

SUSTENTABILIDADE APLICADA À GASTRONOMIA

Mércia M. C. Stefanelli¹

Thiago Ramalho²

Vera Cristina de Araújo³

Resumo:

Nos dias de hoje, em um mundo em que o crescimento populacional é maior a cada ano, que as taxas de poluição chegam a níveis intoleráveis, que não temos mais de onde sugar tanta energia do planeta, a palavra de ordem é Sustentabilidade. É nela que temos que focar para que através dela possamos enxergar o nosso futuro. Mas até que ponto a procura por um mundo mais sustentável tem afetado a indústria gastronômica? Pessoas engajadas com o meio ambiente e chefs do mundo todo buscam incorporar no seu dia-a-dia e de seus restaurantes, atitudes que visam um futuro mais saudável para o planeta e para o ser humano que nele vive. Ações sustentáveis podem ser aplicadas e servem de pré-requisitos à inclusão do estabelecimento no programa selo verde. A metodologia de pesquisa, foi um estudo exploratório, quantitativo e qualitativo a partir de estudo de casos, entrevistas semiestruturadas e análise de conteúdo a partir de sites específicos com o objetivo de compreender se há impacto ou se há relação entre as ações do estabelecimento voltadas à sustentabilidade na decisão de escolha do cliente. É nesse aspecto que o marketing tem um campo ascendente a ser explorado, divulgando tais estabelecimentos e trazendo clientes em potencial voltados para essa causa.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade. Gastronomia. Marketing.

Introdução

Na era da informação e do mundo sem fronteiras, a pressa globalizada obriga os indivíduos a mudarem de hábitos, entre eles, a alimentação. Lelis et al. (2012) enfatizam que o fato da mulher ter entrado no mercado de trabalho foi um dos grandes propulsores para que os hábitos alimentares fossem modificados, sendo muitas vezes preferidas alimentações rápidas, como congelados e *fast foods*, as quais tem como característica principal muitas calorias e poucos nutrientes.

¹ Tecnologia em Gastronomia. Discente Anhembi Morumbi.

² Tecnologia em Gastronomia. Discente Anhembi Morumbi.

³ Tecnologia em Gastronomia . Docente Anhembi Morumbi

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

Com a disseminação da importância da conscientização em prol a sustentabilidade uma parcela da população está começando a se mobilizar para mudança de seus hábitos alimentares fazendo também com que empresas passem a notar um novo nicho de mercado (ABREU, 2001).

Neste momento a gastronomia passa por mais uma mudança: alimentar-se com consciência, inteligência e sabedoria. A filosofia de vida dessa pequena, mas significativa parcela da população não se limita ao bem-estar "eu", propriamente, mas sim, do coletivo, criada não apenas pela necessidade de ingerir alimentos mais saudáveis, mas pela garantia de que o mundo também necessita passar por mudanças.

O foco desse estudo é entender a sustentabilidade com todos seus impactos sociais, culturais, econômicos e principalmente o seu envolvimento com a gastronomia. Explicar as principais práticas executadas e a opinião dos frequentadores de estabelecimentos gastronômicos em relação à relevância de suas escolhas.

O fato da sustentabilidade na gastronomia ser recente e ainda não atingir grande parte da sociedade, propiciou um grande interesse exploratório, relacionados à postura desses estabelecimentos e dos clientes que o frequentam.

Esse grito por um mundo mais consciente e saudável vem transformando o processo de produção. Com base nessas premissas, tanto para a gastronomia quanto para a indústria alimentícia, ganham aqueles que forem pioneiros em desenvolver ações de sustentabilidade e que saibam se utilizar dessa ferramenta para se promover.

Assim, verificou-se a notoriedade do tema bem como seus aspectos fundamentais e sua atual importância no mercado gastronômico da cidade de São Paulo.

Conceito de Sustentabilidade

De acordo com Werdini (2012) a sustentabilidade visa “obter o crescimento econômico contínuo através de um uso mais racional de recursos naturais e de tecnologias mais eficientes e menos poluentes”.

Desta forma, observa-se que a sustentabilidade é um dos grandes focos, desafios e preocupações da sociedade contemporânea:

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

Partindo dessa premissa, trata-se de compatibilizar o meio ambiente com um crescimento econômico contínuo, mantendo as condições que produzem e reproduzem as relações de exploração, hierarquização e dominação que permitem a apropriação da capacidade produtiva social para alguns homens.

Observa-se então que a sustentabilidade não se resume tão somente na ligação do homem com a natureza e o meio ambiente, mas sim em todos os aspectos humanos – cultural, econômico, social e político – garantindo a manutenção da biodiversidade e dos ecossistemas e refletindo diretamente no cotidiano das pessoas e na qualidade de vida. A partir do momento que a natureza é poupada, ela começa a ser benéfica e mais eficaz para o homem.

Para Nunes (2011) a sustentabilidade deve ser anseio e objetivo de todas as instituições, sejam elas privadas ou públicas. No que condiz a questão da sustentabilidade gastronômica pode ser ressaltada a gestão ambiental no ramo de alimentos como sendo um assunto complexo que pode envolver tanto o uso do solo nas regiões agrícolas até o seu manejo com insumos, inseticida e fertilizante, até mesmo os restaurantes que se encontram no final dessa cadeia e a redução do seu desperdício que gera uma série de benefícios desde o lixo urbano até o menor impacto nas áreas agrícolas. Mais ainda, esse conhecimento reduz custos para as empresas do setor, melhora a lucratividade e a imagem de marca para os clientes.

Murta et al (2010) enfatizam que a gastronomia sustentável além de ser um processo primordial e demonstração de conscientização da responsabilidade de cada um, ainda pode servir como ferramenta para o desenvolvimento local.

No Brasil, a preocupação com a sustentabilidade na gastronomia pode ser considerada relativamente nova, e ainda enfrenta grandes desafios, Prado et al (2011) fazem um estudo no contexto brasileiro, enfatizando que uma das grandes questões centrais que devem ser consideradas no contexto deste assunto é a questão cultural.

História, sociologia, antropologia, filosofia, psicologia, economia, política, artes conformam significativa complexidade em torno da “comida”, constituindo possibilidade de diálogo com a biologia, a medicina, a nutrição, entre outras, ampliando-as. O estudo dos fenômenos alimentares reclama a interdisciplinaridade e apresenta como desafio o enfrentamento das tensões inerentes à vida democrática na qual vislumbramos um devir em que a convivência crescente e colaborativa entre diferentes referências epistêmicas deve ter lugar institucional.

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

Sustentabilidade Gastronômica na Cidade de São Paulo

Em 2010, durante o evento Semana Mesa São Paulo, 291 pessoas engajadas com o meio ambiente, dentre elas 42 *chefs* de cozinha nacionais e internacionais, assinaram uma carta com princípios que garantam o compromisso com uma gastronomia mais sustentável e um futuro digno para o planeta e para quem nele vive.

Segundo a carta⁴, no momento em que as forças econômicas e políticas não conseguem dar o segmento adequado às demandas da sociedade por ações que orientem o desenvolvimento agrícola, industrial, do consumo e de serviços em prol da:

- Diminuição de gases que provocam a mudança climática global;
- Diminuição e tratamento dos resíduos;
- Manutenção e manejo dos recursos hídricos;
- Recuperação e manejo sustentável de recursos florestais;
- Preservação e valorização da diversidade, incluindo a cultura gastronômica, das comunidades locais;
- Proteção e uso da biodiversidade em todos os biomas;
- Capacitação e financiamento da produção familiar, assim como sua inserção em cadeias adequadas.

Inspirados e motivados por iniciativas locais e mundiais com a intenção de garantir a civilização humana em um planeta que a possa hospedar e sustentar, os cidadãos abaixo assinados que tem na gastronomia interesses profissionais, educacionais, culturais, sociais e hedonistas se reúnem para construir e divulgar para toda sociedade em âmbito mundial o compromisso de intenções de responsabilidade individual e alcance coletivo baseado nos seguintes princípios:

- Conhecer o alimento que adquirimos, processamos e comemos.
- Conservar os meios e as condições que dão origem ao alimento.
- Preservar, valorizar e promover as qualidades naturais do alimento, assim como seu uso saudável.
- Utilizar todo alimento que adquirimos.

⁴ Carta de compromisso da gastronomia paulista com a sustentabilidade. Disponível em <http://www.prazeresdamesa.uol.com.br/exibirsecao/121/carta-de-sao-paulo>

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

- Remunerar adequadamente os produtores do alimento, inclusive pelos serviços ambientais providenciados para a sociedade.
- Aplicar conhecimento e tecnologia inovadora para valorizar a diversidade e qualidade dos ingredientes, assim como seus usos.
- Honrar e respeitar diariamente o ato de comer e de preparar a comida.
- As definições e aditamentos aos princípios acima, bem como o desenvolvimento de critérios que venham a orientar o cumprimento de cada princípio, serão sugeridos e discutidos pelos signatários e agregados a este documento progressivamente, nos foros em que será dada continuidade a este diálogo, ampliando a novos atores. São Paulo, 28 de Outubro de 2010.

Conceito de Gastronomia

A gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo que se refere ao homem, na medida que ele se alimenta⁵. A palavra gastronomia é de origem grega; “gastros” que significa estômago e “logia” que significa conhecimento.⁶

Vivemos um grande momento da gastronomia mundial, porém muitas pessoas ainda comem com o intuito de se alimentar e em um novo conceito vale ressaltar o prazer à mesa envolvendo todo o lado sensorial gustativo e principalmente o lado lúdico de uma refeição. Para Petrini (2011) o homem colhe, cultiva, domestica, desfruta, transforma, reinterpreta a natureza toda vez que se alimenta.

Apresentação Selo Verde- Restaurante sustentável

A Oficina Ambiental, fundada em Junho de 2011, é uma empresa de consultoria que tem como objetivo a disseminação de práticas sustentáveis no mercado através de projetos elaborados a partir da concepção do desenvolvimento contínuo. O selo verde “Restaurante Sustentável” atesta o comprometimento de um estabelecimento gastronômico com ações mais conscientes. Tais ações englobam desde o bem estar dos funcionários até o uso correto de recursos naturais como a água e o melhor uso da energia entre outros (SEIFERT et al. 2013).

A consultoria propõe ações que podem ser aplicadas em curto e longo prazo e que servem de pré-requisitos à inclusão do estabelecimento no programa selo verde. Entre as ações sugeridas estão:

⁵ Savarin, Brillat – A Fisiologia do Gosto, 1995, p.57

⁶ Disponível em: http://pucsp/maturidades/sabor_saber/gastronomia_44

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

- Utilizar na construção materiais com certificado de procedência, materiais de demolição e que não danifiquem o ecossistema;
- Evitar o uso de ingredientes ameaçados de extinção no cardápio;
- Escolher ingredientes orgânicos, frescos e sazonais;
- Optar por fornecedores e produtores próximo ao estabelecimento para diminuir a emissão de CO₂ durante o transporte;
- Fazer as entregas de *Delivery* nos arredores com bicicletas elétricas;
- Dar a opção para o cliente de pedir porções menores por preços correspondentes;
- Instalar sensores de movimento para otimizar a iluminação, entre outros tipos de tecnologias que baixem custos;
- Substituir o uso de água em garrafas plásticas por água filtrada servida em jarras;
- Diminuir o lixo produzido através do melhor aproveitamento dos insumos;
- Reciclar o lixo seco e separar resíduos orgânicos para a compostagem;
- Utilizar materiais de limpeza biodegradáveis na higienização do estabelecimento;
- Ter área de descanso para funcionários;



O estabelecimento

O estabelecimento gastronômico visitado foi o Brasil a Gosto, na cidade de São Paulo, Inaugurado em 2006, sob o comando da *Chef* Ana Luiza Trajano é um restaurante adepto à práticas sustentáveis e que possui o selo verde.

Dentre os diferenciais, estão:

- Maior aproveitamento de luz natural;
- Sistema de coleta de água da chuva para abastecer as descargas;
- Cardápios sazonais ou regionais respeitando a época de melhor utilização dos insumos;
- Acessibilidade: rampas e elevadores de acesso;

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

- Controle de desperdício;
- Visita periódica a fornecedores;
- Área de descanso para funcionários;
- Utilização de jogos americanos de material reutilizável, evitando o serviço de lavanderias e consequentemente o desperdício de água;
- Reutilizar os papéis de escritório e utilizar papéis reciclados;
- Uso de madeira de demolição nos móveis de salão;
- Sensores de presença nos toaletes;
- Sensores de água nas torneiras;
- Reutilização de óleo de cozinha (Repasse) coleta seletiva.

Algumas atitudes, apesar do selo verde, ainda são falhas. Dentre elas o uso do ar condicionado e a utilização de energia elétrica ao invés do uso de energias alternativas como a solar, por exemplo.



Pesquisa com clientes

Aplicou-se uma pesquisa analítica e exploratória com clientes do restaurante Brasil a Gosto em 05/04/2013 durante a operação almoço. Além disso, foi realizada também a análise comportamental dos adeptos (clientes) desse estabelecimento gastronômico que aderiu à prática sustentável, sempre levando em consideração quanto este fator influencia em suas escolhas.

Demonstração de Estudo e Resultados

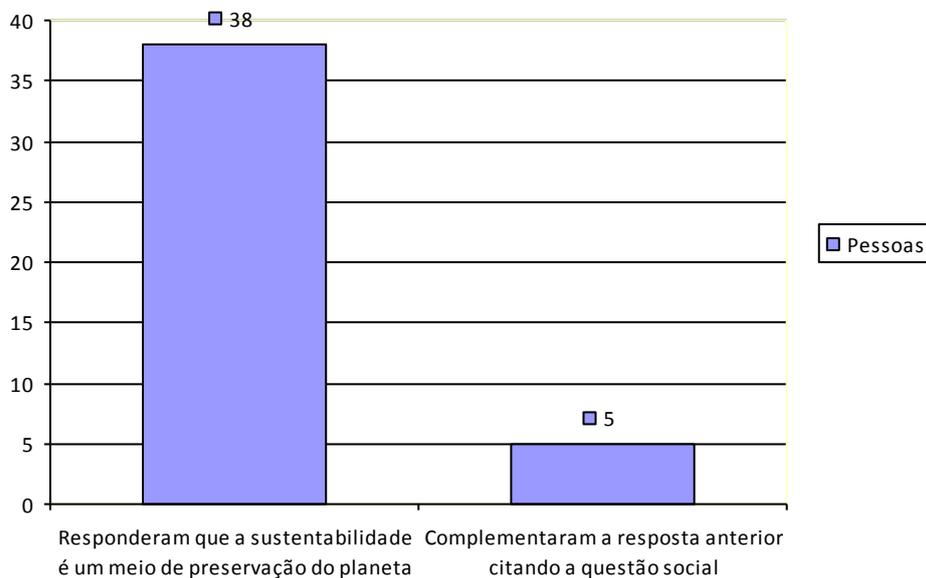
Quatro questões, abertas semiestruturadas, foram feitas para cada cliente entrevistado:

- O que você entende por sustentabilidade?

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

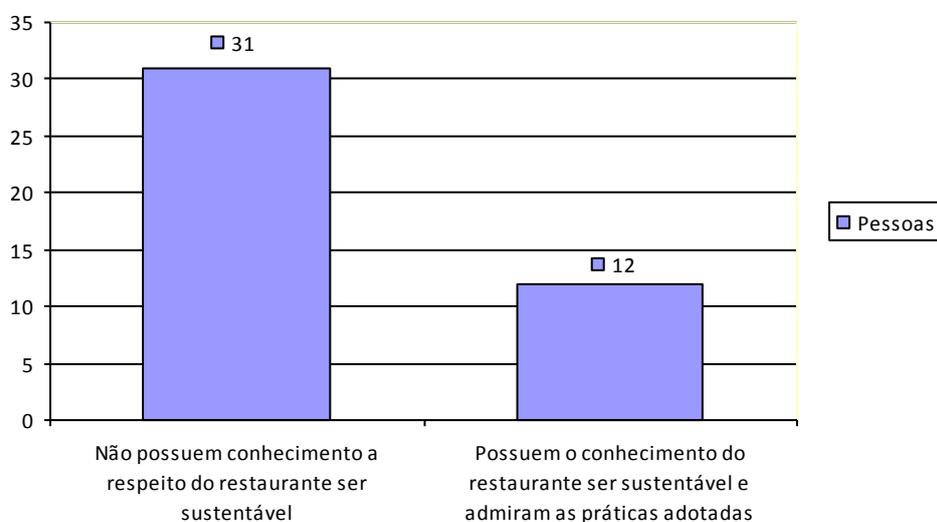
X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O que é sustentabilidade?



- Você sabe que este estabelecimento é sustentável?

Você sabe que este estabelecimento é sustentável?



- Até que ponto este fator influenciou na sua escolha?

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

Nenhum dos entrevistados respondeu que o fato do estabelecimento ser sustentável, é um fator determinante em sua decisão.

- O que você espera deste estabelecimento por saber que ele é sustentável?

O que você espera deste estabelecimento por ele ser sustentável?

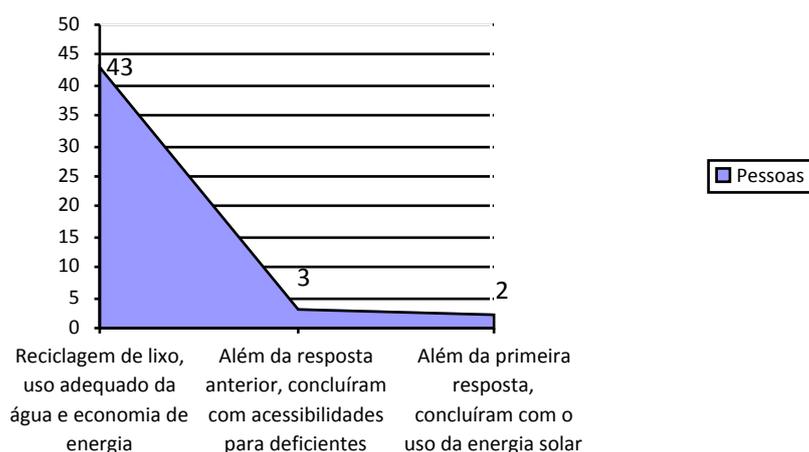


Tabela 1 – Total de clientes entrevistados por sexo e idade

| IDADE (anos) | MULHERES | HOMENS | TOTAL |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
| 21-30 | 2 | 1 | 3 |
| 31-40 | 4 | 6 | 10 |
| 41-50 | 9 | 12 | 21 |
| 51-57 | 4 | 5 | 9 |
| TOTAL | 19 | 24 | 43 |

Fonte: pesquisa em campo realizada pelo grupo

No total, 43 pessoas foram entrevistadas com idade entre 21 e 57 anos, sendo 19 do sexo feminino e 24 do sexo masculino.

1ª Questão: a maioria respondeu que a sustentabilidade é um meio de preservação do planeta e apenas cinco pessoas entrevistadas responderam a respeito da questão social.

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

2ª Questão: 31 pessoas (12 mulheres e 19 homens) responderam não ter conhecimento a respeito do estabelecimento ser sustentável. 12 pessoas (7 mulheres e 5 homens) responderam saber e admiram as práticas sustentáveis aderidas.

3ª Questão: Ninguém respondeu que a sustentabilidade é um fator que influencia sua decisão na escolha do restaurante.

4ª Questão: 100% dos entrevistados responderam que esperam de um estabelecimento sustentável a reciclagem de lixo, o uso adequado da água e a economia energia. Dentre estes somente 3 pessoas citaram acessibilidades como rampas de acesso e elevador e 2 pessoas citaram o uso da energia solar.

Idade e sexo não exerceram importância no resultado da pesquisa.

Selo Restaurante Sustentável

São participantes do Selo Restaurante Sustentável em São Paulo:

- Amanda;
- Brasil a Gosto;
- Insalata;
- Mani;
- Zena Caffé;
- Le manjue Bistro;
- Tubaina;
- Olea Mozzarella bar;
- Deli sanduiches;

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

No momento atual percebe-se uma forte mudança na sociedade envolvendo práticas ambientais. Porém, o estudo demonstrou através das pesquisas, que este ainda não é um fator determinante na escolha de um cliente por um estabelecimento gastronômico. A grande maioria das pessoas que fazem suas refeições fora de casa, independente de idade e sexo, ainda não tem uma consciência do que é a sustentabilidade na gastronomia e principalmente os benefícios que traz para o meio ambiente e para o futuro do planeta.

O estudo de caso demonstrou ainda que, embora este não seja um fator relevante na escolha do cliente, o selo verde ou título de "Restaurante Sustentável" resultou em ações muito positivas nos funcionários e principalmente nos gestores que foram surpreendidos com a otimização dos recursos naturais e se comprovou que essas práticas são realmente econômicas trazendo bons resultados administrativos, financeiros e sociais. Nota-se que embora seja visto com bons olhos pelo mercado gastronômico, os restaurantes com práticas sustentáveis estão em evidência por outros fatores que não este.

Percebe-se que foram usadas algumas ferramentas de marketing que tornam os restaurantes sustentáveis citados bem sucedidos, trazendo a seu cliente serviço impecável, *chefs* renomados, locais privilegiados, bom cardápio, boa carta de vinhos, acessibilidade, porém, segundo Kotler, o novo conceito de marketing é baseado nas considerações e desejos de cidadãos globais, com respeito ao meio ambiente, aos valores humanos (da mente, do coração e do espírito) e as novas tecnologias, sendo assim, não conseguimos compreender o motivo que os leva a não utilizar a

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

sustentabilidade como mais um recurso de marketing caso contrário haveria uma maior divulgação dando relevância ao tema.

Acredita-se que uma intensa campanha por parte desses estabelecimentos salientando os diferenciais que impactam na escolha por um restaurante sustentável, possa aumentar significativamente a adesão de novos clientes voltados a esta causa dando um grande passo a um futuro sustentável e estimulando outros estabelecimentos de diferentes setores a inclusão dessas práticas, movimentando de forma positiva o mercado gastronômico na cidade de São Paulo, sendo então sugestão para que sejam realizados futuros estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Edeli Simioni de; VIANA, Isabel Cristina; MORENO, Rosymaura Baena; TORRES, Elizabeth Aparecida Ferraz Da Silva. **Alimentação Mundial: Uma Reflexão Sobre A História**. *Saude Soc.* [Online]. 2001, Vol.10, N.2, Pp. 3-14. ISSN 0104-1290.

HSM Expo Management – **Conceito do novo Marketing** – disponível em: <http://mercadoetico.terra.com.br/arquivo/philip-kotler-apresenta-o-conceito-de-marketing-focado-no-ser-humano/> acesso em maio.2013

LELIS, Cristina Teixeira; TEIXEIRA, Karla Maria Damiano e SILVA, Neuza Maria Da. **A Inserção Feminina No Mercado De Trabalho E Suas Implicações Para Os Hábitos Alimentares Da Mulher E De Sua Família**. *Saúde Debate* [Online]. 2012, vol.36, n.95, pp. 523-532. ISSN 0103-1104.

MURTA, Ivana Benevides Dutra; SOUZA, Mariana Mayumi Pereira de and CARRIERI, Alexandre de Pádua. **Práticas discursivas na construção de uma gastronomia polifônica**. *RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online)* [online]. 2010, vol.11, n.1, pp. 38-64. ISSN 1678-6971.

NUNES, Radilene- **Gastronomia Sustentável** – artigo apresentado a Universidade de Americana -2011.

PRADO, Shirley Donizete et al. **A pesquisa sobre Alimentação no Brasil: sustentando a autonomia do campo Alimentação e Nutrição**. *Ciênc. saúde coletiva* [online]. 2011, vol.16, n.1, pp. 107-119. ISSN 1413-8123.

SEIFERT, Ralf W; STREBEL, Heigi; Godsey, Joseph. **Entendendo os selos verdes**- disponível em: <http://www.ideiasustentavel.com.br/2011/11/entendendo-os-selos-verdes/> acesso em maio 2013

WERDINI, Marcelo Malta. **A Sustentabilidade e O Empreendedorismo No Mercado Gastronômico**- Interciência & Sociedade- UAM-2012.