/channel/UC59GI7DVf4bGBFOfRIgsiZw

www.aregalabrasil.com.br



O **Cozinhos Sem Fronteiras** é um organismo interno de Aregala Internacional. No Brasil, desde 2011 está constituída como entidade civil sem fins lucrativos, de natureza assistencial, social, cultural e educativa. No Brasil, sua sede é na cidade de São Paulo, em prol dos segmentos menos favorecidos da sociedade. Sua estrutura e organização estão focadas na participação de eventos do segmento, jantares beneficentes, cursos, e-books e publicações de formação social; além de ações em prol da melhoria de qualidade alimentar, educativa e sócio-cultural das populações envolvidas em seus programas de trabalho.

Mídias Sociais

instagram. @cozinhossemfronteirasofi

<https://www.facebook.com/groups/1584920711781638>

www.youtube.com/channel/UC59GI7DVf4bGBFOfRIgsiZw

www.aregalabrasil.com.br

