

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CALLIANDRA PIMENTEL VERDEROCE VIEIRA

**CONHECIMENTO E APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NOS
ESTABELECIMENTOS ASSOCIADOS À ABRASEL EM CURITIBA-
PR: PROPOSTA DE MANUAL DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS**

CURITIBA

2010

CALLIANDRA PIMENTEL VERDEROCE VIEIRA

**CONHECIMENTO E APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NOS
ESTABELECIMENTOS ASSOCIADOS À ABRASEL EM CURITIBA-PR:
PROPOSTA DE MANUAL DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS**

Trabalho apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão de Turismo em Áreas Urbanas II e Projeto de Turismo em Planejamento e Gestão de Turismo em Áreas Urbanas II, Curso de Turismo, Departamento de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a Marcia Shizue Massukado-Nakatani

CURITIBA

2010

TERMO DE APROVAÇÃO

CALLIANDRA PIMENTEL VERDEROCE VIEIRA

CONHECIMENTO E APLICAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE NOS ESTABELECIMENTOS ASSOCIADOS À ABRASEL EM CURITIBA/PR: PROPOSTA DE MANUAL DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Trabalho de graduação aprovado com nota 83 apresentado às disciplinas de Orientação e Supervisão de Estágio e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II e Projeto em Planejamento e Gestão de Turismo II, Curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Banca:

Profa. Ms. Marcia Shizue Massukado Nakatani (orientadora)
Departamento de Turismo, UFPR

Profa. Dra. Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes
Departamento de Turismo, UFPR

Prof. Esp. Marcelo Carmo da Rocha
Consultor SINDOTEL/Faculdades OPET

Curitiba, 30 de novembro de 2010.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me dar esta oportunidade de alcançar meus objetivos e me dar força quando preciso.

Aos meus pais, Viviane e Rogério, por terem acreditado na minha capacidade ao longo deste ano, e também em todos os dias da minha vida, e por terem me apoiado sempre.

À Professora Márcia, por toda a dedicação, paciência e confiança, e por estar presente em todos os momentos que precisei de seu auxílio.

Aos meus amigos e minha família, por todo o apoio e por estarem sempre ao meu lado.

A todos aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para que este trabalho fosse concluído com sucesso. Muito obrigada!

DEDICATÓRIA

Dedico esta conquista aos meus pais, as duas pessoas mais importantes da minha vida e que me apoiaram ao longo deste ano, me motivando a seguir em frente mesmo diante das maiores dificuldades.

RESUMO

O presente trabalho possui como objetivo geral a verificação do nível de conhecimento a respeito da sustentabilidade nas empresas do segmento de alimentos e bebidas associadas à ABRASEL/PR na cidade de Curitiba/PR e a identificação de práticas sustentáveis nestes estabelecimentos ligados ao turismo. Os conceitos trabalhados ao longo deste trabalho envolvem a sustentabilidade e sua aplicação na atividade turística, mais especificamente no segmento de alimentos e bebidas, a importância do planejamento do turismo em áreas urbanas e o segmento de alimentos e bebidas ligado à atividade turística de uma localidade. Foi realizada uma pesquisa em estabelecimentos associados à ABRASEL/PR, abrangendo coleta de dados primários a respeito do conhecimento e da aplicação da sustentabilidade nestas empresas. A partir dos resultados obtidos, foi possível perceber que a sustentabilidade no segmento é pouco trabalhada, e que seu conceito é percebido de maneira incompleta pela maior parte dos estabelecimentos entrevistados. Portanto, foi verificada a necessidade de um maior aprofundamento por parte deste segmento em relação ao desenvolvimento da atividade de maneira sustentável, e a partir desta necessidade foi elaborado um projeto do Manual de Práticas Sustentáveis, presente ao final deste trabalho.

Palavras-chaves: Turismo; Sustentabilidade; Alimentos e bebidas; Planejamento.

ABSTRACT

The general purpose of this work was to verify the level of knowledge about sustainability in food and drinks companies associated with ABRASEL/PR in Curitiba/PR and also to determine sustainable practices in these establishments related to tourism. The concepts presented in this work involve the sustainability implementation in tourism, specifically in the food and drinks enterprises; the importance of tourism planning in urban areas; and the activities of food and drinks linked to tourism in a locality. In order to reach some specific aims of this work, a research was conducted with companies associated with ABRASEL/PR, including data collection about the knowledge and application of sustainability in these establishments. From the results obtained during the inquiries, it was possible to realize that sustainability in the sector is poorly crafted and that its concept is viewed in an incomplete manner in most of the establishments interviewed. Therefore, the need for a deeper understanding on this segment in relation to the development of its activities in a sustainable way was identified; because of this necessity the project of a Sustainable Practices Manual was elaborated and it is presented at the end of this work.

Keywords: tourism; sustainability; food and drink; planning.

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – SETE PRINCÍPIOS DO TURISMO SUSTENTÁVEL	20
QUADRO 1 – ATORES-CHAVES NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	21
QUADRO 2 – IMPACTOS DO TURISMO	25
TABELA 1 – ATIVIDADES REALIZADAS PELOS TURISTAS DURANTE A VIAGEM	33
TABELA 2 – DISTRIBUIÇÃO DO VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO GERADO PELA ATIVIDADE TURÍSTICA, POR SETORES E SERVIÇOS	34
QUADRO 3 – RELAÇÃO CONTEÚDO DAS QUESTÕES/NÚMERO DAS QUESTÕES	40
QUADRO 4 – TABULAÇÃO DOS DADOS COLETADOS	41
FIGURA 2 – INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS ABRASEL NACIONAL	44
QUADRO 5 – ESTABELECIMENTOS PESQUISADOS	45
GRÁFICO 1 – MOTIVOS PELOS QUAIS A EMPRESA NÃO APLICA ALGUMAS MEDIDAS SUSTENTÁVEIS	47
GRÁFICO 2 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM AMBIENTAL	48
GRÁFICO 3 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM ECONÔMICA	49
GRÁFICO 4 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM SOCIOCULTURAL	49
GRÁFICO 5 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM POLÍTICA	50
TABELA 3 – INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS DE MAIOR IMPORTÂNCIA	51
QUADRO 6 – AÇÕES ADOTADAS NOS ESTABELECIMENTOS – ABORDAGEM AMBIENTAL E ECONÔMICA	52
QUADRO 7 - AÇÕES ADOTADAS NOS ESTABELECIMENTOS – ABORDAGEM SOCIOCULTURAL E POLÍTICA	52
QUADRO 8 – CONTEÚDO DO MANUAL: O MANUAL	57
QUADRO 9 – CONTEÚDO DO MANUAL: A SUSTENTABILIDADE	57
QUADRO 10 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM AMBIENTAL	58
QUADRO 11 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM ECONÔMICA	59
QUADRO 12 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM SOCIOCULTURAL	60
QUADRO 13 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM POLÍTICA	61

QUADRO 14 – CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PROJETO	62
QUADRO 15 – RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS PARA O PROJETO.....	63
QUADRO 16 – CUSTOS DO PROJETO.....	64

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	MARCO TEÓRICO.....	15
2.1	Turismo e sustentabilidade	15
2.2	Planejamento do turismo em áreas urbanas	22
2.3	Turismo e o segmento de alimentos e bebidas	29
2.4	Sustentabilidade, planejamento urbano e o segmento de alimentos e bebidas no turismo: considerações preliminares	36
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	38
3.1	Tipo de Pesquisa	38
3.2	Técnicas de pesquisa	38
3.3	Coleta de dados	39
3.3.1	Construção do instrumento de coleta de dados	39
3.3.2	Tabulação e interpretação dos dados	41
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....	43
4.1	Apresentação dos dados coletados	44
4.1.1	Empresas pesquisadas	45
4.1.2	Sustentabilidade x empresa	46
4.1.3	Aplicação de medidas sustentáveis na empresa	46
4.2	Interpretação e discussão dos resultados	52
5	PROJETO DE TURISMO	55
5.1	Descrição da proposta do Projeto	55
5.2	Conteúdo do Projeto	56
5.2.1	O Manual.....	56
5.2.2	Sustentabilidade	57
5.2.3	Iniciativas ambientais.....	57
5.2.4	Iniciativas econômicas.....	59
5.2.5	Iniciativas socioculturais	59
5.2.6	Iniciativas políticas.....	60
5.3	Etapas para execução do Projeto	61

5.3.1 Descrição das etapas para execução do Projeto	61
5.3.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.....	62
5.3.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa.....	63
5.3.4 Avaliação do retorno do investimento	64
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICES.....	72

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento sustentável visa à qualidade de vida da sociedade não só atual, como também futura, através da maximização de impactos positivos correlatos ao desenvolvimento ambiental, sociocultural, econômico e político de determinada localidade ou organização.

A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (*apud* AFONSO, 2006) define a sustentabilidade como um processo de mudanças em que a utilização dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a transformação institucional se conciliam e reforçam o potencial presente e futuro, com o objetivo de atender às necessidades e aos anseios humanos.

Apesar de a sustentabilidade ser um tema recorrente na literatura cotidiana, poucos são os empreendimentos e pessoas que efetivamente conhecem o significado da palavra, relacionando-a, muitas vezes, apenas à preservação dos recursos naturais, esquecendo-se do comprometimento social, cultural, político e econômico que as empresas e a sociedade devem ter perante o desenvolvimento mundial.

Nesse sentido, destaca-se que a atividade turística quando não planejada, pode trazer grandes problemas futuros, uma vez que se apropria do meio ambiente, das comunidades locais e da economia para promover-se e expandir-se. Segundo Swarbrooke (2000b, p. 29), “com frequência, e corretamente ou não, considera-se que as empresas de turismo estejam interessadas somente em seus lucros e perspectivas de curto prazo.”.

Assim, o planejamento do turismo e das empresas ligadas a este setor deve ser feito em observância a princípios que auxiliem na capacidade do turismo de minimizar os impactos negativos, até certo ponto, inerentes ao seu desenvolvimento. Swarbrooke (2000a) destaca três dimensões: (a) o meio ambiente, tanto natural quanto construído; (b) a vida econômica de comunidades e empresas; e (c) os aspectos sociais do turismo.

Dessa forma, é dentro do espectro do entendimento dessas dimensões¹ e da aplicação do conceito de sustentabilidade que esta pesquisa se propõe a estudar e apresentar possibilidades para o segmento de alimentos e bebidas. Logo, acredita-se que é necessário que este assunto se torne de maior entendimento pelas empresas, que muitas vezes não possuem um setor ou departamentos especializados na área de desenvolvimento sustentável.

Dentro do segmento de alimentos e bebidas, destaca-se a Associação Brasileira de Bares, Restaurantes e Similares - ABRASEL, entidade representativa do segmento. A ABRASEL é uma associação sem fins lucrativos que promove a troca de informações entre os associados e visa o aprimoramento dos estabelecimentos, através de ações que tenham como objetivo principal o desenvolvimento sustentável nos âmbitos econômicos, sociais e ambientais. Para que haja uma maior proximidade com os empreendedores e um consequente melhor atendimento às necessidades dos estabelecimentos associados, a ABRASEL está dividida em diversas filiais nos estados do Brasil. No Paraná, a filial está localizada em Curitiba.

A ABRASEL possui um Código de Conduta para as empresas filiadas, fundamentado nos seguintes princípios: (a) Sustentabilidade Ambiental; (b) Responsabilidade Social; (c) Respeito às diferenças; (d) Valorização Cultural; (e) Respeito ao Cliente; (f) Qualidade de Vida; (g) Profissionalismo; (h) Associativismo; (i) Transparência; (j) Saudabilidade; (l) Honestidade; (m) Democracia.

Dentro desse cenário, entende-se que a aplicação prática das iniciativas sustentáveis contribui também para o cenário positivo do desenvolvimento da atividade turística do país e minimiza os impactos negativos que o setor de alimentos e bebidas traz para o turismo, através de um planejamento que envolva estas medidas.

O estudo da sustentabilidade em estabelecimentos de alimentos e bebidas localizados em Curitiba é importante, pois a cidade possui iniciativas em seu planejamento e desenvolvimento urbano que se destacam por serem sustentáveis. Isso se confirma com a recente premiação de Curitiba no *Globe Award*, escolhida

¹ Inclui-se também, apesar de Swarbrooke (2000a) não considerar, a abordagem política da sustentabilidade.

como cidade mais sustentável de 2010, por demonstrar grande capacidade no desenvolvimento sustentável da cidade não só em políticas como também em implementações (ações). O *Globe Award* possui como critérios para seleção da “*Sustainable city*” as iniciativas sustentáveis nos âmbitos: sociais, ambientais, humanos, políticos, econômicos, culturais e de infraestrutura.

A partir deste contexto, a presente pesquisa apresenta como problema de pesquisa: Qual o nível de conhecimento sobre sustentabilidade das empresas ligadas à Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL em Curitiba e de que maneira seu conceito pode ser aplicado a esses empreendimentos?

Logo, o objetivo geral é verificar o nível de conhecimento sobre sustentabilidade que as empresas do segmento de alimentos e bebidas ligadas à ABRASEL em Curitiba – PR possuem e identificar formas de aplicação prática da sustentabilidade nesses estabelecimentos. Esta verificação do nível de conhecimento e também de sua aplicação, ocorrerá através dos seguintes objetivos específicos:

- Descrever a relação entre sustentabilidade e empreendimentos de alimentos e bebidas;
- Identificar e apresentar o nível de conhecimento em relação à sustentabilidade que as organizações possuem;
- Identificar formas de aplicar a sustentabilidade ao contexto empresarial, em especial ao segmento de alimentos e bebidas.

Para possibilitar o alcance do objetivo proposto, este trabalho subdivide-se nas seguintes partes: (a) esta introdução, que contemplou a apresentação do objeto de estudo, a justificativa, o problema e os objetivos da pesquisa; (b) o marco teórico ou revisão de literatura, em que são explorados os conceitos-chaves que nortearão a pesquisa; (c) os procedimentos metodológicos com a caracterização da pesquisa e apresentação do instrumento de coleta de dados e da forma de análise dos dados; (d) o projeto de turismo; finalizando com (e) as referências, anexos e apêndices.

2 MARCO TEÓRICO

A revisão de literatura apresentada a seguir toma como base três conceitos-chaves que serão desenvolvidos ao longo de diferentes tópicos com o objetivo de propiciar a construção de um quadro referencial teórico sobre o turismo e a sustentabilidade, o planejamento do turismo em áreas urbanas e o turismo e o segmento de alimentos e bebidas; bem como a relação entre eles.

2.1 Turismo e sustentabilidade

O conceito sustentabilidade é utilizado frequentemente em reconhecimento das mudanças que a sociedade vem enfrentando em decorrência do modelo econômico capitalista até então vigente. Entretanto, nota-se que apenas uma pequena parte da sociedade conhece efetivamente seu significado e o aplica em sua vida cotidiana, conforme destacado por Andrade:

Alguns até sabem o que é, todavia evitam empregá-la no seu dia a dia, mas quando o fazem de forma pontual alardeiam mídia afora para que todos possam vê-lo e homenageá-lo. (...) Há ainda os incoerentes que de um lado acenam com medidas pontuais relacionadas à sustentabilidade, mas de outro praticam atos que demonstram a falta de sintonia entre o que dizem e o que fazem. (ANDRADE, 2008, p. 1)

A incompatibilidade entre a sustentabilidade e o crescimento econômico, de acordo com Faria e Carneiro (2007), é própria da sociedade capitalista, que possui uma grande preocupação em garantir o contínuo desenvolvimento do processo de industrialização e acaba esbarrando em uma lógica de mercado, pois não se

interessa em estudar e aplicar estratégias de médio e longo prazo, provocando o esgotamento de recursos e malefícios sociais e ambientais. Entretanto, a preocupação com o desenvolvimento sustentável vem sendo cada vez mais discutida mundialmente, em especial a partir dos temas correlatos ao meio ambiente, conforme destacado no breve histórico que segue.

Os primeiros passos rumo à conscientização ambiental, segundo Cândido (2003), ocorreram nos anos 60, porém se tornaram mais explicitamente visíveis na década seguinte. De acordo com Cooper *et al.* (2007), em 1980 e em consequência da Conferência de Estocolmo, formou-se a Comissão de Estratégia de Conservação Mundial, que pode ser considerada como a base da implementação do plano de ação ambiental. Apesar de a repercussão desse encontro ter sido mais teórica do que prática quando se trata de formular ações políticas que encorajem atitudes sustentáveis, ele representou um modo de focalizar o tema mundialmente.

Outro acontecimento que merece ser ressaltado em termos de sustentabilidade é o Relatório Bruntland, de 1987, que estabeleceu entre suas metas primárias: ajudar na definição de percepções de questões ambientais de longo prazo e de esforços necessários para lidar com os problemas de proteção e qualidade ambiental, além de estabelecer uma agenda para ações durante as décadas seguintes e objetivos visados pela comunidade mundial.

Essa tendência foi reforçada anos depois com outro marco, a Conferência das Nações Unidas Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco-92), no Rio de Janeiro, que reuniu um grande número de chefes de Estado com o objetivo de corrigir os danos que já haviam sido causados ao meio ambiente e ao mesmo tempo melhorar a qualidade de vida de populações carentes.

Com relação ao desenvolvimento turístico sustentável existe uma variedade de definições que abordam um conjunto de princípios que, por serem numerosos, dificultam a compreensão deste termo, conforme destacado por Dias (2003). Cooper *et al.* (2007) acrescentam ainda que o conceito de sustentabilidade é complicado e complexo, mas que, entretanto, os profissionais que trabalham direta ou indiretamente nesta área devem esforçar-se tentar para alcançar um planejamento

do turismo, fazendo um uso mais eficiente dos recursos, para que a atividade tenha um futuro em longo prazo.

De maneira geral, identifica-se que a denominação e conceituação de sustentabilidade está comumente atrelada à conservação do meio ambiente, ao bem estar da sociedade e ao desenvolvimento econômico, não só atual como futuro. Nesse sentido, destaca-se a definição de Norton (1992) apresentada por Faria e Carneiro sobre a sustentabilidade:

(...) é uma relação entre sistemas econômicos dinâmicos e sistemas ecológicos maiores, também dinâmicos e que, no entanto, modificam-se mais lentamente, de tal forma que a vida humana pode continuar indefinidamente, os indivíduos podem prosperar e as culturas humanas podem desenvolver-se, mas também uma relação na qual os efeitos das atividades humanas permanecem dentro de limites que não deterioram a saúde e a integridade de sistemas auto-organizados que fornecem o contexto ambiental para estas atividades. (NORTON, 1992, p. 25 *apud* Faria; Carneiro, 2007, p. 13)

Em relação ao turismo sustentável, Swarbrooke (2000a) destaca que o entendimento de seu conceito foi facilitado através da publicação de vários livros-chaves que surgiram desde o crescimento do turismo de massa, nos anos 60. Conforme os impactos negativos da atividade turística foram sendo identificados, iniciativas por parte da gestão pública foram tomadas, mesmo que para amenizar problemas em curto prazo. No final dos anos 80, a expressão “turismo sustentável” começou a ser utilizada por estudantes de curso superior e profissionais da área, estando especialmente atrelada à maximização de benefícios ambientais. Nos anos 90, a verbalização passou a ser mais freqüente, abordando então a importância da comunidade local e de impactos economicamente positivos por parte do turismo nestas comunidades.

O turismo organizado, segundo Trigo (2002), teve seu surgimento em meados do século XIX, conseqüente da Revolução Industrial, que deu início ao desenvolvimento tecnológico, e também da formação da burguesia comercial e industrial, que possuía tempo, dinheiro e disponibilidade para viajar. No final do século XIX, a tecnologia disponível tornou possíveis construções em ferro fundido, propiciando então, novas possibilidades da engenharia que começaram a mudar a

aparência das grandes cidades e avançar no desenvolvimento dos meios de transporte. Afer-se que, apesar de a atividade turística moderna ser praticada desde os primórdios da Revolução Industrial, a preocupação com o turismo desenvolvido de maneira sustentável é recente, como afirma Dias:

O impacto ambiental da atividade turística durante muito tempo foi considerado como secundário, a ponto de ela ser conhecida como “a indústria não poluente”. Essa visão equivocada foi superada radicalmente pela perspectiva de que é uma atividade que deve ser monitorada constantemente, pois é altamente consumidora dos recursos naturais, deles dependendo cada vez mais. (DIAS, 2003, p. 61)

É visível que o turismo movimenta recursos financeiros, emprega mão-de-obra, possibilita o intercâmbio cultural, melhora a qualidade de vida das sociedades autóctones e contribui para o paisagismo, como afirma Magalhães (2002). Entretanto, a falta de planejamento e de comprometimento com a preservação do meio ambiente e das comunidades locais, pode levar à destruição da matéria-prima do turismo. Por estes motivos, a preocupação com estes aspectos vem se tornando cada vez mais comum ao se planejar e estudar a atividade turística.

É neste contexto que o turismo, anteriormente considerado apenas como uma atividade econômica apresenta-se como instrumento para a prática do desenvolvimento sustentável, como citado por Santos:

Nas duas últimas décadas do século passado, a concepção de turismo assume um novo contexto devido à necessidade de implementar modelos de desenvolvimento sustentável que apontem para a compatibilidade do desenvolvimento econômico e a conservação dos recursos naturais e culturais visando à equidade e a justiça social. (SANTOS, 2002, p. 5)

O Ministério do Turismo (BRASIL, Ministério do Turismo, 2009a) reforça esse conceito e suas dimensões, quando define o turismo sustentável como:

A forma de conduzir e praticar a atividade turística visando à promoção da justiça e equidade social, da eficiência econômica e da proteção ambiental, num processo participativo, contínuo e comprometido com as necessidades das gerações presentes e futuras. (BRASIL, Ministério do Turismo, 2009a)

De acordo com Swarbrooke (2000a), existem três dimensões para o turismo sustentável: o meio ambiente, a vida econômica e os aspectos sociais. O meio ambiente inclui não apenas o ambiente natural (áreas montanhosas, mares, rios e lagos, cavernas, praias e florestas naturais), mas também a vida selvagem (mamíferos terrestres e répteis, flora, pássaros, insetos e mamíferos marinhos e peixes), o meio ambiente rural (paisagens agrícolas, florestas criadas pelo homem e fazendas para criação de peixes), o meio ambiente construído (construções e estruturas, individuais, aldeias e paisagens urbanas, infraestrutura de transporte e represas e reservatórios) e os recursos naturais (água, clima e ar).

O autor relata que o aspecto econômico do desenvolvimento do turismo sustentável não recebe a devida atenção, principalmente se comparado com a dimensão ambiental. Entretanto, a atividade turística influencia economicamente, pois é a principal indústria e motivo de entrada de divisas em muitos países; é a base do crescimento em diversas empresas multinacionais; integra a renda anual na sociedade de diversos países desenvolvidos; e consome bilhões em dinheiro em investimentos em infraestrutura no setor público. Por estes aspectos, a sustentabilidade deve ser aplicada também no âmbito econômico do turismo.

Em relação à importância da sustentabilidade na dimensão social, Swarbrooke (2000a) comenta sobre a implantação dos chamados quatro “Es”: a equidade, assegurando que os investidores em turismo sejam tratados com os mesmos direitos e deveres; a equivalência de oportunidades, tanto para a oferta quanto para a demanda turística; a ética, de maneira que a indústria do turismo e o governo ajam de maneira correta; e a equivalência de parceria, com os turistas tratando seus prestadores de serviços de maneira igual e com superioridade.

Além das três dimensões apresentadas anteriormente, o Ministério do Turismo (BRASIL, Ministério do Turismo, 2007) inclui a abordagem da sustentabilidade político-institucional. Esta dimensão procura assegurar a solidez e a continuidade de parcerias e compromissos assumidos entre agentes e agências governamentais, além de representantes no âmbito da sociedade civil. Para que isto ocorra, há a necessidade de estímulo do desenvolvimento do turismo através de uma política integrada entre a parceria de instituições governamentais e não

governamentais que garantam a sustentabilidade político-institucional. Além deste quesito, a sociedade civil deve também assumir uma postura participativa, contribuindo de maneira eficaz, a fim de construir uma parceria com as organizações governamentais.

Nesse sentido, o Ministério do Turismo cita também a elaboração por parte do Conselho Brasileiro de Turismo Sustentável (CBTS), juntamente com entidades ambientalistas, representantes de movimentos sociais, empresários e profissionais do turismo, de uma relação de sete princípios em que o turismo sustentável deve basear-se, representados na Figura 1:

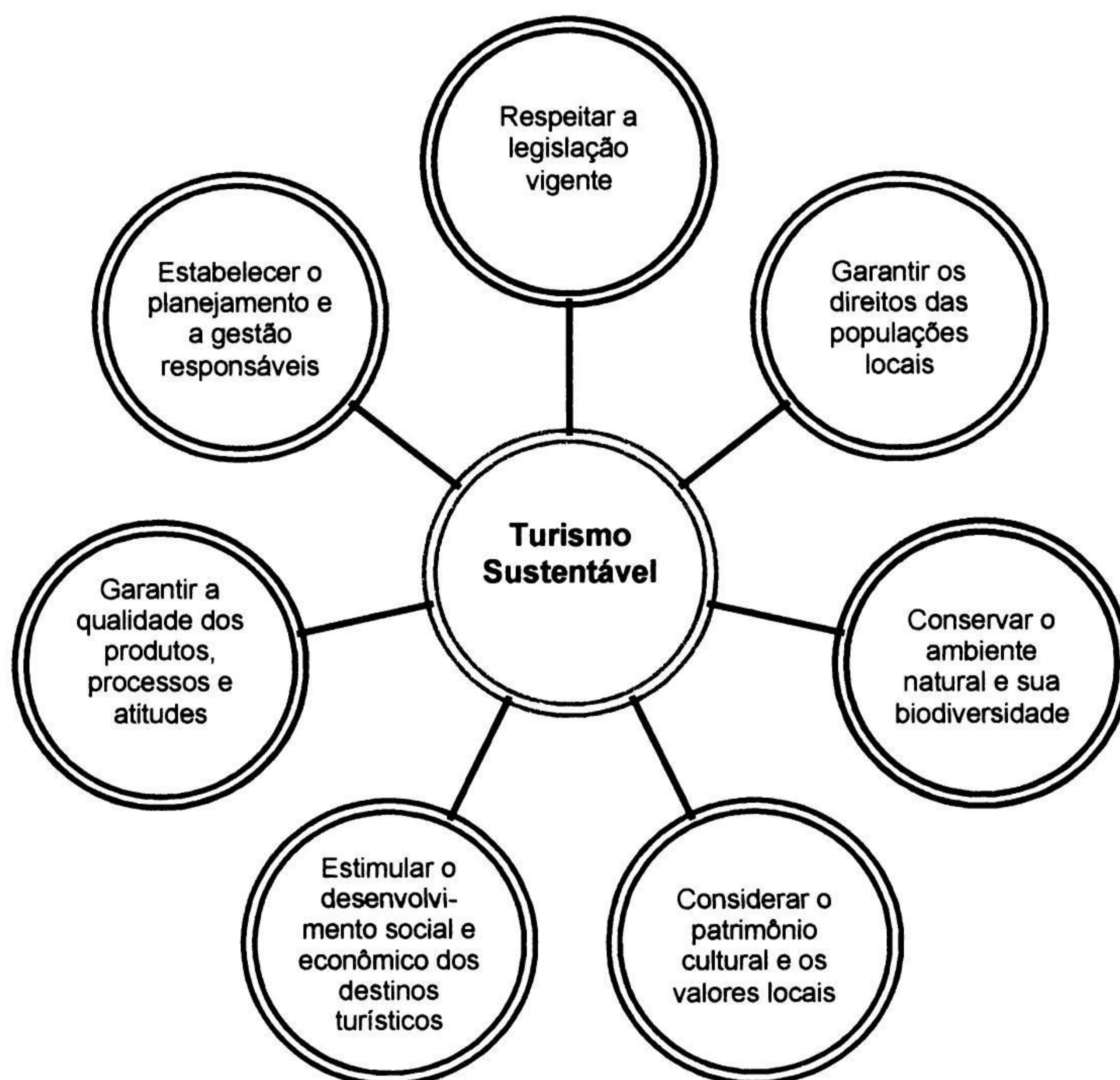


FIGURA 1 – SETE PRINCÍPIOS DO TURISMO SUSTENTÁVEL
FONTE: Baseado em Brasil, Ministério do Turismo (2009a, p. 13)

Os sete princípios do turismo sustentável congregam características das quatro abordagens correlatas à sustentabilidade, auxiliando a identificar formas de ação e operacionalização do conceito na atividade turística.

A partir do entendimento conceitual da sustentabilidade, Swarbrooke (2000b) apresenta os atores-chaves envolvidos no desenvolvimento do turismo sustentável, incluindo-se aqui suas ações/funções:

ATOR	REPRESENTANTES	AÇÕES/FUNÇÕES
Setor público	Órgãos não lucrativos destinados a representar a comunidade	Legislação e regulamentação, incentivos fiscais, fornecimento de infra-estrutura, planejamento de uso do solo, controle sobre o número de turistas e desenvolvimento e controle da construção
Indústria do Turismo	Entidades privadas ligadas direta ou indiretamente a atividade turística	Desenvolver medidas internas de prática da sustentabilidade, e que impactem também no ambiente externo
Setor voluntário	Entidades profissionais, grupos de pressão, públicos ou não, e trustes voluntários	Criar iniciativas e campanhas incentivando o turismo sustentável
Comunidade local	Sociedade autóctone do destino turístico	Participar ativamente do planejamento do turismo local, que traz como impactos positivos o cumprimento do conceito de democracia, a utilização do conhecimento local, o direito de manifestação dos que são mais afetados pela atividade turística e a redução do conflito entre turistas e comunidade autóctone
Mídia	Meios de comunicação em geral	Possui um papel importante na formação do comportamento dos viajantes, mesmo que não trate diretamente do turismo, mas influencia no processo de conhecimento e escolha de destinos sustentáveis
Turista	Visitantes dos destinos turísticos	Conscientizar-se, a fim de trazer benefícios ao desenvolvimento da sustentabilidade na atividade turística

QUADRO 1 – ATORES-CHAVES NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL
 FONTE: Baseado em Swarbrooke (2000b, p. 2)

Assim como nos princípios do turismo sustentável apregoados pelo Ministério do Turismo (figura 1), Swarbrooke (2000b) apresenta e, adicionalmente, correlaciona práticas de sustentabilidade com os responsáveis pela sua execução. Sendo que esta definição de responsabilidades para cada um dos atores também integra o planejamento turístico.

Nesse contexto aufere-se que a implantação de ações sustentáveis nos empreendimentos, sejam eles turísticos ou de outros segmentos do mercado, tende a aumentar, seja por imposições legais, pressões sociais ou oportunidades econômicas. Estendem-se tais ações às políticas de planejamento das localidades turísticas, conforme apresenta o tópico a seguir.

2.2 Planejamento do turismo em áreas urbanas

As cidades são espaços urbanos organizados juntamente com os aspectos históricos, socioculturais, geográficos, políticos e econômicos da sociedade autóctone.

A atividade turística, portanto, torna estes aspectos atraentes a outras sociedades, como destacado por Castrogiovanni (2001), quando cita que as cidades são espaços privilegiados no que se diz respeito à concentração de atrações, serviços, simbolismos e produções culturais e que o turismo nestes espaços permite rentabilizar social e economicamente investimentos variados. Este fator é decorrente por cada destino apresentar aspectos diferenciados relacionados às suas questões culturais e patrimoniais, que se tornam produtos turísticos e despertam o interesse de sua demanda.

O autor define ainda que as cidades não são apenas um espaço físico objetivo, mas também um local que surge em oposição à natureza – sendo que esta, por sua vez, se encontra apenas além dos “muros” da cidade – e é definido como o espaço da civilização.

Nesse sentido, identifica-se que o planejamento nestes espaços é essencial para seu desenvolvimento sustentável, procurando preservar e incentivar os pontos positivos correlatos aos elementos sociais, culturais, econômicos e ambientais de determinado destino turístico, conforme destaca:

O espaço urbano não é construído para uma pessoa, mas para muitas, que apresentam diferenças de temperamento, formação, ocupação profissional, origem étnica, diversidade social e, portanto, interesses. A cidade deve ser vista como uma representação da condição humana, sendo que essa representação se manifesta por meio da arquitetura em si e da ordenação dos seus elementos. As cidades modernas apresentam áreas com especialização que criam particulares marcas na paisagem. Essas diferenças na paisagem urbana são, geralmente, disciplinadas ou incentivadas por planos diretores. **Quando o plano diretor não existe, tende a aumentar a indisciplina na ordenação espacial.** (CASTROGIOVANNI, 2001, p. 23, grifo nosso)

Portanto, é possível perceber que o principal instrumento que possibilita um bom planejamento é o plano diretor da localidade, pois torna viável a estruturação, através do resultado de análises no município, das necessidades futuras e de um desenvolvimento interno positivo, adaptando-se e influenciando o desenvolvimento do meio externo.

Nesse contexto, Saboya (2007), define que o plano diretor é um instrumento utilizado como base para as decisões relacionadas ao processo de desenvolvimento urbano.

É nesse sentido que a Lei nº 10.257, denominada Estatuto da Cidade, estabelece a obrigatoriedade do Plano Diretor para cidades com mais de 20 mil habitantes, que integrem regiões metropolitanas ou áreas de especial interesse turístico, entre outros fatores. Estabelece também normas de política urbana, que possuem como objetivo ordenar o desenvolvimento social e urbano das cidades, e possui, dentre suas diretrizes, a “garantia do direito a cidades sustentáveis”.

De forma ilustrativa, cita-se o caso da cidade de Curitiba, que possui como base de seu planejamento urbano o Plano Diretor, adequado ao Estatuto da Cidade em 2004. Antecedendo este plano, houve a primeira experiência de planejamento urbano em Curitiba, o Plano Agache, também conhecido como Plano das Avenidas,

elaborado pelo engenheiro Alfred Agache, entre 1941 e 1943. Devido à grande expansão da cidade, houve a necessidade de um novo Plano Diretor, elaborado em 1965 pela empresa Serete de Estudos e Projetos Ltda e chamado Plano Preliminar de Urbanismo. Com a criação do IPPUC (Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba), surgiu então o Plano Diretor de Curitiba, em vigor até os dias atuais, sendo apenas alterado algumas vezes e adequado ao Estatuto da Cidade no ano de 2004.

Dessa forma, e especificamente relacionado ao planejamento do turismo, Ruschmann (1997, p. 83) define o planejamento como “uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos”. Acrescenta que seu objetivo é o provisionamento de serviços e facilidades para atender aos desejos e necessidades de uma comunidade.

O turismo, assim como outras atividades econômicas, tem como base de seu desenvolvimento o planejamento, tratado academicamente em conceitos como planejamento e gestão do turismo (PETROCCHI, 1998), planejamento do turismo municipal (BISSOLI, 2000) e planejamento participativo (BUARQUE, 1999).

Segundo Faria e Carneiro (2007, p. 12), “após o incremento das atividades turísticas em uma localidade, o frequente decréscimo (...) pode ser minimizado se o processo tiver sido planejado”. Portanto, quando se deseja incluir o turismo nas atividades econômicas de uma localidade, o planejamento é de extrema importância, para garantir a qualidade da atividade.

A maximização dos impactos positivos resultantes da atividade turística de determinada localidade ou região é facilitada através da implantação de um instrumento que possibilite o planejamento das ações, fazendo com que haja, conseqüentemente, a minimização dos impactos negativos provocados pelo turismo. Ruschmann (1997) corrobora ao afirmar que o planejamento turístico tem a finalidade de ordenar e direcionar ações sobre o território, evitando impactos negativos nos recursos utilizados.

Beni (2004) destaca que o turismo traz os seguintes benefícios e prejuízos:

	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
SOCIOCULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> - Promover a divulgação de determinada região ou localidade; - Gerar novas perspectivas sociais para o desenvolvimento cultural do destino; - Integrar socialmente e em alguns casos desenvolver a consciência nacional; - Expandir a criatividade; - Promover o sentimento de liberdade, estendendo os contatos entre culturas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Perda da identidade da cultura local; - Informações inadequadas a respeito dos turistas e seus países de procedência; - Desintegração da comunidade e disfunção no processo de socialização; - Dependência de estereótipos provenientes do turismo.
AMBIENTAL	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovação de medidas de conservação e melhoria da qualidade ambiental; - Estabelecimento de medidas de qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deterioração dos recursos naturais; - Poluição arquitetônica, devido à arquitetura não integrada à paisagem.
ECONÔMICO	<ul style="list-style-type: none"> - Estimular o interesse por viagens turísticas, movendo a economia entre países e regiões; - Gerar novas perspectivas sociais para o desenvolvimento econômico do destino; - Atividade turística implica em um rápido aumento de divisas; - Melhoria da infra-estrutura que beneficia outros setores da economia local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependência excessiva de capital investidor estrangeiro; - Ausência de benefícios para a população autóctone, causando uma falta de expectativas; - Competição do turismo com outros setores econômicos.

QUADRO 2 – IMPACTOS DO TURISMO

FONTE: Baseado em Beni (2004, p. 39) e em OMT (2001, p. 233).

Desta maneira, é possível perceber que o planejamento do turismo, quando realizado de maneira correta, é instrumento de desenvolvimento da localidade, possibilitando a minimização de impactos negativos que a atividade pode causar a um destino, e uma conseqüente maximização dos itens positivos.

Complementando, Petrocchi (1998, p. 20) cita que “o planejamento (...) contribui para que tarefas sejam mais bem realizadas e objetivos sejam mais facilmente atingidos, por pessoas ou organizações.”

Outra ponderação a respeito do ato de planejar é considerar todos os envolvidos direta e indiretamente por este processo, procurando aplicar o planejamento participativo, que se define, conforme Buarque (1999), como um processo que garante o envolvimento de todos os atores sociais para a elaboração das prioridades e o acompanhamento das ações, assegurando a participação da comunidade diretamente afetada pela execução das etapas do planejamento.

Sobre as atividades decorrentes do planejamento, a OMT (1983 *apud* RUSCHMANN, 1997, p. 30), apresenta que, especificamente para o turismo, as ações são concentradas em muitos aspectos importantes, destacando-se:

- (a) a diversificação da oferta turística, possibilitando a revalorização dos recursos, a homogeneidade no desenvolvimento e a diminuição da sazonalidade da demanda;
- (b) a avaliação prévia do desenvolvimento da atividade, de maneira a reduzir os efeitos irreversíveis;
- (c) a formação, capacitação e distribuição correta de recursos humanos suficientes, tanto no quesito quantidade quanto na qualidade; e
- (d) o financiamento total ou parcial da infra-estrutura básica e técnica necessária para o desenvolvimento correto da atividade turístico.

Dessa forma apreende-se que o estudo do conceito das cidades atrelado à prática da atividade turística e de seu planejamento urbano desenvolvido de forma

sustentável tem relativa importância, pois se relacionam, ainda que de maneira preliminar, conforme destaca Swarbrooke (2000a), ao citar que apesar de o termo “sustentável” ter sido denominado há 20 ou 30 anos, as ideias que o sustentam nasceram nos primeiros modelos de planejamento urbano, mais especificamente nas cidades e metrópoles planejadas e desenvolvidas pelos romanos.

Ainda no escopo das cidades, os empreendimentos turísticos, por sua vez, contribuem para o desenvolvimento da atividade nesses espaços urbanos, ao ofertarem serviços e produtos que subsidiam a prática do turismo.

Ressalta-se que, frente ao cenário geral sobre a ação humana, estar em constante adequação ao conceito de sustentabilidade, pode representar, para tais empresas, a sua continuidade no mercado, conforme apresentado por Lenza *et al.* (2009), ao citar que adequar as atividades da empresa ao desenvolvimento sustentável trata-se de uma questão de sobrevivência e competitividade no mercado. Quando a organização se nega a praticar medidas sustentáveis, seus desperdícios, riscos de multas e reivindicações da comunidade serão cada vez maiores.

Neste cenário destaca-se o papel do consumidor turístico, que tem demonstrado maiores preocupações acerca da sustentabilidade, principalmente quando se trata dos impactos ambientais provocados pela produção e prestação de serviços de maneira desordenada e sem o planejamento correto, conforme destacado por Molina:

À medida que a crise ambiental aumenta, a consciência pública desperta e se manifesta de diversas formas contra a industrialização desordenada e as atividades extrativas efetuadas sem uma tecnologia adequada ou responsabilidade, chegando a denunciar produtos altamente poluidores para o turismo. (MOLINA, 2001, p. 71)

Por este motivo, os empreendimentos devem estar atentos ao divulgar corretamente sua diferenciação em relação às técnicas de aplicação do desenvolvimento sustentável, para que não cause em sua demanda uma falsa expectativa de que suas atitudes sustentáveis estão acima de sua prática efetiva. A

certificação de suas organizações é uma forma de garantia e uma alternativa para aumentar a confiança dos turistas nos produtos e serviços oferecidos, como apresentado por Figueiredo (2010, p. 1) em relação à certificação ambiental, “os chamados selos verdes normalmente estabelecem exigências que promovem a diferenciação e a fácil identificação por parte dos consumidores.”.

Segundo a OMT (2004), há no mundo, cerca de 60 selos e certificações para produtos turísticos sustentáveis ambientalmente. Entretanto, a Europa agrega cerca de 80% das iniciativas voluntárias que dirigem estes selos ecológicos, sendo possível perceber, portanto, que são poucos os países no mundo que efetivamente possuem uma preocupação maior na certificação de seus produtos e serviços oferecidos.

Outro fator positivo que um empreendimento turístico pode oferecer perante outro, diz respeito à originalidade em seus serviços e nas vantagens oferecidas a seus clientes. Ruschmann (1997, p. 17) cita que “a sobrevivência das empresas nesse mercado em transformação e em contínua mudança depende, essencialmente, da capacidade de inovação de cada uma delas.”.

Dessa forma, verifica-se a necessidade de os empreendimentos turísticos das localidades possuírem um bom entendimento do que é o planejamento do turismo em áreas urbanas, incluindo a sustentabilidade como base de seu desenvolvimento.

Além desse fator, também necessitam perceber como esta prática vem se tornando essencial na sociedade atual, em que a atividade turística está presente não só como uma prática de poucos, mas sim como uma possibilidade para todos, como será abordado no tópico seguinte.

2.3 Turismo e o segmento de alimentos e bebidas

O conceito de atividade turística é algo novo se comparado ao tempo em que a atividade é praticada, portanto ainda apresenta dificuldades em sua definição e classificação. Dias (2003) cita que o termo “turismo” surgiu no início do século XIX, e que foi possível então agrupar o conjunto de atividades que antes eram conhecidas por outras denominações e que já existiam há muito tempo. Foi a partir da viagem de Thomas Cook, em 1841, que este conjunto de fenômenos sociais foi englobado em uma única palavra: turismo.

A atividade turística cada vez mais é considerada uma necessidade básica do ser humano, e não apenas algo que apenas uma pequena parcela da sociedade pode usufruir, conforme destaca Trigo (2004, p. 11), ao afirmar que “o turismo faz parte de um universo maior denominado lazer. (...) O lazer é uma necessidade e um direito tão legítimo do ser humano quanto educação, saúde, transporte ou segurança.”.

Este entendimento é reforçado por Ruschmann (1997), ao afirmar que há algum tempo, a prática da atividade turística estava restrita a uma elite que dispunha de tempo e dinheiro para realizar viagens.

Entretanto, atualmente, a maioria das sociedades de países desenvolvidos e uma grande parte daquelas dos países em desenvolvimento, tem realizado viagens turísticas uma ou mais vezes ao ano. Sendo assim, o turismo não é mais um privilégio para poucos e sim parte integrante do estilo de vida para um número cada vez maior de pessoas no mundo.

Conceitualmente, o turismo como atividade econômica pode ser definido de acordo com as atividades e serviços às quais se relaciona, por exemplo, a “deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.” (ANDRADE, 2002, p. 38).

Beni (2004) reforça que existe uma grande controvérsia em relação à tipificação da atividade econômica do turismo, pois alguns autores o consideram como indústria, ou seja, uma atividade do terceiro setor, e outros o colocam como

fenômeno social e econômico, setor econômico ou atividade social e econômica. Dessa forma, este trabalho utiliza o conceito de turismo como pertencente ao setor terciário, conforme define Boullón (2002) ao acrescentar que a atividade é:

Uma forma de consumir, algo assim como um canal para o qual conflui uma demanda especial de muitos tipos de bens e serviços elaborados por outros setores, além do consumo de alguns serviços especialmente desenhados para satisfazer necessidades próprias dos viajantes. (BOULLÓN, 2002, p. 34)

Dentre os diversos impactos positivos e negativos decorrentes da prática da atividade turística nos destinos, Beni (2004) destaca sua presença em diferentes esferas, quais sejam: social, cultural, ambiental e econômica, conforme destacado no quadro 2.

Apesar de a atividade turística ser classificada como setor terciário, o produto turístico, segundo Andrade (2002, p. 98), compõe-se por bens e serviços diferenciados e que se relacionam entre si para atender a uma determinada demanda, além de unir os setores primário, secundário e terciário, ocasionando uma interdependência e valorizando os três setores. Ou seja, de acordo com Ignarra (2002), o produto turístico é o resultado do agrupamento dos elementos que compõem a oferta turística.

Desta maneira, Andrade e Neto (2001, p. 144) definem a oferta turística como “a expressão quantitativa dos equipamentos, mercadorias e serviços disponíveis no espaço, em determinado momento, avaliados segundo parâmetros de troca, de acordo com critérios flexíveis do mercado.” Uma segunda definição, apresentada por Ignarra (2002, p. 47), apresenta uma complementação da primeira ao citar que a oferta turística é composta pelos seguintes elementos: “atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infraestrutura básica.”

Uma definição mais completa de oferta turística é apresentada por Ruschmann (1997) e está atrelada ao seu planejamento:

A oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estada em uma destinação. É importante ressaltar que esses produtos e serviços são oferecidos por uma gama de produtores e fornecedores diferentes que, apesar de atuarem de forma individual, são entendidos pelo turista como um todo que integra a experiência vivencial da viagem. Por isso, o planejamento da oferta turística de núcleos receptores deve considerar o desempenho isolado de cada um, integrado a um objetivo geral, e cooperado – voltado para a qualidade total dos produtos e serviços oferecidos. (RUSCHMANN, 1997, p. 138)

A oferta turística, ainda de acordo com Ruschmann (1997) pode ser dividida em duas categorias: das atrações turísticas e dos equipamentos e serviços.

Nesta segunda incluem-se os serviços de alojamentos, de entretenimentos, de transporte para a localidade externa e internamente, além do segmento de alimentos e bebidas, foco dessa pesquisa, e que, agregado aos outros equipamentos e serviços, são responsáveis pelo aumento ou diminuição de estada do turista, de acordo com sua qualidade e preço.

O setor de alimentos e bebidas está diretamente ligado ao turismo, de duas maneiras distintas:

- (a) quando os visitantes de uma cidade podem ser atraídos por seus atrativos vinculados a este segmento e,
- (b) quando é utilizado como equipamento e/ou serviço turístico.

Segundo o Ministério do Turismo (BRASIL, Ministério do Turismo, 2009b, p. 18), “a gastronomia pode ser, em muitos casos, o motivo da extensão da permanência do turista ou, ainda, um fator motivacional na escolha do destino.”

Além destes fatores, mesmo quando a localidade não se utiliza deste segmento como atrativo turístico, este acaba fazendo parte da oferta turística de equipamentos da cidade, uma vez que o visitante fará uso de empresas ligadas ao setor de alimentos e bebidas para realizar suas refeições diárias e também, no caso dos bares locais, para seu lazer. Nesta pesquisa, os bares e restaurantes abordados serão trabalhados como equipamentos que fazem parte da oferta turística da cidade

de Curitiba.

Considera-se dessa forma a representatividade do segmento frente aos demais equipamentos turísticos, conforme destacado pelo Ministério do Turismo (2009a):

Assim como os meios de hospedagem, os estabelecimentos de alimentação, bebidas e similares tem papel fundamental na composição da cadeia produtiva do turismo. Vale destacar que os restaurantes não se limitam ao fornecimento de alimentação, mas são responsáveis pela promoção de experiências significativas para os turistas, e funcionam como promotores de interação entre os visitantes e a cultura local (...). (BRASIL, Ministério do Turismo, 2009a, p. 18)

Independentemente do equipamento turístico, deve-se ponderar a relação entre os empreendimentos e o planejamento turístico, em especial para este estudo do planejamento do turismo em áreas urbanas, pois, de acordo com Castrogiovanni (2001, p. 23), “as mudanças urbanas invadem e provocam invasões, nem sempre benéficas aos interesses das políticas turísticas.”

Dessa forma, a existência de planejamento torna-se essencial para que a localidade possa crescer turisticamente e de maneira organizada, causando o mínimo de impactos negativos possíveis na cidade, na economia local e em seus autóctones, através do desenvolvimento sustentável.

O setor de alimentos e bebidas também deve ser alvo do planejamento do turismo em áreas urbanas, quando se compreende que seus empreendimentos compõem parte do equipamento turístico de uma localidade. Além deste fator, as outras atividades ligadas ao turismo devem possuir planejamento a fim de estruturar o segmento de forma eficiente.

Os restaurantes e bares, de acordo com Fagliari (2005), fazem parte da vida cotidiana da população autóctone e também da estadia dos turistas, por isso costumam ser utilizados como oferta turística, principalmente por haver uma maior dificuldade de inserção do segmento como atrativo de um destino.

Ressalta-se, portanto, a existência de diferenças na abordagem de estabelecimentos de alimentos e bebidas como atrativos turísticos ou como

equipamentos turísticos, embora de maneira geral inclua-se em ambos os casos na oferta local.

O segmento de alimentos e bebidas quando trabalhado como atrativo turístico de uma localidade, está basicamente atrelado à gastronomia e à cultura. A prática do turismo gastronômico, segundo Azambuja (2001), pode ocorrer pela busca do prazer e de raízes culturais, pois a compreensão da culinária local traz, além do entendimento histórico, o conhecimento da cultura e das características de sua sociedade autóctone.

Furtado (2004) destaca que a gastronomia é muito importante para o turismo de uma localidade e apresenta diversas possibilidades para os interessados em explorar este mercado. Acrescenta que, quando exercida como produto turístico, é um importante motivador nas viagens e, mesmo quando não é o motivo principal, está inserida como elemento da prática da atividade turística.

Os estabelecimentos de alimentos e bebidas, como aponta o levantamento de dados realizado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, Ministério do Turismo, 2009c), possuem grande relevância na atividade turística de um destino, estando em segundo lugar entre as atividades realizadas pelos turistas durante uma viagem, conforme apresentado na tabela 1.

	1ª citação	Soma ponderada
Passeios para conhecer pontos turísticos	29,9%	29,4%
Ir para: bares/restaurantes/discotecas/boates	35,2%	28,0%
Conhecer pratos e comidas típicas	7,6%	11,0%
Atividades culturais	6,7%	10,1%
Praticar atividades esportivas	9,2%	8,9%
Fazer visitas a parques temáticos	3,1%	4,8%
Frequentar praias/tomar sol	5,6%	4,2%
Assistir eventos esportivos	1,4%	2,1%
Outras respostas	1,4%	1,3%

TABELA 1 – ATIVIDADES REALIZADAS PELOS TURISTAS DURANTE A VIAGEM
 FONTE: BRASIL, Ministério do Turismo (2009c, p.60)

Neste levantamento foram entrevistados turistas que viajaram nos últimos dois anos antecedentes à pesquisa, que tiveram que responder à seguinte questão: “Que tipos de atividades/ lazer você mais teve/ fez durante a sua viagem? E em segundo lugar? E em terceiro lugar?”.

Esta importância do setor de alimentos e bebidas na atividade turística do Brasil pode ser percebida também na economia, como mostra pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE entre os anos de 2003 e 2006 e divulgada em 2009:

Serviços de alimentação	40,94%
Serviços de transporte rodoviário	17,67%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	13,82%
Serviços de transporte aéreo	9,71%
Serviços auxiliares dos transportes	7,67%
Serviços de alojamento	5,57%
Atividades de agências e organizadores de viagens	2,11%
Serviços de locação de bens móveis	2,09%
Serviços de transporte aquaviário	0,39%
Serviços de transporte ferroviário	0,03%

TABELA 2 – DISTRIBUIÇÃO DO VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO GERADO PELA ATIVIDADE TURÍSTICA, POR SETORES E SERVIÇOS
FONTE: BRASIL, IBGE (2009)

Verifica-se na pesquisa que os serviços de alimentação respondem por mais de quarenta por cento do valor bruto da produção gerado pelas atividades turísticas, denotando a capacidade econômica dos empreendimentos relacionados ao segmento de alimentos e bebidas.

Este segmento, foco da presente pesquisa, inclui, de acordo com Andrade e Neto (2001), os seguintes estabelecimentos: restaurantes, churrascarias, confeitarias, lanchonetes, quiosques, pizzarias, rotisseries, bares, uisquerias, clubes, choperias, entre outros, e que se diferenciam entre si pelos produtos e serviços que oferecem e, conseqüentemente, pelo seu público-alvo.

Os estabelecimentos de alimentos e bebidas que desejam desenvolver-se e crescer devem buscar constantemente a melhoria da qualidade de seus serviços e produtos. Entretanto, a busca pela qualidade no setor de serviços de alimentação é

um desafio, pois, segundo Nascimento Neto (2005), a implementação de ações a fim de garantir a qualidade exige um grande comprometimento e envolvimento de todo o pessoal relacionado direta ou indiretamente ao processo de produção.

A qualidade na atividade turística e, portanto, em seus segmentos, incluindo o setor de alimentos e bebidas, é essencial para sua sobrevivência, como destaca Beni (2004, p. 157), ao conceituar que “o fator ‘qualidade’ é o único critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o malogro dos produtos e serviços” e acrescenta que a qualidade deve ser utilizada como estratégia e aplicada para a garantia da permanência competitiva do estabelecimento no mercado.

Entretanto, não somente a qualidade é suficiente para seu desenvolvimento, incluindo a sustentabilidade aplicada aos empreendimentos como quesito adicional para atuação e sobrevivência deste segmento, pois, segundo Lins e Ouchi (2007), este setor interfere em todos os pilares da "sustentabilidade corporativa".

No quesito econômico, o setor apresenta uma parcela bastante significativa no Produto Interno Bruto - PIB brasileiro, além de gerar um grande número de empregos diretos.

Na questão ambiental, é extremamente dependente de recursos naturais, tanto para produção de sua matéria-prima, quanto por sua dependência da água.

Em relação à dimensão social, o segmento influencia em questões básicas que afetam a saúde da sociedade, além de problemas ligados ao seu consumo. Outro aspecto que pode ser citado em relação aos impactos sociais diz respeito à sociedade que participa diretamente da produção ou da oferta destes serviços para seus consumidores.

Desta forma, é nesse contexto que se pretende analisar o nível de conhecimento e aplicação da sustentabilidade no segmento de alimentos e bebidas, que faz parte, direta ou indiretamente, da atividade turística de um destino turístico e que, por possuir diferentes classificações de seus estabelecimentos, contribui de maneira variada, quer positiva ou negativamente, para o desenvolvimento da localidade em que se encontra.

2.4 Sustentabilidade, planejamento urbano e o segmento de alimentos e bebidas no turismo: considerações preliminares

A revisão teórica apresentada teve como intuito identificar como os conceitos sustentabilidade, planejamento em áreas urbanas e o segmento de alimentos e bebidas são tratados na literatura correlata ao turismo.

No primeiro item desta revisão teórica, a sustentabilidade foi trabalhada através de seus conceitos e atrelada ao desenvolvimento da atividade turística. Foi possível perceber que o conceito de sustentabilidade é um tema bastante presente em pesquisas e na literatura em geral, principalmente na esfera ambiental. Entretanto, existem poucos relatos e estudos de medidas práticas relacionadas ao desenvolvimento sustentável na atuação da sociedade e dos empreendimentos em geral.

No que se diz respeito ao turismo, notou-se que o desenvolvimento sustentável vem ganhando espaço ao longo dos anos, pois os profissionais da área cada vez mais estão tomando conhecimento de que esta atividade econômica só continuará existindo e se desenvolvendo se seus recursos, sejam eles naturais culturais ou econômicos, forem preservados através da sustentabilidade na atividade.

O próximo item, diz respeito ao planejamento do turismo em áreas urbanas e foi possível apreender através da revisão, que o planejamento urbano inclui cada vez mais a atividade turística como elemento essencial para o desenvolvimento das cidades. Cita-se, nesse sentido, a Lei Estatuto da Cidade, que estabelece como obrigatória a implantação do Plano Diretor em cidades que possuem um interesse especial em desenvolver seu potencial turístico.

Aufere-se ainda que o desenvolvimento do planejamento do turismo em centros urbanos vem sendo um grande responsável pela diminuição da imagem negativa da atividade, antes vista apenas como parte integrante da economia de uma localidade e como destruidora de recursos naturais e culturas locais.

O último quesito da revisão de literatura diz respeito ao segmento de

alimentos e bebidas, que faz parte da atividade turística e também da infra-estrutura das localidades, estando presente em todos os destinos turísticos. Notou-se uma grande dificuldade em encontrar este segmento sendo trabalhado como equipamento turístico, estando apenas presentes na literatura os estabelecimentos que fazem parte do turismo gastronômico de uma localidade, ou seja, da categoria de atrativos turísticos.

Outro aspecto que merece ser destacado foi o fato de que as iniciativas sustentáveis no setor também estão pouco presentes, pois quase não foram encontradas pesquisas que tratem deste assunto.

A partir destas considerações preliminares baseadas na revisão de literatura apresentada, configurou-se o estudo de campo, correlato à descoberta do nível de conhecimento e aplicação da sustentabilidade no segmento de alimentos e bebidas em Curitiba, a fim de incrementar estudos nesta área e, de acordo com os resultados, propor novas idéias para o setor.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos objetivam detalhar a ação desenvolvida na pesquisa e, neste trabalho foram divididos e caracterizados em três partes: tipo de pesquisa, técnicas de pesquisa e coleta de dados (construção do instrumento e tabulação dos dados), apresentadas nos tópicos a seguir.

3.1 Tipo de Pesquisa

Em relação ao tipo de pesquisa, este estudo se caracteriza como exploratório (DENCKER, 1998), pois poucos são os estudos mapeados que tratam do nível de conhecimento que os empreendedores do segmento de alimentos e bebidas possuem a respeito do conceito de sustentabilidade e das formas de aplicação desses conceitos em sua organização.

De maneira complementar, apresenta-se também como uma pesquisa discursiva (DENCKER, 1998) ao objetivar a identificação desse conhecimento nos estabelecimentos vinculados à ABRASEL/PR em Curitiba.

Após a pesquisa e a análise dos dados coletados, foi possível desenvolver e identificar novas formas de aplicação da sustentabilidade dentro das organizações selecionadas.

3.2 Técnicas de pesquisa

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica (DENCKER, 1998), com base em

artigos científicos e livros que tratam dos conceitos chave deste trabalho, sendo estes conceitos: sustentabilidade atrelada à atividade turística, ao planejamento do turismo em áreas urbanas e ao segmento de alimentos e bebidas.

Além da revisão de literatura apresentada, foi feito um levantamento de dados, com os estabelecimentos selecionados, a fim de analisar o nível de conhecimento e aplicação do conceito sustentabilidade nos empreendimentos turísticos do segmento em foco.

O trabalho apresenta, portanto, dados primários retirados da aplicação do questionário nos estabelecimentos e dados secundários encontrados a partir da pesquisa bibliográfica.

3.3 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada em duas fases: a construção do seu instrumento e a tabulação e interpretação dos dados adquiridos.

3.3.1 Construção do instrumento de coleta de dados

Para a realização da coleta de dados, foi estruturado um questionário (apêndice 1), que toma como base o instrumento utilizado na disciplina HTT145 - Avaliação da Sustentabilidade do Produto Turístico.

O questionário possui questões subjetivas, com o objetivo de perceber o nível de conhecimento que os empreendedores possuem sobre o conceito sustentabilidade e também questões objetivas, para que seja possível identificar como e quais são as ações realizadas internamente nas organizações avaliadas,

escolhidas em conjunto com a ABRASEL/PR em Curitiba.

O instrumento de pesquisa foi aplicado a 8 (oito) empresas do segmento de alimentos e bebidas diretamente ligadas à atividade turística de Curitiba, por fazerem parte da oferta de serviços local e por serem associadas à ABRASEL/PR. Estes estabelecimentos compõem uma amostragem não probabilística intencional e foram selecionados por apresentarem maior acessibilidade de acesso a suas informações, não sendo possível, portanto, realizar análises comparativas quanto à sua classificação, porte ou público-alvo.

Apesar de a amostra não ser representativa de acordo com critérios estatísticos², pode com relação ao escopo deste estudo ser ilustrativa da situação dos estabelecimentos pesquisados.

O quadro a seguir pretende ilustrar quais questões relacionam-se a determinados assuntos, presentes no instrumento de pesquisa.

CONTEÚDO DAS QUESTÕES	QUESTÃO NÚMERO	TIPO DE QUESTÃO
Identificação do entrevistado e da empresa	1 e 2	Aberta
Conceito de sustentabilidade	3	Aberta
Motivos de não aplicação de princípios da sustentabilidade na empresa	4	Aberta
Abordagem ambiental da sustentabilidade	5 (subitens a-g)	Escala Likert
Abordagem econômica da sustentabilidade	5 (subitens h-j)	Escala Likert
Abordagem sociocultural da sustentabilidade	5 (subitens k-o)	Escala Likert
Abordagem política da sustentabilidade	5 (subitens p-s)	Escala Likert

QUADRO 3 – RELAÇÃO CONTEÚDO DAS QUESTÕES/NÚMERO DAS QUESTÕES

Fonte: O autor (2010)

² Em Curitiba, a ABRASEL/PR possui 350 afiliados de um total de 1393 estabelecimentos de alimentos e bebidas na cidade.

A questão aberta número 3 foi utilizada com o objetivo de perceber o nível de conhecimento que cada entrevistado possui a respeito da sustentabilidade.

A escala Likert é uma escala utilizada em pesquisas que permite ao entrevistado classificar seu nível de concordância em relação à determinada questão. No caso do questionário aplicado aos estabelecimentos de alimentos e bebidas para esta pesquisa, o nível de concordância referia-se a concordar ou discordar com a importância das ações relacionadas à sustentabilidade, sendo que a escala variava de 1 (nenhuma importância) a 5 (extrema importância).

3.3.2 Tabulação e interpretação dos dados

A tabulação de dados foi realizada de forma separada devido à estrutura de cada questão e é apresentada no quadro 4.

DADOS PRIMÁRIOS COLETADOS	TIPO DE TABULAÇÃO
Identificação do entrevistado e da empresa	Análise descritiva
Conceito de sustentabilidade e motivos de não aplicação de princípios da sustentabilidade na empresa	Análise descritiva
Abordagem ambiental da sustentabilidade	Apresentação das iniciativas e maior importância e cálculo da média ponderada desses itens.
Abordagem econômica da sustentabilidade	
Abordagem sociocultural da sustentabilidade	
Abordagem política da sustentabilidade	

QUADRO 4 – TABULAÇÃO DOS DADOS COLETADOS

Fonte: O autor (2010)

De acordo com os dados coletados nos empreendimentos de alimentos e bebidas, foi permitido analisar o nível de conhecimento, através da questão subjetiva

e de aplicação, através das questões objetivas, que as empresas possuem em relação à sustentabilidade.

A partir da análise das iniciativas sustentáveis de maior importância para os estabelecimentos, foi possível realizar uma média ponderada com a classificação da importância (assinalando de 1 a 5), dadas pelos proprietários, somando as notas de cada item individualmente e dividindo pelo número de associados que responderam ao questionário. Esta média tem como objetivo auxiliar na interpretação dos dados, presente no próximo item, tornando possível perceber o motivo de estes itens terem sido melhores avaliados em relação aos outros itens do questionário.

Através da tabulação e interpretação dos dados, foi possível perceber quais as necessidades dos estabelecimentos em relação ao aprofundamento do conhecimento de medidas práticas relacionadas ao desenvolvimento sustentável da organização.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A presente análise é decorrente da pesquisa realizada em oito estabelecimentos do segmento de alimentos e bebidas, localizados na cidade de Curitiba e associados à ABRASEL/PR.

Os instrumentos de pesquisa foram respondidos com dados coletados diretamente com os proprietários dos empreendimentos. Esta análise dos resultados compreende a tabulação dos dados coletados e a interpretação e discussão dos resultados.

A coleta dos dados foi realizada em estabelecimentos associados à ABRASEL, pois, no que se trata de sustentabilidade, a ABRASEL Nacional possui algumas iniciativas que possibilitam que os serviços prestados pelos estabelecimentos associados garantam sua qualidade.

O programa “Qualidade na mesa”, realizado entre 2004 e 2007 é um exemplo destas ações, desenvolvido em parceria com o Ministério do Turismo e o SEBRAE Nacional, e que teve como objetivo contribuir para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, através da melhoria da oferta dos serviços no setor de alimentos e bebidas.

Dentre muitos resultados apresentados por este programa, destacam-se: (a) 90 cursos de qualificação no país, (b) criação do 1º Código de Conduta para bares e restaurantes brasileiros, (c) desenvolvimento de seis conteúdos de treinamento para as ocupações de garçom, *commis*, *maitre*, caixa, *barman* e atendente de *fast food*, (d) desenvolvimento do planejamento estratégico da ABRASEL Nacional e de dez seccionais, entre diversas outras realizações.

Outra iniciativa sustentável de grande importância da Associação é o projeto “Papa Óleo”, também criado em parceria com o Ministério do Turismo e SEBRAE Nacional. Este projeto propõe o reaproveitamento do óleo de fritura consumido pelos estabelecimentos e teve início na Bahia, estando hoje presente em outros estados. O “Papa Óleo” inclui também o Fundo de Responsabilidade Social, no qual a empresa coletora deve depositar 0,30% para cada litro de óleo coletado. Isto

demonstra a preocupação não apenas no âmbito ambiental da ação, mas também na responsabilidade social que o projeto possui.



FIGURA 2 – INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS ABRASEL NACIONAL
Fonte: ABRASEL

A ABRASEL/PR teve sua criação no ano de 2000, e possui como objetivo principal o fortalecimento do setor de alimentos e bebidas na economia do Paraná, sendo considerada uma das mais representativas associações no estado e no país. A Associação permite que seus membros troquem experiências entre si e busca um canal permanente de negociações. As ações da entidade possuem como base a responsabilidade social do segmento, que possui grande representatividade na economia do país.

Os itens seguintes tratarão separadamente da apresentação dos dados coletados e de sua interpretação e discussão, a fim de propiciar o alcance dos objetivos propostos e subsídios para o projeto sugerido.

4.1 Apresentação dos dados coletados

A apresentação dos dados que segue foi agrupada em três partes, a dizer:

breve descrição das empresas pesquisadas, exposição do conhecimento sobre o conceito de sustentabilidade pela empresa e avaliação da aplicação de medidas sustentáveis nos estabelecimentos.

4.1.1 Empresas pesquisadas

Os oito estabelecimentos pesquisados encontram-se em diferentes categorias dentro do segmento de alimentos e bebidas, e serão listados a seguir com suas principais características, baseadas no Guia ABRASEL 2008³ e na Veja Curitiba “Comer & Beber” – edição 2010/2011⁴.

Estabelecimento	Capacidade	Preço médio por pessoa*	Ano de abertura	Tipo de culinária
Mercearia Bresser	200 lugares	Até R\$ 40	2005	Pizzaria
Restaurante Famiglia Fadanelli	220 lugares	R\$ 66 a 90	1992	Italiana
Restaurante Velho Oriente	130 lugares	R\$ 41 a 65	2001	Libanesa
Restaurante Scavollo	250 lugares	R\$ 41 a 65	1984	Italiana
Restaurante Mediterrâneo	100 lugares	R\$ 41 a 65	2009	Variada
Quintana Café & Restaurante	70 lugares	Até R\$ 40	2008	Variada
Armazém Italiano	114 lugares	R\$ 41 a 65	1992	Variada
Happy Burger Lanchonete e Restaurante	200 lugares	Até R\$ 40	1992	Variada

QUADRO 5 – ESTABELECIDAMENTOS PESQUISADOS

Fonte: O autor (2010)

NOTA: (*) O preço médio por pessoa inclui: couvert, um prato de custo médio, sobremesa, água mineral e serviço.

³ Guia ABRASEL Paraná 2008. Paraná: 2008

⁴ Veja Curitiba – Comer & Beber. São Paulo: Wanderley Sanches, 2010.

4.1.2 Sustentabilidade x empresa

A abordagem “A sustentabilidade e a empresa”, abrange uma questão discursiva, na qual os proprietários responderam à seguinte pergunta: “Qual o entendimento de sustentabilidade para a empresa?”

Dentre os oito resultados coletados nesta questão, quatro focaram apenas a questão da preservação ambiental como parte do entendimento de sustentabilidade para seu empreendimento. Dois estabelecimentos incluíram, além da abordagem ambiental, também a esfera econômica em suas respostas. Apenas um proprietário citou, além destes dois âmbitos, também a questão da responsabilidade sociocultural como importante no desenvolvimento sustentável e um não respondeu a esta questão.

4.1.3 Aplicação de medidas sustentáveis na empresa

Na abordagem “Motivos pelos quais a empresa não aplica algumas iniciativas sustentáveis”, foram disponibilizadas seis alternativas objetivas para os proprietários dos estabelecimentos assinalarem. As alternativas incluíam: (a) Alto custo na implantação de medidas sustentáveis; (b) Conhecimento insuficiente das medidas sustentáveis possíveis de serem tomadas; (c) Acha desnecessário a implantação de medidas sustentáveis; (d) Dificuldade na aplicação de medidas sustentáveis, por falta de pessoal na área; (e) Considera que não há nada que a empresa possa fazer de ações sustentáveis; (f) Outro.

Dentre os oito estabelecimentos entrevistados, nenhum deles selecionou as alternativas “Acha desnecessário a implantação de medidas sustentáveis” ou “Considera que não há nada que a empresa possa fazer de ações sustentáveis”.

Seis estabelecimentos selecionaram uma ou mais entre as alternativas: “Alto custo na implantação de medidas sustentáveis” ou “Conhecimento insuficiente das

medidas sustentáveis possíveis de serem tomadas” ou “Dificuldade na aplicação de medidas sustentáveis, por falta de pessoal na área”.

Dois estabelecimentos selecionaram a alternativa “Outro”, um deles apontando como justificativa o fato de que empreendimento aplica todas as medidas sustentáveis que considera cabíveis e o outro que aplica diversas medidas sustentáveis, citando algumas delas.

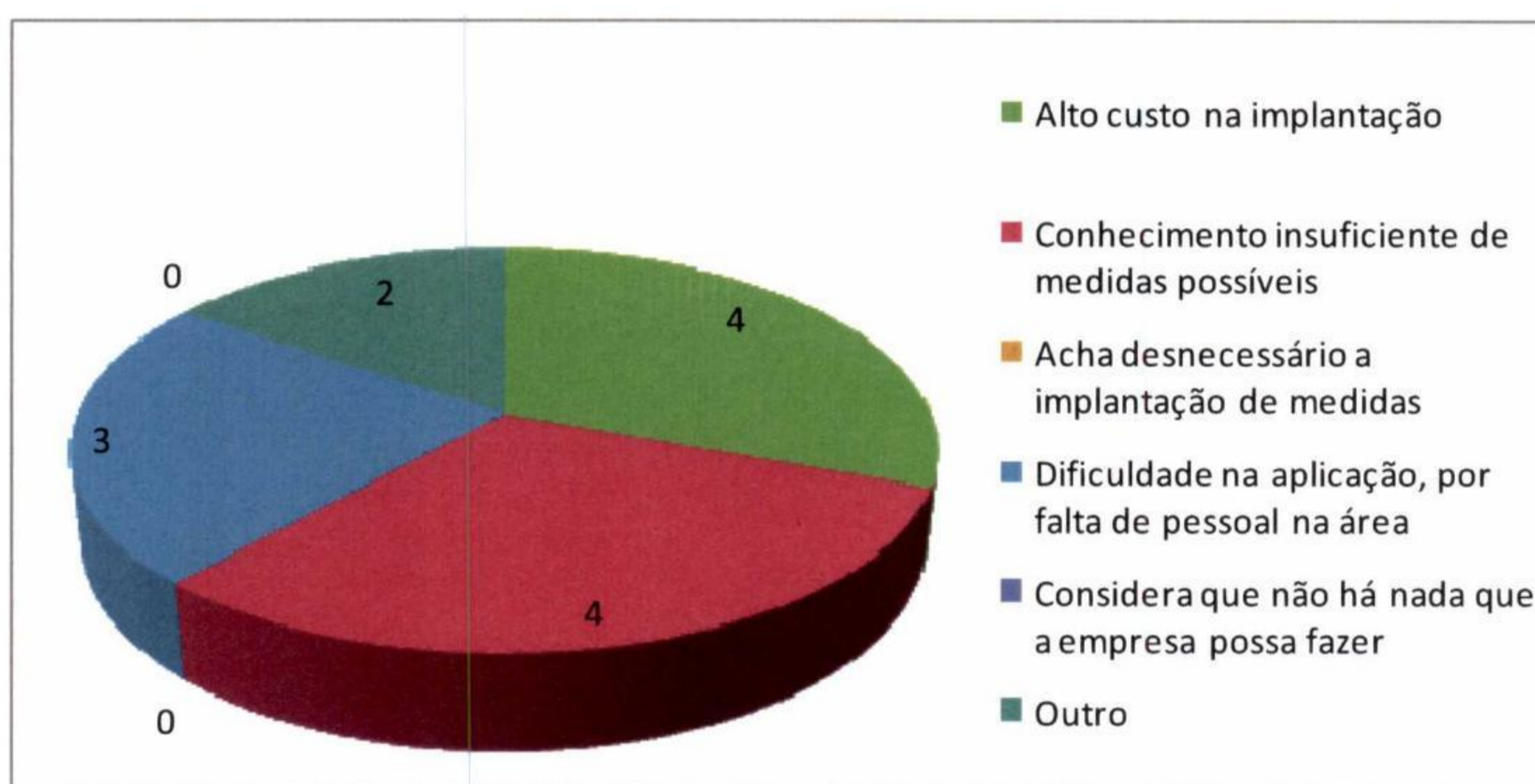


GRÁFICO 1 – MOTIVOS PELOS QUAIS A EMPRESA NÃO APLICA ALGUMAS MEDIDAS SUSTENTÁVEIS
FONTE: O autor (2010)

A última questão do instrumento de pesquisa, “Avaliação da aplicação de medidas sustentáveis na empresa”, possui como objetivo a identificação das medidas sustentáveis colocadas em prática pelos empreendimentos entrevistados, através de um questionário na qual os proprietários deveriam selecionar a importância dada às medidas sustentáveis citadas, assinalar se praticavam ou não tais medidas, e relatar, se necessário, de que maneira tais ações eram operacionalizadas.

Alguns estabelecimentos não responderam a este questionário de maneira completa, pois apenas selecionaram as alternativas de acordo com a importância dada pela empresa em relação às iniciativas sustentáveis, deixando de apresentar se o empreendimento aplicava ou não tais práticas e de que maneira realizava estas ações.

Em relação à abordagem ambiental, foi possível perceber (gráfico 2) que as respostas se concentraram entre 4 (muita importância) e 5 (extrema importância). As questões de destaque, ou seja, que foram consideradas de muita ou extrema importância pela maior parte dos proprietários, foram “Práticas para reduzir/reutilizar/reciclar os resíduos sólidos” e “Eficiência energética e ações para minimizar o consumo de energia (em particular de fontes não renováveis)”.

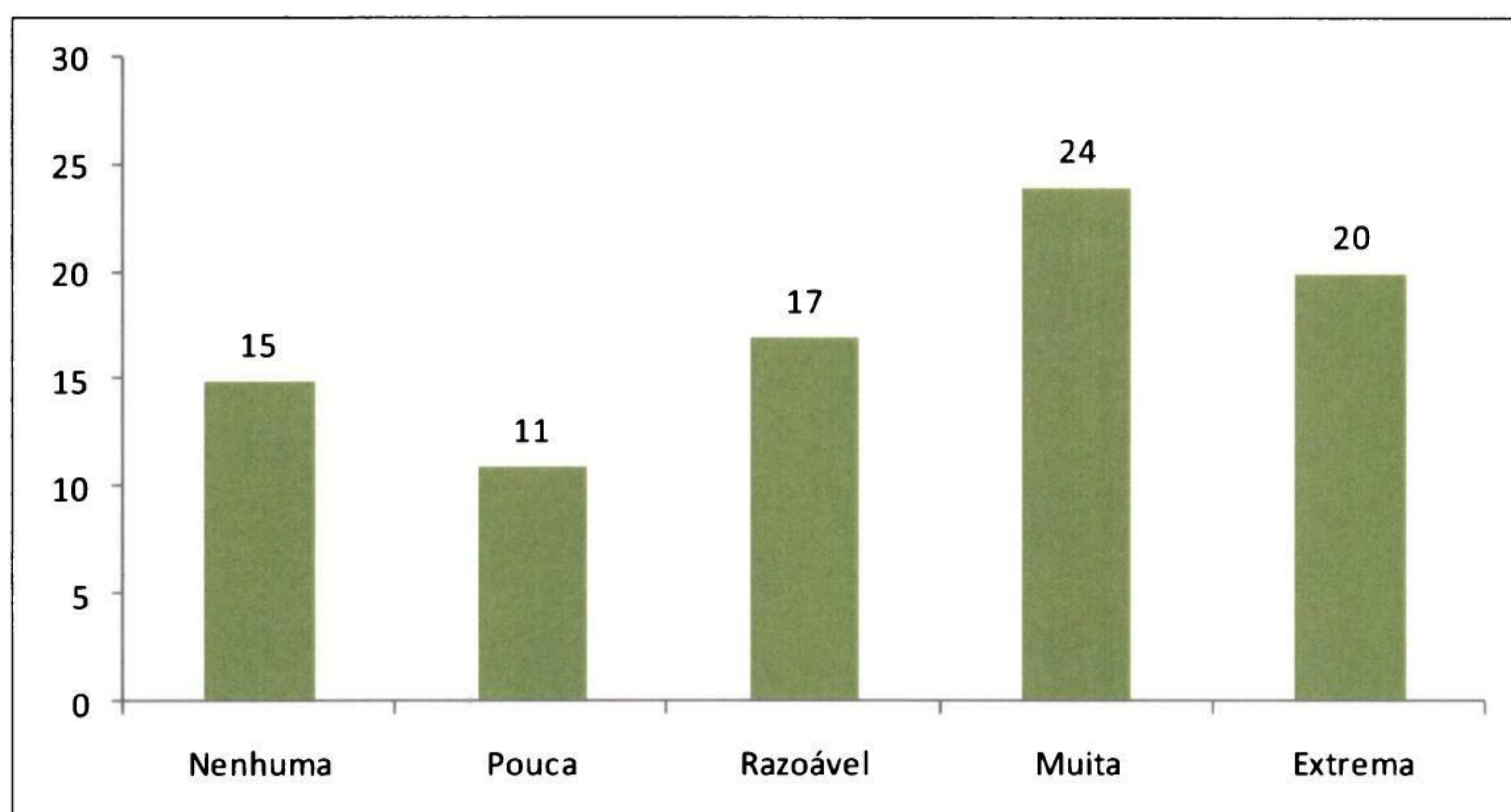


GRÁFICO 2 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM AMBIENTAL
Fonte: O autor (2010)

No quesito da abordagem econômica, a grande maioria das respostas concentrou-se em extrema importância (5), como representa o gráfico 3. As questões que mais foram percebidas como importantes, dizem respeito aos “serviços de alimentação que incluem boas práticas de segurança, tipos de alimentos (frescos, congelados, conservados, enlatados), oferta de alimentos/bebidas da culinária regional” e também à “garantia de acessibilidade aos portadores de necessidades especiais”.

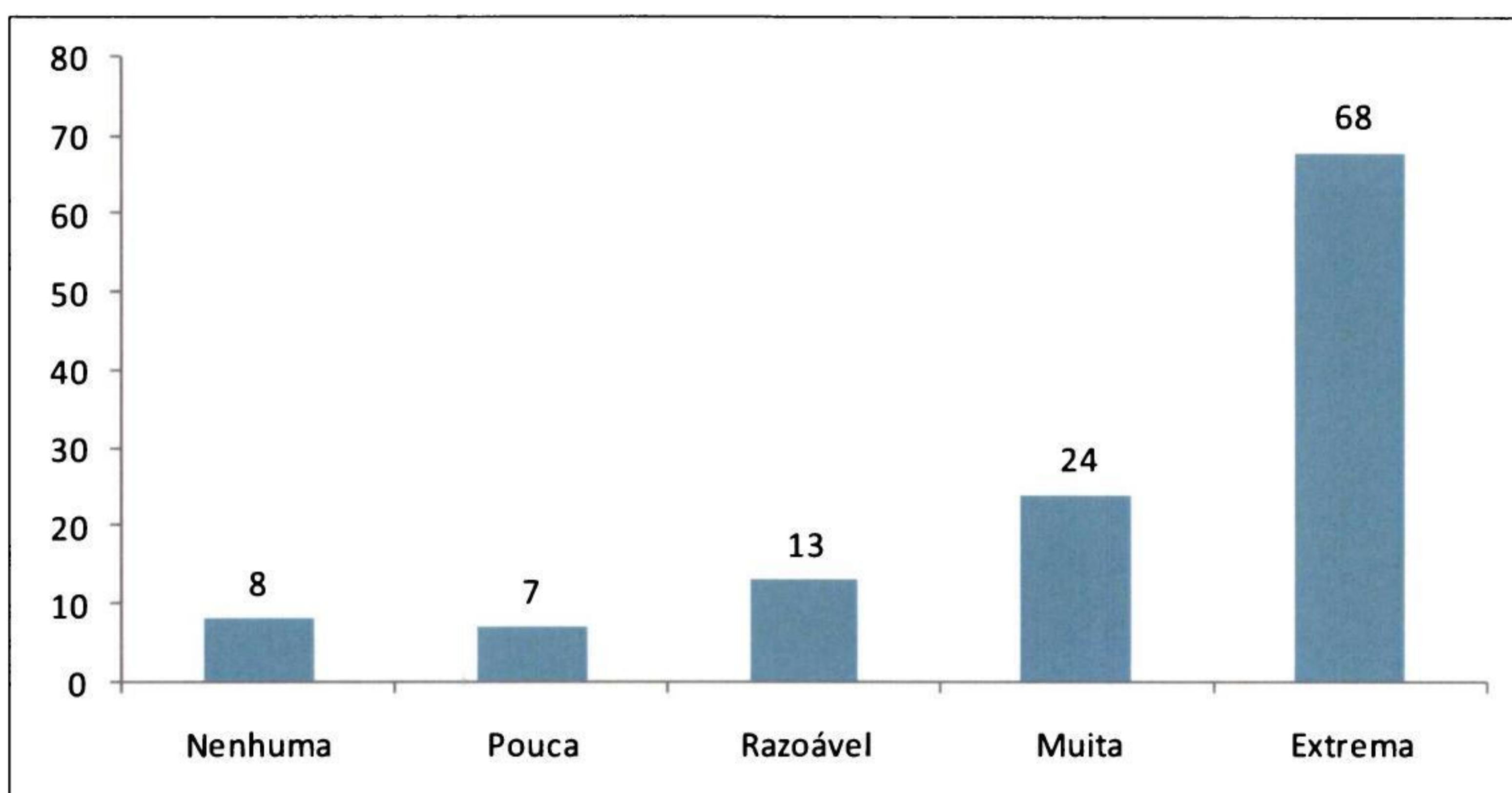


GRÁFICO 3 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM ECONÔMICA
 Fonte: O autor (2010)

No âmbito sociocultural, as respostas relacionadas à importância dada às iniciativas sustentáveis, de acordo com o gráfico 4, também prevaleceram como de extrema importância (5), tendo destaque quatro questões: “assegurar que os salários pagos atendam no mínimo aos pisos da categoria”, “assegurar instalações destinadas aos trabalhadores com condições mínimas de higiene, segurança e conforto”, “composição de salários e benefícios detalhada de maneira clara ao trabalhador” e “aplicação correta da lei anti-fumo no estabelecimento”.

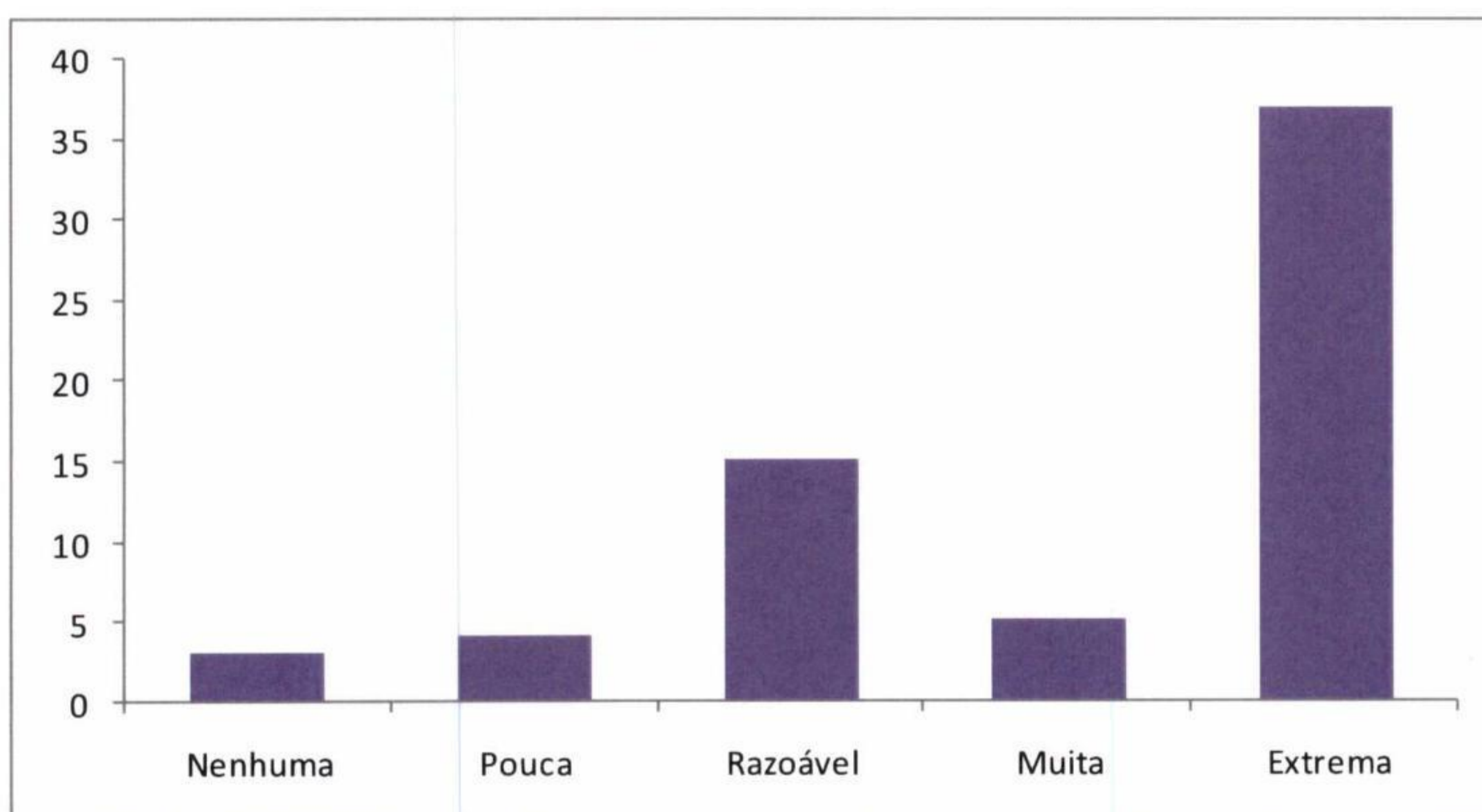


GRÁFICO 4 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM SOCIOCULTURAL
 Fonte: O autor (2010)

A última abordagem apresentada no questionário, relacionada ao campo político, não foi respondida por todos os estabelecimentos de maneira correta, dificultando a análise dos resultados (gráfico 5). As respostas foram divergentes, ou seja, alguns proprietários consideraram iniciativas políticas como de nenhuma importância (1), outros de pouca (2), razoável (3), muita (4) e extrema (5). Dos oito estabelecimentos entrevistados, cinco assinalaram que participam das reuniões do Conselho da ABRASEL/PR e os demais não assinalaram se participam ou não.

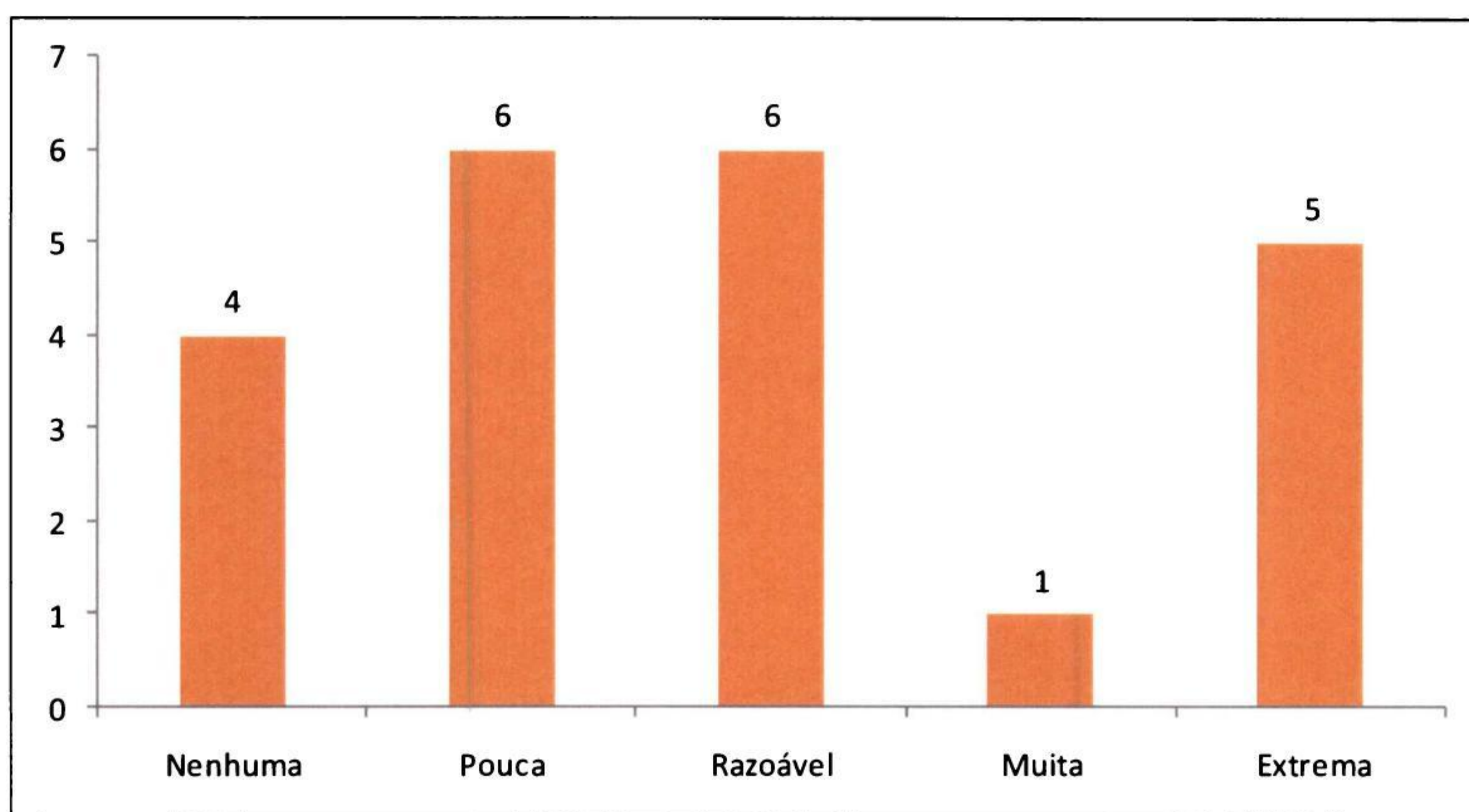


GRÁFICO 5 – IMPORTÂNCIA DADA PARA INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS RELACIONADAS À ABORDAGEM POLÍTICA
Fonte: O autor (2010)

A tabela a seguir apresenta um resumo das iniciativas sustentáveis que receberam maior destaque por parte dos donos dos estabelecimentos nos âmbitos: ambiental, econômico, sociocultural e político, apresentando a média ponderada de cada iniciativa.

ABORDAGEM	INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS DE MAIOR IMPORTÂNCIA	MÉDIA PONDERADA
Ambiental	- Práticas para reduzir/reutilizar/reciclar os resíduos sólidos;	3,75
	- Eficiência energética e ações para minimizar o consumo de energia (em particular de fontes não renováveis).	4
Econômica	- Serviços de alimentação que incluem boas práticas de segurança, tipos de alimentos (frescos, congelados, conservados, enlatados), oferta de alimentos/bebidas da culinária regional;	4,875
	- Garantia de acessibilidade aos portadores de necessidades especiais.	4,125
Sociocultural	- Assegurar que os salários pagos atendam no mínimo aos pisos da categoria;	5
	- Assegurar instalações destinadas aos trabalhadores com condições mínimas de higiene, segurança e conforto;	4,75
	- Composição de salários e benefícios detalhada de maneira clara ao trabalhador;	5
	- Aplicação correta da lei anti-fumo no estabelecimento.	5
Política	- Participação em reuniões do Conselho da ABRASEL/PR.	*

TABELA 3 – INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS DE MAIOR IMPORTÂNCIA

FONTE: O autor (2010)

NOTA: (*) Não foi possível calcular a média ponderada, pois os estabelecimentos não responderam a esta questão de maneira adequada.

Ainda na questão “Avaliação da aplicação de medidas sustentáveis na empresa”, os proprietários dos estabelecimentos entrevistados responderam a respeito das ações práticas adotadas pela empresa. Os quadros (6 e 7) a seguir representam algumas destas principais ações.

ABORDAGEM AMBIENTAL	ABORDAGEM ECONÔMICA
Reutilização do óleo de cozinha	Controle de qualidade de produtos
Separação de latas e plásticos	Boas práticas de segurança de alimentos
Não utilização de palmitos na cozinha	Cardápios em braile para os cegos
Plantio de árvores em bosques	Banheiros adaptados aos deficientes

QUADRO 6 – AÇÕES ADOTADAS NOS ESTABELECIMENTOS – ABORDAGEM AMBIENTAL E ECONÔMICA

Fonte: O autor (2010)

ABORDAGEM SOCIOCULTURAL	ABORDAGEM POLÍTICA
Cursos profissionalizantes para funcionários	Associados a entidades ligadas diretamente à atividade turística
Cursos de higiene e manutenção de alimentos	Participação em reuniões do Conselho da ABRASEL
Benefícios de planos de saúde para os funcionários	-
Participação em festivais que valorizam a gastronomia local	-

QUADRO 7 - AÇÕES ADOTADAS NOS ESTABELECIMENTOS – ABORDAGEM SOCIOCULTURAL E POLÍTICA

Fonte: O autor (2010)

4.2 Interpretação e discussão dos resultados

Através da análise dos dados coletados em oito estabelecimentos associados à ABRASEL/PR, foi possível perceber algumas questões correlatas ao conhecimento e prática da sustentabilidade não apenas focadas exclusivamente aos estabelecimentos, mas também ações com escopo e/ou entendimento em âmbito geral.

Primeiramente, faz-se necessário ressaltar que, através da realização deste levantamento de dados, verificou-se uma grande dificuldade na aplicação dos questionários nos estabelecimentos associados à ABRASEL/PR, por falta de disponibilidade e interesse. Dencker (1998) cita que principalmente em países menos desenvolvidos, é preciso convencer a população da importância das pesquisas para a abertura de novos mercados, além de muitas organizações não oferecerem a ajuda necessária para a realização de tais pesquisas.

A maior parte dos proprietários dos bares e restaurantes entrevistados citaram na questão discursiva “A sustentabilidade e a empresa”, que a sustentabilidade está diretamente ligada à preservação do meio ambiente.

Entretanto, as práticas sustentáveis que tais empresas realizam, dizem respeito, em sua maioria, a diminuição de impactos negativos direta ou indiretamente relacionados ao desenvolvimento do setor econômico destes associados. Pode-se perceber que até mesmo as práticas ambientais citadas como de maior destaque, possuem uma ligação indireta com a melhoria econômica dos estabelecimentos, sendo estas: “Práticas para reduzir/reutilizar/reciclar os resíduos sólidos” e “Eficiência energética e ações para minimizar o consumo de energia (em particular de fontes não renováveis)”.

Na questão “Motivos pelos quais a empresa não aplica algumas iniciativas sustentáveis”, as alternativas que não foram selecionadas pelos proprietários dos estabelecimentos demonstram que nenhum dos estabelecimentos considera desimportante a prática de ações sustentáveis.

Os associados que consideram que não aplicam algumas medidas sustentáveis, apresentaram suas justificativas selecionando as alternativas que envolviam o alto custo na implantação destas medidas, a falta de pessoal especializado na área ou o conhecimento insuficiente de medidas que podem ser aplicadas nos estabelecimentos.

É importante perceber, portanto, que há interesse por parte dos proprietários em implementar algumas ações sustentáveis em seus empreendimentos. O motivo que os impede de realizar tais iniciativas, envolve principalmente o alto custo de tais medidas e a necessidade de contratação de um profissional que possua conhecimento específico na área.

A questão “Avaliação da aplicação de medidas sustentáveis na empresa” não foi respondida corretamente por todos os proprietários dos estabelecimentos, o que pode ter ocorrido por apresentar um alto número de alternativas a serem selecionadas.

Ao avaliar as respostas selecionadas pelos associados, conclui-se que a maior parte das alternativas destacadas, envolve, quando não direta, indiretamente, a otimização do desenvolvimento econômico de seus estabelecimentos.

Como exemplo, pode-se citar as alternativas de maior importância na abordagem ambiental: “Práticas para reduzir/reutilizar/reciclar os resíduos sólidos”, “Eficiência energética e ações para minimizar o consumo de energia (em particular de fontes não renováveis)”. Ambas, se colocadas em prática, podem interferir de maneira positiva na redução de gastos dos empreendimentos, uma vez que envolvem a redução/reutilização/reciclagem de resíduos sólidos e a minimização do consumo de energia.

No caso da abordagem sociocultural, dentre as alternativas de maior destaque, incluem-se “Assegurar que os salários pagos atendam no mínimo aos pisos da categoria”, “Assegurar instalações destinadas aos trabalhadores com condições mínimas de higiene, segurança e conforto”, “Composição de salários e benefícios detalhada de maneira clara ao trabalhador”, “Aplicação correta da lei anti-fumo no estabelecimento”. Neste quesito, é possível estabelecer uma relação indireta com o aumento da produtividade dos funcionários quando há boas condições salariais e de trabalho. Esta maior produtividade, portanto, pode influenciar positivamente no aumento do lucro empresarial.

A partir da interpretação e discussão dos dados, foi possível perceber quais as dificuldades que o setor de alimentos e bebidas apresenta em relação ao seu desenvolvimento sustentável. Será apresentado a seguir, o Projeto de Turismo, que possui como objetivo a busca de melhorias e soluções para a prática da sustentabilidade no segmento.

5 PROJETO DE TURISMO

A realização do Projeto de Turismo está dividida em duas fases que serão apresentadas a seguir: descrição da proposta do Projeto e etapas para sua execução.

5.1 Descrição da proposta do Projeto

Diante da análise dos resultados coletados, percebeu-se a necessidade de um conhecimento mais aprofundado por parte dos estabelecimentos, e que seja disponibilizado através de informações, de maneira simplificada, procurando despertar a atenção dos proprietários e funcionários.

Nesse sentido, pretende-se que este projeto seja realizado, em parceria com a ABRASEL/PR, um Manual de Práticas Sustentáveis, que possuirá dois públicos distintos: ABRASEL/PR, que irá comercializar e distribuir o produto, e os proprietários e funcionários dos estabelecimentos do segmento de alimentos e bebidas ligados à ABRASEL/PR. Notou-se através da análise dos dados coletados na pesquisa que, quando as iniciativas sustentáveis se relacionam à melhora no desenvolvimento econômico do estabelecimento, o interesse por parte dos proprietários, cresce. Portanto, as práticas presentes neste Manual irão apresentar, em sua maior parte, uma relação com o bom desenvolvimento econômico dos bares e restaurantes associados.

O lançamento do Projeto, *a priori* e caso confirmada a parceria, poderá ser realizado juntamente com a ABRASEL no primeiro semestre de 2011. Após sua apresentação, a Associação será a responsável pela distribuição do Manual nos restaurantes e bares associados. Inicialmente, o Manual será distribuído apenas em Curitiba/PR, podendo, de acordo com o interesse de outras seccionais e regionais

da ABRASEL Nacional, que estão presentes em todo o país, ser distribuído em estabelecimentos de outras localidades.

O Manual de Práticas Sustentáveis inclui as quatro abordagens da sustentabilidade presentes neste trabalho: ambiental, econômica, sociocultural e política. A divisão do Manual nestas quatro subdivisões facilita a compreensão e interpretação das práticas sustentáveis as quais os proprietários podem aplicar em seus estabelecimentos.

O custo total do manual, com sua elaboração, a criação de seu layout e sua impressão – sem computar os gastos com distribuição e comercialização – é de R\$ 4.550,00.

5.2 Conteúdo do Projeto

O conteúdo escrito que estará presente no Manual de Práticas Sustentáveis para os estabelecimentos será apresentado a seguir.

5.2.1 O Manual

Este item apresenta uma breve introdução a respeito do que será abordado nas próximas páginas do Manual:

O Manual

“O Manual de Práticas Sustentáveis é uma iniciativa em parceria com a ABRASEL/PR que pretende mostrar a seus associados de maneira simples, ações sustentáveis que podem ser empregadas em seus estabelecimentos, visando a melhoria de seus serviços. Este manual apresenta em um primeiro momento a definição de sustentabilidade e das

iniciativas ambiental, sociocultural, econômica e política. Em seguida são apresentadas como tais iniciativas podem ser colocadas em prática no seu estabelecimento. Com a certeza de que este manual representará o início de uma nova visão de negócio, desejamos uma boa leitura!”

QUADRO 8 – CONTEÚDO DO MANUAL: O MANUAL

Fonte: O autor (2010)

5.2.2 Sustentabilidade

No segundo item do manual, há uma definição sobre o conceito de sustentabilidade:

O que é sustentabilidade?

“O conceito de sustentabilidade está, na maioria das vezes, atrelado apenas à preservação do meio ambiente. Entretanto, envolve, em um sentido mais amplo, a melhoria da qualidade de vida atual e futura, através da relação do desenvolvimento com a maximização de impactos positivos ambientais, socioculturais, econômicos e políticos na sociedade mundial.”

QUADRO 9 – CONTEÚDO DO MANUAL: A SUSTENTABILIDADE

Fonte: O autor (2010)

5.2.3 Iniciativas ambientais

Nesta parte, inicialmente há uma definição para as iniciativas ambientais sustentáveis, seguida de práticas que podem ser realizadas por parte dos estabelecimentos de alimentos e bebidas.

Iniciativas ambientais

“As iniciativas sustentáveis ambientais envolvem basicamente a preservação do meio ambiente. No entanto, este meio ambiente inclui muito mais do que apenas o ambiente natural (florestas, praias, rios, mares, montanhas). Ele agrega também a vida selvagem (mamíferos, répteis, flora, pássaros, peixes, insetos), o meio ambiente rural (paisagens agrícolas, fazendas, florestas criadas pelo homem), o meio ambiente construído pela sociedade (construções, infra-estrutura, paisagens urbanas, represas), e os recursos naturais (água, clima e ar).

- Reutilização e reciclagem de resíduos sólidos (orgânicos e não orgânicos).
- Redução do consumo de água:
 - Utilização de torneiras automáticas nos sanitários;
 - Conscientização dos profissionais que atuam na cozinha do estabelecimento.
- Utilização de produtos que não estão em extinção.
- Utilização de alimentos de acordo com a época de sua produção.
- Arquitetura do estabelecimento integrada à paisagem local.
- Reutilização do óleo de cozinha (procure informar-se, existem muitos projetos nessa área, basta você guardar o óleo e entregar a quem poderá reciclar por você).
- Redução do consumo de energia:
 - Desligar aparelhos que não estão em uso;
 - Utilização de luz automática nos sanitários;
 - Máximo de aproveitamento da iluminação natural do ambiente).”

5.2.4 Iniciativas econômicas

Este item trata das iniciativas econômicas da mesma maneira que as iniciativas econômicas, com uma breve descrição seguida de ações práticas que podem ser utilizadas pelos empreendimentos.

<p>Iniciativas econômicas</p> <p>A prática de iniciativas econômicas sustentáveis visa a melhoria no desenvolvimento da economia dos estabelecimentos, ou seja, a diminuição de gastos através de diversas ações. Estas práticas podem, portanto, serem praticadas não apenas na dimensão econômica, como em todos os âmbitos da sustentabilidade: ambiental, sociocultural e político.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Procedimentos que identifiquem a satisfação dos clientes em relação aos serviços e produtos. • Requisitos de qualidade dos produtos e serviços ofertados. • Informações fornecidas de maneira fiel aos clientes. • Seleção e qualificação de fornecedores considerando requisitos sustentáveis. • Boas práticas na seleção e preparo dos alimentos e bebidas. • Busca por certificações que comprovem a qualidade dos produtos e serviços ofertados. • Garantia de acessibilidade aos portadores de necessidades especiais (físicas e sensitivas).

QUADRO 11 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM ECONÔMICA

Fonte: O autor (2010)

5.2.5 Iniciativas socioculturais

Na penúltima parte do Manual de Práticas Sustentáveis, há a mesma definição e ações, mas tratando das iniciativas socioculturais.

Iniciativas socioculturais

As iniciativas sustentáveis em sua dimensão sociocultural envolvem todo o aspecto de comportamento e tratamento nas relações. Alguns aspectos que merecem destaque são, basicamente, o cumprimento igualitário dos direitos e deveres dos profissionais do turismo e também de seus consumidores, a ética na atividade, de maneira a garantir que o governo e o setor privado tomem atitudes corretas na prestação e execução de seus serviços. Além do respeito às diferenças socioculturais tanto por parte dos turistas, como por parte dos moradores de uma comunidade.

- Emprego de mão-de-obra local.
- Capacitação profissional.
- Aplicação correta da lei anti-fumo no estabelecimento.
- Utilização de produtos locais (além de valorizar a produção local, diminui o custo do transporte).
- Assegurar que os salários estejam de acordo no mínimo com os pisos da categoria.
- As instalações destinadas aos funcionários devem estar em boas condições de higiene, segurança e conforto.
- Apoio a atividades culturais em sua localidade.
- Implementação de programas de saúde para seus trabalhadores.
- Aplicação de uma política de remuneração não-discriminatória em relação a gênero, idade, necessidades especiais, origem, etc.”

QUADRO 12 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM SOCIOCULTURAL

Fonte: O autor (2010)

5.2.6 Iniciativas políticas

Por fim, o último item do Projeto trata da abordagem política da mesma maneira que as iniciativas citadas anteriormente.

Iniciativas políticas

As iniciativas políticas possuem como base a parceria entre as instituições governamentais e não governamentais, além da participação ativa da sociedade civil e buscam a solidez de compromissos entre estes âmbitos. É importante ressaltar que, para que o desenvolvimento do turismo ocorra de maneira completa, deve existir uma política integrada entre estas três partes, nos quais todos assumam uma postura participativa e eficaz.

- Participação em reuniões do Conselho das Associações às quais seu estabelecimento faz parte.
- Buscar conhecer os Planos de Desenvolvimento do Turismo em seu município, em seu estado e em seu país.
- Participar de ações que promovam a integração entre o governo e as organizações privadas.

QUADRO 13 – CONTEÚDO DO MANUAL: ABORDAGEM POLÍTICA

Fonte: O autor (2010)

5.3 Etapas para execução do Projeto

Este item inclui a descrição das etapas do projeto, os recursos humanos envolvidos, o orçamento financeiro de cada etapa e o retorno do investimento no Projeto.

5.3.1 Descrição das etapas para execução do Projeto

Etapa 1:

Elaboração do conteúdo do Manual de Práticas Sustentáveis, que será dividido em quatro abordagens (ambiental, econômica, sociocultural e política). Cada

abordagem será explicada de maneira breve e conterá iniciativas que podem ser aplicadas nos estabelecimentos.

Etapa 2:

Elaboração do design do Manual, que será realizado através da contratação de um serviço terceirizado.

Etapa 3:

Impressão do Manual, que será realizado através da contratação de uma gráfica terceirizada.

Etapa 4:

Lançamento do Manual, através de palestra do elaborador do conteúdo escrito; e distribuição, através da ABRASEL/PR, para os estabelecimentos associados em Curitiba/PR.

ETAPAS	MÊS 1	MÊS 2	MÊS 3
Elaboração do conteúdo do Manual	X		
Elaboração do design do Manual	X		
Impressão do Manual		X	
Lançamento e distribuição			X

QUADRO 14 – CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PROJETO
FONTE: O autor (2010)

5.3.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa

Os recursos humanos referem-se aos profissionais necessários para desempenhar as atividades descritas no projeto, que foram alocados por etapa e estão listados a seguir:

Etapa 1:

Para esta etapa será necessária uma pessoa, responsável por elaborar todo o conteúdo escrito contido no Manual. O elaborador do conteúdo do Manual será um bacharel em Turismo.

Etapa 2:

O design (criação e layout) do Manual será feito por um designer contratado para realizar este serviço.

Etapa 3:

Uma gráfica terceirizada ficará responsável pela impressão do material.

Etapa 4:

O lançamento será feito pelo elaborador do conteúdo e a distribuição será realizada através da equipe da ABRASEL/PR.

ETAPAS	RH NECESSÁRIO
Elaboração do conteúdo do Manual	<ul style="list-style-type: none"> • Bacharel em Turismo
Elaboração do design do Manual	<ul style="list-style-type: none"> • Designer – terceirizado
Impressão do Manual	<ul style="list-style-type: none"> • Gráfica – terceirizada
Lançamento e distribuição	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe da ABRASEL

QUADRO 15 – RECURSOS HUMANOS NECESSÁRIOS PARA O PROJETO
 FONTE: O autor (2010)

5.3.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa

Etapa 1:

O custo para a elaboração do conteúdo do Manual, realizado por um bacharel em Turismo, será de R\$ 350,00.

Etapa 2:

O custo para a criação e layout do Manual, realizado por um designer contratado para a realização do serviço, será de R\$ 1.200,00.

Etapa 3:

O Manual, quando impresso, contará com 16 folhas A5 (metade de uma folha A4) e sua impressão será em “reciclato” de cor bege: 240gr para a capa e 120gr para o miolo. O custo para impressão de um Manual será de R\$ 3,00. A quantidade impressa será de 1.000 (mil) cópias, totalizando R\$ 3.000,00.

Etapa 4:

Não há custo para o lançamento do Manual e também não há como prever o custo para distribuição do Manual, pois o órgão responsável por esta etapa será a ABRASEL/PR, e o modo como a distribuição será realizada ficará a critério da Associação.

ETAPAS	CUSTO
Elaboração do conteúdo do Manual	R\$ 350,00
Elaboração do design do Manual	R\$ 1.200,00
Impressão do Manual	R\$ 3.000,00
Lançamento e distribuição	-

QUADRO 16 – CUSTOS DO PROJETO
FONTE: O autor (2010)

5.3.4 Avaliação do retorno do investimento

A execução do Projeto “Manual de Práticas Sustentáveis” não apresenta um retorno financeiro do investimento para a ABRASEL/PR, que será responsável por

sua comercialização e distribuição. Entretanto, sendo a ABRASEL uma associação que possui como objetivo principal o desenvolvimento sustentável de seus estabelecimentos associados, nos âmbitos econômico, social e ambiental, a distribuição deste material encaixa-se como uma nova proposta para atingir este objetivo.

Além deste fator, o Manual distribuído pela ABRASEL pretende ocasionar indiretamente uma diminuição de gastos nos estabelecimentos de alimentos e bebidas que executarem as práticas presentes neste projeto, levando em consideração que estas iniciativas sustentáveis estão, em sua maioria, relacionadas à melhoria no desenvolvimento econômico dos estabelecimentos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebeu-se, através da realização deste trabalho, que o segmento de alimentos e bebidas compõe grande parte da economia da atividade turística, ou seja, suas ações possuem grande influência no desenvolvimento do turismo. Este setor deve, portanto, obter como base para sua produção e seus serviços, a sustentabilidade, como garantia para seu crescimento de maneira a maximizar os impactos positivos da atividade.

O objetivo geral deste Trabalho de Conclusão de Curso foi a verificação do nível de conhecimento e ações a respeito de sustentabilidade que os estabelecimentos de alimentos e bebidas entrevistados possuem, e a posterior identificação de formas de aplicação de práticas sustentáveis nestes empreendimentos.

Isto ocorreu através dos seguintes objetivos específicos: descrição da relação entre sustentabilidade e empreendimentos de alimentos e bebidas, identificação e apresentação do nível de conhecimento em relação à sustentabilidade que as organizações possuem e identificação de formas de aplicação da sustentabilidade ao contexto empresarial.

Os objetivos específicos foram alcançados, respectivamente, através da revisão de literatura, da coleta de dados e da realização do projeto. A revisão de literatura permitiu um conhecimento mais abrangente a respeito do desenvolvimento sustentável e do segmento de alimentos e bebidas. Foi possível perceber que, apesar de a sustentabilidade ser um tema em crescente inserção na atividade turística de maneira geral, em relação ao setor de alimentos e bebidas mais especificamente, ela está bem pouco presente na literatura e em seu planejamento.

Através da aplicação do instrumento de pesquisa em oito empresas ligadas a este mercado, notou-se que há uma carência por parte de conhecimento e, conseqüentemente, aplicação de medidas sustentáveis nos estabelecimentos de alimentos e bebidas. A maior parte dos proprietários dos estabelecimentos não soube responder de maneira completa a questão que tratou do que significa sustentabilidade, sendo possível perceber que há uma grande necessidade de um

conhecimento mais aprofundado a respeito deste assunto.

Com a realização do projeto de turismo “Manual de Práticas Sustentáveis”, o último objetivo específico foi alcançado, pois foram identificadas algumas formas de aplicação de iniciativas sustentáveis nas empresas ligadas ao setor de alimentação. O Manual pretende servir como base para o surgimento de um interesse maior por parte dos estabelecimentos em aplicar a sustentabilidade, e mostrar como esta pode influenciar positivamente no desenvolvimento econômico do segmento.

A escolha do segmento de alimentos e bebidas para a pesquisa apresentada a seguir, justifica-se pelo fato de o segmento apresentar grande representatividade do setor na atividade turística do país. Embora uma grande parcela da economia do turismo esteja representada por este segmento, são poucas as pesquisas e ações práticas voltadas para a sustentabilidade que envolvem o setor, o que não ocorre com outros âmbitos, como a hotelaria e os transportes turísticos, por exemplo.

Dentre as dificuldades encontradas ao longo da realização deste trabalho, a aplicação do questionário nos estabelecimentos de alimentos e bebidas foi percebida como uma destas. Houve uma grande demora no recebimento da maior parte dos questionários, além da dificuldade de encontrar proprietários que se disponibilizassem a respondê-los. Alguns estabelecimentos aceitaram de prontidão o envio dos questionários, mas não foi possível entrar em contato posteriormente para receber o questionário preenchido. Além deste fator, dentre os questionários respondidos, poucos responderam de maneira correta e completa o instrumento de pesquisa, o que dificultou a análise dos dados coletados.

Como sugestões para próximas pesquisas, estão as pesquisas mais aprofundadas a respeito da sustentabilidade aplicada no segmento de alimentos e bebidas, que objetivem a melhoria do desenvolvimento sustentável no setor.

REFERÊNCIAS

AFONSO, Cintia M. **Sustentabilidade: caminho ou utopia?** São Paulo: Annablume, 2006.

ANDRADE, Isaac. A dificuldade em compreender a sustentabilidade. **Revista Sustentabilidade**. Disponível em: <www.revistasustentabilidade.com.br/s02/artigos>. Acesso em: 22 fev 10.

ANDRADE, José V. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.

ANDRADE, Rui O.; NETO, Luís M. A gestão privada do turismo. In: TRIGO, Luiz G. G. **Turismo: como aprender, como ensinar**. vol 1. São Paulo: SENAC, 2001.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1997.

BISSOLI, Maria A. M. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 2000

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUSC, 2002.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2003 – 2006**. Disponível em: <www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_impresao.php?id_noticia=1379> Acesso em: 20 ago 10.

BRASIL. **Lei nº 10.257**, de 10 de julho de 2001. Estatuto da Cidade. Brasília, DF. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil/leis/LEIS_2001/L10257.htm> Acesso em: 25 mai 10.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e sustentabilidade**. Brasília: MTur, 2007.

_____. **Desafios do turismo sustentável**. Brasília: MTur, 2009a.

_____. **Proposta estratégica de organização turística: Copa do Mundo 2014.** Brasília: MTur, 2009b.

_____. **Hábitos de consumo do turismo do brasileiro.** Brasília: MTur, 2009c.

BUARQUE, Sérgio C. **Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável.** Brasília: IICA, 1999.

CÂNDIDO, Luciane A. **Turismo em áreas naturais protegidas.** Caxias do Sul: Educs, 2003. (Coleção Turismo)

CASTROGIOVANNI, Antonio C. **Turismo urbano.** São Paulo: Contexto, 2001.

COBRA, Marcos. **Marketing de turismo.** São Paulo: Cobra, 2005.

DENCKER, Ada de F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas.** São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo.** São Paulo: Atlas, 2003.

FAGLIARI, Gabriela S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias.** São Paulo: Roca, 2005.

FARIA, Dóris S.; CARNEIRO, Kátia S. **Sustentabilidade ecológica no turismo.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2007.

FIGUEIREDO, Newton. **A importância dos selos verdes.** Disponível em: <www.revistasustentabilidade.com.br/s02/artigos>. Acesso em: 20 fev 10.

FONSECA, Igor F.; BURSZTYN, Marcel. **A banalização da sustentabilidade: reflexões sobre governança ambiental em escala local.** Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos>> Acesso em: 16 nov 09.

FURTADO, Fábio L. A gastronomia como produto turístico. **Revista Turismo.** Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html>> Acesso

em: 29 mai 10.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

KOTSCHEVAR, Lendal H.; KNIGHT, John B. **Gestão, planejamento e operação de restaurantes**. São Paulo: Roca, 2005.

MAGALHÃES, Cláudia F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002.

MARICATO, Percival. **Marketing para bares e restaurantes**. Rio de Janeiro: SENAC, 2005.

MOLINA, Sergio E. **Turismo e ecologia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

NASCIMENTO NETO, Fénelon do. **Roteiro para elaboração de Manual de Boas Práticas de Fabricação (BPF) em Restaurantes**. São Paulo: SENAC, 2005.

ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. **Iniciativas voluntárias para o turismo sustentável**. São Paulo: Roca, 2004.

ORGANIZAÇÃO Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PLANO Diretor de Curitiba. Disponível em:

<www.ippuc.org.br/ippucweb/sasi/home/visualizar.php?doc=../arquivos/documentos/d31/d31_012_br.pdf> Acesso em: 15 mai 2010.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, Dóris. **Turismo e planejamento sustentável: a Proteção do Meio Ambiente**. Campinas: Papirus, 2001.

SABOYA, Renato. **Concepção de um sistema de suporte à elaboração de planos diretores participativos**. Tese de Doutorado apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Engenharia Civil – Universidade Federal de Santa Catarina. 2007.

SAMPAIO, Carlos A. C. **Desenvolvimento sustentável e turismo**. Blumenau: EDIFURB; Florianópolis: Bernúncia, 2004.

SANTOS, Milton. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. Vol. 1. São Paulo: Aleph, 2000a.

_____. **Turismo sustentável: meio ambiente e economia**. Vol. 2. São Paulo: Aleph, 2000b.

TRIGO, Luiz G. G. **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001.

VIEIRA, Mirna L. Turismo urbano: Práticas e perspectivas. **Revista de Turismo**, PUC Minas, v. 1, n. 1, dez. 2005.

APÊNDICES**INSTRUMENTO DE PESQUISA****Instrumento de Pesquisa – Sustentabilidade no segmento de alimentos e bebidas - ABRASEL****1. IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO**

1.1 Nome _____

1.2 Cargo _____

2. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

2.1 Empresa _____

2.2 Características do empreendimento _____

2.2.1 Local _____

2.2.2 Tempo de atividade _____

2.2.3 Perfil do consumidor _____

2.2.4 Produtos e serviços _____

3. A SUSTENTABILIDADE E A EMPRESA

3.1 Qual o entendimento de sustentabilidade para a empresa?

4. MOTIVOS PELOS QUAIS A EMPRESA NÃO APLICA ALGUMAS INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS.

- Alto custo na implantação de medidas sustentáveis.
- Conhecimento insuficiente das medidas sustentáveis possíveis de serem tomadas.
- Acha desnecessário a implantação de medidas sustentáveis.
- Dificuldade na aplicação de medidas sustentáveis, por falta de pessoal na área.
- Considera que não há nada que a empresa possa fazer de ações sustentáveis.
- Outro

Qual?

5 . QUESTIONÁRIO PARA AVALIAÇÃO DA APLICAÇÃO DE MEDIDAS SUSTENTÁVEIS NA EMPRESA.

Assinalar as respostas de acordo com a importância dada para as iniciativas, sendo:

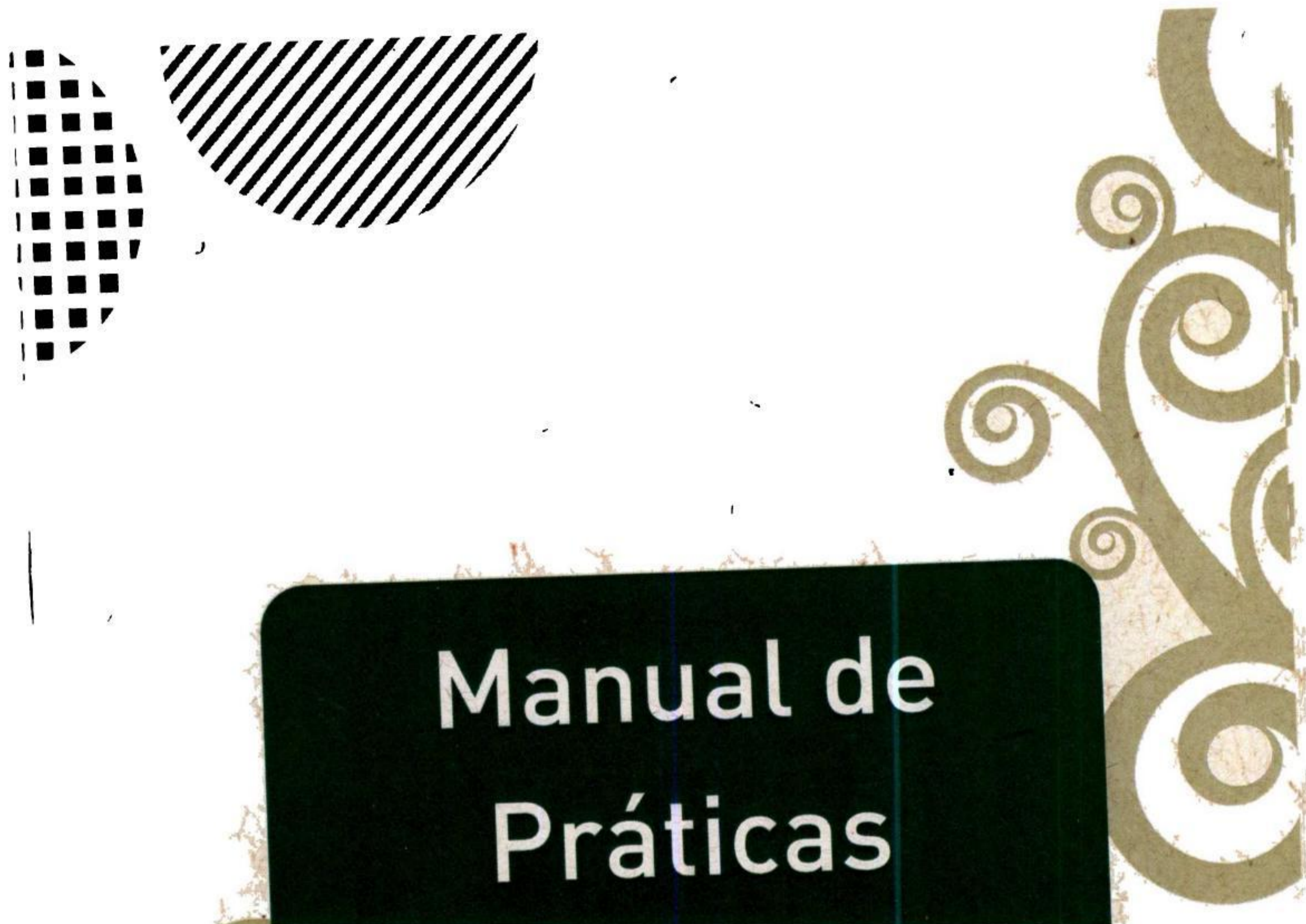
1	Nenhuma
2	Pouca
3	Razoável
4	Muita
5	Extrema

ABORDAGEM AMBIENTAL - INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS:	IMPORTÂNCIA DADA PELA EMPRESA:					ALGUMA AÇÃO/PRÁTICA ADOTADA PELA EMPRESA?	
	1	2	3	4	5	Sim	Não
a) Preparação e atendimento a emergências ambientais							
b) Conservação de áreas naturais, fauna e flora							
c) Arquitetura integrada à paisagem e impactos da construção do local							
d) Cuidado com emissões, efluentes e resíduos sólidos (geral)							
d1) práticas para reduzir/reutilizar/reciclar os resíduos sólidos							
d2) tratamento de águas residuais							
d3) medidas para minimizar emissão de ruídos de instalações (maquinarias e equipamentos, atividades de lazer e outros)							
d4) medidas para minimizar emissão de gases e odores provenientes de veículos, instalações e equipamentos.							
e) Eficiência energética e ações para minimizar o consumo de energia (em particular de fontes não renováveis)							
f) Práticas para minimizar o consumo de água							
g) Seleção e uso de insumos							
g1) medidas para minimizar a utilização de insumos com potenciais impactos ao meio ambiente							
g2) ações relacionadas à promoção do consumo responsável							

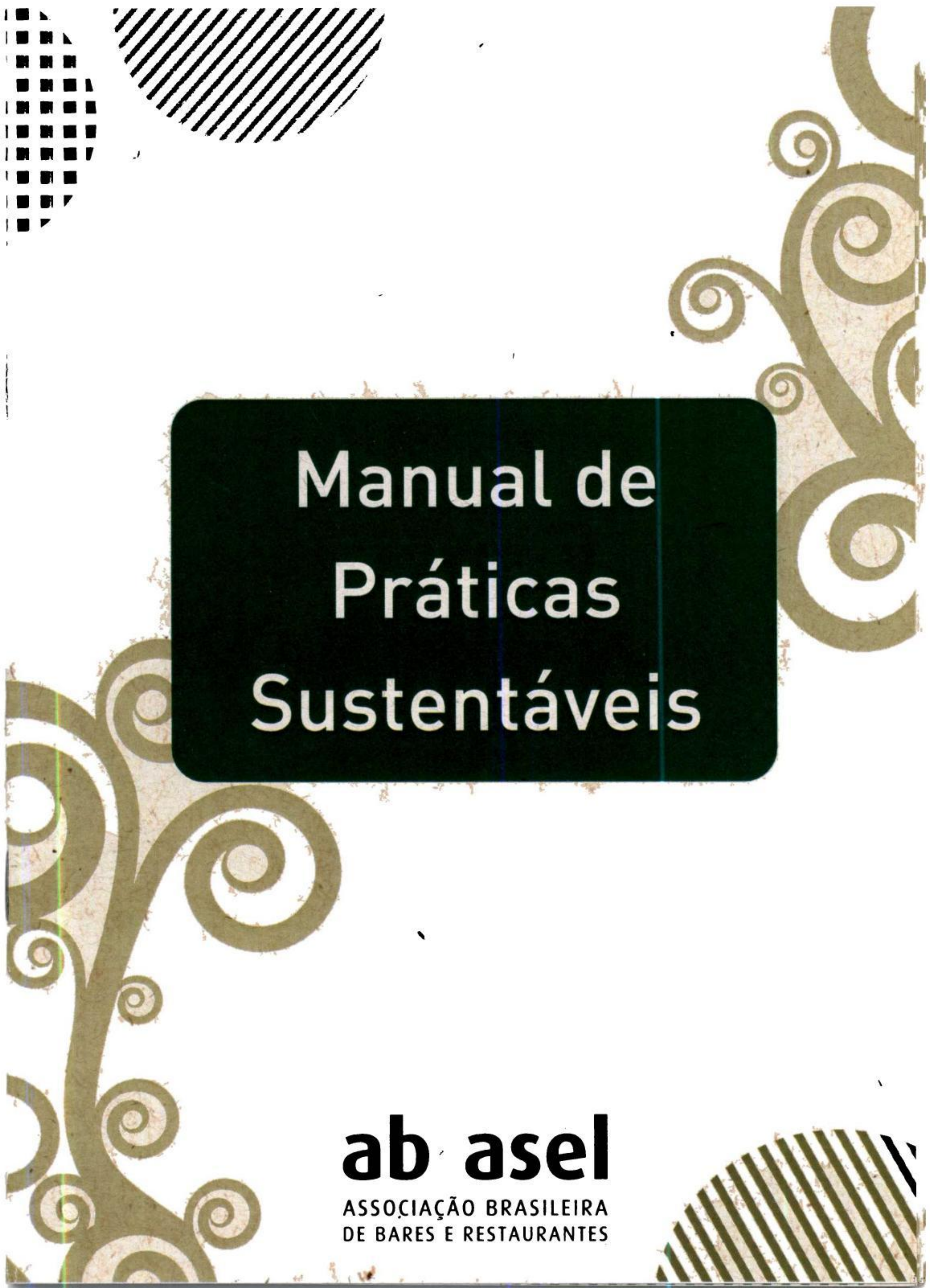
ABORDAGEM ECONÔMICA – INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS:	IMPORTÂNCIA DADA PELA EMPRESA:					ALGUMA AÇÃO/PRÁTICA ADOTADA PELA EMPRESA?	
	1	2	3	4	5	Sim	Não
						Qual?	
h) Viabilidade econômica do empreendimento (atividades e serviços que considerem a sustentabilidade do negócio a longo prazo)							
i) Qualidade e satisfação dos clientes							
i1) procedimentos para identificar as expectativas dos clientes em relação aos produtos e serviços oferecidos							
i2) existência de requisitos de qualidade para produtos e serviços ofertados							
i3) sistema de informações sobre a satisfação do cliente (tratamento de comentários, sugestões, reclamações de clientes e agências de turismo)							
i4) informações proporcionadas aos clientes devem ser fidedignas aos produtos e serviços							
i5) procedimentos para seleção e qualificação de fornecedores que considere os requisitos de sustentabilidade							
i6) serviços de alimentação: boas práticas de segurança, tipos de alimentos (frescos, congelados, conservados, enlatados) oferta de alimentos/bebidas da culinária regional							
j) Saúde e segurança dos clientes							
j1) garantia de acessibilidade aos portadores de necessidades especiais (físicas, sensitivas, etc.)							

ABORDAGEM POLÍTICA - INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS:	IMPORTÂNCIA DADA PELA EMPRESA:					ALGUMA AÇÃO/PRÁTICA ADOTADA PELA EMPRESA?	
	1	2	3	4	5	Sim	Não
p) Conhece o Plano de Desenvolvimento do Turismo do Paraná?							
q) Conhece o Plano Nacional de Turismo?							
r) Participa das reuniões do Conselho da ABRASEL/PR?							
s) Conhece a Política Estadual de Turismo?							

MANUAL DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS



Manual de
Práticas



Manual de Práticas Sustentáveis

ab asel

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES

Sumário

O Manual.....	3
Sustentabilidade.....	4
Iniciativas ambientais.....	5
Iniciativas econômicas.....	7
Iniciativas socioculturais.....	9
Iniciativas políticas.....	11





O Manual

O Manual de Práticas Sustentáveis, é uma iniciativa em parceria com a ABRASEL/PR que pretende mostrar a seus associados de maneira simples, ações sustentáveis que podem ser empregadas em seus estabelecimentos, visando a melhoria de seus serviços.

Este manual apresenta em um primeiro momento a definição de sustentabilidade e das iniciativas ambiental, sociocultural, econômica e política. Em seguida são apresentadas como tais iniciativas podem ser colocadas em prática no seu estabelecimento.

Com a certeza de que este manual representará o início de uma nova visão de negócio, desejamos uma boa leitura!



Sustentabilidade




Iniciativas ambientais



O que é?


O conceito de sustentabilidade está, na maioria das vezes, atrelado apenas à preservação do meio ambiente. Entretanto, envolve, em um sentido mais amplo, a melhoria da qualidade de vida atual e futura, através da relação do desenvolvimento com a maximização de impactos positivos ambientais, socioculturais, econômicos e políticos na sociedade mundial.



O que são elas?



As iniciativas sustentáveis ambientais envolvem basicamente a preservação do meio ambiente. No entanto, este meio ambiente inclui muito mais do que apenas o ambiente natural (florestas, praias, rios, mares, montanhas). Ele agrega também a vida selvagem (mamíferos, répteis, flora, pássaros, peixes, insetos), o meio ambiente rural (paisagens agrícolas, fazendas, florestas criadas pelo homem), o meio ambiente construído pela sociedade (construções, infra-estrutura, paisagens urbanas, represas), e os recursos naturais (água, clima e ar).



Como posso por em prática?

- ➔ Reutilização e reciclagem de resíduos sólidos (orgânicos e não orgânicos).
- ➔ Redução do consumo de água:
Utilização de torneiras automáticas nos sanitários;
Conscientização dos profissionais que atuam na cozinha do estabelecimento.
- ➔ Utilização de produtos que não estão em extinção.
- ➔ Utilização de alimentos de acordo com a época de sua produção.
- ➔ Arquitetura do estabelecimento integrada à paisagem local.
- ➔ Reutilização do óleo de cozinha (procure informar-se, existem muitos projetos nessa área, basta você guardar o óleo e entregar a quem poderá reciclar por você).
- ➔ Redução do consumo de energia:
Desligar aparelhos que não estão em uso;
Utilização de luz automática nos sanitários;
Máximo de aproveitamento da iluminação natural do ambiente.

Iniciativas econômicas

O que são elas?

A prática de iniciativas econômicas sustentáveis visa a melhoria no desenvolvimento da economia dos estabelecimentos, ou seja, a diminuição de gastos através de diversas ações. Estas práticas podem, portanto, serem praticadas não apenas na dimensão econômica, como em todos os âmbitos da sustentabilidade: ambiental, sociocultural e político.

Como posso por em prática?

- Procedimentos que identifiquem a satisfação dos clientes em relação aos serviços e produtos.
- Requisitos de qualidade dos produtos e serviços ofertados.
- Informações fornecidas de maneira fiel aos clientes.
- Seleção e qualificação de fornecedores considerando requisitos sustentáveis.
- Boas práticas na seleção e preparo dos alimentos e bebidas.
- Busca por certificações que comprovem a qualidade dos produtos e serviços ofertados.
- Garantia de acessibilidade aos portadores de necessidades especiais (físicas e sensitivas).

Iniciativas socioculturais

O que são elas?

As iniciativas sustentáveis em sua dimensão sociocultural envolvem todo o aspecto de comportamento e tratamento nas relações. Alguns aspectos que merecem destaque são, basicamente, o cumprimento igualitário dos direitos e deveres dos profissionais do turismo e também de seus consumidores, a ética na atividade, de maneira a garantir que o governo e o setor privado tomem atitudes corretas na prestação e execução de seus serviços. Além do respeito às diferenças socioculturais tanto por parte dos turistas, como por parte dos moradores de uma comunidade.

Como posso por em prática?

- Emprego de mão-de-obra local.
- Capacitação profissional.
- Aplicação correta da lei anti-fumo no estabelecimento.
- Utilização de produtos locais (além de valorizar a produção local, diminui o custo do transporte).
- Assegurar que os salários estejam de acordo no mínimo com os pisos da categoria.
- As instalações destinadas aos funcionários devem estar em boas condições de higiene, segurança e conforto.
- Apoio a atividades culturais em sua localidade.
- Aplicação de uma política de remuneração não-discriminatória em relação a gênero, idade, necessidades especiais, origem, etc.

Iniciativas políticas

O que são elas?

As iniciativas políticas possuem como base a parceria entre as instituições governamentais e não governamentais, além da participação ativa da sociedade civil e buscam a solidez de compromissos entre estes âmbitos. É importante ressaltar que, para que o desenvolvimento do turismo ocorra de maneira completa, deve existir uma política integrada entre estas três partes, nos quais todos assumam uma postura participativa e eficaz.

Como posso por em prática?

- ➔ Participação em reuniões do Conselho das Associações às quais seu estabelecimento faz parte.
- ➔ Buscar conhecer os Planos de Desenvolvimento do Turismo em seu município, em seu estado e em seu país.
- ➔ Participar de ações que promovam a integração entre o governo e as organizações privadas.

Todas estas iniciativas, além de possuírem um efeito econômico positivo em seu empreendimento, podem contribuir para a melhoria no desenvolvimento da atividade turística.

Faça sua parte!



abrasel

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
DE BARES E RESTAURANTES