



Encontro Internacional sobre Gestão
Empresarial e Meio Ambiente

A Influência do Cardápio na Hospitalidade e Sustentabilidade do Restaurante: Um Estudo de Caso do Restaurante Taioba Gastronomia

LUCIANA MARCHETTI DA SILVA

Universidade Anhembi Morumbi

lumarchetti@gmail.com

ANA CLÁUDIA GUIMARÃES ANTUNES

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

ana.c.g.antunes@sp.senac.br

HAMILTON POZO

CEETEPS/UAM

hprbrazil@hotmail.com

A Influência do Cardápio na Hospitalidade e Sustentabilidade do Restaurante: Um Estudo de Caso do Restaurante Taioba Gastronomia

The Menu influence in the Hospitality and Sustainability of Restaurant: Case Study of Taioba Gastronomia Restaurant

Resumo

Os restaurantes, assim como empresas de outros setores, vêm adotando ações hospitaleiras e sustentáveis para aumentarem sua competitividade no mercado. O cardápio, quando bem elaborado, é um importante instrumento facilitador deste processo. O objetivo desta pesquisa é analisar quais ações implantadas no planejamento do cardápio contribuem para a hospitalidade e sustentabilidade do restaurante Taioba Gastronomia, localizado no bairro de Camburi, situado na cidade de São Sebastião, litoral norte do Estado de São Paulo. O método utilizado foi o de estudo de caso. Para conduzir este estudo de caráter exploratório, foram utilizadas as pesquisas bibliográficas, de campo e documental. Verificou-se que a renovação sazonal do cardápio, o número limitado de pratos, a utilização de ingredientes regionais e a compra de insumos de produtores locais são as principais ações sustentáveis empregadas pelo *Chef Eudes Assis*. Além disso, observou-se que a venda de pratos típicos da região e dos preferidos da clientela fortalecem a hospitalidade.

Palavras chaves: Cardápio. Restaurante Taioba Gastronomia. Hospitalidade. Sustentabilidade.

Abstract

Restaurants, as well as companies in other industries, are adopting hospitable and sustainable actions to increase their market competitiveness. The menu, when properly planned, is an important instrument to facilitate this process. The aim of this research is to analyze what actions implemented in menu planning contribute to the hospitality and sustainability of Taioba Gastronomia restaurant, located in the Camburi neighborhood, in São Sebastião city, northern coast of São Paulo State. The method used was the case study. To conduct this exploratory study, bibliographic, field and documentary research were used. It was found that the seasonal renewal of the menu, the limited number of dishes, the use of regional ingredients and the purchase of local producers are the main sustainable actions used by *Chef Eudes Assis*. In addition, it was observed that the sale of typical local dishes and the ones popular between the clients strengthen hospitality.

Key words: Menu. Taioba Gastronomia Restaurant. Hospitality. Sustainability.

1. INTRODUÇÃO

O crescimento da alimentação fora do lar é um fenômeno mundial, conforme pesquisa do IBGE sobre orçamento familiar, o brasileiro gasta, em média, hoje, 26% do orçamento em lanchonetes, restaurantes, bares, padarias e afins e a projeção é que este número chegue a 40% entre 2020 e 2025 (BRANDÃO, 2015).

Este fenômeno influenciou o comportamento do consumidor, tornando-o mais exigente e seletivo. Hoje, um restaurante para se fixar no mercado brasileiro deve atentar a variedade e qualidade dos serviços e dos produtos oferecidos.

Os cardápios, que antes ofertavam poucas alternativas, atualmente apresentam opções que vão desde a culinária regional até a internacional. A globalização foi outro fator que contribuiu para esta diversificação, a fim de atender a população local e aos turistas, os proprietários dos restaurantes estão cada vez mais atentos às tendências gastronômicas.

Além de ser um incontestável instrumento de venda e marketing, o cardápio quando delineado em coerência com o conceito do restaurante e com a intenção de satisfazer os desejos da clientela, favorece a hospitalidade no domínio comercial, tornando-se um importante diferencial competitivo.

Paralelo a isso, a sustentabilidade tem ganhado destaque nas discussões científicas devido à crescente conscientização da necessidade de melhoria nas condições ambientais, econômicas e sociais, de forma a aumentar a qualidade de vida de toda a sociedade.

Na Gastronomia a abordagem em torno deste tema é complexa, vai desde o uso do solo nas regiões agrícolas até o descarte de resíduos nos centros urbanos. Os restaurantes se encontram no final desta cadeia e a redução do seu desperdício gera uma série de benefícios, como a diminuição do lixo urbano, aumento da lucratividade e valorização da imagem do estabelecimento.

Sendo assim, atualmente, o restaurante deve oferecer serviços de alimentação e hospitalidade, mas preocupando-se com a manutenção da cultura local e preservação dos recursos naturais, garantindo a continuidade local.

Cientes desta realidade, na última década, os *Chefs* de cozinha e proprietários de restaurantes vêm se preocupando com a escolha dos insumos alimentícios e com a adoção de ações sustentáveis, a fim de diminuir os danos ao meio ambiente e contribuir para o desenvolvimento regional.

Diante destes argumentos justifica-se a relevância deste estudo e surge o problema da pesquisa: Quais ações adotadas no planejamento dos cardápios contribuem para a hospitalidade e sustentabilidade do restaurante? A partir do problema foi definido o objetivo geral: analisar quais ações adotadas no planejamento do cardápio contribuem para a hospitalidade e sustentabilidade do restaurante.

Para a condução deste estudo de caráter exploratório, foram utilizadas as pesquisas bibliográficas, documental, de campo e o estudo de caso do restaurante Taioba Gastronomia, localizado no bairro de Camburi, situado na cidade de São Sebastião, litoral norte do Estado de São Paulo.

O Taioba Gastronomia é um restaurante de cozinha caiçara localizado em meio a Mata Atlântica e gerenciado pelo *chef* Eudes Assis. Oferece pratos tradicionais que levam ingredientes da região, como bolinho de taioba e azul-marinho, peixe ensopado com banana verde preparado na panela de ferro.

O termo *caíçara* identifica os moradores dos litorais sul do estado do Rio de Janeiro, do estado de São Paulo e do norte do estado do Paraná. A culinária *caíçara* é baseada no uso de pescados, mandioca e seus subprodutos, frutas, palmito, taioba, alfavaca, arroz, feijão e outros vegetais (FILHO, 2005).

A fundamentação teórica foi embasada nos autores apresentados no quadro 1 a seguir:

CARDÁPIO	VASCONCELLOS; CAVALCANTI; BARBOSA (2002) / FIGUEIREDO (2011) / CHON E SPARROWE (2003) / SILVA; MARTINEZ (2008) / MENDONÇA (2014) / MARICATO (2005) / OLIVEIRA; CÉ (2012) / ZANELLA (2007) / AGLIO; FUJITA; JÚNIOR (2015) / BARBOSA (2011).
HOSPITALIDADE	TELFER (2004) / CAMARGO (2006) / DIAS (2002) / LÉTOUBLON (2011) / LASHLEY (2004) / CASTELLI (2005).
SUSTENTABILIDADE	GIORDANO (2005) / ALTIERI (2008) / ARAÚJO (2006) / SCARPATO (2002) / BUAINAIN (2006) / NUNES (2012)

Quadro 1 – Autores consultados para a Revisão da Literatura.

Fonte: Os autores.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A importância do cardápio para os restaurantes.

A estruturação de um restaurante envolve várias etapas de planejamento e uma das mais importantes é o planejamento do cardápio (FIGUEIREDO, 2011). A partir do cardápio são relacionados equipamentos e utensílios necessários para o funcionamento do restaurante e a partir disso é possível dimensionar as áreas do estabelecimento e determinar o número de colaboradores (VASCONCELLOS; CAVALCANTI; BARBOSA, 2002).

Para Chon e Sparrowe (2003, p. 193) “o cardápio representa o plano de ação operacional do estabelecimento para atender aos clientes. Ele lista os itens que eles pedirão”.

Silva e Martinez (2008) definem o cardápio como uma lista de preparações culinárias que compõem uma refeição ou lista de preparações que compõem todas as refeições de um dia ou período determinado. Ainda de acordo com as autoras, o cardápio pode também ser chamado de *menu*, lista ou carta. Nos restaurantes comerciais, é um veículo de informações, venda, publicidade, e, sobretudo, orienta os clientes na escolha dos pratos.

Sobre a origem do cardápio, Figueiredo (2011 p.03), relata o seguinte:

[...] as primeiras provas documentadas sobre o surgimento do cardápio na antiguidade data de 21 de junho de 1751. Atualmente localizado no Museu do Palácio de Versalhes este documento retrata um *menu* elaborado em um banquete oferecido pelo rei Luís XV da França oferecido à comunidade financeira da época. Este *menu* era composto por 48 pratos, sopas, carnes, sobremesas e foi desenhado pelo artista e calígrafo Brain de Sainte-Marie.

O cardápio é um instrumento de marketing, é o cartão de visitas de um restaurante ou empresa de alimentação, deve apresentar uma combinação criativa de pratos quentes e frios; diversas opções de guarnições; sobremesas e bebidas. É importante que seja atraente ao olhar e atualizado frequentemente, de acordo com a sazonalidade de alimentos como verduras,

frutas, carnes, frutos do mar e peixes (MENDONÇA, 2014). Segundo Maricato (2005 p. 115) “a mudança das receitas a cada estação do ano é indicada porque permite trabalhar com produtos mais frescos, baratos, fáceis de encontrar”.

Oliveira e Cé (2012 p.84) concordam com Maricato (2005) quanto ao uso de alimentos sazonais e dizem o seguinte:

O planejamento de um cardápio é uma peça importante para o desenvolvimento e sucesso de um restaurante, tanto hoteleiro quanto convencional, porque ele deve basear-se nas expectativas de um determinado público-alvo. Do mesmo modo, deve trazer características do restaurante ao qual pertence e ser desenvolvido de acordo com alguns fatores como a sazonalidade, a qualidade e a disponibilidade dos insumos.

A elaboração do cardápio deve levar em consideração o tipo do restaurante e os serviços prestados; as preferências da clientela; a qualidade e a variedade das matérias-primas; o uso de alimentos disponíveis no mercado; e a aquisição de equipamentos (MENDONÇA, 2014). Maricato (2005 p. 112) corrobora com esta ideia e acrescenta “o cardápio deve, pois, oferecer produtos certos para a demanda de cada local, de cada público, de cada dia e horário. A clientela procurada deve definir a elaboração do cardápio: o objetivo é atender bem o público-alvo”.

Barbosa (2011) concorda que os fatores apresentados por Mendonça (2014) e Maricato (2005) influenciam no planejamento de um cardápio, mas acrescenta outros: a localização, o espaço físico, o ambiente, o orçamento, o número de refeições, o horário de atendimento, os utensílios e a mão de obra.

Aspectos relacionados a escolha dos pratos não devem ser esquecidos como: equilíbrio na escolha de cores, formas, sabores, texturas dos ingredientes e temperos que irão compor os pratos, assim como o tipo de preparo, temperatura, conhecimento das preparações e viabilidade das composições.

Atualmente cardápios extensos, com dezenas de receitas são ultrapassados, concepções mais atuais ditam cardápios enxutos, especializados em tipos de pratos ou culinária de algum país ou região. Um cardápio extenso exige variedade de insumos, processos, receitas, uso de equipamentos, guarnições, pontos de cozimento, temperos, etc. O cardápio enxuto significa menos variedade de matéria-prima, fornecedores, compras, armazenamento e controle de qualidade (MARICATO, 2005).

Chon e Sparrowe (2003, p. 174) concordam com Maricato (2005) e ressaltam:

Um cardápio limitado muitas vezes é mais rentável do que um extenso. É muito mais fácil “colocar” um cardápio reduzido na cabeça do cliente potencial. É mais eficaz fazer poucos itens excepcionalmente bem do que fazer tudo moderadamente bem. Tentar fazer tudo muitas vezes acaba tornando o restaurante conhecido por não fazer nada muito bem. [...] O objetivo do cardápio reduzido não é limitar nenhum cardápio em apenas cinco ou seis itens. Ao contrário, é encontrar o número ideal de itens necessários para atender às expectativas e às necessidades daquele segmento de mercado e para dar ao empreendimento uma posição bem definida na mente dos clientes potenciais.

Observa-se que muitos restaurantes, devido às limitações do conhecimento e desatualização do *chef* de cozinha, oferecem pratos desgastados e superados no sabor, na

apresentação ou mesmo na denominação. A renovação periódica do cardápio é fundamental para manutenção da qualidade e modernização dos restaurantes (ZANELLA, 2007).

Outra tendência de mercado são os cardápios temáticos que recuperam e criam o cenário local possibilitando a clientela o consumo alimentar especializado. Estes cardápios priorizam o uso de alimentos da estação frescos e saudáveis, tendo como saldo, preços reduzidos, além da variabilidade do portfólio (AGLIO; FUJITA; JÚNIOR, 2015).

O encontro de todos esses aspectos faz a diferença, determina um cardápio bem elaborado e interfere no nível de vendas e aceitação dos restaurantes (AGLIO; FUJITA; JÚNIOR, 2015).

2.2 A hospitalidade nos restaurantes

Telfer (2004, p.54), define o termo hospitalidade como sendo “oferta de alimentos e bebidas e, ocasionalmente, acomodação para pessoas que não são membros regulares da casa”. A idéia da autora se desdobra em vários sentidos: “por exemplo, uma empresa proporciona hospitalidade se fornece alimentos e bebidas aos visitantes. Mas, a idéia central do conceito envolve a partilha da própria casa a provisão de terceiros” e ressalta:

[...] a hospitalidade pode ser vista como um meio, entre outros, pelo qual alguém pode escolher exercer diversas virtudes mais gerais: benevolência, zelo pelo bem-estar público, compaixão, afetividade. Pode-se chamá-la de virtude operacional: todos devem ser compassivos, benevolentes e afetuosos, mas nem todos precisam tentar ser hospitaleiros (TELFER, 2004, p.54).

Ao abordar a hospitalidade, Lashley (2004, p. 11), situa os alimentos como seu elemento-chave, pois “a produção e o consumo de alimentos, bebidas [...] desempenha um papel fundamental no estabelecimento de diferenças importantes entre os seres humanos e o restante do mundo animal”; e “o ato de contribuir com o abastecimento do alimento coletivo e de partilhá-lo é a base de obrigações e direitos que sustentam a hospitalidade”.

Para Camargo (2006), a hospitalidade é um fato social assimétrico que ocorre no encontro entre alguém que recebe (anfitrião) e alguém que é recebido (hóspede), promovendo o vínculo entre as partes. Dias (2002, p. 102) acrescenta:

[...] hospitalidade é a recepção cordial e generosa aos hóspedes, que compreende a prestação gratuita ou não de serviços obtidos normalmente por uma pessoa em seu próprio lar, mas que por não possuí-lo, ou por estar dele ausente, temporariamente, não os tem à sua disposição. Basicamente abrange leito ou alimentação. Quando a hospitalidade é proporcionada com acomodações, para dormir, caracteriza-se a hospedagem, acompanhada ou não de refeições. Se as refeições são oferecidas, têm-se a hospitalidade, mas não a hospedagem.

Conforme Létoublon (2011), o ato de comer, tem um “significado ritual e simbólico” que vai além da “simples satisfação de uma necessidade alimentar”. Para este autor, compartilhar a mesa ou a refeição com alguém é reconhecido como uma forma de hospitalidade em qualquer tempo e cultura, ou seja, da comensalidade. Assim os restaurantes não podem ser vistos unicamente como espaços de alimentação, mas também como espaços de sociabilidade e convivialidade (CASTELLI, 2005).

Nos restaurantes a hospitalidade se estabelece nas relações e vínculos sociais que se firmam entre os que prestam os serviços (anfitriões) e os comensais (hóspedes). O planejamento de cardápios baseado nas características e preferências da clientela facilita e fortalece esse vínculo. Além de promover esta relação, a hospitalidade deve gerar benefícios para o negócio. Neste sentido, a sustentabilidade está intrínseca em dois âmbitos: econômico e ecológico.

2.3 Sustentabilidade e Gastronomia

O termo sustentabilidade é abrangente, vai além de simplesmente não degradar o meio ambiente, envolve questões de qualidade de vida, tecnologias limpas, utilização racional dos recursos, responsabilidade social, entre outros. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), a sustentabilidade engloba os seguintes aspectos: conservação do solo, da água e dos recursos genéticos animais e vegetais (GIORDANO, 2005).

A noção de sustentabilidade incorpora uma clara dimensão social e implica atender também as necessidades dos mais pobres de hoje, outra dimensão ambiental abrangente, uma vez que busca garantir que a satisfação das necessidades de hoje não pode comprometer o meio ambiente e criar dificuldades para as gerações futuras. Nesse sentido, a idéia de desenvolvimento sustentável carrega um forte conteúdo ambiental e um apelo claro à preservação e à recuperação dos ecossistemas e dos recursos naturais (BUAINAIN, 2006, p. 47).

Segundo esta linha de argumentação, Altieri (2008, p. 82) diz que “definida de forma ampla, sustentabilidade significa que a atividade econômica deve suprir as necessidades presentes, sem restringir as opções futuras”.

Araújo *et al.* (2006), conecta o conceito de sustentabilidade às dimensões ambiental, social e econômica e diz que para uma empresa ser considerada sustentável é necessário ter ações eficientes em cada uma:

- **Ambiental:** redução das emissões de gases nocivos de efluentes líquidos e de resíduos sólidos; consumo consciente dos recursos água e energia; conformidade com as normas ambientais; exigência de um posicionamento socioambiental dos fornecedores; uso racional dos materiais utilizados na produção; investimentos na biodiversidade; programa de reciclagem e preservação do meio ambiente.
- **Econômica:** aumento ou estabilidade do faturamento; tributos pagos ao governo; folha de pagamento; maior lucratividade; receita organizacional; investimentos; aumento das exportações (relacionamento com o mercado externo).
- **Social:** desenvolvimento da comunidade/sociedade segurança do trabalho e saúde ocupacional; responsabilidade social; treinamento, cumprimento das práticas trabalhistas; seguridade dos direitos humanos; diversidade cultural.

Assim, para afirmar que uma empresa é sustentável, é preciso que sejam analisadas criteriosamente as ações econômicas, sociais e ambientais.

A ligação da Gastronomia a estes pilares é inquestionável, ela norteia a produção de alimentos locais, propaga tendências alimentares, transmite técnicas e conhecimentos culinários, e através da educação alimentar, pode promover o bem-estar social e a qualidade de vida. Somado a isso, quando proposta de maneira sustentável, transmite valores culturais, destaca produtos regionais e valoriza o trabalho rural (SCARPATO, 2002).

Segundo Nunes (2012, p. 37), “[...] restaurantes sustentáveis ainda são reduzidos, e a grande maioria tem o foco apenas na comida”. O maior desafio da gastronomia contemporânea é achar meios de suprir nossas necessidades nutricionais e lúdicas, mantendo a sustentabilidade. No Brasil, poucos estudos relacionam gastronomia e sustentabilidade, mas é crescente a discussão deste tema pelos *Chefs* de Cozinha e proprietários de restaurantes.

Em outubro de 2010, no Congresso Mesa Tendências, *chefs* internacionais e nacionais trocaram experiências e mostraram ao público iniciativas que podem ser adotadas no dia a dia para melhorar a relação do homem com o planeta. As discussões resultaram na Carta de São Paulo, na qual constam sete princípios básicos que devem orientar o novo momento dos profissionais de cozinha, conforme o quadro 2 abaixo.

OS SETE PRINCÍPIOS ORIENTATIVOS PARA O PROFISSIONAL DE COZINHA	
ITEM	PRINCÍPIO
1	Conhecer o alimento que adquirimos, processamos e comemos.
2	Conservar os meios e as condições que dão origem ao alimento.
3	Preservar, valorizar e promover as qualidades naturais do alimento, assim como seu uso saudável.
4	Utilizar todo o alimento que adquirimos.
5	Remunerar adequadamente os produtores do alimento, inclusive pelos serviços ambientais providenciados para a sociedade.
6	Aplicar conhecimento e tecnologia inovadora para valorizar a diversidade e qualidade do ingrediente, assim como de seus usos.
7	Aplicar conhecimento e tecnologia inovadora para valorizar a diversidade e qualidade do ingrediente, assim como de seus usos.

Quadro 2. Sete princípios orientativos para o profissional de cozinha

Fonte: Fórum Século 21.

3. MÉTODOS

O método escolhido para condução desta pesquisa de caráter exploratório foi o estudo de caso do restaurante Taioba Gastronomia, localizado no bairro de Camburi, situado na cidade de São Sebastião, litoral norte do Estado de São Paulo. Para a coleta de dados, foram escolhidas as pesquisas de campo (qualitativa), documental e bibliográfica. A escolha do restaurante se deu porque seu *Chef*, Eudes Assis, foi indicado a padrinho do evento “Do Mar a Mesa” do festival Brasil Sabor.¹

¹Promovida pela Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) em parceria com o WWF – Brasil e apoio da Mesa Eventos – a iniciativa Do Mar à Mesa está entre as atividades do 10º Festival Gastronômico Brasil Sabor e visa a valorização da pesca tradicional sustentável em pequena escala do litoral Paulista, criando uma conexão direta dos pescadores com os melhores chefs do Brasil. Esta iniciativa faz parte do Programa Marinho do WWF-Brasil e tem como principal objetivo o consumo consciente do pescado. A ação convida

O estudo de caso trata-se de uma modalidade muito específica, pois consiste no estudo profundo e exaustivo de um único objeto ou de poucos objetos (um caso particular). Depende fortemente do contexto do estudo, e seus resultados não podem ser generalizados. A pesquisa de campo ou qualitativa busca o aprofundamento de uma realidade específica, é basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do que ocorrem naquela realidade. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. A pesquisa documental guarda estreitas semelhanças com a pesquisa bibliográfica, a principal diferença entre as duas é a natureza das fontes: na pesquisa bibliográfica os assuntos abordados recebem contribuições de diversos autores; na pesquisa documental, os materiais utilizados geralmente não receberam ainda um tratamento analítico (por exemplo, documentos conservados em arquivos de órgãos públicos e privados: cartas pessoais, fotografias, filmes, gravações, diários, memorandos, ofícios, atas de reunião, boletins etc.) (GIL, 2008).

Quanto a coleta de dados, foi realizada entrevista semi-estruturada com o *chef* de cozinha do restaurante, visita ao restaurante, avaliação do cardápio e avaliação da satisfação dos clientes através do site *Trip Advisor*.²

Na primeira fase elaborou-se o protocolo de pesquisa e o plano de coleta dos dados, incluindo a observação no restaurante pelos pesquisadores e análise documental. Na segunda foi realizada a entrevista com o *Chef* Eudes Assis, sócio proprietário e responsável pela cozinha do restaurante. E na terceira a análise dos comentários dos clientes no site.

Na visita e na entrevista foram analisados: os pratos do cardápio; os critérios utilizados na elaboração do cardápio; a frequência de reformulação do cardápio; os fornecedores dos insumos alimentícios; as ações sustentáveis empregadas pelo restaurante; os ingredientes priorizados na elaboração dos pratos; o interesse dos clientes pela culinária regional; a acessibilidade aos ingredientes típicos; os pratos mais vendidos.

O estudo foi realizado em agosto de 2015.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O restaurante Taioba Gastronomia, inaugurado em fevereiro do ano de dois mil e quinze, é especializado em cozinha caiçara e localiza-se no bairro de Camburi, situado na cidade de São Sebastião, litoral norte do Estado de São Paulo. Serve sugestões tradicionais que levam ingredientes da região a um ticket médio de R\$ 55,00. Tem capacidade para acomodar 30 pessoas e funciona de quinta a domingo das 13h às 22h e de sexta e sábado 13h às 23h. Sua clientela é formada por turistas que frequentam a região.

O *chef* e sócio proprietário Eudes Assis, nascido em São Sebastião, tem vinte anos de experiência e na última década tem se apresentado na mídia divulgando a culinária caiçara. Sua cozinha une memórias gustativas da infância junto às técnicas francesas, absorvidas nos

renomados restaurantes a oferecer um prato, por preço acessível, com pescados sustentáveis – algumas das espécies sugeridas são Bonito, Espada, Cavalinha, Manjuba e Sororoca.

²*Trip Advisor* é um site de viagens que ajuda turistas a planejarem e reservarem suas viagens. Oferece dicas de viajantes recursos de planejamento, além de contar com links para as ferramentas de reserva que pesquisam centenas de sites para encontrar os melhores preços de hotéis (TRIPADVISOR, 2015).

conceituados restaurantes brasileiros que trabalhou e nos cursos e vivências profissionais que teve no exterior.

Com a missão de: “oferecer qualidade em todos os produtos oferecidos, buscando sempre a satisfação e fidelização de seus clientes”, a cozinha do Taioba é bem equipada e atende todas as exigências higiênicas sanitárias para a manipulação e conservação dos alimentos.

Diferente da maioria dos restaurantes da região, o Taioba Gastronomia foi inaugurado com a proposta de respeitar o meio ambiente. Durante a entrevista o *Chef* relatou que no planejamento do cardápio prioriza os ingredientes locais, respeita o *terroir*³ da região e mantém parceria com pequenos produtores regionais. Além disso, em suas criações busca resgatar pratos esquecidos pela comunidade local.

Segundo Queiroz (2008, p. 2), preservar “[...] a gastronomia regional é assegurar a subsistência e manutenção da cultura de um povo”. Portanto, restaurantes que respeitam os aspectos culturais dos alimentos alavancam a cultura local, desenvolvem a atividade turística sustentável e destacam os valores sociais da região onde estão inseridos.

Durante a visita, observou-se que o cardápio é pequeno comparado aos restaurantes da região, conta 6 opções de pratos principais, 2 opções de saladas, 5 entradas e 4 sobremesas. Desta forma, consegue manter os ingredientes frescos e diminuir o desperdício de matéria prima. Os pratos regionais oferecidos são: arroz lambe-lambe, bolinho de taioba⁴, casquinha de siri, bobó de camarão, moqueca de abadejo e peixe azul marinho⁵. Segundo o *Chef*, o cardápio respeita a sazonalidade dos pescados, oferecendo pratos diferentes todos os dias como o “prato do dia”.

O uso de alimentos sazonais também tem impacto na sustentabilidade porque além de possibilitar a variação de ingredientes conforme as estações climáticas são produzidos com menos agrotóxicos e fertilizantes químicos. Esses alimentos têm menor necessidade de armazenamento e conseqüentemente menos recursos financeiros são empregados em sua produção. Para MacMillan e Fedenburgh (2009, p. 4), “[...] isso significa melhor valor, melhor sabor e um negócio melhor para o planeta”.

Quanto as ações sustentáveis adotadas, Eudes chama atenção para a necessidade de conscientizar os clientes quanto aos prejuízos de consumir ingredientes que não são regionais.

É preciso conscientizar os visitantes que muitos peixes oferecidos em outros cardápios como o salmão, linguado e badejo não são da região e considero quase uma obrigação dos Chefs oferecer pescados locais que tem sabores incríveis, mas que o público em geral desconhece e que são frescos, o melhor de tudo.

Outras ações observadas durante a visita foram: o descarte correto do óleo de cozinha e posterior doação a uma associação que o transforma em sabão; a promoção do artesanato

³Tecnicamente o *terroir*, palavra francesa para exprimir território, advindo do latim *terratorium*. Hoje pode ser compreendida como solo + clima em determinada área limitada (WOLFFENBUTTEL, 2013).

⁴A Taioba é uma planta que produz folhas comestíveis gostosas, rica em nutrientes e muito fácil de ser produzida, especialmente no verão (STOLTENBORG, 2015).

⁵ Prato tradicional caiçara da região de Ubatuba.

local, através da decoração do restaurante e a venda de duas cervejas artesanais produzidas em Boiçucanga.

Eudes relatou dificuldade em encontrar alguns pescados devido a técnica de pesca adotada na região.

A dificuldade aparece apenas na aquisição dos pescados, aqui na região é pesca de cerco não de arrasto, e dependendo de como o mar está é impossível, nesta semana, por exemplo, com mar agitado ninguém consegue pescar.

Observou-se que os pratos mais vendidos são: bolinho de taioba, peixe empanado no fubá com banana assada e pirão, e o arroz lambe lambe⁶, todos tradicionais da culinária caiçara. Isto sugere que seus clientes se interessam pela culinária local. Periodicamente o relatório de vendas é checado a fim de analisar se os pratos menos vendidos devem ser retirados do cardápio.

Quando questionado sobre o interesse dos clientes sobre a culinária caiçara, o *Chef* respondeu que os clientes se interessam muito.

Sim, se interessam muito. Acho que hoje em dia quando viajamos gostamos de conhecer a dança típica, artesanato local, comida da região. Os clientes se interessam pela culinária caiçara, minha cozinha e vem aqui para provar o peixe fresco. A taioba que é super nossa e estava super esquecida, é um sucesso.

Durante a visita ao restaurante, percebeu-se que assim como o *Chef*, a equipe de colaboradores preocupa-se com o meio ambiente evitando o desperdício e armazenando adequadamente os alimentos. Os alimentos são divididos em pequenas porções e embalados a vácuo.

O processo de embalar a vácuo pode estender a vida útil de um alimento perecível de 3 a 5 vezes o tempo de vida normal quando refrigerado, reduzindo sensivelmente o desperdício.

Através do site *Trip Advisor* avaliou-se a satisfação dos clientes. O restaurante recebeu 11 avaliações, 9 (81,81 %) classificando-o como excelente e 2 (18,18 %) como muito bom.

Em relação aos comentários todos são positivos e ressaltam o sabor dos pratos, o atendimento e o ambiente do restaurante. Destacam-se três:

Adoramos o restaurante, os pratos maravilhosos e todos muito educados, voltaremos com certeza! Pedimos um ceviche de entrada mais um prato da casa peixe caiçara com arroz de taioba bananas marinadas, prato delicioso.

Sou um amante de comidas por muitos motivos, mas são poucos que tem um bom restaurante de refeições de tão bom sabor e por cima de tudo você acaba pagando muito menos do que realmente muitos por aí cobram.

Restaurante charmoso, e simples, mas com uma comida deliciosa e muito bem elaborada. Vemos o capricho e talento do chef Eudes em cada detalhe. Foi de longe o melhor pirão de peixe que comi na minha vida... O atendimento também é muito bom. Recomendo muito e vou voltar sempre!

⁶Arroz com mexilhão, prato típico caiçara.

No que se refere a hospitalidade, notou-se que o restaurante se preocupa em manter no cardápio os pratos preferidos dos seus clientes com o objetivo de fidelizá-los e fortalecer o vínculo com eles. Somado a isso, recebe os clientes com atenção e cordialidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso predominante de alimentos regionais e sazonais, a compra de pequenos produtores locais, o resgate de receitas tradicionais, o cardápio enxuto, o respeito a sazonalidade dos alimentos, são as principais ações utilizadas no planejamento do cardápio que contribuem para a sustentabilidade da região. O respeito às preferências da clientela e o atendimento atencioso e cordial foram observados como fortalecedores da relação de hospitalidade entre os comensais e os colaboradores do Taioba Gastronomia.

Ações relacionadas à gestão do restaurante também foram destacadas, como o descarte correto do óleo e a valorização do artesanato local, mas outras poderiam ser adotadas, como implantação de uma horta, a compostagem dos restos orgânicos, o descarte seletivo do lixo e o uso racional da água.

O estudo apresenta limitações no que se refere a avaliação dos clientes devido ao pequeno número de depoimentos. Entretanto, observou-se que a valorização dos ingredientes e pratos regionais é percebida pela clientela como um diferencial perante aos restaurantes da região.

O objetivo do estudo foi atingido, pois foi possível identificar as ações implementadas no planejamento do cardápio que efetivamente contribuem para sustentabilidade e hospitalidade do restaurante e que estas podem ser facilmente adotadas por outros estabelecimentos.

REFERÊNCIAS

AGLIO, Carlos Sabato Dell; FUJITA, Dennis Minoru; JÚNIOR, Heitor Franco de Andrade. Cardápio sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade no mercado competitivo de restaurantes de hotéis: novas perspectivas de consumo no setor brasileiro. Contextos da Alimentação – **Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**. Vol. 3 . n. 2 – Maio de 2015.

ALTIERI, M. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. 5. ed. Porto Alegre: Editora da UFR- GS, 2008.

ARAÚJO, G. C. et al. **Sustentabilidade Empresarial: conceitos e indicadores**. In: CONGRESSO BRASILEIRO VIRTUAL DE ADMINISTRAÇÃO, 3, 2006. Disponível em: http://www.convibra.com.br/2006/artigos/61_pdf.pdf. Acesso em: 13 set. 2014.

BARBOSA, Lourdes. **O cardápio é a origem do restaurante**. Pernambuco: UFPE, 2011.

BUAINAIN, A. M. **Agricultura Familiar, Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável: questões para debate**. Brasília: IICA, 2006.

BRANDÃO, Virginia. **O substancioso mercado do food service**. 2015. Disponível em: http://correiogourmand.com.br/info_01_cultura_gastronomica_01_37.htm . Acesso em: 21 de setembro de 2015.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 11-28, 2 sem, 2006.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHOW, Kye-Sung (Kaye); RAYMOND, T. Sparrowe. **Hospitalidade**: Conceitos e Aplicações. Tradução: Anna Beatriz de Miranda e Silva Ferreira. Revisão técnica: Gleice Regina Guerra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DIAS, C. M (org.). **Hospitalidade, Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

FIGUEIREDO, Alison Alves. **Planejamento de Cardápio para Restaurantes**. Belo Horizonte: GR-Gestão de Restaurantes, 2011.

FILHO, Paulo Fortes. O cotidiano do caçara sul paulista. Modo de vida, usos e costumes. In: DIEGUES, Antônio Carlos (org.). **Enciclopédia caçara, vol. II** – São Paulo Hucitec: NUPAUB, CEC/ USP, 2004.

FÓRUM SÉCULO 21. **Chefs assinam compromissos para uma gastronomia sustentável**. 2010. Disponível em: http://forumseculo21.com.br/noticias3751_chefs-assinam-compromissos-para-uma-gastronomia-sustentavel.html. Acesso em 21 de setembro de 2015.

GIORDANO, S. R. Gestão Ambiental no Sistema Agroindustrial. In: ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária, distribuição**. 1. ed. – 3. reimpr. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. p. 255-281.

LASHLEY, Conrad & MORRISON, Alison. **In Search of hospitality**. Oxford: Butterworth Heineman, 2004.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. (2004). In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole.

LÉTOUBLON, F. Grécia arcaica. (2011). Os deuses à mesa dos homens. In: MONTANDON, A. (Dir.). **O livro da hospitalidade. Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, p. 353-372.

MACMILLAN, T.; FEDENBURGH, J. **What should supermarkets do about seasonal food?**. Food Ethic Council. Brighton, 2009.

MARICATO, Percival. **Como montar e administrar bares e restaurantes**. 6ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MENDOÇA, Rejane Teixeira. **Cardápios: Técnicas e Planejamento**. 1ªed. Rio de Janeiro: Rubio, 2014.

NUNES, R. **Gastronomia sustentável**. Revista Científica da Faculdade das Américas, ano VI, n. 1, São Paulo, 2012.

OLIVEIRA, Carla Beatriz Perez; CÉ, Nísia. Estudo Comparativo entre o processo de Planejamento de Cardápio de um Restaurante de Hotel e de um Restaurante Convencional. **Competência**, Porto Alegre, RS, v.5, n.2, p83-99, jul. /dez. 2012.

QUEIROZ, F. L. N.; **Alimentação regional saudável em unidades produtoras de refeições do sudeste brasileiro**. Universidade de Brasília. Brasília, 2008.

SCARPATO, R. **New Global cuisine: the perspective of Postmodern Gastronomy Studies**. Rmit University, Melbourne, 2003.

SILVA, Sandra M. Chemim S.; MARTINEZ, Sílvia. **Cardápio: Guia Prático para a Elaboração**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2008.

STOLTENBORG, Joop. **Taioba, uma verdura quase esquecida**. Disponível em: <http://www.aboaterra.com.br/artigo.php?id=85&Taioba%2C+uma+verdura+quase+esquecida>. Acesso em: 23 de setembro de 2015.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da “hospitalidade”. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (org.). **Em busca da hospitalidade**. Perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004, p. 53-77.

TRIP ADVISOR. Disponível em:http://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Review-g660504-d7927213-Reviews-Taioba_Gastronomia-Sao_Sebastiao_State_of_Sao_Paulo.html. Acesso em 21 de setembro de 2015.

VASCONCELLOS, Frederico; CAVALCANTI, Eudemar; BARBOSA, Lourdes. **Menu: Como montar um cardápio eficiente**. São Paulo: Roca, 2002.

WOLFFENBUTTEL, Peter. **O que é terroir?** 2013. Disponível em: <http://www.sobrevinho.net/elaboracao/o-que-e-terroir>. Acesso em 05 de outubro de 2015.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Instalação e Administração de Restaurantes**. São Paulo: Editora Metha, 2007.