

Restauração Institucional – Crescimento e Desenvolvimento do Mercado na cidade de São Paulo

Ana Maria Prado Faião¹
Ricardo de Gil Torres²

Resumo

A restauração institucional tem por definição o fornecimento de alimentação aos funcionários em restaurantes nos locais de trabalho, como fábricas, escritórios, hospitais, escolas e universidades. Esse artigo aborda o início dessa atividade na cidade de São Paulo, a partir de um relato histórico obtido de entrevistas com quatro representantes desse mercado. A necessidade de oferecer alimentação aos trabalhadores surge para diminuir absenteísmos e licenças médicas dos indivíduos. Com uma alimentação exígua ou inexistente, os trabalhadores não conseguem cumprir as atividades durante a jornada de trabalho. As empresas se mobilizam e começam a disponibilizar alimentação aos funcionários no início dos anos 60. Em 1976 é criado o Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) com o objetivo de melhorar as condições de nutrição dos trabalhadores, fornecendo subsídios às empresas que fornecem refeições aos funcionários. A regulamentação em 1967 da profissão Nutricionista e o crescimento dos cursos de nutrição no Brasil a partir de 1970 contribuem para o desenvolvimento do mercado de restauração institucional. As empresas prestadoras de serviço na área de restaurantes institucionais surgem a partir dos anos 1970. O crescimento econômico, a entrada de empresas multinacionais, a abertura de mercado, o surgimento da gastronomia, o código de defesa do consumidor, a elevação do poder aquisitivo da população e a velocidade da comunicação estão entre os fatores que impulsionaram o desenvolvimento desse mercado.

Palavras-chave: Restaurantes Institucionais. Terceirização de Serviços. Programa de Alimentação do Trabalhador. Profissional Nutricionista.

¹Mestranda em Hospitalidade. Universidade Anhembi Morumbi, UAM-SP. anafaião@uol.com.br.

²Professor do Mestrado em Hospitalidade. Universidade Anhembi Morumbi, UAM-SP.
rgtorres@anhembimorumbi.edu.br

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Introdução

Com o objetivo de melhorar as condições nutricionais dos trabalhadores, as empresas começam a se mobilizar para atender a esse objetivo a partir do final dos anos 1960. Os profissionais de recursos humanos iniciam o trabalho para sensibilizar os executivos das empresas a fornecer não somente o local para os funcionários fazerem as refeições, aonde aqueciam as marmitas trazidas de casa, mas oferecendo a própria alimentação. Um ponto forte para essa mudança foi o elevado índice de afastamentos e licenças médicas por problemas de saúde e acidentes de trabalho causados pela falta de uma alimentação adequada a esses trabalhadores.

O Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) vem logo em seguida, no ano de 1976, para atender a necessidade das empresas em fornecer alimentação aos seus funcionários.

A partir dos anos 1970 começa a expansão dos cursos de nutrição no Brasil, com presença em quase todas as regiões do país.

Os três fatores citados: a mobilização das empresas para criação de restaurantes aos seus funcionários, a implantação do PAT e o crescimento das escolas de nutrição no Brasil; são pilares para o surgimento do mercado de Restaurantes Institucionais no Brasil e surgimento das primeiras empresas de prestação de serviços nessa área.

Partindo dessas premissas que caracterizaram o desenvolvimento da restauração institucional, o objetivo desse trabalho foi explorar os relatos de quatro profissionais da área que relataram as experiências vividas em 30 anos de história.

Os entrevistados foram: o Sr. Antônio Guimarães – Diretor Superintendente da Associação das Empresas de Refeições Coletivas (ABERC), a Sra. Lenir Piccolotto Nori – Diretora Operacional da empresa LC Restaurantes, a Sra. Stella Botto – Gerente Regional da empresa Sodexo e a Sra. Érica Moreira – Gerente Regional da empresa Sodexo.

Urbanização e industrialização no Brasil

A origem das cidades aparece na Antiguidade, mas a urbanização cresce de forma considerável a partir da Revolução Industrial. A fábrica é um fenômeno urbano e necessita próximo a ela a presença de trabalhadores e serviços de infraestrutura como transportes, armazenamento, energia, entre outros. As fábricas desenvolvem as cidades ou criam cidades em volta delas (SINGER, 1977 apud BORDO, 2005).

A partir do crescimento da industrialização, as sociedades também vão se urbanizando. A população rural deixa os campos em busca dos empregos urbanos oferecidos pelas indústrias. Essa mudança acontece devido à busca de novas oportunidades de vida e a mecanização

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

agropecuária, que diminui a necessidade de mão de obra no campo e concomitantemente aumenta a necessidade de trabalhadores nas fábricas e nos serviços urbanos (BORDO, 2005).

No Brasil, a mudança de um país agrário para um país urbano ocorre através do processo de industrialização impulsionado pelo governo de Getúlio Vargas na década de 1930, implantando o modelo de industrialização com o objetivo de substituir as importações (BORDO, 2005). No mesmo período após a Revolução de 1930, o governo desarma os exércitos do sertão brasileiro e limita o poder dos fazendeiros, implantando somente nas áreas urbanas uma legislação de trabalho, propiciando aos trabalhadores urbanos um padrão de vida mais elevado que aos trabalhadores rurais. Dessa forma, com os incentivos do governo, uma parcela crescente dos trabalhadores migra do campo para as cidades (SINGER, 1973).

A intervenção do Estado na economia beneficia a industrialização brasileira a partir da década de 1940, com a criação de grandes empresas estatais no ramo da siderurgia, indústria química, mecânica pesada, metalurgia, mineração, geração de energia (petróleo, hidrelétricas) e outras. Esses setores exigem grande aporte de capitais e os empresários nacionais não tem interesse em investir nesses mercados (BORDO, 2005).

Ao mesmo tempo a partir dos anos 1940, o processo de industrialização cresce no Brasil, com aumento das atividades industriais nas cidades, atraindo mão de obra desocupada ou subocupada da zona rural (BORDO, 2005).

O governo de Juscelino Kubitschek nos anos 1950 descarta a política de intervenção do estado e impulsiona a industrialização, atraindo um expressivo número de empresas para o Brasil, principalmente no ramo da indústria automobilística, naval, química e mecânica, através de subsídios, como doação de terrenos, isenção de impostos e empréstimos estrangeiros (RIBEIRO, 1995 apud BORDO, 2005).

Na Região Sudeste o processo de urbanização é crescente nos anos 1950, devido à concentração de indústrias na região, principalmente no Estado de São Paulo. As demais regiões do país intensificam o processo de urbanização na década de 1970 (BORDO, 2005).

A partir dos anos 1960 um grande número de trabalhadores rurais migra para as áreas urbanas, em decorrência da mecanização do campo associada a problemas estruturais ligados ao monopólio da terra e a monocultura (BORDO, 2005).

Conforme o Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 1980, em todas as regiões brasileiras a população urbana é superior a rural. O processo de industrialização diminui nos anos seguintes e as áreas rurais apresentam crescimento negativo. A população urbana predomina em todos os Estados brasileiros no ano de 1996 (BORDO, 2005).

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O censo de 2000 do IBGE aponta 81,23% da população brasileira vivendo em cidades, índice considerado elevado quando comparado a países como Itália com 67%, França com 76% e Estados Unidos com 77% (BORDO, 2005).

Concentração industrial em São Paulo

O processo de urbanização de São Paulo teve origem principalmente no mercado regional da cafeicultura a partir de 1930, que possuía uma rede urbana ramificada, articulada e hierarquizada, com o comando na capital de São Paulo. A cidade localizada estrategicamente entre o interior do estado e o porto de Santos, com um sistema viário que permitia a comunicação com os estados vizinhos e seus mercados, propiciou que a influência paulista ultrapassasse as fronteiras do Estado de São Paulo (BORDO, 2005).

O processo do governo para substituição de importações iniciado em 1930, atinge em 1950 as indústrias de bens de consumo durável, como automóveis e eletrodomésticos; bens de capital, como máquinas e equipamentos e bens intermediários, como siderurgia, produtos químicos, de borracha e papel. O capital estrangeiro foi responsável pelos investimentos na implantação desse parque industrial. A concentração dessas indústrias aconteceu na área metropolitana de São Paulo e nas regiões próximas da Baixada Santista, Campinas e Vale do Paraíba (SINGER, 1973).

No final dos anos 1950, a região da Grande São Paulo, incluindo as cidades de São Paulo e do ABCD (Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano e Diadema), já detêm mais de 40% da produção industrial e 75% da produção de bens de capital e consumo duráveis no Brasil. Nessa região, já com elevada densidade demográfica, se concentra um grande número de empresas multinacionais (NEGRI; PACHECO, 1994).

Arelado a esse crescimento industrial, aconteceu uma expansão das atividades terciárias na região, entre elas a atividade comercial, a atividade financeira, a rede de ensino formal com os cursos profissionalizantes e a área de serviços (SINGER, 1973).

Entre os serviços o restaurante surge nas empresas. Como relata Guimarães (2012):

“em 61 eu fui para a Rhodia, Rhodia Têxtil, e não tinha restaurante a Rhodia, e alguns lugares em 61 já deveria ter restaurantes, mas na Rhodia não tinha, tinha um pequeno restaurante lá para a diretoria e só... fiquei quatro anos e meio na Rhodia, e eu sentia que precisava fazer alguma coisa, porque o que é que acontecia? A pessoa tinha, porque era lei, refeitório, e no refeitório tinha esquentador de marmitta, então a marmitta era a alimentação do trabalhador na Rhodia em 1961, e eu percebendo aquilo e olhando, eu achei que era problemático porque muitas vezes eu fui lá no refeitório, abri a marmitinha e tinha arroz, feijão, um pedaço de linguiça e um ovo frito, era essa a alimentação básica do trabalhador brasileiro na época de 61. A partir de 61 eu comecei a

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

participar de grupos de relações industriais... a gente tinha grupos e começava a trocar ideias, e eu percebi que outras empresas tinham restaurantes próprios já para vir com os cardápios adequados. Eu comecei a vender a ideia, que eu não tinha instalação de restaurante, eu tinha um refeitório muito bonito... já estava se prevendo que fosse um restaurante um dia, e eu tinha uma nutricionista que eu contratei,... aí em 63 por aí, 62, 63, e a gente começou a pensar numa coisa, principalmente o pessoal da noite, a pessoa que trabalhava a noite... a Rhodia era três turnos, o pessoal que entrava as seis da manhã saía as duas e ia almoçar em casa, os que entravam as duas já vinham almoçados de casa... então era três turnos e eu achei que o turno da noite era o que tinha mais carência, que como eles almoçavam ou jantavam em casa, eles não levavam nada, passavam o turno da noite inteiro sem uma alimentação, tinha o intervalo, e eles tomavam um café, levavam um pão, qualquer coisa parecida. Eu iniciei... acho que no início de 63, eu iniciei uma sopa noturna, uma sopa reforçada... então a gente pôs ingredientes de uma nutricionista e que valeria uma refeição, era a sopa com dois pães, isso passou a ser o que a Rhodia Têxtil dava para os seus empregados do turno noturno. Após isso, a gente depois montou o restaurante, esse foi o primeiro passo”.

Como a industrialização em São Paulo ocorreu por investimentos estrangeiros, esses grupos multinacionais também foram os precursores em oferecer aos seus funcionários o benefício da alimentação, como descreve Guimarães (2012):

“depois da Rhodia (1) eu fui para a Brown Boveri (2), isso acho que foi em 64, meados de 64, e lá já encontrei restaurante... que servia todos os operários, os mensalistas e a diretoria, até tinha um restaurante muito sofisticado da diretoria que era para clientes”.

Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT)

O modelo de crescimento do Brasil baseado na busca do crescimento e desenvolvimento esbarra numa defasagem entre o salário real do trabalhador e seu poder de compra, o que torna a população vulnerável a problemas nutricionais e, conseqüentemente, diminuição da produtividade (ARAÚJO et al, 2007).

No início dos anos 70 o Brasil em pleno governo militar vivia o milagre brasileiro aliado a essa política de desenvolvimento apoiada no crescimento econômico, que impulsionava o desenvolvimento nacional. Como consequência da repressão militar e o crescimento das desigualdades sociais no país, o governo adota estratégias para o controle das tensões sociais. No que se refere às políticas voltadas para a alimentação no I Plano Nacional de Desenvolvimento

(1) Multinacional de origem francesa.

(2) Multinacional de origem suíça.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

(I PNAD) de 1972 a 1974 foi criado o Instituto Nacional de Alimentação e Nutrição (INAN), órgão responsável pela política social na área de alimentação e nutrição. Para promover a melhoria dos padrões nutricionais de alguns grupos da população foi elaborada a primeira versão do Programa Nacional de Alimentação e Nutrição (PRONAN) que não foi executada, em seguida foi elaborado o II PRONAN com vários programas sociais e entre eles o Programa de Alimentação do Trabalhador (COLARES, 2005).

O Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) foi criado pela lei 6321 de 14 de abril de 1976 e teve como objetivo prioritário melhorar as condições de nutrição dos trabalhadores brasileiros, visando melhorar a qualidade de vida, aumentar a produtividade, reduzir os acidentes de trabalho e prevenir as doenças profissionais (COSTA et al., 2005).

O programa é tripartite: governo, empresas e trabalhadores. O governo concede às empresas o incentivo fiscal dedutível do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica de até 4% (quatro por cento) do lucro tributável devido em cada exercício de apuração. Os trabalhadores arcam com no máximo 20% (vinte por cento) do custo da refeição. A empresa fica responsável pelo complemento das despesas com a alimentação, deduzido o subsídio do governo e a participação do trabalhador (COLARES, 2005).

A partir da implantação do PAT há um número expressivo de empresas, principalmente de grande porte, que aderem ao Programa, sendo esse um grande incentivo para a implementação do serviço de alimentação aos funcionários, como descreve Nori (2012):

“eu me lembro a partir do PAT, foi em 78 que teve a criação... soube que teve um campo bom por causa da criação do PAT... mediante isso que eu me enxerguei e comecei a acompanhar o mercado... naquela época era mais autogestão (3), a maioria dos restaurantes era mais autogestão”.

Esse momento é fundamental para o crescimento do mercado das empresas de prestação de serviços de alimentação. Com o benefício do PAT, as empresas investem na criação de restaurantes próprios e muitas delas ao mesmo tempo terceirizam esses serviços com as empresas especializadas nesse setor.

O maior crescimento da adesão ao PAT ocorre em São Paulo, devido à concentração de empresas na região. Esse crescimento propicia o surgimento dos restaurantes institucionais nas indústrias (COLARES, 2005).

(3) Restaurante gerenciado pela própria empresa.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O profissional Nutricionista

Na década de 1930 surge o primeiro curso de Nutrição no Brasil, mais precisamente em 1939 em São Paulo, na Universidade de São Paulo (CALADO, 2003). A criação do curso acontece no mesmo momento de transição político-econômica e social do Brasil, que consolidou as bases da sociedade capitalista urbana e industrial no país. No princípio era um curso técnico de nível médio para a formação de nutricionista-dietista, base para o surgimento dos atuais cursos de graduação em nutrição (CALADO, VASCONCELOS, 2011).

Em 1962 o Conselho Federal de Educação (CFE), órgão do Ministério da Educação reconhece a profissão como de nível superior, determinando a duração de três anos e instituindo o primeiro currículo mínimo para a formação de nutricionistas no Brasil (CALADO; VASCONCELOS, 2011).

Durante a década de 1960 existiam no Brasil 7 cursos de nutrição somente em instituições públicas, ocorrendo a expansão dos cursos na década de 1970, com a criação de 21 novos cursos (CALADO, 2003).

O crescimento dos cursos na década de 1970 acontece depois da instituição do II PRONAN, que tinha entre as suas diretrizes estimular o processo de formação e capacitação de recursos humanos em nutrição. Em 1981 já existiam 30 cursos no país, sendo 21 de instituições privadas e 9 de instituições públicas. De 1970 a 1981 a oferta de vagas nos cursos de Nutrição passa de 570 para 1592, representando um aumento de 428,6% (CALADO; VASCONCELOS, 2011). Esse crescimento acontece no mesmo momento da criação do PAT em 1976, também um dos programas sociais do II PRONAN. Como relata Nori (2012):

“Quando eu iniciei... era final de 81, final de 81 e começo de 82... uma empresa de médio porte, tinham acho que três nutricionistas, eu estava com mais quatro nutricionistas que foram do estágio... integraram o quadro e depois vieram outras nutricionistas, então não tinha profissionalização nenhuma, na verdade eram cozinheiros que tinham dado certo, cozinheiros mais qualificados, com uma visão mais administrativa... sem formação nenhuma, nem formação não só de nutricionista, formação técnica nenhuma, administrativa, nenhuma, então eram profissionais da área que cresceram junto na área, não tinha técnica nenhuma em nenhum aspecto, processo também, existia um processo, mas muito a ser aprimorado, então a parte higiênico sanitária era zero, gastronomia, a parte de receituário, quer dizer, era, evoluiu muito, nesses trinta anos a evolução foi muito grande. Hoje em dia você não consegue mais trabalhar sem um profissional técnico, um técnico de nutrição ou uma nutricionista, ou mesmo que seja numa formação de administrador”.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O PAT também é fundamental a atuação do nutricionista nos restaurantes industriais e a evolução da qualidade de serviços. Como menciona Nori (2012):

“porque acho que a nível que tinha exigência, o PAT ele teve uma definição, até então não existia nenhuma definição, acho que isso já foi importante, e a exigência de um profissional, uma nutricionista que acompanhasse todo o trabalho, todo o processo. Quer dizer, a medida que teve uma definição e a medida que exigiu um profissional, você acabou colocando técnica em todo esse processo... então eu vejo que a partir disso que teve toda essa evolução, porque se o PAT não tivesse, só a definição ou só o profissional acho que não teria sido do jeito que foi, a medida que ele começou a dar um caminho, a partir desse caminho começou a existir uma evolução. Por isso que, é assim que eu enxergo o PAT nessa caminhada”.

Com a instituição da Lei de Diretrizes e Bases da Educação em 1996, o crescimento dos cursos de nutrição é exponencial, com a concentração quase que exclusivamente no setor privado. Até o final de 1996 existiam em todo o Brasil 45 cursos de graduação em Nutrição. De 1997 a 2009 foram criados mais 346 novos cursos (CALADO; VASCONCELOS, 2011). Esse crescimento está presente no mercado de trabalho, como descreve Nori (2012):

“em cada restaurante, e mesmo no trabalho todo, na supervisão, na equipe toda profissional você tem nutricionista, pelo contrário, hoje você tem gastrônomo na equipe, você tem uma equipe, psicóloga, você tem uma equipe muito mais profissional, multiprofissional do que você tinha na época”.

Tendência da terceirização dos serviços

A criação PAT em 1976, agregada a acelerada expansão dos cursos de nutrição no Brasil, favorece o crescimento dos restaurantes dentro das empresas, com o objetivo de fornecer alimentação aos funcionários, chamados restaurantes industriais ou institucionais.

Ao final dos anos 1970 e início dos anos 1980 se desenvolve a forma de administrar restaurantes de empresas e entidades, tanto públicas como privadas. Nesse momento surge no mercado a terceirização, com vantagens econômicas e administrativas para as empresas que contratavam esses serviços (GUIMARÃES, 2010). Como relata Guimarães (2012):

“o mundo inteiro já tinha essa tendência de terceirização, tanto é que ela terceirizou não só o restaurante, a Brown Boveri, mas também a vigilância”.

A Riga foi a primeira empresa, como menciona Guimarães (2012):

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

“eu fui para a Brown Boveri, isso acho que foi em 64, meados de 64, e lá já encontrei restaurante extremamente inadequado... eu contratei... veio do restaurante da Gessy Lever o Sr. Minders, que depois eu saí da Brown Boveri... e nesse interim o Sr. Minders foi convidado a tocar o restaurante... a Brown Boveri foi uma das primeiras empresas a terceirizar, e terceirizou e o Sr. Minders montou a Riga”.

No final dos anos 1970, entra no mercado a Well's, empresa do Grupo Pão de Açúcar e as multinacionais francesas GR e Sodexo, como descreve Guimarães (2012):

“então primeiro a Well's... aí entrou a GR e a Sodexo, só para você saber, quando eu entrei na Riga eu soube que a Sodexo quis comprar a Riga... mas não conseguiu não, aí entrou no mercado a GR, depois a Sodexo”.

Nori (2102) complementa o discurso de Guimarães (2012) relatando:

“eu me formei em 81... na área de restaurantes industriais, eu vim conhecer a terceirização no estágio da faculdade que foi aonde eu caí e peguei o estágio na Well's e eu conheci a terceirização, os dois primeiros estágios que eu fiz foram autogestão, então foi interessante porque deu para conhecer o outro lado e conhecer o lado da terceirização, e na terceirização deu para identificar bem assim, a profissionalização do trabalho... mas quando eu cheguei no estágio da Well's na terceirização que deu para ver bem o profissionalismo, procedimento, deu para ver bem o trabalho num fluxo de produção, num fluxo de trabalho que você vê bem a diferenciação, o conceito de ser um prestador de serviço, então de cliente, no caso, na época a gente chamava de comensal, quem frequentava o restaurante, na época então uma valorização da opinião do comensal, a participação dele, do que ele achava, qual que era o nível de satisfação dele, o que ele buscava, qual era a expectativa. Então era um pouco diferente da autogestão que a autogestão era mais assim, estamos produzindo uma refeição para o nosso colaborador, se está bom ou se não está é o que a gente tem para oferecer. Na prestação de serviço, na terceirização não, você tinha um cliente por trás de tudo isso, então você sempre enxergava de uma forma diferente todo o trabalho, o nível de responsabilidade também, mesmo na parte higiênico sanitária, na parte de gastronomia, então todos os quesitos, uma preocupação maior, e também uma preocupação a nível do negócio, desempenho financeiro do negócio, de como é que estava, então você conseguia enxergar melhor o trabalho como um todo. Dessa prestação de serviços”.

Botto (2012) também cita as empresas GR e Sodexo:

“naquele momento as empresas que terceirizavam existiam duas grandes empresas, vamos dizer assim, que tinham maior tecnologia, maior conhecimento,

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

eram multinacionais, no caso a Sodexo e a GR que era do Grupo Accor, e que tinham realmente um trabalho diferenciado”.

Na década de 1990, as empresas de refeições coletivas dão início a um período de melhoria de qualidade de produtos e serviços, implementando inovações e adequações. Um exemplo é a evolução do serviço de bandejas estampadas (alimentos servidos na própria bandeja) para as bandejas lisas com pratos (alimentos servidos nos pratos) e um único tipo de cardápio. Em seguida acontece a evolução para cardápios alternativos e auto serviço de saladas (GUIMARÃES, 2010). A diferenciação nesse mercado vinha no desenvolvimento técnico e de qualidade como relata Nori (2012):

“acho que essa evolução aconteceu até os anos 90, essa evolução técnica, de um trabalho dentro de um fluxo de processo, a partir disso começou a entrar mais a nível de produto, a nível do ambiente, a nível do conceito que realmente, eu diria assim, até os anos 90 foi um processo interno, da cozinha, do nosso processo para o que estava oferecendo para os restaurantes, para os clientes”.

O avanço técnico nos anos 1990 nas empresas que prestavam serviços em restaurantes institucionais também é comentado por Moreira (2012):

“na área de qualidade, na parte técnica fazendo a parte de qualidade, que poucas empresas de médio e pequeno porte tinham uma área com foco em parte de qualidade, de homologação de fornecedores, de treinamento de funcionários, de degustação de produtos novos... a partir do momento que introduzia um produto, eram realizados testes dos produtos para avaliar qualidade, rendimento, tanto na parte, na questão de preço como a qualidade do produto... tinha uma área de qualidade composta por nutricionistas que realizavam todo o trabalho de homologação de fornecedores, treinamento”.

Outro aspecto abordado e que teve início por volta dos anos 1990, foi a evolução da apresentação da oferta, que vai além do que cita Guimarães (2010) com a mudança da bandeja estampada para a bandeja lisa, como relata Botto (2012):

“na empresa Sodexo, na verdade era um restaurante meio que invejado que era o restaurante de um banco, esse banco até não existe mais hoje, Banco Multiplik, e ele tinha um restaurante muito bonito, os bancos realmente investiam nisso, eles tinham dinheiro investido nisso, e tinham um restaurante muito bonito e um serviço bem avançado para a época... self total (4), oferta grande de saladas,

(4) Self service total – auto serviço com consumo liberado de todos os pratos oferecidos.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

pratos, um salão bem agradável que ficava no mezanino do prédio todo envidraçado... era uma central administrativa, então eram funcionários diferenciados do banco”.

A melhoria da oferta de serviços nos restaurantes institucionais nesse período também é citada pela Nori (2012):

“começou a entrar num processo externo, então a apresentação do produto, tanto no nível do produto em si, utensílios, como apresentar, ambiente, novos conceitos, novas opções... então a partir disso acho que entrou mais o serviço em si, para realmente a utilização desse serviço por parte do cliente”.

O mercado atual da restauração institucional

Um atendimento voltado para a gastronomia, com um toque culinário dos chefes de cozinha, aliado a uma eficácia administrativa foi o que norteou o mercado dos restaurantes institucionais nos últimos 10 anos. Surgiu o conceito de múltiplo atendimento, com cardápios diferenciados, segmentação de produtos para atender os cardápios e praças de alimentação dentro dos restaurantes das empresas. Todas essas inovações sempre alinhadas com as expectativas dos clientes (GUIMARÃES, 2010). Essa visão também é compartilhada por Nori (2012):

“eu acho que a medida que prestou-se um serviço, o cliente também começou a ter acesso a outros serviços e acho que assim, começou rodar muito mais informação sobre gastronomia, sobre alimentação, praça de alimentação no shopping, então não era todo mundo que tinha acesso a um conceito de alimentação, o próprio restaurante da empresa era um refeitório... para o colaborador estava bom o que se oferecia porque ele não tinha outras referências para ele poder buscar e para ele poder comparar. A medida que surgiram as praças de alimentação, surgiu a internet, muitos programas de gastronomia. Então os clientes começaram a ter acesso à formação e saber realmente escolher o que era bom, o que não é, o que ele pode exigir”.

O aumento da concorrência através da abertura de mercado e da estabilização da economia foram fatores que alavancaram esse mercado, como faz referência Botto (2012):

“com o plano Real e a estabilização da economia e a queda da inflação, formada a abertura do mercado para as empresas estrangeiras, a concorrência foi aumentando, a qualificação dos produtos na mesma escalada, e os próprios consumidores começaram a ter acesso a produtos novos, diferenciados, diversificados, e isso foi formando uma geração totalmente diferente das

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

gerações anteriores. E isso veio para o nosso mercado também, porque as empresas com uma necessidade de se tornarem mais competitivas, o mercado começou cada vez mais a exigir qualidade com preço baixo”.

A necessidade de atender as diferentes expectativas dos clientes também aparece nos comentários de Moreira (2012):

“você tem pessoas de todos os Estados com o hábito alimentar diferente, do mundo inteiro com o hábito alimentar diferente, eles entram no nosso restaurante e querem comer, eles querem ser atendidos de acordo com a particularidade, com a expectativa e com a vontade de cada um, então isso fez com que a gente procurasse as ofertas, quer dizer, obrigatoriamente você já tem que pensar num layout, entender a expectativa, qual é, fazer uma pesquisa inclusive, aplicar uma pesquisa para entender qual é a expectativa, como as pessoas se comportam, qual o hábito alimentar para você poder montar uma oferta. Hoje você tem que entrar no cliente, entender qual é o perfil daquele cliente para você poder desenhar uma oferta totalmente direcionada estrategicamente para aquele tipo de cliente, então isso demanda um investimento para as empresas de alimentação”.

Outro aspecto que contribuiu para o desenvolvimento do mercado foi a implantação do código de defesa do consumidor. Nori (2012) relata esse fato:

“o código do consumidor, quer dizer, então tudo isso começou a formar melhor o nosso cliente para uma expectativa, por um nível de exigência e com isso acho que todos os prestadores de serviços tiveram que evoluir em conjunto. Então nesses trinta anos acho assim, primeiro teve uma evolução técnica de trabalho, de processo e tudo, e depois teve um aprimoramento e até um pouco uma diferenciação de conceito”.

Stella (2012) também cita o código de defesa do consumidor em seus comentários:

“a mudança do consumidor com o código do consumidor, o acesso a serviços, você vê a quantidade de shoppings, praças de alimentação, o crescimento exponencial de restaurantes de todos os tipos, lanchonetes, fast food, comidas e tendências de todo o mundo, a globalização, tudo isso foi formando uma geração totalmente diferente em termos de exigência, de acesso, de gosto”.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Considerações Finais

Esse trabalho percebe que o crescimento e desenvolvimento do mercado de restaurantes institucionais acontece primordialmente através da expansão econômica do Brasil, com destaque para a cidade de São Paulo. Esse mercado teve como fortes fatores de sustentação a criação do PAT e o crescimento dos cursos de nutrição a partir de 1970. Com a profissionalização introduzida principalmente pelas empresas multinacionais, que conheciam o mercado dos restaurantes de empresas em países da Europa, o mercado expandiu e os restaurantes nas empresas surgiram como um benefício real aos funcionários.

A aceleração da comunicação através da internet e dos programas com chefes de cozinha renomados, e o crescimento do poder aquisitivo da população possibilitaram o acesso a diferentes formas e práticas voltadas para a alimentação, como cardápios variados, a introdução a gastronomia e a criação das praças de alimentação nos shoppings center, fizeram o mercado de restaurantes institucionais aderir a essas inovações, para atender as expectativas de clientes cada vez mais exigentes e conhecedores dos seus direitos como consumidores.

É provável que com aumento da terceirização dos serviços de alimentação nas empresas, o crescimento do número de nutricionistas no mercado e a facilidade de comunicação, façam com que a concorrência fique mais acirrada e as inovações dos restaurantes comerciais sejam com maior rapidez implementadas nos restaurantes institucionais.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, M.P.N. et. al. **Avaliação de políticas públicas de segurança alimentar e combate à fome no período 1995-2002. 2 – Programa de Alimentação do Trabalhador.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 23(8):1931-1945, ago. 2007.

BORDO, A.A. **Os eixos de desenvolvimento e a estruturação urbano-industrial do estado de São Paulo, Brasil.** Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona, Vol. IX, nº 194 (79), ago. 2005.

BOTTO, S. **O mercado de restaurantes Institucionais.** São Paulo, 03 nov. 2012. Entrevista a Ana Maria Prado Faião.

CALADO, C.L.A. **A expansão dos cursos de nutrição no Brasil e a nova Lei de Diretrizes e Bases LDB.** 2003. [acesso 2013 jan. 08]. Disponível em: <http://www.cfn.org.br/novosite/pdf/expasao.pdf>.

CALADO, C.L.A.; VASCONCELOS, F.A.G. **Profissão nutricionista: 70 anos de história no Brasil.** Revista de Nutrição, Campinas, 24(4):605-617, jul./ago., 2011.

COLARES, L.G.T. **Evolução e perspectivas do programa de alimentação do trabalhador no contexto político brasileiro.** Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr. = J. Brazilian Soc. Food Nutr., São Paulo, SP, v. 29, p.141-158, jun. 2005.

COSTA, T.H.M. et al. **Avaliação do almoço servido a participantes do programa de alimentação do trabalhador.** Revista Saúde Pública, São Paulo. 39(2): 148-55, 2005.

GUIMARÃES, A. **O mercado de restaurantes institucionais.** São Paulo, 12 mai. 2012. Entrevista a Ana Maria Prado Faião.

GUIMARÃES, A. **Refeições coletivas – presente e futuro.** Revista Nutrição Profissional, São Paulo, ano 5, p. 30-32, out./Nov./dez. 2010.

MOREIRA, E. **O mercado de restaurantes Institucionais.** São Paulo, 03 nov. 2012. Entrevista a Ana Maria Prado Faião.

NEGRI, B.; PACHECO, C. **Mudança tecnológica e desenvolvimento regional nos anos 90: a nova dimensão espacial da indústria paulista.** Espaço & Debates. Revista de Estudos Regionais e Urbanos. nº 38, p. 62-82, Ano XIV, 1994

NORI, L.P. **O mercado de restaurantes Institucionais.** São Paulo, 23 nov. 2012. Entrevista a Ana Maria Prado Faião.

PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO DO TRABALHADOR (PAT). Instrução Normativa SRF nº267 de 23 de dezembro de 2002. Disponível na Internet via HTTP://www.mte.gov.br.

SINGER, P. **Urbanização e desenvolvimento: o caso de São Paulo.** Economia política da urbanização. São Paulo: Brasiliense/Cebrap, p. 115-44, 1973.