



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO

Bianca Rafaella de Oliveira

**A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURÍSTICO: uma análise do
potencial gastronômico da cidade de Natal/RN**



NATAL/RN
2013

Bianca Rafaella de Oliveira

**A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURÍSTICO: uma análise do
potencial gastronômico da cidade de Natal/RN**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação de
Graduação em Turismo da Universidade
Federal do Rio Grande do Norte, como
requisito parcial para a obtenção do título
de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Lissa Valéria F. Ferreira, D.
Sc.

NATAL/RN
2013

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Oliveira, Bianca Rafaella de.

A gastronomia como produto turístico: uma análise do potencial gastronômico da cidade de Natal/RN / Bianca Rafaella de Oliveira. - Natal, RN, 2013.

138f.: il.

Orientadora: Prof. Dr.ª Lissa Valéria Fernandes Ferreira.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo - Monografia. 2. Gastronomia - Monografia. 3. Restaurantes - Monografia. 4. Produto turístico - Monografia. I. Ferreira, Lissa Valéria Fernandes. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48-6:641/642

Bianca Rafaella de Oliveira

A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURÍSTICO: uma análise do potencial gastronômico da cidade de Natal/RN. Monografia apresentada à Coordenação de Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, para a obtenção do título em Bacharel em Turismo.

Natal, 27 de maio de 2013.

Banca Examinadora:

Prof^a. Lissa Valéria Fernandes Ferreira, D. Sc.

Orientadora - Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Prof. Carlos Humberto Porto, M. Sc.

Examinador - Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Prof^a. Leilianne Michelle Trindade da Silva Barreto, D. Sc.

Examinadora - Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN

AGRADECIMENTOS

A Deus por ele ser o meu pai, meu amigo, e meu orientador que me guia pelos caminhos e escolhas que faço, e pelas bençãos que tem me dado.

A minha filha Yasmim Christine, por ser a minha companheira, minha amiga, e por ter me ajudado a cuidar de seu irmão, pois sem ela eu não teria como estudar e conseqüentemente não estaria concluindo o curso.

Ao meu filho Emanuel Otávio que, apesar de tão novinho, me dá força para eu continuar seguindo o meu sonho, e tem se mostrado compreensivo com a falta de tempo que tenho tido.

Ao meu companheiro “Dedé” que sempre me deu força e acreditou que eu iria conseguir, e tem me ajudado de todas as formas para que nada atrapalhasse a minha formação.

A minha “prima irmã” Lilian, que desde o começo acreditou que eu podia fazer até o que eu pensei ser incapaz.

A minha família de coração: minha mãe, a minha irmã Samantha; as minhas sobrinhas Ingrid, Carol e Daiane, minha tia Rosa que me ajudou com os recursos tecnológicos, minha amiga Juliane, enfim a todos que sempre torceram por mim, me deram forças e que sei que estão muito orgulhosos.

À minha orientadora, Lissa Valéria, a quem demonstro minha gratidão e admiração pela competência, dedicação, profissionalismo, apoio, paciência e por ter me ajudado e me orientado para a construção deste TCC.

As minhas grandes amigas que obtive durante o curso e que quero levar para a vida toda. Como Raiane Ohana que, apesar de ser bem diferente do que sou é com certeza a minha melhor amiga; Islaine Cristiane que com o decorrer do curso criamos uma linda amizade; e completando com Risomara Santos que é minha amiga doidinha.

Aos meus amigos do curso que fizeram à diferença como: Rivanaldo, Laryssa, Jaciara, Camila Silva, Maiara, Vitor, Olga, Juliana, Viviane, Iselda, Rafael, Bruno, Vinícius, entre outros.

A banca examinadora por ter aceitado o convite e terem me honrado com a sua presença: Prof. Carlos Humberto Porto e Leiliane Barreto.

Aos professores do curso que me ajudaram no decorrer destes quatro anos fazendo com que eu me orgulhar-se da formação que escolhi. Cito em especial a Profª Andreia Virgínia a quem tenho uma grande admiração. Aos docentes: Sergio Leal, Marcelo Henrique, Sonia Regina, Reny Maldonado, Marcio Marreiro e Renata Triqueiro, que tiveram significativa relevância em minha formação.

Aos que se foram mais sei que onde estiverem estão muito orgulhosos de mim: meu pai e meu tio Batista.

Aos gestores dos Restaurantes Camarões, Camarões Potiguar, Farofa D'Água e Tábua de Carne, por sua gentileza de ter me recebido tão bem e terem permitido que fosse feitas as entrevistas.

“Não tenhas medo, pois eu estou aqui é o teu Senhor quem diz. Quero guiar os passos teus. Vem entrega-te então farei morada em teu coração. E quando anoitecer cansado eu te encontrar. No silêncio teu eu irei te consolar. Nos braços meus descansará. Forças te darei...”

(Vida Reluz).

OLIVEIRA, Bianca Rafaella de. **A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURÍSTICO: uma análise do potencial gastronômico da cidade de Natal/RN.** 2013, p. 137. Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal/RN.

RESUMO

A gastronomia faz parte da cultura de um povo, e essa representação cultural é utilizada como produto turístico em algumas localidades. Portanto, abordar a temática gastronomia como produto turístico tornou-se relevante para o estudo do turismo. Com isso, o objetivo principal deste trabalho foi analisar se os meios de restauração da cidade de Natal/RN são representantes da culinária nordestina sertaneja e litorânea, visando um maior entendimento da importância que a gastronomia tem para a atividade turística. Para obter esse resultado foi feita uma pesquisa em cinco estabelecimentos de restauração localizados na cidade, que são frequentados por turistas, que foram os Restaurantes: Camarões, Camarões Potiguar, Farofa D'Água, Mangai e Tábua de Carne. Quanto à metodologia, a pesquisa foi caracterizada como exploratória e descritiva de natureza qualitativa, e foi usado também o método de observação. A coleta de dados foi realizada através de um roteiro de entrevista feito com os gestores dos restaurantes, e através de um *check list* que foi aplicado pela autora nos cinco restaurantes citados. A pesquisa foi realizada em abril de 2013. Nos resultados obteve-se a resposta da pergunta da pesquisa, pois do ponto de vista dos gestores, dos restaurantes pesquisados, a gastronomia é importante para que a atividade turística possa ocorrer, mas ela ainda não é vista na cidade de Natal/RN como um produto turístico e sim como um produto de apoio para que a atividade turística ocorra. E quanto ao objetivo da pesquisa, ficou constatado que todos os restaurantes pesquisados são representantes da gastronomia nordestina. E conclui-se que, apesar da gastronomia ainda não está sendo considerada como motivadora de viagem para o local Natal/RN, ela é sim um produto turístico.

Palavras-chave: Gastronomia. Turismo. Produto turístico. Estabelecimento de restauração.

OLIVEIRA, Bianca Rafaella de. **THE GASTRONOMY LIKE TOURISM PRODUCT: an analysis of the gastronomic potential of the Natal/RN city.** 2013, p. 137. Monograph (Graduation in Tourism) – Federal University of Rio Grande do Norte, Natal/RN.

ABSTRACT

The gastronomy is part of the culture of a people, and this cultural representation is used as a tourist product in some localities. Therefore, addressing the subject as gastronomy tourism product has become relevant to the study of tourism. With this, the main objective of this work was to analyze the means of restoration of the city of Natal/RN are representatives of the northeastern coastal and country gastronomy, with a greater understanding of the importance that the gastronomy has to tourism activities. To obtain this result was made a survey in five catering establishments located in the city, which are frequented by tourists, who were the Restaurants: Camarões, Camarões Potiguar, Farofa D'Água, Mangai and Tábua de Carne. As regards the methodology, the research was characterized as descriptive exploratory and qualitative in nature, and it was also used the method of observation. The data were collected through a screenplay by interview done with the managers of restaurants, and through a check list that was applied by the author in five restaurants. The survey was conducted in April 2013. In the results was the answer of the question of the survey, because from the point of view of managers of restaurants surveyed, the gastronomy is important for tourism activities can occur, but she still is not seen in the city of Natal/RN as a tourist product but as a support product for tourism activities occur. And as for the purpose of research, it was found that all of the restaurants surveyed are representatives of the northeastern cuisine. And it is concluded that, in spite of not yet being considered as motivating for the location Natal/RN, it is rather a tourist product.

Keywords: Gastronomy. Tourism. Tourist product. Establishment of restoration.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01- Tipologia dos clientes dos restaurantes no período de alta estação	50
GRÁFICO 02- Tipologia dos clientes dos restaurantes no período de baixa estação...	51
GRÁFICO 03- Opinião dos gestores sobre a gastronomia como motivação para a escolha do destino	76
GRÁFICO 04- Média dos estabelecimentos: Variável Infraestrutura básica	80
GRÁFICO 05- Média dos estabelecimentos: Variável Recursos tecnológicos	82
GRÁFICO 06- Média dos estabelecimentos: Variável Higiene	84
GRÁFICO 07- Média dos estabelecimentos: Variável Acessibilidade	86
GRÁFICO 08- Média dos estabelecimentos: Variável Segurança	88

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01- Componentes do turismo cultural	20
FIGURA 02- Tipologia de restauração	36
FIGURA 03- Restaurante Camarões: Moqueca de Camarão	55
FIGURA 04- Restaurante Camarões: Peixe Potengi	55
FIGURA 05- Restaurante Camarões Potiguar: Camarão no Abacaxi	56
FIGURA 06- Restaurante Camarões Potiguar: Peixe ao molho de Camarão	56
FIGURA 07- Restaurante Farofa D'Água: Carne de Sol tradicional	57
FIGURA 08- Restaurante Farofa D'Água: Galinha torrada	57
FIGURA 09- Restaurante Tábua de Carne: Pernil de Cordeiro Precoce Grelhado ..	57
FIGURA 10- Restaurante Tábua de Carne: Carne de Sol	57
FIGURA 11- Restaurante Camarões: Lagosta grelhada	60
FIGURA 12- Restaurante Camarões Potiguar: Camarão no Jerimum	61
FIGURA 13- Restaurante Farofa D'Água: Camarão ao molho de Cajá	61
FIGURA 14- Restaurante Farofa D'Água: Camarão Ponta Negra	61
FIGURA 15- Restaurante Tábua de Carne: Pratos servidos no <i>Buffet</i>	62
FIGURA 16- Restaurante Tábua de Carne: Pratos servidos no <i>Buffet</i>	62
FIGURA 17- Restaurante Camarões: Forma de apresentação dos pratos - Travessa de barro	65
FIGURA 18- Restaurante Camarões: Forma de apresentação dos pratos - Panela de barro	65
FIGURA 19- Restaurante Camarões Potiguar: Forma de apresentação dos pratos - Travessas de louça	66
FIGURA 20- Restaurante Camarões Potiguar: Forma de apresentação dos pratos - Travessas de louça	66
FIGURA 21- Restaurante Farofa D'Água: Forma de apresentação dos pratos - Travessas e vasilhas de louça	67
FIGURA 22- Restaurante Farofa D'Água: Forma de apresentação dos pratos - Travessas e vasilhas de louça	67
FIGURA 23- Restaurante Tábua de Carne: Forma de apresentação dos pratos - Painéis de barro	68

FIGURA 24- Restaurante Tábua de Carne: Forma de apresentação dos pratos - Travessas de louça	68
FIGURA 25- Restaurantes Camarões Potiguar: Parte externa do restaurante - Vasos de Barro	69
FIGURA 26- Restaurantes Camarões Potiguar: Enfeite do teto feito de Cabaças ...	69
FIGURA 27- Restaurantes Camarões Potiguar: Parede do restaurante	69
FIGURA 28- Decoração do Restaurante Camarões Potiguar	70
FIGURA 29- Restaurante Tábua de Carne: Decoração do Restaurante	70
FIGURA 30- Restaurante Tábua de Carne: Estatuas decorativas	70
FIGURA 31- Decoração do Restaurante Tábua de Carne	71
FIGURA 32- Decoração do Restaurante Tábua de Carne	71
FIGURA 33: Restaurante Camarões: Prato mais procurado - Camarão	73
FIGURA 34: Restaurante Camarões Potiguar: Prato mais procurado - Camarão Internacional	74
FIGURA 35: Restaurante Farofa D'Água: Prato mais procurado - Farofa d'água	74
FIGURA 36: Restaurante Tábua de Carne: Prato mais procurado - Carne de Sol...	75
FIGURA 37- Restaurante Farofa D'Água: Limpeza do local - Teias de arranha	84
FIGURA 38- Restaurante Camarões: Prato consumido - Camarão Cajueiro	91
FIGURA 39- Restaurante Camarões Potiguar: Prato consumido - Camarão Seridó	92
FIGURA 40- Restaurante Farofa D'Água: Prato consumido - Carne de sol com queijo coalho	93
FIGURA 41- Restaurante Mangai: Cardápio	95
FIGURA 42- Restaurante Tábua de Carne: <i>Buffet</i>	96
FIGURA 43- Restaurante Tábua de Carne: Doces do <i>Buffet</i>	96
FIGURA 44- Restaurante Mangai: Decoração da parte externa	98
FIGURA 45- Restaurante Mangai: Decoração do interior do restaurante	98
FIGURA 46- Restaurante Camarões: Decoração do interior do restaurante	99
FIGURA 47- Restaurante Camarões Potiguar: Decoração do interior do restaurante	100
FIGURA 48- Restaurante Camarões Potiguar: Decoração da parte externa	100
FIGURA 49- Restaurante Farofa D'Água: Decoração do interior do restaurante ...	100
FIGURA 50- Restaurante Tábua de Carne: Decoração interior do restaurante	101
FIGURA 51- Restaurante Tábua de Carne: Decoração da parte externa	101

LISTA DE QUADROS

QUADRO 01- Pilares da qualidade segundo Chang (1994)	38
QUADRO 02- Demonstrativo das relações entre os níveis qualitativos de atendimento e possíveis reações dos clientes	40
QUADRO 03- Questões da pesquisa e suas respectivas finalidades	46
QUADRO 04- Exemplo de como foi alcançada a média dos estabelecimentos	48
QUADRO 05- 1ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	49
QUADRO 06- 2ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	52
QUADRO 07- 3ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	54
QUADRO 08- 4ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	58
QUADRO 09 – 5ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	59
QUADRO 10- 6ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	63
QUADRO 11- 7ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	65
QUADRO 12- 8ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	68
QUADRO 13- 9ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	71
QUADRO 14- 10ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	73
QUADRO 15- 11ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados	75

LISTA DE TABELAS

TABELA 01. Comparativo entre os restaurantes, variável infraestrutura básica	77
TABELA 02. Comparativo entre os restaurantes, variável recursos tecnológicos	81
TABELA 03. Comparativo entre os restaurantes, variável higiene	83
TABELA 04. Comparativo entre os restaurantes, variável acessibilidade	85
TABELA 05. Comparativo entre os restaurantes, variável segurança	87
TABELA 06. Comparativo entre os restaurantes, variável produtos e serviços	89
TABELA 07. Comparativo entre os restaurantes, variável divulgação da cultura regional	97

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1 Problemática	15
1.2 Justificativa	16
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Geral	17
1.3.2 Específicos	17
2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS	18
2.1 TURISMO E CULTURA	18
2.1.1 A cultura alimentar	21
2.2 GASTRONOMIA E TURISMO	23
2.2.1 Gastronomia Nordestina	23
2.2.2 A gastronomia como produto turístico	30
2.3 OS RESTAURANTES E A QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS	35
2.3.1 Restaurantes	35
2.3.2 Qualidade dos serviços turísticos	37
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
3.1 Caracterização do estudo	41
3.2 Universo da pesquisa	42
3.3 Coleta de dados	43
3.4 Análise dos resultados	48
4. RESULTADOS	49
4.1 Resultado das entrevistas	49
4.1.1 A tipologia de cliente dos estabelecimentos	49
4.1.2 Percepção dos gestores acerca da gastronomia como representante da cultura	52
4.1.3 Representação da gastronomia local através dos estabelecimentos	53
4.1.4 Formas de divulgação da cultura regional	58
4.1.5 As opções de pratos da culinária nordestina que são oferecidos pelos estabelecimentos	59

4.1.6 A originalidade dos pratos	62
4.1.7 Modo de apresentação dos pratos	64
4.1.8 Formas de representação da cultura nordestina são usadas pelos restaurantes	68
4.1.9 O que atrai os turistas aos estabelecimentos	71
4.1.10 Percepção dos gostos dos turistas	72
4.1.11 A importância da gastronomia para o turismo	75
4.2 Resultado dos <i>Check list</i>	76
4.2.1 Variável infraestrutura básica	76
4.2.2 Variável recursos tecnológicos	80
4.2.3 Variável higiene	82
4.2.4 Variável acessibilidade	84
4.2.5 Variável segurança	86
4.2.6 Variável produtos e serviços	88
4.2.7 Variável divulgação da cultura regional	97
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	102
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICE A - Carta de apresentação	110
APÊNDICE B – Roteiro de entrevista	111
APÊNDICE C – <i>Check List</i>	112
ANEXO A - Rede de Restaurantes Camarões	115
ANEXO B - Restaurante Camarões	118
ANEXO C - Restaurante Camarões Potiguar	121
ANEXO D – Restaurante Farofa D’Água	123
ANEXO E – Restaurante Mangai	126
ANEXO F – Restaurante Tábua de Carne	134

1- INTRODUÇÃO

1.1 Problemática

No campo teórico a temática “Gastronomia” se torna abrangente, porém, este trabalho, restringe-se ao foco de abordagem da gastronomia como um produto para o turismo. E sobre essa linha, alguns autores como, Savarin (1995), Barreto (1997), Beni (2008) entre outros, consideram a gastronomia como uma infraestrutura turística necessária para que a atividade possa ocorrer. Outros como Schluter (2003), Fagliari (2005) e Segala (2003) discorrem que a gastronomia regional é um atrativo cultural para a sua localidade.

Nessa visão, a gastronomia ultrapassa a sua origem geográfica, e tornam-se a própria imagem de divulgação de seu estado de origem, como ocorre em alguns estados que atraem turistas de diversos países e regiões, tendo como um dos motivos de sua escolha pelo lugar a gastronomia.

Outro ponto significativo deste trabalho está o “Produto Turístico”, que sobre este, os autores como Dias e Cassar (2005); França (2005) Dias e Aguiar (2002); e Vaz (2002) concordam que o produto turístico é algo que é oferecido ao turista que satisfaz uma necessidade, um sentimento, um desejo, e um gosto do próprio turista.

Após uma revisão na literatura, foi feito um levantamento superficial, por meio observativo, que constatou que a cidade de Natal possui diversos empreendimentos de restauração que são visitados por turistas, e uma parte destes estabelecimentos valorizam a cultura da gastronomia regional. Dados que são relevantes para o objeto de estudo deste trabalho.

Diante do que foi explanado e de acordo com o que a pesquisa pretende apresentar, tem-se a pergunta fundamental para o estudo que é: *Qual a importância da gastronomia como produto turístico na cidade de Natal/RN?*

1.2 Justificativa

A escolha do tema decorreu da necessidade de um aprofundamento sobre a importância da gastronomia para o turismo como produto. A necessidade foi transparecida no momento inicial da pesquisa, já que a temática está se tornando relevante para o turismo, uma vez que a gastronomia já está sendo reconhecida como produto turístico em algumas localidades.

Alguns autores mostram a necessidade de um conhecimento maior sobre a temática, e despertam o interesse pelo estudo. Autores como Vaz (2002) que discorre que as ofertas culturais da localidade são incorporadas no produto turístico e associa a gastronomia como uma delas, e outros como Ansarah (2004) que abordam o fato das festas juninas, populares no nordeste, serem motivadoras para os turistas, na escolha das viagens nas férias do meio de ano. Estes escritores fazem transparecer outro ponto relevante para a temática, a de que a gastronomia é vista como indutora para a escolha de destino.

Na perspectiva econômica, o estudo colabora para a estratégia de divulgação do destino, visto a possibilidade de apresentar a gastronomia como produto para o turismo. E em se tratando da relevância do estudo no caráter sociocultural, tem-se a gastronomia da região sendo exposta, de modo que, mantém a tradição do consumo de ingredientes regionais e o modo de preparar os alimentos, que em algumas comunidades esse “saber fazer” já se tornou patrimônio imaterial.

Do ponto de vista acadêmico, o presente estudo se torna necessário, uma vez que, na pesquisa servirá de subsídio para que novos estudos sejam feitos com essa temática, e para que outros acadêmicos tenham acesso às informações coletadas com a pesquisa.

Sendo assim, este estudo abordará todos os pontos possíveis para que tenha um entendimento satisfatório sobre o tema, e para a realização da pesquisa foi escolhidos restaurantes que representem a gastronomia nordestina, sendo ela a culinária litorânea e a culinária sertaneja.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar o potencial turístico da gastronomia potiguar visando um maior entendimento da importância que a gastronomia tem para a atividade turística.

1.3.2 Específicos

- a) Verificar se a gastronomia regional influencia a atividade turística da cidade;
- b) Investigar como os estabelecimentos de restauração: Camarões, Camarões Potiguar, Farofa D'Água, Mangai, e Tábua de Carne, apresentam a gastronomia e regional;
- c) Diagnosticar a qualidade dos serviços dos estabelecimentos pesquisados através do método de observação e da aplicação do *check list*.

2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

2.1 TURISMO E CULTURA

A cultura pode ser definida como o acúmulo de conhecimento e práticas de um povo, de uma sociedade, ou até de um grupo social, sendo reconhecidas as peculiaridades de cada um destes grupos. Ou pode ser definida como “a ‘forma de ser global’ ou ‘o estilo de vida’ de um povo, de uma sociedade, ou mesmo de um grupo social” (ANDRADE, 2000, p. 45). O autor Montanari (2008, p. 27) faz a definição de cultura ressaltando que ela é uma mistura entre a tradição e a inovação.

O que chamamos de cultura coloca-se no ponto de intersecção entre tradição e inovação. É tradição porque constituída pelos saberes, pelas técnicas, pelos valores que nos são transmitidos. É inovação porque aqueles saberes, aquelas técnicas e aqueles valores modificam a posição do homem no contexto ambiental, tornando-o capaz de experimentar novas realidades. Inovação bem sucedida: assim poderíamos definir a tradição. A cultura é a interface entre as duas perspectivas.

Ou seja, a cultura está ligada ao modo de vida de um povo, seus gostos, tradições e costumes, e pode ser apresentada sobre diferentes manifestações, como o artesanato, as danças, as crenças, a religião, a arte, a culinária, etc.

Então, correlacionando as definições acima com o turismo, Barreto (2006, p. 44), faz uma definição de cultura atrelada ao turismo que diz “a cultura é um fator de inspiração de motivações e de percepções atrativas”.

Em se tratando do turismo cultural vários autores conceituaram-no, e no geral, há um consenso sobre a definição, ou pelo menos, sobre o que propõe essa segmentação da atividade turística.

Quando se decide utilizar o aparato cultural de uma localidade como recursos turísticos, tem-se o que se pode denominar turismo cultural, que consiste em trabalhar com os aspectos sociais e históricos que caracterizam uma determinada localidade, entre eles: hábitos, costumes, gastronomia, manifestações populares, arquitetura, edificações, artesanatos, entre outros. (PANOSSO; ANSARAH, 2009, p. 121).

As declarações de Panosso e Ansarah (2009) completam a de Barreto (1998) que fala que o turismo cultural é aquele que tem como principal atrativo o recurso cultural, que são as coisas produzidas pelo homem, e o objetivo dele é

conhecer os bens materiais e imateriais de uma determinada localidade. Não diferente dos outros, Santana (2009) também aborda a questão que a atração principal do turismo cultural está relacionado com o que as pessoas produzem. Pois de acordo com ele:

O turismo cultural está relacionado atualmente com a atração exercida pelo que “as pessoas fazem” (SINGH, 1994), incluindo a cultura popular, a arte e as galerias, a arquitetura, os eventos festivos individuais, os museus e os lugares patrimoniais e históricos, além da vivência de práticas e estilo de vida que diferem dos próprios. Para satisfazer tais desejos, procuram participar do intangível das culturas visitadas, observar o que se considera que as distinguem fisicamente e atingir pela combinação de ambos os elementos um acúmulo de sensações que conformam a experiência. (SANTANA, 2009, p.127).

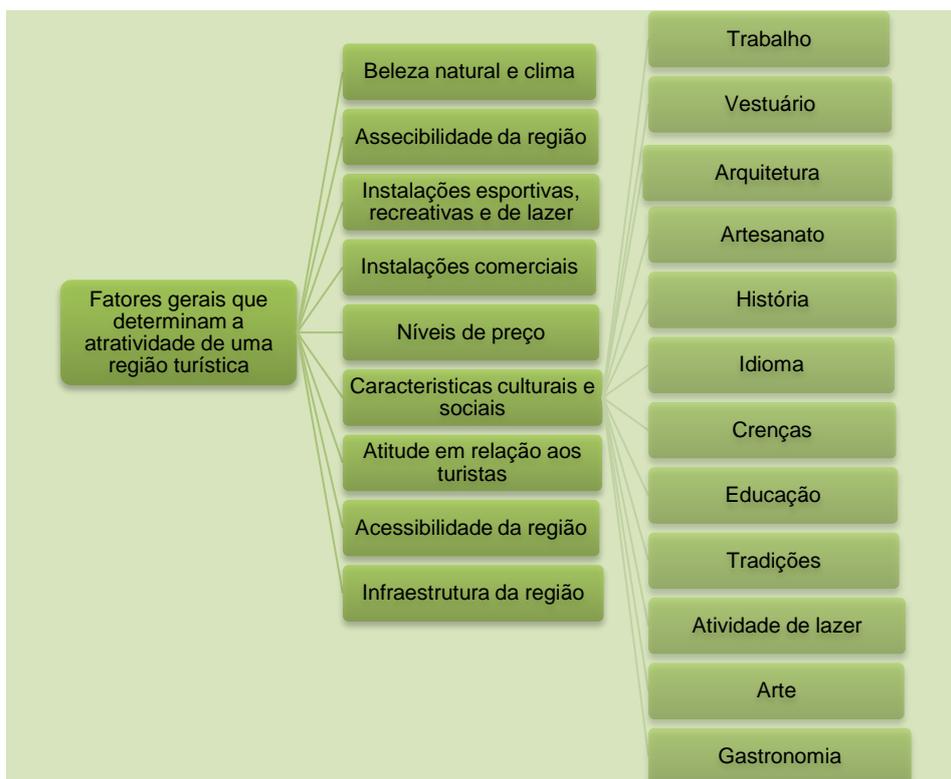
O autor fala da parte intangível da cultura, e sobre isso o autor Ignarra (2003) discorre que a parte imaterial da cultura e o que proporciona a singularidade de cada cultura. Que são os valores, as crenças, atitudes, entre outros aspectos culturais, que estão presentes nas mentes e nos corações de determinados grupos.

Barreto (2006) fala que o turismo cultural promove o intercâmbio cultural entre pessoas de localidades distintas fazendo que seja possível conhecer e até vivenciar a cultura de outros povos.

Portanto turismo cultural é aquele que tem por finalidade o enriquecimento da personalidade humana, através de informações, conhecimentos e contatos oriundos da experiência da viagem, quando turistas entram em contato com as comunidades receptoras, assim como com suas formas de agir, sentir e de expressar a vivência do seu cotidiano. (BARRETO, 2006, p. 46).

Sobre o dito, Panosso e Ansarah (2009) também falam que o turismo cultural serve para enriquecer o conhecimento humano, através do conhecimento de outras culturas. Estas citações são explicadas, uma vez que, esse tipo de turismo proporciona acesso à cultura e ao modo de viver de uma determinada população que é, em sua essência, diferente ou não da nossa. O conhecimento com estas culturas “provocam mudança de atitude em relação à cultura e ao patrimônio cultural”. (DIAS, 2008, p. 173).

O turismo cultural envolve vários fatores que podem ser explorados como atrativos turísticos, e o autor Ignarra (2003) criou uma representação dos componentes do turismo cultural. A mesma está exposta na figura 01, onde foi adaptada pela autora da pesquisa.

FIGURA 01: Componentes do turismo cultural.

Fonte: Adaptado a partir de Ignarra (1999).

Esses fatores são importantes na hora de se planejar o turismo cultural para a localidade, pois no que se refere às características culturais e sociais, deve ser observado o que a localidade tem para oferecer em termos culturais para o visitante, podendo assim, serem exploradas, da melhor forma possível, estas características.

No Brasil alguns destes fatores já são bem utilizados pelo turismo cultural como o artesanato, as crenças, as tradições, a atividade de lazer, a arquitetura e a gastronomia. Pois de acordo com Santos (2004) esse tipo de turismo vem crescendo no Brasil, por causa da diversidade que tem a cultura brasileira, pois não há só uma cultura no país, e sim várias.

A diversidade da cultura brasileira e o desejo de conhecer o outro em suas características étnico- cultural será o principal fator motivacional do turismo cultural. Constituir-se-á como o atrativo turístico responsável pela procura e realização de um turismo cultural. (SANTOS, 2004, p. 129 e 130).

Sendo assim, o crescimento do turismo cultural no Brasil demonstra que o país não é rico só de belezas naturais, pois ele também é rico de culturas.

2.1.1 A cultura alimentar

A alimentação é a forma mais antiga de socialização entre os povos, por isso, conceituá-la torna-se relevante, do ponto de vista do estudo, uma vez que fala, não só do alimento, e sim de toda a parte cultural e social que se tem através dela. Sobre isto, Schluter (2003, p.13) conceitua a alimentação como “um processo consciente e voluntário que se ajusta a diferentes normas segundo cada cultura, e no qual o ser humano é socializado desde o seu nascimento”. Os autores Neto e Urias (2011, p. 330) reforçam a ligação da alimentação, com as relações sociais, “a comida é um conjunto de relações sociais e ambientais”. Seguindo a mesma linha de raciocínio Fagliari (2005, p. 4), discorre que:

A alimentação é um elemento cultural do cotidiano das pessoas e, por isso, está fortemente enraizada em suas vidas. Ela pode, inclusive, ser considerado o elemento mais persistente no processo de aculturação dos povos.

De acordo com os autores citados, o tipo de alimento está relacionado com o fator emocional, cultural, social e ambiental, “o modelo de comer define não só aquilo que se come, mas também a pessoa que o ingere, [...] o ato de comer cristaliza estados emocionais e identidades culturais”. (Schluter, 2003, p. 24). Isso significa que, na hora da escolha do alimento vão ser levados em conta os fatores citados.

Outros autores também fazem a relação da alimentação com a cultura de um povo, Furtado (2004), fala que o homem alimenta-se de acordo com a sociedade a que ele pertence. Lohmann e Neto, (2008, p. 92), discorrem que:

A comida e a bebida também fazem parte do patrimônio cultural de um povo, ou dos povos em geral [...] Por meio da comida e da bebida, as pessoas mostram a que grupo social pertence e, ao mesmo tempo, sentem-se fazendo parte deste grupo social.

Estes autores entram em concordância ao afirmarem que, através da alimentação pode-se saber, sobre determinados grupos de pessoas, suas origens, sua classe social, ou seja, ela é uma forma de conhecer diferentes grupos sociais.

Ao mesmo tempo em que a alimentação possibilita a ascensão a uma classe social, ela atua como um fator de diferenciação cultural, pois, ao comer, incorporam-se não apenas as características físicas dos alimentos, mas também seus valores simbólicos e imaginários. (Schluter, 2003, p. 31).

Todos os autores citados seguem a linha que, a alimentação faz parte da cultura humana, e que cada grupo tem sua própria cultura. Porém, alguns concordam que a alimentação é vista como a forma mais fácil de conhecer, e até participar da cultura do outro, pois, segundo Montanari (2008) é mais fácil comer a comida do outro, do que interpretar sua língua.

Assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo. Constitui, portanto, um extraordinário veículo de auto representação e de troca cultural: é instrumento de identidade, mas também o primeiro modo para entrar em contato com culturas diversas, uma vez que comer a comida de outros é mais fácil, pelo menos aparentemente, do que decodificar sua língua. (Montanari, 2008, p. 183).

O autor faz uma interpretação que fala do assunto sobre alimentação de uma forma que resume tudo o que foi dito. Pois ele, além de completar o que os outros autores falam, ele fala desde o alimento em si, até a identidade cultural que se tem por traz dele, abordando a alimentação de uma forma mais ampla, culturalmente e representativamente.

Este autor faz um discurso sobre a comida de uma forma poética que eleva o imaginário de quem lê. Nesse discurso, ele faz a relação, em todos esses passos, da alimentação com a cultura, e a identidade de um povo, ou dos povos.

Comida é cultura quando 'produzida', porque o homem não utiliza apenas o que encontra na natureza, mas ambiciona também criar a própria comida. Comida é cultura quando 'preparada', porque, uma vez adquirindo os produtos-base da sua alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha. Comida é cultura quando 'consumida', porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas 'escolhe' a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Por meio de tais recursos, a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la. (Montanari, 2008, p. 16).

Nesta colocação o autor abrange a alimentação desde o alimento como ingrediente, passando pelo modo de preparo, com todos os recursos e os "rituais" exigidos para tal. Abordando também o seu consumo, com o poder de escolha que se tem do que comer, e isso diferencia os homens dos animais, pois eles ao contrário dos humanos, não escolhem os alimentos pelos desejos e sim pela necessidade de se alimentar.

2.2 GASTRONOMIA E TURISMO

2.2.1 Gastronomia nordestina

A cultura alimentar é representada através da “gastronomia” que, segundo Caturegli (2011), a palavra vem do termo inglês *gastronomy* que é “a arte de comer bem, o estudo, o conhecimento e a prática referente ao preparo e a degustação de iguarias em geral”. De acordo com Fagliari (2005, p. 3) a gastronomia é:

Conhecimento racional de tudo que diz respeito ao homem quando se alimenta. [...] os conhecimentos relacionados à arte culinária ou ao prazer de apreciar alimentos.

Savarin (1995, p. 57) segue o mesmo raciocínio pois segundo ela “a gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta”. Por sua vez, Lohmann e Netto (2008, p. 92), falam que “o termo ‘gastronomia’ refere-se à arte ou ciência da fina cozinha”.

De acordo com os relatos destes autores, a gastronomia abrange o alimentar-se em toda a sua totalidade, a sua cultura, o seu modo de preparo, os seus ingredientes, o local servido, o prazer em saborear o alimento, enfim tudo relacionado à culinária e sua arte.

Sobre o dito, alguns autores fazem referências da gastronomia como parte fundamental da cultura, e alguns afirmam que a gastronomia é uma das melhores formas de conhecer as múltiplas culturas existentes no mundo. Schluter (2003, p.11) destaca sobre isso, ao relatar que “a busca pelas raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio de sua gastronomia está adquirindo importância cada vez maior”. Savari (1995, p. 143) concorda com a autora ao discorrer que:

A gastronomia é um dos principais vínculos da sociedade; é ela que amplia gradualmente aquele espírito de convivência que reúne a cada dia as diversas condições, funde-as num único todo, anima a conversação e suaviza os ângulos da desigualdade convencional.

Segala (2003) reforça o que foi dito mostrando que a cultura de um lugar é exposta através da gastronomia, “a gastronomia é parte da herança cultural. [...]”

um povo se define antes e tudo pela sua cultura e a gastronomia é um dos aspectos culturais de um povo”. Essa cultura, apresentada pela gastronomia, é destacada tanto no alimento quanto no modo de preparo do mesmo, que é a parte intangível da gastronomia. Esta parte está ligada a cultura dos povos, pois cada grupo tem o seu “saber fazer”.

A identidade também é expressa pelas pessoas através da gastronomia, que reflete suas preferências e aversões, identificações e discriminações, e, quando imigram, a levam consigo, reforçando seu sentido pertencimento ao lugar de origem. (Schluter, 2003, p. 32).

A autora discorre que a gastronomia é representante da cultura de um povo, e que esta é uma parte tão forte da cultura que, mesmo que a pessoa saia do seu local de origem ela leva consigo, os seus hábitos alimentares.

Neste aspecto, a gastronomia mostra-se como fator de diferenciação e, ao mesmo tempo, de aproximação cultural entre povos. O primeiro ocorre, pois como já foi explanado, cada povo tem a sua “herança gastronômica”, que é construída a partir da sua identidade cultural, de seus costumes, da sociedade em que se vive. O autor Ansarah (2004, p. 397) completa dizendo que “a gastronomia é dinâmica e sempre em estado de transformação, sem sacrificar as origens”.

O autor traz ainda, uma reflexão sobre a necessidade de não se perder a essência original da gastronomia, uma vez que ela não é só o alimento em si, e sim tudo que está relacionado a ele, como: o jeito de prepara-lo, o modo de servi-lo, onde ele é servido, ou seja, existem vários detalhes que precisam ser analisados.

No mundo globalizado em que vivemos, o grande desafio da gastronomia é estar aberta ao novo, sintonizar-se, absorvendo novas tendências ajustando-se ao conceito de ‘padronização’ sem perder sua autenticidade, seu caráter de regionalidade, expressão maior da evolução e experiências acumuladas através da alimentação, ajustadas à geografia, valores e culturas. (Ansarah, 2004, p. 397).

Esse alerta serve para o uso consciente, das potencialidades gastronômicas, uma vez que, elas podem e devem ser usadas para o turismo, mas para que isso ocorra deve ser levada em consideração toda a parte cultural da gastronomia, sem que haja uma descaracterização dela, só por intuito de adapta-la ao turismo, que é um recurso desnecessário, pois, a característica de cada tipo de gastronomia é que as faz serem atrativas.

Em se tratando da gastronomia brasileira Cascudo em seu livro “Historia da alimentação no Brasil”, relata sobre alguns alimentos que foram incorporados à alimentação brasileira por herança de alguns povos, como os indígenas, os africanos, e os portugueses, e outros povos, sendo que os três citados foram os que mais influenciaram a formação da gastronômica brasileira.

E especificamente abordando sobre a região nordeste, tem-se uma região rica em cultura e em sua gastronomia. Uma vez que, por ser uma região que possui o maior número de estados do país, a culinária nordestina não é única para todos os estados, pelo contrário, cada estado tem suas peculiaridades gastronômicas. De acordo com (Leal, 2004, p.125):

Para entender a culinária nordestina, é necessário compreender que no Brasil não existe um nordeste, mas sim vários cada um com a sua cultura, a cultura da heroica resistência, ou da fartura do litoral com praias sem fim.

A gastronomia do nordeste assim como em outros cantos do Brasil, nasceu de uma mistura de culturas de outros países, que com o passar dos tempos foram criando características próprias e formaram a gastronomia nordestina. Mas as mais fortes influências são da gastronomia portuguesa, africana e indígena. Como diz Fagliari (2005, p. 111):

Apesar de a culinária brasileira ter sido influenciada por tantos povos, é inegável que os hábitos alimentares brasileiros se embasaram, primordialmente, na interação de três povos- índio, português e africano [...] A mesa brasileira é composta pelas tradições indígenas, pelas iguarias africanas e pela suculência portuguesa.

A mistura dessas diferentes culturas gastronômicas é registrada por alguns autores que explicam cada uma das “heranças gastronômica” que foram deixadas para o povo nordestino pelos países citados.

A maior, mais forte e definitiva influência sobre a culinária brasileira é portuguesa, cuja marca está na maneira de preparar os alimentos, no uso do doce e do sal, na fritura, nos refogados, nos cozidos e sopa [...] Dos indígenas, a maior herança foi a farinha de mandioca, até hoje predominante em nossas mesas. Já dos negros tivemos o inhame, o azeite-de-dendê, o quiabo, o cuscuz, a galinha-d’angola e a melancia. (Leal, 2004, p. 123).

Da herança indígena Cascudo (1898) cita alguns alimentos como o inhame; o palmito; a macaxeira que tanto é consumida cozida ou frita como produz a farinha que é usada como complemento da alimentação e também é usada para

fazer o pirão, e produz o mingau de carimã muito usado para alimentar as crianças no sertão nordestino; o uso do milho que é muito forte no nordeste por causa das receitas que são feitas tendo como base ele, como a pamonha, e a canjica.

Também foram deixadas de herança algumas frutas como o caju, a manga, o coco que além de ser usados em receitas ainda se consome a sua água, entre outras frutas tropicais. Os temperos também foram incorporados como o urucum, a pimenta, o sal, etc.; Os peixes eram muito consumidos pelos indígenas do litoral.

Alguns hábitos alimentícios foram herdados dos africanos como o leite de coco, que até hoje é muito usado em receitas no nordeste. Do milho veio o cuscuz e o angu. Os “miúdos” das carnes também foi herança deixada pelos escravos africanos. O consumo de açúcar e do mel é herança dos escravos que consumia muito açúcar como fonte de energia. Foi herdado o feijão e a feijoada; o mugunzá; a pimenta africana; o azeite de dendê muito utilizado na Bahia. Esses são apenas uns dos relatos de Cascudo (1898), e nesta obra ele fala sobre a alimentação dos escravos norte-rio-grandenses.

O almoço dos escravos nessas propriedades do agreste norte-rio-grandense era feijão, farinha de mandioca, carne cozinhada, seca ou fresca, de bode, às vezes de gado bovino. No jantar, o mesmo menu, juntando-se o jerimum (abobora) cabloco ou de leite. (CASCUDO, 1898, p. 235).

E sobre a culinária herdada de Portugal, que foi uma herança mais requintada já que se tratava dos costumes trazidos pela corte portuguesa. Entre elas, têm-se os doces, o bolo, o trigo, o azeite, o vinho, entre outros.

A autora Fagliari (2005), faz uma passagem, em seu livro, onde ela fala dos alimentos trazidos pelos portugueses e as suas técnicas de prepará-los, e sobre a alimentação dos índios e dos africanos e dos alimentos trazidos por eles.

Quando os portugueses desembarcaram no Brasil, já eram conhecedores de técnicas bastante avançadas [...] os produtos utilizados eram bastante diversificados, havendo grande consumo de peixes, trigo, pão, mel, queijo, manteiga e alho, entre outros. [...] A alimentação dos índios tinham como base mandioca, peixe, frutas, carne de caça, milho e alguns outros legumes e tubérculos. O alimento preferido dos índios era a mandioca, com a qual faziam farinha e beiju. [...] e os alimentos provenientes da África, são: quiabo, inhame, erva-doce, gengibre, coco e banana. (Fagliari, 2005, p. 112 a 115).

A gastronomia nordestina divide-se entre a culinária do sertão e a culinária litorânea. A primeira foi a que mais sofreu influência portuguesa. Ela tem sua base mais seca, e tem como principais ingredientes: raízes, carne seca e de sol, carne de bode e de carneiro, feijão e frutas. Já a litorânea, tem basicamente, como seus ingredientes principais os peixes, frutos do mar, caranguejos, uma vez que todos estes ingredientes são fartos nesta região, e não se pode esquecer as frutas tropicais destacando-se o coco.

E para essa região o alimento tem uma forte identidade cultural. Schluter (2003, p. 24) entra em concordância ao falar sobre a gastronomia nordestina, “a gastronomia representa para a região nordeste não apenas algo necessário, mas um elemento de forte importância”.

Sobre esta culinária a autora Fagliari (2005) aborda o tema, onde ela faz a descrição da base gastronômica do sertão e do litoral nordestino. Começando pelo sertão a autora discorre que:

A cozinha do sertanejo nordestino é considerada a mais isenta de influência índia e negra, ou seja, a cozinha que mais se assemelha à cozinha colonial portuguesa. No sertão o consumo de mandioca, principalmente na forma de farinha, inhame e outras raízes é bastante comum. Além disso, a culinária baseia-se em ingredientes mais secos, como feijão, carne seca e de sol, farinha, rapadura e queijos, com os quais se produz pirão de leite, ensopados, buchadas, escaldados e outros pratos cuja durabilidade é grande. (Fagliari, 2005, p. 122).

No litoral, observa-se um amplo consumo de pratos preparados com frutos do mar, pela proximidade com o mar e a abundância de ingredientes obtidos dele. O uso de frutas e verduras é mais amplo no litoral do que no sertão em virtude, principalmente, das condições climáticas dessa última região. O uso de frutas, unido à existência dos engenhos de açúcar, fez surgir nessa região do nordeste a ‘arte’ da doçaria, a qual se popularizou consideravelmente por todo país. (Fagliari, 2005, p. 122).

O nordeste tem um destaque muito grande com as suas festas juninas, onde o consumo das comidas regionais e produtos a base de milho é grande.

Fenômeno interessante são as festas populares no Nordeste no período junino. Sua motivação está intimamente ligada à gastronomia. Nessas ocasiões o consumo de produções culinárias locais atinge o seu ápice. (Ansarah, 2004, p. 396).

Sobre a diversidade da gastronomia nordestina, será feita uma introdução sobre a gastronomia de cada estado. O primeiro abordado será a Bahia, e este estado é conhecido gastronômica pelo “acarajé” que é um prato típico baiano,

herdado dos africanos, e que já se transformou em patrimônio gastronômico, uma vez que o mesmo foi tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional).

Mas além do acarajé, a Bahia tem como prato típico a moqueca baiana, muito apreciada pelos visitantes. A pimenta é utilizada quantidade significativa pelos baianos, e no sertão baiano o pirão, a carne seca e a farofa são os que mais se destacam na alimentação. Sobre a Bahia, Ansarah (2004, p. 396) comenta que:

Algumas gastronomias chegam a transcender sua origem geográfica tornando-se quase, que emblemáticas peças de propaganda de seus estados [...] a cozinha baiana atua como vínculo complementar da propaganda turística, criando no imaginário popular a associação entre os destinos turísticos e a boa mesa. É verdadeira embaixadora dos valores de sua gente.

Como em todos os estados do nordeste o estado de Alagoas, também tem um amplo consumo de peixe, crustáceos e frutos do mar. Este estado tem as heranças gastronômicas dos africanos e dos índios, muito presente em sua culinária, e na capital é forte o consumo de tapioca, comidas a base de milho e mandioca e feijoada.

No Ceará o prato mais conhecido é a peixada cearense, e outros pratos à base de frutos do mar, que são muito utilizados na região litorânea cearense. Os produtos a base da cana-de-açúcar como a cachaça, a rapadura, o caldo de cana, são apreciados pelos cearenses, e não se pode esquecer o “grude” que é feito da goma da mandioca e o coco.

No Maranhão utiliza-se o arroz como um dos seus principais ingrediente, sendo assim, é comum que os pratos típicos tenham ele como base, como no caso do “arroz de cuxá” que é um prato feito com arroz e camarão. O peixe é outro ingrediente de destaque no estado.

A Paraíba é conhecida como uma das melhores gastronomias do nordeste brasileiro, e entre os seus pratos típicos, estão o caldinho de caranguejo com leite de coco e os pratos a base de peixes e frutos do mar. A carne de sol, o feijão verde e a manteiga de garrafa é muito utilizada nesse estado.

Em Pernambuco o destaque vai para a galinha à cabidela, sarapatel de porco, e os produtos à base de milho como a canjica e a pamonha. No litoral pernambucano se consome peixes, siris, caranguejos e frutos do mar.

O estado do Piauí se consume temperos naturais como: cebolinha, coentro, pimenta de cheiro, corante de urucum, etc. Outro produto que tem um significativo consumo é a farinha de mandioca que é utilizada na preparação de pirão de carne ou de peixes, e na paçoca que é um prato bem tradicional no Piauí. Os caldos de carne, de peixes e de frutos do mar são outros pratos típicos do estado.

O estado de Sergipe tem como destaque gastronômico a carne de sol com mandioca e feijão verde, a buchada, o sarapatel e a galinha à cabidela. E como em todo o nordeste é consumido os produtos que vem do mar. Os bolos de cuscuz e de macaxeira merecem um destaque, além dos artesanais queijos de coalho.

Apesar de ter abordado sobre a gastronomia de cada um dos estados nordestinos, o estudo focará na gastronomia norte-rio-grandense. E como em todo o nordeste, é dividida em sertaneja e litorânea. A culinária sertaneja do Rio Grande do Norte ultrapassou as barreiras do estado e ganhou todo o país, pois de acordo com Fagliari (2005, p. 122):

No Rio Grande do Norte, a peculiaridade se deve à grande importância da pecuária. Além de mudar alguns hábitos alimentares da população em decorrência da produção extensiva de gado, a dificuldade de transporte de animais vivos até os mercados consumidores levou o surgimento da carne seca, hoje consumida em todo o país.

Esse método de conservação da carne também é disposto no livro “A história da gastronomia” do SENAC, que faz referência ao dito anterior, só que de uma maneira mais abrangente, pois ele fala do sertão nordestino em geral.

Habitado a grande período de seca, o sertanejo nordestino aprendeu a sobreviver a períodos difíceis, e desenvolveu técnicas para armazenar provisões e preparar alimentos que pudessem ser conservados sem muitos recursos. Um bom exemplo disso é a carne de sol, em que o sal é empregado como elemento conservante. (Leal, 2004, p. 125).

A culinária no litoral potiguar é à base de peixes, ostras, camarão, lagosta e lagostim, e frutas regionais. E o norte-rio-grandense que mora no litoral é conhecido como “potiguar”, que significa “comedor de camarão”. Esse apelido está de acordo com o nordestino que mora no litoral, pois, como já foi dito, o litoral nordestino é farto em peixes e frutos do mar, por isso ele tem, em meios a sua gastronomia, pratos que tenham esses tipos de ingredientes. Ou seja, ele é sim comedor de camarão, de peixe, de ostra, etc.

Abrangendo a gastronomia do estado, como um todo, Furtado (2008) discorre em uma passagem do seu livro sobre esta gastronomia, onde ela transcreve sobre o tipo de alimento que é consumido no Rio Grande do Norte.

Carne de sol, cocada, cuscuz, feijão verde, linguiça do sertão, macaxeira, paçoca, peixe frito, queijo de manteiga, tapioca, galinha de cabidela. Entre os frutos do mar, estão: os peixes miúdos, como cangulo, sanhoá, biquara e carapeba; os pescados mais nobres, como arabaiana, cioba, cavala, bicuda e garoupa, e os crustáceos, como caranguejo, lagosta e camarão. Há ainda frutas regionais: manga, mamão, abacaxi, banana, caju, cajá, mangaba, maracujá. Não se pode esquecer dos bolos de carimã e de macaxeira, pé-de-moleque, canjica, pamonha, grude e ginga com tapioca (tradicional na praia da redinha), queijo de coalho e de manteiga (Furtado, 2008, p. 89; apud SEMURB, 2003).

Após essa lista de tipos de alimentos que são consumidos pelos norte-rio-grandenses, evidencia a diversidade gastronômica do estado. Em Natal, capital do estado, é comum se vê restaurantes que servem tanto comida sertaneja, como litorânea, ou ir para uma praia e comer macaxeira com carne de sol e manteiga da terra, e até queijo de coalho assado, na beira da praia.

2.2.2 A gastronomia como produto turístico

Os autores Dias e Cassar (2005, p. 183) discorrem que “produtos são os bens e serviços oferecidos no mercado para satisfazer às necessidades e os desejos das pessoas”, esse conceito engloba os produtos na visão do marketing. Mas especificando sobre o produto turístico, eles explanam que:

O produto turístico pode ser compreendido como uma série de produtos individualizados e que, ao se agruparem, tornam-se o produto turístico em si, do ponto de vista do consumidor. (Dias; Cassar, 2005, p. 184).

Sobre o assunto França (2005, p. 33) reforça dizendo que “o produto turístico corresponde ao conjunto de bens e serviços que se oferece ao mercado [...] é formado por atrativos, facilidades e acessibilidades”.

Então, o produto turístico é conceituado como um conjunto de bens e serviços, formados por atrativos, facilidades e acessibilidade, que são comercializados, tendo como intuito, satisfazer as necessidades dos turistas. Essa afirmação é uma interpretação da declaração de Dias e Aguiar (2002, p. 65) que falam que:

A ideia de produto gerado por uma indústria está ligado ao conceito de que esse produto deve satisfazer as necessidades dos consumidores [...] o produto turístico pode ser considerado uma mercadoria e, como tal, é comercializado.

Em se tratando da gastronomia como produto turístico Barreto (1997, p. 39) diz que:

A rede gastronômica (conjunto de restaurantes, lanchonetes e similares com oferta alimentar) pode ser um equipamento turístico ou um equipamento de apoio, dependendo de sua posição no núcleo. Se é a única oferta alimentar do local, será um equipamento turístico. Se atende turistas esporadicamente, será um equipamento de apoio [...] o tipo de usuário que definirá se um equipamento é turístico ou não.

A autora fala sobre o produto turístico e classifica os equipamentos de alimentação como um facilitador do produto turístico, seguindo ela aborda diretamente a rede gastronômica, explicando que tanto ela pode ser equipamento turístico ou de apoio ao turismo. E ela fecha dizendo que essa definição é feita pelo tipo de público deste equipamento, se ele for frequentado por turistas, ele é considerado equipamento turístico. Esta temática abrange o produto turístico sobre a visão da própria gastronomia, com a sua cultura e atratividade.

Portanto, a gastronomia é considerada parte fundamental da cultura de um povo, essa cultura é apreciada, e utilizada na atividade turística como referenciam alguns autores, como Segala (2003) ao afirma que “ao associarmos turismo cultural e gastronomia podemos perceber que estas duas ‘atividades’ correm lado a lado, transportando o visitante de descoberta em descoberta”. Depois desta afirmação, Schluter (2003) traz a importância que a gastronomia tem para o turismo cultural, pois, ela defende que o turismo pode ajudar a “manter vivo” o patrimônio gastronômico de uma comunidade.

O interesse do turismo pela gastronomia pode ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. [...] há necessidade de valorizar o patrimônio gastronômico regional, já que é um dos pilares sobre os quais deveria se fundamentar em grande parte o desenvolvimento do turismo cultural. (Schluter, 2003, p.12).

Fagliari (2005) ao discorrer sobre o assunto fala que a gastronomia (estando como um produto turístico) é uma forma de preservação da cultura de um povo.

A gastronomia tem a capacidade de ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. Se os elementos culturais puderem ser trabalhados como atrativos sem perder suas características originais,

estarão auxiliando na preservação e difusão das culturas tradicionais. (Fagliari, 2005, p.14).

Sendo assim, a gastronomia para o turismo, é tão relevante quanto o turismo para a gastronomia. Sobre a afirmação Furtado (2004) faz a seguinte declaração:

A gastronomia é muito importante e relevante para o turismo e possibilita inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar esse nicho de mercado, direta ou indiretamente.

Essa importância também é destacada por outros autores, que falam sobre o assunto, e demonstram como é interessante a ligação da gastronomia e o turismo, para o desenvolvimento da atividade para uma determinada localidade. O autor Ignarra (1999) classifica a gastronomia regional como um atrativo cultural para a sua localidade.

Schluter (2003, p. 67) registra que “o uso turístico do patrimônio cultural faz com que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas”. Furtado (2004) segue a mesma linha, pois segundo ele a gastronomia como um produto, é interessante e importante do ponto de vista turístico, pois apresenta novas possibilidades, que são as diversas formas de turismo voltadas para as características gastronômicas de cada região.

Outra autora que remete a importância que a gastronomia tem para o turismo é Fagliari (2005, p. 15), que comenta que os atrativos gastronômicos “constituem-se em uma tipologia de atrativos bastante promissora para a atividade turística”. Ela levanta a questão de que a atratividade que a gastronomia tem serve para o desenvolvimento do produto “gastronomia” para o turismo.

A atratividade e a importância que a alimentação vem adquirindo para os turistas é um fator determinante para justificar o desenvolvimento do uso turístico de elementos gastronômicos. (Fagliari, 2005, p. 12).

As afirmações dadas pelos autores justificam o uso da gastronomia no turismo, uma vez que todos os autores citados compreendem que a gastronomia pode ser um atrativo turístico, desde que seja levada em consideração que a gastronomia é uma herança cultural, que deve ser preservada. E que caso haja necessidade de aperfeiçoá-la, esse seja feito, preservando ao máximo suas características originais.

Em se tratando da gastronomia como fator motivacional para a escolha do lugar, a autora Schluter (2003, p. 22) traz em seu livro “Gastronomia e Turismo”, o modelo de Maslow e aplica-o aos hábitos alimentares, “da mesma forma que na análise das motivações turísticas, a teoria de Maslow pode ser aplicada aos hábitos alimentares”.

Como no modelo original, a autora subdivide a pirâmide em cinco pontos. O primeiro se dá na parte de baixo da pirâmide que está à Satisfação das Necessidades Básicas: que é o alimento como fonte de sobrevivência. O segundo é a Necessidade de Segurança: onde depois de saciada a necessidade do alimento, vem à necessidade de estocá-lo como uma forma de prevenção. O terceiro é a Necessidade de Pertinência: neste ponto entra a comida que indica que a pessoa pertence a determinado grupo, como por exemplo, o chimarrão para os gaúchos.

No quarto degrau da pirâmide está o *Status*: aqui o alimento faz a diferenciação de classes sociais, pois determinados alimentos são consumidos, geralmente por pessoas que possuam um alto poder aquisitivo, exemplo, o caviar. E no topo da pirâmide está a Auto-Realização: que é quando uma pessoa que tem qualquer alimento ao seu alcance começa a querer experimentar pratos exóticos e diferentes.

Fagliari (2005, p. 5) reforça esse modelo de pirâmide quando faz a afirmação:

A alimentação apresenta-se como forma de sanar dois problemas ao mesmo tempo em que a pessoa satisfaz uma necessidade biológica, têm condições de manter suas relações sociais. [...] as duas características mais relevantes da alimentação para a sociedade moderna são o prazer e a socialização.

A ligação que a Schluter faz da alimentação com a pirâmide de Maslow, e as citações de Fagliari traduz a importância da alimentação, dando-a uma proporção maior, elevando-a para algo mais abrangente. Lohmann e Netto (2008, p. 94) entram em concordância com as afirmações das autoras quando faz a seguinte declaração:

Há uma significativa diferença entre o turista que come para viajar e o turista que viaja para comer. O primeiro é o turista genérico, que viaja pelos mais variados motivos e espera apenas que a comida dos locais lhe agrade e não os faça mal. O segundo tipo de turista é o que viaja por um motivo específico, qual seja, o gastronômico. Turismo gastronômico é o turismo no qual o deslocamento e a escolha dos destinos são motivados pelo interesse gastronômico.

Neste ponto os autores dizem que há um tipo de turista que tem a gastronomia como apenas uma forma de saciar a sua “necessidade fisiológica”, no caso a fome e a sede. E existe outro tipo que tem como um dos principais motivadores, a “gastronomia” e a cultura do local visitado.

Outro autor que cita a pirâmide de Maslow em seu livro é Sancho (2001, p. 65), ele fala que “as motivações vêm determinadas por uma série de necessidades que afetam a todos os indivíduos e estão dispostas hierarquicamente, em ordem de preferência, a serem satisfeita”.

O autor associa a pirâmide de Maslow com as motivações turísticas e cita detalhadamente cada etapa da pirâmide começando com as necessidades fisiológicas que é o nível mais baixo da pirâmide, e fala sobre as necessidades básicas do ser humano. Após vem a segurança que é um nível onde, após ter suprido as necessidades básicas o individuo necessita desta segurança que pode ser, por exemplo, uma segurança financeira. O terceiro nível aborda a parte afetiva do individuo, onde estão as suas relações pessoais. O quarto nível diz respeito a estima, o cuidado que o individuo tem consigo mesmo e com os demais. E por último, no topo da pirâmide está à auto-realização que é quando o individuo já conseguiu realizar todos os níveis abaixo e sente-se completo. Ele completa a sua reflexão dizendo:

As necessidades são uma combinação de desejos dos quais o consumidor pode ou não estar consciente. Também estas necessidades são expressas por meio de desejos específicos... A diferença entre necessidade e o desejo é que os desejos são conscientes. (Sancho, 2001, p. 66).

Neste ponto, interpretando para a gastronomia como produto, quando a uma necessidade de consumir um alimento, esta necessidade para o turismo pode se transformar em um desejo de que este determinado alimento seja um alimento da culinária local, isso vai depender do perfil deste turista.

A afirmação de Sancho (2001) se interliga com a de Furtado (2004) que fala que quando se conhece novas culturas, alimentos e sabores as pessoas tem a necessidade que esse momento seja um evento especial, como se fosse um ritual de prazer.

A gastronomia como um fator motivacional também é usado por Lohmann e Netto (2008, p. 92), pois eles dizem que “a gastronomia de um destino turístico

constitui-se num forte atrativo motivador de viagens”. Os autores relacionam a gastronomia como um fator motivacional para a escolha de um destino a ser visitado. Eles também fazem a relação da gastronomia como patrimônio cultural de um povo, este ponto está ligado diretamente com o anterior, pois a busca por novas culturas, gostos e costumes e uma das motivações que levam o indivíduo a escolher determinado local.

Juntando a motivação, a necessidade e o desejo de socialização a autora Savarin (1995, p. 170) faz uma reflexão sobre o prazer de comer e o prazer à mesa, onde ela mostra a diferenciação destes atos.

O prazer de comer é a sensação atual e direta de uma necessidade que se satisfaz. O prazer à mesa é a sensação refletida que nasce das diversas circunstâncias de fatos, lugares, coisas e personagens que acompanham a refeição. O prazer de comer supõe apenas a fome e o que é preciso para satisfazê-la. O prazer da mesa é próprio da espécie humana; supõe cuidados preliminares com o preparo da refeição, com a escolha do local e a reunião dos convidados. O prazer de comer exige se não há fome, ao menos o apetite. O prazer da mesa, na maioria das vezes, independe de ambos.

Visto que, esse tópico foi dedicado a falar em motivação, essa reflexão se torna relevante, pois, ajuda a entender os fatores motivacionais da gastronomia de um local, pois o ser humano busca na “mesa” satisfazer uma necessidade fisiológica, que é o ato de alimentar-se, mas também busca satisfazer uma necessidade afetiva que é a de sociabilidade.

2.3 QUALIDADE DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS

2.3.1 Restaurantes

O conceito de restaurante começara a abordagem feita sobre este assunto, e de acordo com Castelli (2003, p. 297) restaurante é “o estabelecimento que fornece ao público alimentação mediante pagamento”. Digamos que esse seja um conceito bem geral, porém ele se parece com o conceito dado por Lohmann e Panosso (2008, p. 95).

Restaurante- lugar onde são servidas comidas e bebidas aos clientes que pagam por isso. As pessoas vão a restaurantes não somente para comer, mas também para encontrar conhecidos, para promover socialização, para ver e ser vistas.

Outro que conceitua sobre o assunto é Beni (2008, p. 363) que diz que restaurante é um “estabelecimento destinado à prestação de serviços de alimentação e que podem oferecer culinária internacional, regional, local ou típica”.

Porém, com o crescimento do turismo e com as mudanças ocorridas devido à globalização, foram criados vários tipos de restaurantes visando satisfazer as necessidades e desejos dos novos consumidores. O autor Castelli (2003) criou uma representação desses tipos de restaurantes, que é mostrado na figura 02, onde houve uma pequena adaptação visual feita pela autora da pesquisa.

FIGURA 02: Tipologia de restauração.

Tipologia de restauração	Restaurante clássico/ internacional
	Churrascaria
	Restoroute
	Restaurante típico
	Centro gastronômico
	<i>Buffet</i>
	Lancheria
	Canfeteria
	<i>Snack-bar</i>
	<i>Coffee-shop</i>
	Casa de massas
	Café colonial
	Confeitaria
	Sorveteria
	Café
	Bar americano
	<i>Night-club</i>
	Danceteria
	<i>Pub</i>
	Casa de sucos e vitaminas
Restaurante de empresa	
Etc.	

Fonte: Adaptado a partir de Castelli (2003, p. 298).

Pacheco (1999) conceitua um tipo de restaurante demonstrado acima que é o restaurante típico:

Os restaurantes típicos podem ser de várias categorias e caracterizam-se por sua decoração típica e pelos pratos que oferecem. Geralmente são originários de uma região ou de um país bem marcados; por exemplo, um restaurante típico baiano ou um restaurante típico japonês. (PACHECO, 1999, p. 20).

Outro tipo de classificação é o restaurante de turismo, que é entendido como sendo o “estabelecimento destinado à prestação de serviços de alimentação e que, por suas condições de localização ou tipicidade, possa ser considerado de interesse turístico”. (CASTELLI, 2003, p. 297).

Na presente pesquisa uma das condições exigidas para a escolha dos estabelecimentos pesquisados e que eles fossem representantes da gastronomia típica nordestina e que fossem corriqueiramente frequentados por turistas, então as definições sobre restaurantes típicos e restaurantes turísticos mereceram destaque, uma vez que são relevantes para a temática.

2.3.2 Qualidade em serviços turísticos

Antes de entrar na temática qualidade dos serviços turísticos, será abordado sobre o que é qualidade, e diante disso, pode-se dizer que vários são os conceitos sobre qualidade. Alguns autores falam que qualidade é, segundo Carpinetti (2010, p. 13), “o grau com que o produto atende satisfatoriamente às necessidades do usuário durante o uso”. Ou fala-se do conceito dado pela Organização Mundial de Turismo (OMT), e a de Barros (1999) que definem qualidade como:

O conjunto de traços e características de um produto ou serviço para satisfazer as necessidades específicas ou implícitas do consumidor [...] a satisfação de todas as necessidades e expectativas legítimas do cliente por um preço aceitável. (OMT, 2003, p. 1 e 2).

Qualidade é um conjunto de características de desempenho de um produto ou serviço que, em conformidade com as especificações, atende e, por vezes, supera as expectativas e anseios do consumidor (cliente). (BARROS, 1999, p. 9).

Então, a qualidade é quando um cliente se sente satisfeito com determinado produto ou serviço que lhe é oferecido. O citado entra em concordância com Soares (1994, p. 12) que diz que “a qualidade está evoluindo para um conceito que ficam entre estas seguintes palavras, sem se restringir a elas: satisfação das reais necessidades do cliente”.

Chang (1994, p. 170) fala dos cinco pilares da qualidade que são: foco no cliente, envolvimento total, avaliação, apoio constante e melhoria contínua. E para o entendimento sobre o assunto, foi elaborado um quadro com os cinco pilares, as explicações dadas pelo autor sobre cada um e para que eles servem. Os mesmo estão expostos no quadro abaixo para uma melhor visualização.

QUADRO 01: Pilares da qualidade segundo Chang (1994).

OS PILARES	EXPLICAÇÃO DO AUTOR	PARA QUE SERVE?
1- Foco no cliente (satisfazendo necessidades).	Dentro da organização, oferecemos um ao outro produtos, serviços e informações. Essa troca nos aproxima como clientes internos e fornecedores.	Satisfazer melhor as necessidades dos clientes finais externos trabalhando para atender as demandas de nossos clientes internos.
2- Envolvimento total (assumindo responsabilidade pela qualidade).	A qualidade não é responsabilidade apenas da gerencia ou do controle de qualidade.	Envolver todos os membros da organização no processo de alcançar a qualidade.
3- Avaliação (monitorar a qualidade).	É possível aperfeiçoar aquilo que não é avaliado. Não podemos alcançar as metas da qualidade sem estabelecermos para elas uma linha de referência e um gráfico do desenvolvimento.	A decisão sobre o que deve ser avaliado deve ser influenciada pelas demandas dos clientes.
4- Apoio constante e (liderando apoiando).	Todos os sistemas da organização, tais como planejamento, finanças, programação e gestão do desempenho precisam apoiar o esforço pela qualidade.	Que os sistemas da organização, se unam em busca da qualidade.
5- Melhoria contínua e (antecipando inovando).	Amanhã, precisamos fazer tudo melhor do que fizemos ontem.	Constantemente procurar corrigir problemas, prever problemas e apresentar melhorias.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

E se falando em qualidade dos serviços turísticos, ela é definida como “a relação entre a expectativa e a realidade, avaliada pela satisfação do consumidor”. (OMT, 2003, p. 1). Ou ainda, de acordo com Benni (2008, p. 175), “a qualidade

refere-se ao serviço aliado ao produto que, tal como a oferta, é intangível, embora mensurável”.

Então, de acordo com os citados, a qualidade em serviços turísticos, assim como no conceito de qualidade, é atribuída à satisfação do cliente, no caso, na satisfação do turista. Barreto (1998) diz que é muito mais difícil medir a qualidade dos serviços do que analisar e melhorar a qualidade dos equipamentos, pois os serviços são intangíveis, tem demanda mais flutuante, são inseparáveis do consumidor, são heterogêneos, além de ser perecíveis.

A autora diz ainda, que a qualidade do produto turístico deve ser estudada sobre três aspectos: qualidade dos equipamentos, qualidade dos prestadores de serviços, e qualidade da interação. Pois segundo ela para que o turismo seja avaliado como de boa qualidade deve ser levado em conta toda a infraestrutura turística, ou seja, os equipamentos, os serviços, e a infraestrutura básica urbana. “Não adianta ter um bom recurso, se a infraestrutura é deficiente”. (BARRETO, 1998, p. 110).

E algumas vezes o atendimento ultrapassa as expectativas, é o chamado serviço de excelência.

A qualidade se obtém quando a expectativa do cliente antes da venda do produto coincide com a percepção supera ligeiramente a expectativa [...] se o serviço resultante excede positivamente as expectativas dos clientes se pode falar em excelência. (OMT, 2003, p. 1).

Entretanto satisfação é uma coisa bem relativa, pois ela é um sentimento, sendo assim, ela muda de acordo com os gostos e percepções das pessoas, uma vez que, o que uma pessoa pode sentir que foi satisfeita as suas expectativas com o serviço que foi lhe prestado, outra determinada pessoa pode achar que o serviço foi bom, porém não foi tão satisfatório. A percepção da qualidade dos serviços muda de pessoa a pessoa.

O produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes ficam satisfeitos ou não conforme suas expectativas. Portanto, a qualidade dos serviços é variável de acordo com o tipo de pessoa. (LAS CASAS, 2008, P. 6).

O autor fala que os serviços possuem dois componentes de qualidade a ser considerados: o serviço e a forma que ele é percebido pelo cliente. Carpinetti (2010) também colabora com o assunto, pois segundo ele:

A satisfação do cliente quanto à qualidade de um produto depende ainda da relação entre a expectativa sobre o produto no momento da aquisição e a percepção adquirida sobre o produto no momento do consumo. (CARPINETTI, 2010, p. 15).

Outro autor que fala sobre o assunto é Swarbrooke (2002, p. 309), pois ele diz que “a insatisfação em serviços como o turismo é causada por lacunas existentes entre as expectativas e os resultados percebidos”. Essa insatisfação ocorre quando o turista está esperando por um atendimento que supra as suas expectativas e ele não consegue esse atendimento, algumas vezes o atendimento nem supre as suas necessidades mais básicas como uma informação.

Teixeira (1999) fala que a percepção de qualidade do atendimento aos clientes, depende das expectativas do cliente. Ele diz que a percepção dos clientes a cerca da qualidade, ocorre em quatro níveis diferentes, situando-se abaixo, de acordo, acima, ou muito acima da expectativa e gerando reações diferentes em cada caso. O quadro 02 mostra as relações entre os níveis qualitativos de atendimento e possíveis reações dos clientes.

QUADRO 02: Demonstrativo das relações entre os níveis qualitativos de atendimento e possíveis reações dos clientes.

NÍVEL DE ATENDIMENTO	REAÇÃO DO CLIENTE
• ABAIXO DA EXPECTATIVA	INSATISFEITO
• DE ACORDO COM A EXPECTATIVA	SATISFEITO
• ACIMA DA EXPECTATIVA	SURPREENDIDO POSITIVAMENTE
• MUITO ACIMA DA EXPECTATIVA	RELATIVAMENTE INDIFERENTE AO VALOR AGREGADO A PARTIR DO NÍVEL ANTERIOR

Fonte: Adaptado a partir de Teixeira (1999 p. 88).

O quadro mostra que quando o nível de atendimento é abaixo das expectativas o cliente fica insatisfeito; quando o nível de atendimento é de acordo com as expectativas o cliente fica satisfeito; quando o nível de atendimento é acima da expectativa o cliente é surpreendido positivamente, mas quando o nível de atendimento é muito acima da expectativa o cliente fica relativamente indiferente ao valor agregado. Sendo assim, é preciso saber dosar a qualidade no atendimento, pois ela tem que satisfazer ou até surpreender positivamente o cliente, mas se ela for exagerada pode gerar desconfiança por parte do cliente.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta etapa, está descrita a metodologia utilizada, e onde são apresentados os devidos procedimentos metodológicos empregados na elaboração do estudo em questão.

3.1 Caracterização do estudo

Do ponto de vista metodológico o estudo se caracteriza como uma pesquisa exploratória e descritiva que de acordo com Martins (1994, p. 30) a pesquisa exploratória “trata-se de abordagem adotada para a busca de maiores informações sobre determinado assunto”. E a pesquisa descritiva, de acordo com esse autor “tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno”. (MARTINS, 1994, p. 28). Neste tipo de pesquisa o pesquisador observa, analisa, registra e faz a correlaciona entre os fatos ou fenômenos. Esse modelo de pesquisa segundo Veal (2011, p. 29):

É muito comum na área de lazer e turismo por três motivos: o caráter incipiente do ramo, a natureza mutante dos fenômenos estado e a frequente separação entre pesquisa e ação.

Alves (2007, p. 54) fala que “esse tipo de pesquisa permite o levantamento bibliográfico e o uso de entrevistas”. Quanto ao seu delineamento, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica e de campo, uma vez que, de acordo com Pádua (2000, p. 52) a pesquisa bibliográfica tem como objetivo “colocar o pesquisador em contato com o que já se produziu e registrou a respeito de seu tema de pesquisa”.

O estudo é de natureza qualitativa que, ainda citando Alves (2007, p. 58) esta pesquisa tem as seguintes características:

-O pesquisador procura captar situação ou fenômeno em toda a sua extensão. –Trata de levantar possíveis variáveis existentes e na sua interação, o verdadeiro significado da questão, daí a experiência do pesquisador ser fundamental. –O pesquisador colhe informações, examina cada caso separadamente e tenta construir um quadro teórico geral.

3.2 Universo da pesquisa

A pesquisa foi realizada em cinco estabelecimentos de restauração localizados na cidade de Natal/RN. Estes estabelecimentos foram escolhidos como representantes da gastronomia litorânea e sertaneja norte-rio-grandense. O critério de escolha dos estabelecimentos foi constituído levando em conta algumas categorias de análise, como:

- a) O local deve ser um equipamento de restauração;
- b) Este lugar deve ter, em seu cardápio, pratos que representem a culinária nordestina;
- c) São estabelecimentos representantes da culinária sertaneja nordestina; ou estabelecimentos representantes da culinária litorânea nordestina;
- d) Os estabelecimentos devem ser corriqueiramente frequentados por turistas.

Após uma pesquisa realizada por meio observativo, onde foi procurado por restaurantes na capital, que preenchesse todos os critérios exigidos, foram escolhidos os estabelecimentos. Como o representante da culinária sertaneja norte-rio-grandense foram escolhidos o Restaurante Mangai, o Restaurante Tábua de Carne e o Restaurante Farofa D'Água, e como representantes da culinária litorânea potiguar, foram escolhidos o Restaurante Camarões e o Restaurante Potiguar.

Outro ponto significativo que contribuiu para a escolha dos equipamentos de restauração foi um levantamento feito pela revista Veja Natal “Comer e Beber 2012/2013”. Este levantamento é um diagnóstico dos equipamentos de alimentos e bebidas existentes na cidade de Natal/RN.

Neste levantamento o Restaurante Mangai foi escolhido, pela sexta vez consecutiva, como o melhor restaurante da cozinha regional brasileira. Na matéria da revista fala que o restaurante homenageia a cultura sertaneja regional, na sua decoração, na caracterização dos funcionários e principalmente nos pratos, que trazem as receitas típicas do interior nordestino.

O Restaurante Tábua de Carne foi escolhido como a melhor carne de sol da cidade, fato relevante, pois essa classificação mostra que ele é uma boa escolha para representar a culinária sertaneja.

Em se tratando da culinária nordestina litorânea dois dos quais foram escolhidos pelos júris na categoria melhor cozinha de peixes e frutos do mar, fizeram parte da presente pesquisa. Um deles é o Restaurante Camarões Potiguar que, apesar de não ter sido escolhido como a melhor cozinha de peixes e frutos do mar, ele foi escolhido por três júris que o fez empatar com o restaurante campeão, perdendo apenas no voto de minerva onde a júri responsável escolheu o outro restaurante. O outro que compõe a pesquisa nesta categoria é o Restaurante Camarões que foi escolhido por dois dos jurados e ficou em terceiro lugar na categoria peixes e frutos do mar.

Apesar do Restaurante Farofa D'Água, não ter sido escolhido como o melhor e nem ter sido votado pelo júri, no levantamento feito pela revista, houve uma necessidade de escolhê-lo, pois ele entrou na categoria dos variados, e do ponto de vista da pesquisa, seria interessante que tivesse pelo menos um restaurante que representar-se tanto a gastronomia nordestina sertaneja quanto a litorânea.

3.3 Coleta de dados

A pesquisa foi realizada na cidade de Natal, em Abril de 2013, em cinco restaurantes da capital, tendo sido escolhidos por se tratarem de estabelecimentos corriqueiramente frequentados por turistas e que têm em seus cardápios pratos representantes da culinária nordestina, tanto a sertaneja quanto a litorânea. Os estabelecimentos pesquisados são citados abaixo, seguindo a ordem alfabética.

1. Restaurante Camarões
2. Restaurante Camarões Potiguar
3. Restaurante Farofa D'Água
4. Restaurante Mangai
5. Restaurante Tábua de Carne

Para a realização da pesquisa foram utilizados dois métodos de coleta de dados, um deles foi o Roteiro de Entrevista, que era respondido pelos gestores dos

estabelecimentos pesquisados, e o outro foi o *check list* que foram aplicados pela pesquisadora nos estabelecimentos.

A técnica de entrevista segundo Alvez (2007) é uma das principais técnicas de coleta de dados, pelas suas vantagens, em relação às outras técnicas.

No roteiro de entrevista apesar da técnica usada ter sido a mesma em cada restaurante, os meios da apuração dos dados foram modificados, devido à disposição de cada um dos entrevistados.

No Restaurante Farofa D'Água o gestor pediu para ser feita a entrevista com a Nutricionista do estabelecimento, e entrando em um acordo, ele ficou ao lado dando suporte.

Caso parecido ocorreu no Restaurante Tábua de Carne, onde o gestor também preferiu chamar a Nutricionista do estabelecimento, alegando se tratar de uma entrevista que aborda sobre a gastronomia, então ela seria a mais qualificada para isto, ela por sua vez, permitiu que a entrevista fosse gravada, o que fez com que fosse bem mais proveitosa as suas respostas.

Quanto ao gestor do Restaurante Camarões preferiu ficar com o roteiro de entrevista para responder e no dia seguinte entregar. Diferente dos outros o gestor do Restaurante Camarões Potiguar respondeu por email o roteiro de entrevista.

No Restaurante Mangai o fator burocrático atrapalhou a aplicação do roteiro de entrevista. O gestor do estabelecimento pediu que fosse entregue um ofício da universidade para poder fazer a entrevista, o mesmo foi entregue, *emails* foram enviados e não houve nenhuma resposta.

O roteiro de entrevista aplicado continha onze perguntas abertas, cada uma com uma finalidade própria, e a junção delas têm como propósito alcançar os objetivos.

E o segundo procedimento foi através do método de observação, que pode ser utilizado para a obtenção de dados, mas segundo Alves (2007) para que se tenha o aproveitamento satisfatório na coleta destes dados, deve-se estar atento para poder separar o que é relevante e o que é irrelevante para o estudo.

De acordo com Gil (2010, p. 16) “o método observacional é um dos mais utilizados nas ciências sociais [...] possibilita o mais elevado grau de precisão nas ciências sociais”.

Nesta fase, o pesquisador usufruiu de alguns produtos e serviços, como um cliente normal, e aplicou um *check list* preenchido pelo mesmo, de acordo com as suas observações. Esse foi aplicado nos cinco estabelecimentos pesquisados.

Na elaboração do Roteiro de entrevista e do *Check List* foram usados os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso, visando atingir os objetivos da pesquisa.

As perguntas os objetivos pretendidos e suas respectivas finalidades do Roteiro de Entrevista foram expostas no quadro 03, para um conhecimento das mesmas.

QUADRO 03– Questões da pesquisa e suas respectivas finalidades.

OBJETIVOS	QUESTÕES (Q)	FINALIDADES
a) Verificar se a gastronomia regional influencia a atividade turística da cidade.	Q1- Qual a tipologia de cliente que vêm com mais frequência a esse estabelecimento: os turistas ou a população local? Cite em porcentagem.	Detectar a tipologia dos clientes frequentadores dos estabelecimentos, a fim de saber se há uma porcentagem significativa de turista.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q2- Você acredita que a nossa cultura pode ser representada pela nossa gastronomia? Explique.	Verificar a percepção dos gestores sobre a gastronomia como representante da cultura regional.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q3- Você considera que este estabelecimento é representante da gastronomia norte-rio-grandense? Explique.	Analisar do ponto de vista dos gestores, se o estabelecimento é representante da gastronomia norte-rio-grandense.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q4- Quais as formas de divulgação da cultura norte-rio-grandense que vocês utilizam?	Fazer um levantamento das formas de divulgação da cultura nordestina utilizada pelos estabelecimentos.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q5- Quais são os principais pratos servidos neste estabelecimento, que são representantes da culinária nordestina?	Levantar se há nos cardápios, pratos que representem a culinária nordestina.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q6- Houve necessidade de modificar, ou até adaptar alguma receita para a melhor aceitação dos clientes? Se sim, essa adaptação ou modificação descaracterizou a receita original?	Investigar a originalidade das receitas, a fim de saber se as mesmas foram modificadas para terem uma maior aceitação, e se com isso descaracterizou-as.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q7- Os pratos são servidos com alguma caracterização regional? (Exemplo: tipo de vasilha; panela; travessa; etc. e/ou decoração).	Descobrir de que forma os pratos são apresentados.
b) Investigar como os estabelecimentos de restauração pesquisados apresentam a gastronomia regional.	Q8- Além da culinária, de que forma de vocês representam a cultura regional?	Avaliar as formas de representação da cultura regional (dança, música, objetos, artesanatos, etc.) utilizadas pelos estabelecimentos.
a) Verificar se a gastronomia regional influencia a atividade turística da cidade.	Q9- O que o senhor considera que mais atrai seus clientes a esse estabelecimento?	Investigar o que atrai os turistas aos estabelecimentos.
a) Verificar se a gastronomia regional influencia a atividade turística da cidade.	Q10- Os clientes procuram por algum tipo de prato específico? Se sim, qual?	Ter a percepção dos gostos dos turistas, a fim de saber se os mesmos procuram pela gastronomia da região.
a) Verificar se a gastronomia regional influencia a atividade turística da cidade.	Q11- Em sua opinião os turistas viajam motivados pela gastronomia local? Explique.	Saber qual a visão do gestor, sobre a importância da gastronomia para o turismo.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No *check list* foram avaliadas sete variáveis, sendo elas: Infraestrutura básica, Recursos tecnológicos, Higiene, Acessibilidade, Segurança, Produtos e serviços e Divulgação da cultura regional.

A primeira variável pesquisada foi a Infraestrutura básica, nesta foram avaliadas nove categorias de análise, que foram enumeradas de 1.1 a 1.9. Esta variável tem como propósito avaliar a estrutura física dos estabelecimentos.

A segunda variável pesquisada foi os recursos tecnológicos, onde foram analisadas três categorias de análise enumeradas de 2.1 a 2.3. Esta categoria tem a finalidade de avaliar os recursos tecnológicos usados nos restaurantes pesquisados.

A terceira variável é a higiene, nela foram pesquisadas oito categorias de análise enumeradas de 3.1 a 3.8. Essa variável investiga a higienização do ambiente como um todo. A quarta categoria é a acessibilidade, nela são levantadas sete categorias de análise enumeradas de 4.1 a 4.7. Esta parte trata-se de investigar a questão da acessibilidade para pessoas com necessidades especiais, para idosos, e a questão do acesso em si.

A quinta variável pesquisada foi à segurança, esta foi dividida em seis categorias de análise enumeradas de 5.1 a 5.6. Nela pesquisou-se sobre alguns requisitos de segurança necessários para o funcionamento dos estabelecimentos.

A sexta variável pesquisou sobre os produtos e serviços oferecidos nos estabelecimentos, onde foi dividida em vinte categorias de análise enumeradas de 6.1 a 6.20. Esta variável mede a qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos clientes, no ato da compra. A sétima variável pesquisada foi à divulgação da cultura regional, nela foi avaliada três categorias de análise enumeradas de 7.1 a 7.3. Onde foi analisada se há, além da culinária, outra forma de divulgação da cultura regional.

Tanto as entrevistas quanto os formulários buscam o mesmo objetivo que é, de maneira geral, se os estabelecimentos representam a gastronomia norte-riograndense, e se a mesma é tida como uma atratividade para os turistas.

3.4 Análise dos resultados

Na fase da análise dos resultados foram realizados alguns processos que envolveram os procedimentos de definição das técnicas utilizadas e o método de análise de dados. A análise foi feita de forma descritiva. O tratamento qualitativo dos dados foi feito pela análise de conteúdo, seguindo critérios da análise. O método de análise utilizado foi o funcional, e sobre esse método Dencker (1998, p. 208) discorre que a análise funcional “considera que os fatos sociais não ocorrem separadamente, mas estão sempre relacionados com os fenômenos que os rodeiam”.

No Roteiro de Entrevista as questões foram analisadas separadamente levando em conta as suas finalidades. Nesta análise foi feito um comparativo entre as respostas dos gestores que foram colocados em quadros para uma melhor visualização.

No *check list* foi feita uma soma das categorias de análise das sete variáveis, e a forma que foram avaliadas as variáveis consistiu em atribuir notas a cada categoria de análise em cada estabelecimento pesquisado. As notas dadas variam de 0 a 5, onde 0 é igual a não se aplica; 1 é igual a péssimo; 2 é ruim; 3 é regular; 4 é bom; e 5 é ótimo.

A soma de todas as categorias de análise em cada variável deu a nota final a cada estabelecimento. O resultado final foi dividido pelo número de categorias de análise que tiver em cada variável. Quanto maior foi o valor final da soma das categorias mais o estabelecimento foi considerado de excelência. O quadro 04 traz o exemplo e explica como foram obtidas as médias dadas aos estabelecimentos pesquisados.

QUADRO 04: Exemplo de como foi alcançada a média dos estabelecimentos.

Se a variável trouxer cinco categorias de análise e as categorias tiverem notas: 3, 3, 4, 5, e 5, será somado todas as notas, e as mesmas vão ser divididas por cinco: $2+3+4+5+5= 19$ que $19/5= 3,8$ e arredonda-se para o número inteiro mais próximo, no caso, será atribuída a nota 4 ao estabelecimento, ou seja o estabelecimento obteve média 4 que é igual a bom.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4. RESULTADOS

Neste ponto, serão apresentados os resultados obtidos através da análise dos dados coletados.

4.1 Resultado das entrevistas

As questões foram analisadas uma a uma, separando as respostas dos quatro gestores entrevistados. Lembrando que as apresentações dos restaurantes seguem a ordem alfabética.

4.1.1 A tipologia de cliente dos estabelecimentos

A primeira questão refere-se à tipologia de clientes frequentadores dos estabelecimentos. Esse questionamento é importante, pois um critério de escolha de pesquisa do estabelecimento é que o mesmo seja um local corriqueiramente, visitado por turistas. Esta pergunta tem como finalidade detectar a tipologia dos clientes frequentadores dos estabelecimentos, a fim de saber se há uma porcentagem significativa de turistas. E o quadro 05 traz a primeira pergunta e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

QUADRO 05: 1ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

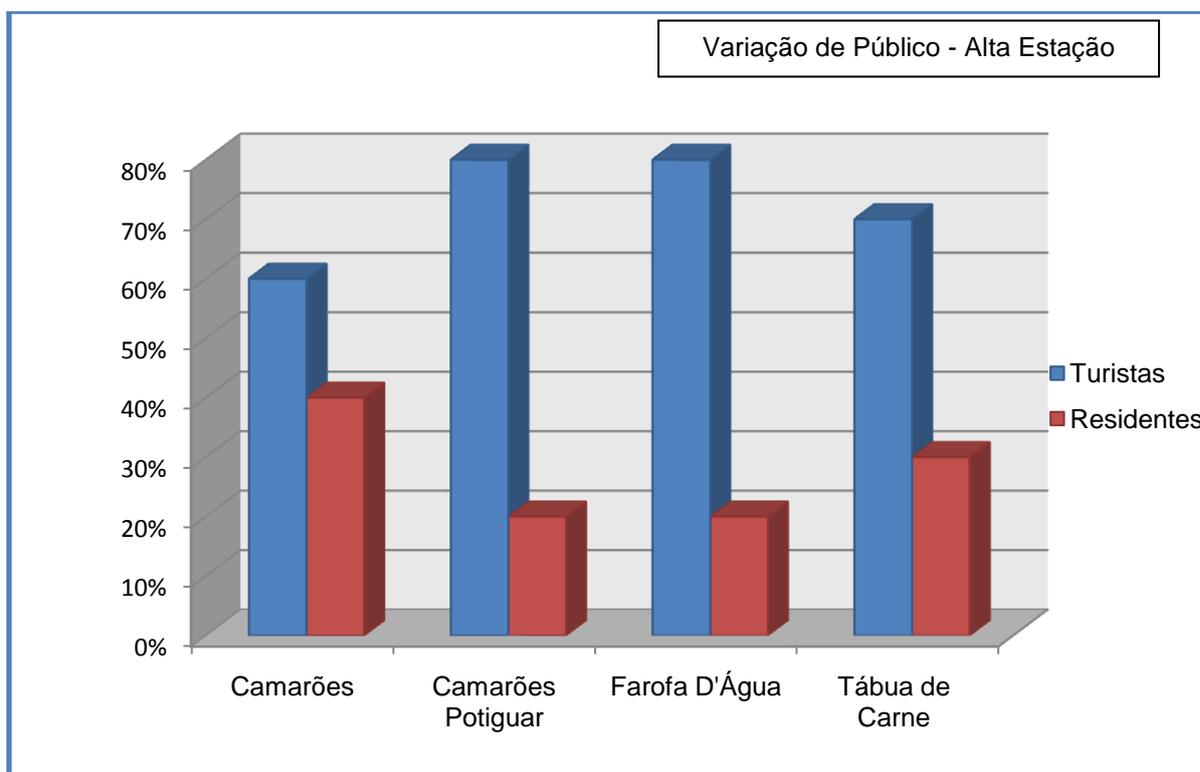
1. Qual a tipologia de cliente que veem com mais frequência a esse estabelecimento: os turistas ou a população local? Cite em porcentagem.	
Camarões	Os dois públicos, mais o turista com 60%.
Camarões Potiguar	Analisando a frequência ao longo do ano, aproximadamente 50% são turistas e a outra metade é local. A porcentagem varia de acordo com o período: na alta estação, a grande maioria é de turistas (digamos 80 a 20%); já na baixa, o inverso acontece.
Farofa D'Água	Atualmente, devido ao serviço de traslado gratuito Hotel - Restaurante – Hotel, nossa clientela está composta em torno de 80% turistas e 20% local (esta se concentra em 80% nos fins de semana).
Tábua de Carne	O público é variado, mais na alta quase todos os clientes são turistas, chegando a ser 90%. E nesse período de baixa são aproximadamente 70% turista e 30% residentes.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Analisando as resposta, verificou-se que todos os restaurantes pesquisados são frequentados tanto por residente quanto por turista, sendo que o último tem uma parcela bastante significativa, principalmente nos períodos de alta estação.

O gráfico 01 faz um comparativo de público frequentadores dos restaurantes em período de alta estação.

GRÁFICO 01: Tipologia dos clientes dos restaurantes no período de alta estação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

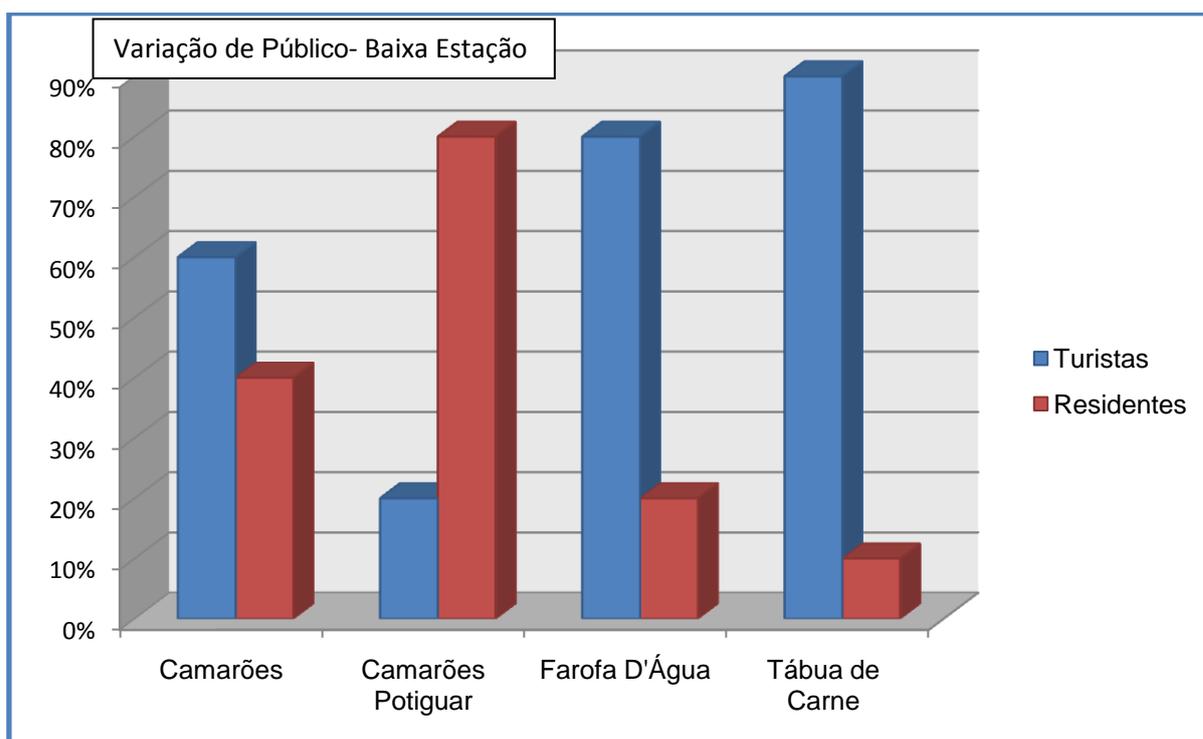
Nas declarações, os gestores levantam o fato de que no período de alta estação há um aumento significativo de turista frequentando os estabelecimentos. Tendo com isso mais turista do que residentes. Sendo que os últimos aparecem mais nos fins de semanas ou/e em datas comemorativas.

Os gestores também citaram que no período de baixa estação a tipologia de cliente dá uma variada, diminui a quantidade de turista e aumenta a de residente. Um ponto que poderia justificar esse fato seria que devido à sazonalidade turística na cidade, o fluxo de turista diminui em algumas épocas do ano, no caso no

chamado período de baixa estação, este acontecimento colabora com a diminuição dos turistas nos estabelecimentos, já que há uma queda do fluxo em toda a cidade.

No gráfico 02, tem-se o inverso dos dados do primeiro gráfico, pois este se trata do público frequentador na baixa estação.

GRÁFICO 02: Tipologia dos clientes dos restaurantes no período de baixa estação.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gestor do Restaurante Camarões não fez referência sobre a diferença de público durante o período de baixa estação, então ficou subentendido que durante todo o ano o percentual de clientes é 60% turista e 40% residentes.

No Camarões Potiguar o percentual dos tipos de clientes, muda de acordo com os períodos de alta e de baixa estação. O gestor citou que durante a primeira, o percentual de turista sobe para 80% deixando o de residente sendo 20% dos clientes. Porém, ele falou que no período de baixa o inverso acontece, então chega a ficar em 80% residentes e 20% turista, por isso que ele disse uma média anual de 50% para cada tipologia.

No Restaurante Farofa D'Água o gestor disse que o percentual de cliente é de 80% turistas e 20% residentes, e o mesmo não falou da diferenciação dos

períodos de alta e baixa estação, mas ele fez referência ao fato de que os residentes chegam a ser 80% dos frequentadores nos finais de semana.

E o Restaurante Tábua de Carne têm um público frequentador de 70% turista e 30% residentes durante o período de baixa estação, sendo que no período de alta o público de turista aumenta para 90% a 10% de residentes.

4.1.2 Percepção dos gestores acerca da gastronomia como representante da cultura

Essa questão verifica a visão que os gestores têm sobre a forma de demonstração cultural através da gastronomia. Esse é um ponto relevante desta pesquisa, pois um dos intuitos da mesma é mostrar que gastronomia é uma das formas mais importantes de se demonstrar a cultura de um povo. A finalidade deste questionamento é verificar a percepção dos gestores sobre a gastronomia como representante da cultura regional.

A pergunta feita aos gestores aparece no quadro 06 que segue com as respectivas respostas.

QUADRO 06: 2ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

2. Você acredita que a nossa cultura pode ser representada pela nossa gastronomia? Explique.	
Camarões	Sim. Temos uma casa que está fazendo 24 anos, claro com muita luta, mas estamos aqui.
Camarões Potiguar	Sim. A culinária é expressão de um povo ao longo de sua história, refletindo hábitos, costumes, e mostrando como as pessoas lidam com os recursos naturais que estão disponíveis na região. Por isso, sem dúvida, é patrimônio cultural.
Farofa D'Água	Sim. A gastronomia local é bem característica (carne de sol, o próprio camarão, ou seja, a interiorana e a litorânea, dentre outras). Porém, precisa-se de um maior resgate como um todo.
Tábua de Carne	Eu acredito que sim, porque quando os turistas vêm aqui e abordam a gente para conversar, parabenizar pela nossa comida, dizem que vêm a Natal já pensando em nossas comidas, em vir comer aqui. Geralmente são turistas de fora que não tem o mesmo tipo de alimentação que temos aqui, e eles dizem que vêm para comer a comida daqui e que adoram. Então, eu acredito que pode ser bem representado sim.

.Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Verificando as respostas dadas pelos gestores, observou-se um consenso em se tratando de ter a gastronomia como representante da cultura regional, pois cada resposta dada eleva essa afirmativa. E quando se analisa separadamente cada uma das respostas, observam-se respostas distintas, porém iguais em seu contexto.

O depoente do Restaurante Camarões responde que sim e aborda a questão do tempo da empresa, no caso 24 anos. Na declaração, ele considera que a gastronomia é representante da cultura regional e acrescenta que o próprio restaurante é este representante, pois ele fala que apesar das lutas, o estabelecimento ainda se mantém, ou seja, ainda continua existindo.

O respondente do Camarões Potiguar respondeu de uma maneira mais culta, porém da mesma forma que o anterior, ele acredita que sim, que a gastronomia não só faz parte da cultura, ela é um patrimônio cultural.

A resposta dada pela Nutricionista do Restaurante Farofa D'Água foi completa e chega a ser uma frase relevante, do ponto de vista da pesquisa, pois ela fala da gastronomia representando a cultura tanto do interior, através da carne de sol, quanto à litorânea, com o camarão. Ela ainda termina deixando um alerta para que haja um resgate desta cultura como um todo.

No Restaurante Tábua de Carne o entrevistado narrou fatos que acontece em seu estabelecimento. Ele falou que os turistas de outros países ou outras regiões, vão ao estabelecimento a procura da comida nordestina, e para ele essa é uma forma de divulgação da cultura local.

4.1.3 Representação da gastronomia local através dos estabelecimentos

Esta pergunta levanta uma questão importante do estudo, que é: Os restaurantes pesquisados são representantes da gastronomia nordestina? A resposta desta pergunta é uma grande parte do fundamento da pesquisa. O questionamento colocado aos gestores tem a finalidade de analisar do ponto de vista dos mesmos, se o estabelecimento é representante da gastronomia norte-rio-grandense.

A questão é demonstrada no quadro 07 que traz as respostas dadas pelos gestores dos estabelecimentos.

QUADRO 07: 3ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

3. Você considera que este estabelecimento é representante da gastronomia norte-rio-grandense? Explique.	
Camarões	Sim. Temos pratos típicos de camarão, outros de peixe com camarão, casquinho de caranguejo.
Camarões Potiguar	Sim. Apesar de manter um cardápio com pratos considerados internacionais, o Camarões sofre influências da região - um razoável número de pratos contém ingredientes locais. O carro-chefe do restaurante, o camarão, é marca registrada da gastronomia do estado, tanto que o nosso adjetivo-pátrio (potiguar) significa exatamente "comedor de camarão".
Farofa D'Água	Sim. Por termos cozinha regional (carne de sol, galinha, macaxeira, farofa, feijão verde. etc.).
Tábua de Carne	Acredito que sim, porque embora seja uma churrascaria que trabalhe com rodízio e <i>À La Carte</i> , grande parte dos alimentos prontos do <i>À La Carte</i> são farofa d'água, arroz de leite que são alimentos bem regionais, e os servidos no <i>Buffet</i> são comidas regionais, tem escondidinho, macaxá, macaxeira, baião de dois que chamam de rubacám. Então é voltado sim para a comida regional e potiguar.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Todos os gestores responderam que sim, os estabelecimentos pesquisados são representantes da cultura norte-rio-grandense. Para a justificativa, os respondentes listaram alguns dos pratos regionais que são servidos em seus estabelecimentos.

O gestor do Restaurante Camarões citou alguns pratos típicos servidos no restaurante como o camarão, o peixe, e o caranguejo. Avaliando esta resposta, constatou-se que o restaurante é representante da culinária nordestina litorânea, pois ele tem como pratos principais de seu cardápio, alimentos a base de camarões, peixes e frutos do mar.

As próximas imagens representam pratos do cardápio do restaurante, que têm como base os alimentos citados pelo entrevistado. Na figura 03 o prato é uma Moqueca de Camarão que é um prato típico da culinária nordestina litorânea. E a figura 04 o prato apresentado é um Peixe Potengi.

FIGURA 03: Restaurante Camarões:
Moqueca de Camarão.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

FIGURA 04: Restaurante Camarões:
Peixe Potengi.



As respostas dadas pelo gestor do Restaurante Camarões Potiguar são parecidas com as do anterior. Esse fato pode ser explicado porque os dois estabelecimentos são da mesma rede de restaurante, no entanto, cada um tem uma administração diferente.

O gestor do estabelecimento discorreu sobre os pratos de seu cardápio e acrescentou que apesar de alguns pratos serem da culinária internacional, há uma forte influência da culinária nordestina potiguar, pois tem em sua base alimentos locais como o camarão, que destaca como o “carro chefe” do estabelecimento. Outro destaque dado pelo gestor foi ao nome dado ao estabelecimento “potiguar” que significa comedor de camarão.

As figuras 05 e 06 ilustram dois pratos servidos no Restaurante Camarões Potiguar. Elas colaboram com o dito anteriormente, que estes restaurantes representam a culinária litorânea, uma vez que grande parte dos seus cardápios são com camarões, peixes, frutos do mar, etc.

FIGURAS 05 E 06: Restaurante Camarões Potiguar:

Camarão no Abacaxi.



Peixe ao molho de Camarão.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

No Restaurante Farofa D'Água, esta resposta foi dada pela Nutricionista do estabelecimento, e ela citou os pratos de seu cardápio considerados regionais como a galinha, a macaxeira, a farofa, a carne de sol, a macaxeira e o feijão verde.

Analisando o que foi dito, o restaurante é representante da culinária regional interiorana ou sertaneja. Contudo durante o decorrer da entrevista, ela fala que o restaurante cada vez mais, está sendo procurado por sua culinária litorânea, já que o mesmo tem em seu cardápio vários pratos que representam esse tipo de culinária, como o camarão, o peixe e etc.

Nas figuras abaixo, tem-se a apresentação de dois pratos que compõem o cardápio do estabelecimento. Na figura 07 traz vários alimentos que são representantes da culinária nordestina, pois nela aparece a carne de sol, o feijão verde, o arroz de leite, a farofa d'água, o pirão de queijo, a macaxeira, e a maxixada. Na figura 08 aparece a Galinha torrada que é servida com as guarnições anteriormente citadas.

FIGURA 07: Restaurante Farofa D'Água: Carne de Sol tradicional.



FIGURA 08: Restaurante Farofa D'Água: Galinha torrada.



Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante/timeline>.

O Restaurante Tábua de Carne tem seu tipo de culinária voltada para a sertaneja. Esta afirmação é explicada através do depoimento dado pela Nutricionista do estabelecimento. Nele, ela afirma que o estabelecimento é representante desta culinária, porque apesar do restaurante ser uma churrascaria, grande parte dos seus alimentos são produtos tipicamente regionais, como o arroz de leite, o escondidinho, o macaxá, o baião de dois, etc.

As figuras abaixo mostram dois pratos que são servidos no estabelecimento. Nas duas figuras notam-se as características da culinária nordestina sertaneja. Na figura 09 é o Pernil de Cordeiro Precoce Grelhado, que é acompanhado de feijão-verde, arroz de leite, macaxeira cozida, farofa de cuscuz e molho de menta. A figura 10 apresenta uma Carne de Sol, acompanhada de feijão verde, macaxeira, farofa, vinagrete, arroz da terra, paçoca, e pirão de queijo.

FIGURAS 09 E 10: Restaurante Tábua de Carne:

Pernil de Cordeiro Precoce.



Carne de Sol com Macaxeira



Fonte: <https://www.facebook.com/tabuadecarne>.

4.1.4 Formas de divulgação da cultura regional

Esta é outra questão significativa ao estudo, pois ela levanta as formas de divulgação cultural utilizadas nos restaurantes pesquisados. As manifestações culturais podem ser apresentadas através da decoração dos ambientes, de quadros ou pinturas, de estatuais, de objetos decorativos, de painéis, travessas, da música, dos artesanatos, etc.

Sendo assim, a finalidade da questão é apurar se além da culinária, os empreendimentos pesquisados utilizam outras formas de manifestação da cultura nordestina. O quadro 08 demonstra esse questionamento e as respectivas respostas dos gestores dos empreendimentos pesquisados.

QUADRO 08: 4ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

4. Quais as formas de divulgação da cultura norte-rio-grandense que vocês utilizam?	
Camarões	A nossa forma hospitaleira de atender nossos turistas.
Camarões Potiguar	NÃO RESPONDEU!
Farofa D'Água	Através da gastronomia.
Tábua de Carne	Geralmente o que se usa é em termos de decoração, em datas festivas, por exemplo, no natal a decoração natalina e voltada para as coisas do nordeste, ou no São João. Só mesmo a questão de decoração mesmo, até porque a própria ambientação do restaurante já é bastante regionalizada.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Na análise feita nas entrevistas dos gestores detectou-se que apenas o gestor do Restaurante Tábua de Carne citou outras formas de divulgação da cultura, no caso deste estabelecimento, essa divulgação se dá através da decoração em datas comemorativas como no Natal e no São João. Porém como o próprio respondente levantou o estabelecimento já tem uma ambientação com características regionais.

Mesmo que o gestor o Camarões Potiguar não tenha respondido, torna-se necessário fazer a observação que há vários objetos de decorações utilizadas no estabelecimento, como por exemplo, os enfeites na sala de espera e no salão, que feitos de “cabaças”. E os jarros e painéis de barro expostos na calçada do restaurante.

No Restaurante Camarões não há decorações que o caracterize como nordestino, pois o mesmo tem uma ambientação mais sofisticada. Talvez por isso o gestor limitou-se a falar do atendimento hospitaleiro oferecido aos clientes. Esta hospitalidade não deixa de ser uma característica dos nordestinos. O Restaurante Farofa D'Água também não tem sua decoração caracterizada como nordestina. E a forma de divulgação da cultura citada pelo gestor foi à gastronomia.

4.1.5 As opções de pratos da culinária nordestina que são oferecidos pelos estabelecimentos

O questionamento feito serve para coletar informações sobre as opções de pratos que são servidos nos estabelecimentos. A pergunta tem como finalidade levantar se há nos cardápios, pratos que representem a culinária nordestina. Pois, esta questão é relevante ao estudo, já que o mesmo investiga se os restaurantes pesquisados são representantes da gastronomia nordestina.

A pergunta feita para este questão aparece no quadro 09, e traz também o as respostas dadas sobre esse questionamento.

QUADRO 09: 5ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

5. Quais são os principais pratos servidos neste estabelecimento, que são representantes da culinária nordestina?	
Camarões	Camarão na moranga, casquinho de caranguejo, escondidinho de carne de sol, lagosta e peixe.
Camarões Potiguar	Essencialmente, camarão. No mais: manteiga da terra, coentro, carne de sol, macaxeira, jerimum, nata, entre outros, também estão presentes em alguns pratos. Um dos pratos mais famosos é o Camarão no Jerimum.
Farofa D'Água	Rabada, carneiro, galinha caipira/ cabidela, carne de sol e camarão (ex. ao molho de cajá, com castanha etc.).
Tábua de Carne	Do <i>À La Carte</i> temos: A Carne de sol; no <i>Buffet</i> temos baião de dois, tem macaxeira, feijão verde, temos a própria carne de sol que fazemos, o escondidinho potiguar que no lugar da macaxeira usa-se a batata doce, tem outro que é nordestino que no lugar da macaxeira e da batata doce vai o jerimum. Esses são os principais.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O questionamento feito foi respondido de maneira proveitosa por todos os gestores entrevistados, pois eles citaram os pratos que compõem os seus cardápios, que segundo eles são representante da culinária nordestina.

Na resposta dada pelo gestor do Restaurante Camarões mais uma vez, percebe-se que a gastronomia do restaurante tem características do litoral nordestino, pois a mesma, apesar de ter carnes e frangos em seu cardápio, tem a grande maioria de seus pratos com camarões, peixes, lagostas, caranguejos e frutos do mar. A figura 11 apresenta um dos pratos citados pelo gestor, que é uma Lagosta Grelhada com legumes e abacaxi em rodela.

FIGURA 11: Restaurante Camarões: Lagosta grelhada.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

Seguindo essa linha, o Restaurante Camarões Potiguar se enquadra no perfil de representante da culinária nordestina litorânea, porque o seu cardápio é igual ao do restaurante anterior. Mas na entrevista feita com o gestor, ele acrescentou outros alimentos também regionais, que são bastante consumidos no interior nordestino como: a manteiga da terra, o coentro, a carne de sol, a macaxeira, o jerimum, a nata, etc. ele fala sobre todos estes, porém destaca o camarão como o principal representante da gastronomia.

O entrevistado declara que o prato mais famoso do estabelecimento é o Camarão no Jerimum. Esse prato representa a gastronomia norte-rio-grandense, pois são conhecidos como tanto como potiguar, como por papa-jerimum. A figura 12 traz a imagem deste prato.

FIGURA 12- Restaurante Camarões Potiguar: Camarão no Jerimum.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

O representante do Restaurante Farofa D'Água referencia os pratos de seu cardápio que são representantes da culinária nordestina sertaneja. Ele cita a rabada, o carneiro, a galinha caipira e a cabidela, e a carne de sol. Contudo, ele fala que o camarão é um prato bastante servido no estabelecimento, e resalta que a forma que o prato é oferecido é bem regional, já que o mesmo é servido ao molho de cajá, ou com castanha, entre outros.

Na figura 13 tem o Camarão ao molho de Cajá, que leva ingredientes regionais. E a figura 14 mostra o Camarão Ponta Negra que é um prato feito com o camarão refogado na manteiga da terra, com cubos de queijo coalho, e gratinado. Ele é servido com Arroz de Castanha.

FIGURA 13- Restaurante Farofa D'Água: Camarão ao molho de Cajá.



FIGURA 14- Restaurante Farofa D'Água: Camarão Ponta Negra.



Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante/timeline>.

Seguindo, tem o depoimento da Nutricionista do Restaurante Tábua de Carne que cita os pratos que compõem o seu cardápio e que são representantes da culinária sertaneja como o baião de dois, a macaxeira, o feijão verde, a carne de sol, etc. Ela explica sobre os ingredientes que fazem a diferença da regionalização dos alimentos, como exemplo, ela fala do Escondidinho de Carne de Sol, que é preparado no estabelecimento com a macaxeira, com a batata doce, ou até com o jerimum.

As imagens abaixo são do *Buffet* que é servido no restaurante na opção do rodízio. Nelas tem alguns dos pratos oferecidos que possui características nordestinas. Na figura 15 aparece a carne e sol na nata, e a figura 16 mostra, pratos como o Escondidinho de Macaxeira, a Paçoca, entre outros.

FIGURAS 15 E 16- Restaurante Tábua de Carne: Pratos servidos no *Buffet* .



Fonte: <https://www.facebook.com/tabuadecarne>.

4.1.6 A originalidade dos pratos

Essa questão tem como intuito investigar a originalidade das receitas, a fim de saber se as mesmas foram modificadas para terem uma maior aceitação, e se com isso descaracterizou-as. A pergunta também está relacionada à aceitação do público com a culinária local.

A pergunta feita aos gestores aparece no quadro 10 que segue com as respectivas respostas.

QUADRO 10: 6ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

6. Houve necessidade de modificar, ou até adaptar alguma receita para a melhor aceitação dos clientes? Se sim, essa adaptação ou modificação descaracterizou a receita original?	
Camarões	Sim, não superou a expectativa do cliente.
Camarões Potiguar	Sim. O restaurante caracteriza-se também pela flexibilidade de alteração dos pratos conforme o desejo do cliente. Frequentemente, turistas desacostumados ao consumo de coentro, por exemplo, pedem para que seja retirado - fazemos sem qualquer problema. cremos que “descaracterizar uma receita” é algo extremamente relativo, que está mais comumente associado a bistrôs ou restaurantes marcados pela figura de um chefe renomado. No nosso caso, pensamos mais em satisfação do cliente, independentemente das mudanças feitas. O Camarões Potiguar nasceu com uma proposta bem mais marcada pela influência regional. Foi feita até uma pesquisa histórica e antropológica sobre os costumes do Estado, para que o cardápio fosse bem marcante. No entanto, logo após a abertura, a maior parte do público sentiu falta dos pratos que já consumia na outra unidade Camarões e começou a cobrar por isso. Tivemos que ceder e em menos de um mês o cardápio já tinha sido mexido pela metade.
Farofa D’Água	Houve adaptação em relação ao tempero, porém, não descaracterizou as receitas.
Tábua de Carne	Não. Quando algum cliente vem que pede, porque não pode comer comida com lactose, manteiga, essas coisas, ai a gente faz diferenciado, para esse cliente específico. Às vezes tem cliente que come pouco sal, então pede pouco sal. Tem cliente que não quer coentro. Então assim, a gente faz diferenciado para o cliente que pede diferenciado, mas no geral não. Até porque se a gente mudar descaracteriza. Pois se a gente mudar uma coisa ou outra acaba descaracterizando. E como fazer escondidinho com batata inglesa, tira a regionalização do prato.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Sobre essa pergunta, os entrevistados assumiram fazer ou já ter feito algumas alterações ou adaptações para uma melhor aceitação do público. Entretanto, quanto à descaracterização das receitas apenas o gestor do Restaurante Farofa D’Água relatou que nenhuma das mudanças feitas tiraram a originalidade dos pratos.

No Restaurante Camarões essas alterações ou adaptações não agradaram muito os clientes, porque segundo o próprio gestor, não superou as expectativas dos mesmos.

O gestor do Restaurante Camarões Potiguar passou um relato diferente ao do gestor anterior, pois ele afirmou que o restaurante tem uma caracterização flexível no que diz respeito ao gosto do cliente, e que se ele quer que retire ou acrescente algo nos pratos eles o fazem. O gestor ainda acrescentou que o que

importa para eles é que os clientes fiquem satisfeitos. Quando questionado se as modificações ou adaptações, descaracterizavam os pratos, o gestor respondeu que:

O Camarões Potiguar nasceu com uma proposta bem mais marcada pela influência regional. Foi feita até uma pesquisa histórica e antropológica sobre os costumes do Estado, para que o cardápio fosse bem marcante. No entanto, logo após a abertura, a maior parte do público sentiu falta dos pratos que já consumia na outra unidade Camarões e começou a cobrar por isso. Tivemos que ceder e em menos de um mês o cardápio já tinha sido mexido pela metade. (Relato do gestor do Restaurante Camarões Potiguar – Dados da pesquisa, 2013).

Em outro discurso, o gestor do Restaurante Farofa D'Água fala que para melhor aceitação dos pratos foram incorporados novos temperos, mas que essa adaptação não descaracterizou as receitas originais.

Assim como segundo entrevistado, o gestor do Restaurante Tábua de Carne admite que se for um pedido específico de algum cliente, eles retiram ou trocam algum ingrediente *“a gente faz diferenciado para o cliente que pede diferenciado, mas no geral não”*. Palavras do gestor (Dados da pesquisa, 2013).

Sobre a descaracterização das receitas, ele relata que se começa a mudar os ingredientes dos pratos termina descaracterizando as receitas. Ele ainda destaca que, se ao invés de usar macaxeira para fazer o escondidinho fosse usada a batata inglesa, tiraria a regionalização do prato.

4.1.7 Modo de apresentação dos pratos

Esse questionamento serve para verificar se os pratos são servidos com alguma caracterização regional, como: uma panela ou travessa, de barro, se tem algum objeto artesanal, ou a decoração dos pratos, etc. Sendo assim, a finalidade desta pergunta é descobrir de que forma os pratos são apresentados.

A questão é demonstrada no quadro 11 que traz as respostas dadas pelos gestores dos estabelecimentos.

QUADRO 11: 7ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

7. Os pratos são servidos com alguma caracterização regional? (Exemplo: tipo de vasilha; panela; travessa; etc. e/ou decoração).	
Camarões	Sim. Travessas de barro ou panelas.
Camarões Potiguar	Eram servidos logo na abertura em travessas de barro. Acabamos retornando para a cerâmica depois, acompanhando a mudança que o cardápio passou.
Farofa D'Água	Não. Ficou mais para moderninho - usamos louça, foi uma adaptação.
Tábua de Carne	Aqui são servidos em panelas de barro, travessas de barro também, bem regional mesmo.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Analisando as respostas dos entrevistados, percebeu-se que devido a uma adaptação que dois restaurantes sofreram, eles ficaram com aparências mais modernas e sofisticadas, contudo essa mudança fez com que os mesmos optassem por apresentar os pratos de uma maneira mais tradicional do que cultural.

O Restaurante Camarões apesar de ser um restaurante sofisticado, alguns de seus pratos são servidos em travessas e panelas de barro. Esse fato deixa os pratos com mais características nordestinas.

Nas fotos abaixo estão dois pratos servidos no restaurante, o da esquerda é o Camarão grelhado e o da direita é Camarão no jerimum. Nota-se que ambos são servidos em panelas e travessa de barro. E não é só o prato principal não, os acompanhamentos, no caso o arroz e a macaxeira, também estão em travessas de barro.

FIGURAS 17 E 18: Restaurante Camarões: Forma de apresentação dos pratos -
 Panela de barro. Travessa de barro.



Fonte: <http://www.guiadasemana.com.br/natal/restaurantes/restaurante/camaroes-restaurante>.

Diferente dele está o Restaurante Camarões Potiguar, pois ele logo na abertura da casa tinha essa característica de servir em panelas e travessas de barro, hoje após algumas adaptações realizadas ele serve em cerâmicas. Esse fato não desmerece a característica regional que tem o restaurante, já que existe no estabelecimento outras formas de demonstrar a cultura nordestina, citadas mais a frente.

As figuras abaixo são de pratos servidos no Restaurante Potiguar, nota-se que as duas são servidas em travessas de louça, conforme o dito do gestor. No entanto, o Camarão no Jerimum, citado anteriormente, como destaque do restaurante e demonstrado na figura 10, é servido em travessa de barro. Na figura 19 tem-se o Camarão Crocante com Risoto *Brie*, e a figura 20 é uma Salada Toscana.

FIGURAS 19 E 20: Restaurante Camarões Potiguar: Forma de apresentação dos pratos - Travessas de louça.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

Outro que depois de uma reestruturação mudou completamente o seu estilo de apresentar os pratos, foi o Restaurante Farofa D'Água. Logo quando abriu o restaurante servia de uma forma bem regional, com panelas de barro travessas, etc. Nos dias atuais isso mudou completamente, o restaurante não utiliza de nenhuma forma de representação nordestina na apresentação de seus pratos, segundo o gestor o restaurante "ficou mais para moderninho - usamos louça". (Dados da pesquisa, 2013).

A representação do modo de servir do restaurante está nas figuras abaixo que confirmam o que foi dito pelo gestor, já que os pratos são servidos em louças. Na figura 21, o prato é Carne de Sol na Nata, e a figura 22 mostra alguns petiscos servidos como Pastéis de diversos sabores, Escondidinho de carne ou camarão, Patola de Caranguejo, etc.

FIGURAS 21 E 22: Restaurante Farofa D'Água: Forma de apresentação dos pratos - Travessas e vasilhas de louça.



Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante/timeline>.

Ao oposto a ele está o Restaurante Tábua de Carne que, em se tratando de apresentação regional dos pratos, o restaurante esta muito bem. Os pratos são servidos em panelas, travessas, e vasilhas de barro. O *Buffet* é servido com esse tipo de panela. E esse tipo de apresentação dos pratos faz com que o restaurante demonstre que é um restaurante regional além de ser uma churrascaria.

As figuras 23 e 24 representam as formas que são servidos os alimentos no *Buffet*. Nelas pode-se ver que as panelas de barro são bastante usadas no *Buffet*, e que também há um uso das travessas de louça.

FIGURAS 23 E 24: Restaurante Tábua de Carne: Forma de apresentação dos pratos - Panelas de barro. Travessas de Cerâmica.



Fonte: <https://www.facebook.com/tabuadecarne>.

4.1.8 Formas de representação da cultura nordestina são usadas pelos restaurantes

Com esse questionamento, pretendeu-se levantar as formas de representação cultural usadas nos estabelecimentos. Uma vez que, a pergunta tem como finalidade avaliar as formas de representação da cultura regional utilizadas pelos estabelecimentos, se essa cultura é divulgada através da dança, da música, de objetos decorativos, de artesanatos, etc.

O quadro 12 demonstra esse questionamento e as respectivas respostas dos gestores dos empreendimentos pesquisados.

QUADRO 12: 8ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

8. Além da culinária, de que forma de vocês representam a cultura regional?	
Camarões	NÃO RESPONDEU!
Camarões Potiguar	Talvez com a decoração, também.
Farofa D'Água	Só na culinária.
Tábua de Carne	Na decoração, só mais na parte de decoração mesmo, e na ambientação do próprio restaurante, apresentação dos pratos.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nas respostas dadas, os gestores dos Restaurantes Camarões Potiguar e do Tábua de Carne foram os únicos que disseram que, além da gastronomia, a cultura regional também é divulgada através das decorações dos estabelecimentos. Enquanto que, o gestor do Restaurante Camarões não respondeu a questão, e o gestor do Restaurante Farofa D'Água falou que a única forma de divulgação da cultura é através da culinária.

Como a gestor do Camarões Potiguar falou sobre a decoração do restaurante, foi considerado importante mostrar algumas fotos que destaquem os objetos decorativos e representem a cultura regional. Essas imagens são demonstradas nas figuras abaixo.

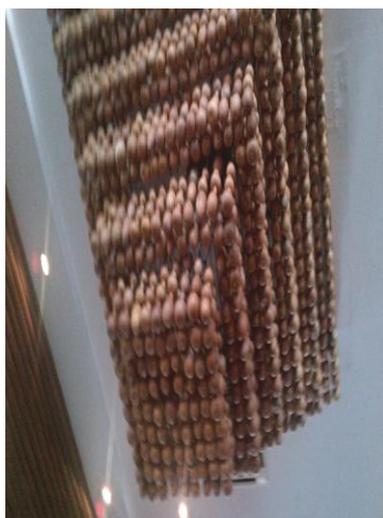
Na figura 25 contém alguns jarros e panelas de barro que enfeitam a parte externa do restaurante. A figura 26 apresenta um enfeite do teto feito de Cabaça, essa decoração é encontrada na sala de espera e na entrada do saguão e um detalhe mostrado na figura 27 das paredes do restaurante que lembram as casas interioranas que tem o barro batido à mostra. Por fim, a figura 28 retrata a sala de espera, onde tem alguns objetos decorativos com características nordestina.

FIGURAS 25, 26 E 27: Restaurantes Camarões Potiguar:

Parte externa – Vasos de barro.



Enfeite do teto feito de Cabaças.



Parede do Restaurante – Barro batido.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

FIGURA 28: Decoração do Restaurante Camarões Potiguar.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/camaroes-potiguar>.

Outro gestor que citou a decoração e ambientação do estabelecimento foi o do Restaurante Tábua de Carne. Ilustrando o que ele disse, serão mostradas algumas figuras que demonstram que o estabelecimento tem uma decoração e uma ambientação com características bem regionais.

A figura 29 mostra o teto do coberto de palha; os lustres recobertos com um tecido de rede; e o casal nordestino vestidos com trajes de quadrilha junina. Já a figura 30 mostra as estatuas de um homem sertanejo e um burrinho.

FIGURAS 29 E 30: Restaurante Tábua de Carne:

Decoração do Restaurante.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Estatuas decorativas.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Seguindo, as figuras 31 e 32 mostram a ambientação do restaurante, e nota-se que tem várias características do nordeste.

FIGURAS 31 e 32: Decoração do Restaurante Tábua de Carne.



Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/restaurante-natal-pn.php>.

4.1.9 O que atrai os turistas aos estabelecimentos

Esta questão tem como finalidade investigar o que atrai os turistas aos estabelecimentos. A importância desta investigação, e que através dela dá para saber se os clientes procuram os restaurantes somente atrás da comida ou se há outros serviços que os atraem.

A pergunta feita para este questão aparece no quadro 13, e traz também o as respostas dadas sobre esse questionamento.

QUADRO 13: 9ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

9. O que o senhor considera que mais atrai seus clientes a esse estabelecimento?	
Camarões	Comida, atendimento e respeito ao cliente e comprometimento ao cliente que vem hoje a casa e volta depois de 01 ano, e come a mesma comida com o mesmo sabor, Irresistível...
Camarões Potiguar	Qualidade do produto e atendimento. Bom custo-benefício.
Farofa D'Água	Serviço e qualidade da comida.
Tábua de Carne	Eu acho que é a comida mesmo, o tipo de comida, a comida regional, a comida boa, porque se a comida fosse ruim ninguém vinha. Mas acredito que seja o tipo de comida que a gente serve. Porque é como eu to dizendo é um restaurante que fica em Ponta Negra em uma área turística.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Todos os gestores entrevistados apontam a comida como o fator principal da escolha dos clientes, fato nada surpreendente, uma vez que os objetos investigados são estabelecimentos alimentícios. Contudo alguns dos pesquisados citam que a qualidade dos serviços atrai os clientes aos estabelecimentos.

O gestor do Restaurante Camarões cita a comida, o atendimento, o respeito e comprometimento com os clientes, como fatores importantes para a escolha do local. O mesmo fala que há clientes que voltam um ano depois ao estabelecimento e pede o mesmo prato que consumiu na última visita. Mostrando assim a qualidade da comida e dos serviços.

Não diferente dele, o gestor do Restaurante Camarões Potiguar também acredita que a qualidade dos serviços e dos produtos influenciam os clientes na hora de escolher um Restaurante.

Entrando em concordância com os demais, o gestor do Restaurante Farofa D'Água também destaca a qualidade dos serviços e da comida como fator relevante para a escolha do local.

E o gestor do Restaurante Tábua de Carne acredita que o motivo de escolha do estabelecimento é o tipo de comida que é servida, no caso a comida regional.

4.1.10 Percepção dos gostos dos turistas.

A questão citada pesquisa sobre o tipo de comidas que os turistas procuram. Pois a mesma tem como finalidade ter a percepção dos gostos dos turistas a fim de saber se os mesmos procuram pela gastronomia da região.

O quadro 14 traz esse questionamento e as respostas dadas pelos gestores pesquisados.

QUADRO 14: 10ª questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

10. Os clientes procuram por algum tipo de prato específico? Se sim, qual?	
Camarões	Sim. Frutos do mar e camarão.
Camarões Potiguar	A pergunta é muito abrangente para o nosso caso, já que recebemos clientes com perfis muito variados. Mas, de maneira geral, o maior consumo se dá com pratos de camarão que vem sobre arroz, como o Camarão à Grega e Camarão Internacional.
Farofa D'Água	Sim. Carne de sol e a própria farofa d'água, muitos pedem provar até por curiosidade.
Tábua de Carne	A carne de sol principalmente, e o rodízio.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

As respostas dadas pelos gestores demonstraram quais são os pratos mais procurados pelos turistas. Dado importante para a pesquisa, pois com essas informações consegue-se saber se os turistas procuram pela culinária regional. E de acordo com a análise, fica notório que os turistas vêm sim atrás da culinária nordestina, ou pelo menos dos produtos regionais.

O gestor do Restaurante Camarões citou os frutos do mar e o camarão como os mais procurados pelos clientes. Isso poder ser explicado pelo fato de se tratar de um restaurante conhecido por esse tipo de comida. A figura 33 apresenta um prato que tem como ingrediente principal camarão, que é o Camarão grelhado.

FIGURA 33: Restaurante Camarões: Prato mais procurado - Camarão.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

Outro que é procurado por esse tipo de comida é o Restaurante Camarões Potiguar, que tem como destaque os pratos que contém o camarão como o Camarão à Grega e o Internacional, dados citados pelo gestor do estabelecimento.

A figura abaixo demonstra um dos pratos citados pelo gestor que é o Camarão Internacional.

FIGURA 34: Restaurante Camarões Potiguar: Prato mais procurado - Camarão Internacional.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

O gestor do Restaurante Farofa D'Água cita a Carne de Sol e a Farofa d'água como os pratos mais procurados pelos turistas. Ele ainda relata que alguns clientes pedem a farofa d'água só por curiosidade. Na figura 35 há um demonstrativo deste prato que é o nome do restaurante.

FIGURA 35: Restaurante Farofa D'Água: Prato mais procurado - Farofa d'água.



Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante/timeline>.

O gestor do Restaurante Tábua de Carne fala que a grande pedida é a Carne de Sol, que é seguida do rodízio. Esta é demonstrada na figura 36.

FIGURA 36: Restaurante Tábua de Carne: Prato mais procurado - Carne de Sol.



Fonte: <https://www.facebook.com/tabuadecarne>.

4.1.11 A importância da gastronomia para o turismo

Essa questão tem como finalidade saber qual a visão do gestor, sobre a importância da gastronomia para o turismo. Esta opinião é relevante para a pesquisa, uma vez que, já que a mesma busca mostrar esta importância.

Essa questão fecha o roteiro de entrevista, e seguindo, o quadro 15 traz a última questão e as respostas dos entrevistados.

QUADRO 15: 11^a questão da pesquisa e as respostas dos gestores dos restaurantes pesquisados.

11. Em sua opinião os turistas viajam motivados pela gastronomia local? Explique.	
Camarões	Não. Pelas belezas do nosso estado, mas falta muito ainda para a gastronomia do RN, com exceção do Restaurante Camarões...
Camarões Potiguar	Não creio que seja um fator que influencie a escolha do destino, mas acaba "entrando no pacote".
Farofa D'Água	Sim. Acho que o turista já vem a Natal pensando em duas coisas básicas – as lindas paisagens e nossa gastronomia.
Tábua de Carne	Também, mas acredito que dá forma que está à apresentação da cidade acho que eles vêm mais para as belezas naturais e a culinária da região.

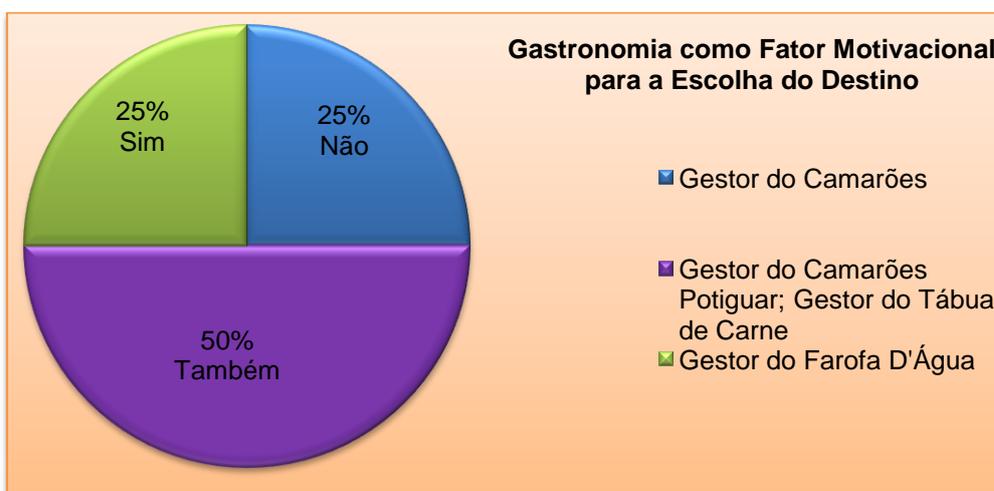
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

As respostas dadas ficaram divididas, pois o motivo mais citado foi as belezas naturais, seguidas pela gastronomia. No entanto, 50% dos entrevistados falaram que sim, que a gastronomia é um fator que influenciam os turistas na hora deles escolherem o destino Natal. Enquanto 25% dos entrevistados falam que a

gastronomia não é o principal fator mais que ela entra no pacote. E 25% dos entrevistados falaram que falta muito para a gastronomia norte-rio-grandense ser fator motivacional para a escolha do destino Natal.

O gráfico abaixo faz a ilustração das respostas dadas pelos gestores dos estabelecimentos pesquisados.

GRÁFICO 03- Opinião dos gestores sobre a gastronomia como motivação para a escolha do destino.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2 Análise dos *Check list*

No *check list* foram avaliadas sete variáveis, sendo elas: Infraestrutura básica, Recursos tecnológicos, Higiene, Acessibilidade, Segurança, Produtos e serviços e Divulgação da cultura regional.

4.2.1 Variável infraestrutura básica

A primeira variável pesquisada foi a Infraestrutura básica, nela foram avaliadas nove categorias de análises, que foram enumeradas de 1.1 a 1.9.

Algumas das categorias analisadas avaliaram a estrutura física do local, a fim de saber se o estabelecimento está bem conservado, se é amplo, e se há

estacionamento. Estas categorias são: (1.1) estado de conservação do estabelecimento; (1.2) estado dos banheiros; (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo; e (1.9) amplitude do ambiente.

As outras categorias (1.3) ar condicionado; (1.5) estado de conservação dos móveis; (1.6) Iluminação; (1.7) circuito de TV; e (1.8) circuito de som. Elas têm como intuito analisar os equipamentos básicos de apoio.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por nove que equivale à quantidade de categorias que a variável possui. A tabela abaixo mostra a variável infraestrutura básica, e exhibe as notas atribuídas a cada restaurante, em cada categoria de análise.

TABELA 01. Comparativo entre os restaurantes, variável infraestrutura básica.

1. INFRAESTRUTURA BÁSICA	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
1.1 Estado de conservação do estabelecimento	5	5	5	5	5
1.2 Estado dos banheiros	5	5	3	5	5
1.3 Ar condicionado	5	5	5	5	5
1.4 Estacionamentos para carros e ônibus de turismo	5	5	2	5	5
1.5 Estado de conservação dos móveis	5	5	5	5	5
1.6 Iluminação	5	5	5	5	5
1.7 Circuito de TV	5	5	5	5	5
1.8 Circuito de som	5	5	5	5	5
1.9 Amplitude do ambiente	5	5	5	5	5

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

A soma das categorias de análise dos Restaurantes Camarões, do Restaurante Camarões Potiguar, do Restaurante Mangai, e do Restaurante Tábua de Carne foram iguais a 45 que divididas por nove são iguais a 5, ou seja, as médias dos quatro restaurante foram cinco. Sendo assim, os restaurantes citados, na variável Infraestrutura básica foram considerados como ótimos.

No Restaurante Camarões a infraestrutura do local foi classificada como ótima onde é transparecida nas categorias: (1.1) estado de conservação do estabelecimento, e (1.9) amplitude do ambiente, pois o restaurante possui dois salões amplos e um terraço, todos com clima aconchegante e sofisticado. Em relação aos banheiros, a categoria (1.2) estado dos banheiros também foi classificada como ótima, já que ele é amplo, bonito, e bem decorados, há umas cadeiras, e os espelhos tem molduras bem sofisticadas.

Na categoria (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo, também é classificado como ótimo, pois há vagas para estacionar ônibus de turismo, além de ter uma capacidade para 28 carros. As demais categorias apresentaram ótimas condições e funcionamentos.

O Restaurante Camarões Potiguar é digno de excelência na variável infraestrutura básica, e faz merecimento a classificação dada como ótima. E discorrendo sobre o dito, serão demonstradas algumas categorias de análise como: (1.1) estado de conservação do estabelecimento, (1.2) estado dos banheiros, (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo, (1.5) Estado de conservação dos móveis e (1.9) amplitude do ambiente.

No referente a elas a infraestrutura do local é excelente, são salões espaçosos, bem conservado e bem ventilado. O estacionamento é grande com vagas para carros e ônibus de turismo, além de vagas para pessoas com necessidades especiais e para idosos. O banheiro do estabelecimento é confortável e luxuoso. Dentro dele tem uma fonte onde rega umas plantas dando um ar de sofisticação ao ambiente.

O Restaurante Mangai e outro estabelecimento classificado como ótimo na categoria infraestrutura básica, e como nos demais serão apresentadas algumas categorias de análise demonstrando o porquê desta classificação.

Mencionam-se então as categorias: (1.1) estado de conservação do estabelecimento, (1.2) estado dos banheiros, (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo, (1.5) Estado de conservação dos móveis e (1.9) amplitude do ambiente, pois o ambiente é amplo e confortável, com características do sertão nordestino, o banheiro também é caracterizado como todo ambiente.

As Mesas também têm características do sertão nordestino, pois algumas são de madeira com tampo de vidro e com tampas de panelas, isso faz com que as mesas façam parte da ornamentação do local. O estacionamento é grande e possui vagas para ônibus de turismo.

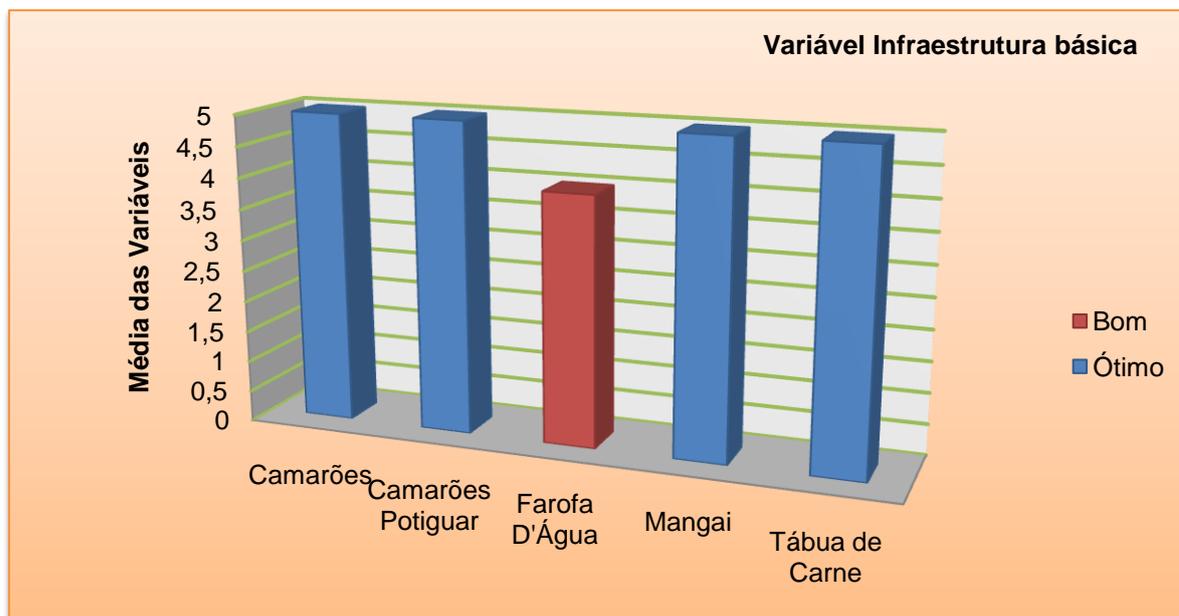
Outro classificado como ótimo foi o Restaurante Tábua de Carne, e esse fato é explicado com algumas categorias de análise pesquisadas. As categorias (1.1) estado de conservação do estabelecimento, e (1.9) amplitude do ambiente são algumas delas. Caso justificado, pois o ambiente é amplo e bem conservado.

Outra categoria com uma classificação justa foi a (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo, já que o estacionamento é grande com vagas para vários carros. Na categoria (1.2) estado dos banheiros, ele foi bem avaliado, uma vez que ele era amplo e limpo.

Diferente dos demais, o Restaurante Farofa D'Água teve no resultado da soma das categorias de análise 40 pontos, onde dividido por nove é igual a 4,44, e arredondando para o número inteiro mais próximo é igual a quatro. Sendo assim, o restaurante foi considerado bom, no que diz respeito à Infraestrutura básica.

Justificando o ocorrido apresentam-se as categorias de análise (1.2) estado dos banheiros, (1.4) estacionamentos para carros e ônibus de turismo, e uma vez que, o banheiro é pequeno e sem espaço, o estacionamento tem poucas vagas e está localizado apenas ao lado do estabelecimento, e não pode estacionar ônibus turísticos por falta de espaço.

O gráfico 04 ilustra a análise feita desta variável. Onde demonstra as médias atribuídas aos estabelecimentos pesquisados.

GRÁFICO 04- Média dos estabelecimentos: Variável Infraestrutura básica.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2.2 Variável recursos tecnológicos

A segunda variável pesquisada foi os recursos tecnológicos, onde foram analisadas três categorias de análise, são elas: (2.1) comanda eletrônica, ou outro equipamento eletrônico usado para anotar os pedidos; (2.2) computadores usados pelos funcionários; (2.3) acesso a internet *Wi Fi*. Esta categoria tem a finalidade de avaliar os recursos tecnológicos usados nos restaurantes pesquisados.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por três que equivale à quantidade de categorias que a variável possui. A tabela 02 apresenta a variável recursos tecnológicos, e expõe as notas dadas aos estabelecimentos nas categorias de análise.

TABELA 02. Comparativo entre os restaurantes, variável recursos tecnológicos.

2. RECURSOS TECNOLÓGICOS	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
2.1 Comanda eletrônica, ou outro equipamento eletrônico usado para anotar o pedido	5	5	0	5	0
2.2 Computadores usados pelos funcionários	5	5	5	5	5
2.3 Acesso a internet <i>Wi Fi</i>	5	5	4	0	5

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os Restaurantes Camarões, e o Restaurante Camarões Potiguar obtiveram a maior nota, pois a soma das categorias de análises resultou em 15 que dividido por três e igual a cinco. Sendo assim, os restaurantes citados obtiveram a categoria de excelência nesta variável.

Nos dois restaurantes, a categoria (2.1) comanda eletrônica, ou outro equipamento eletrônico usado para anotar o pedido, e a categoria (2.2) computadores usados pelos funcionários obtiveram nota cinco, pois todos os pedidos são feitos pela comanda eletrônica e na sala de espera os clientes recebem um aparelho que avisa quando a mesa do cliente é liberada. A categoria (2.3) acesso a internet *Wi Fi* também foi considerada ótima porque o acesso a internet é rápido.

Os Restaurantes Mangai e Tábua de Carne, não obtiveram a nota máxima, e ao contrário dos anteriores, a soma das três categorias de análise foram igual a 10, que dividido por três é igual a 3,33. Este arredondando para o número inteiro mais próximo fica igual a três. Ou seja, os restaurantes citados foram considerados regulares no que diz respeito à variável recursos tecnológicos.

Outro que também obteve a média três foi o Restaurante Farofa D'Água, pois a soma das categorias de análise foi igual a 9 que dividido pelo número das categorias foi igual a três. Esse fato fez com que o restaurante fosse avaliado como regular na variável recursos tecnológicos.

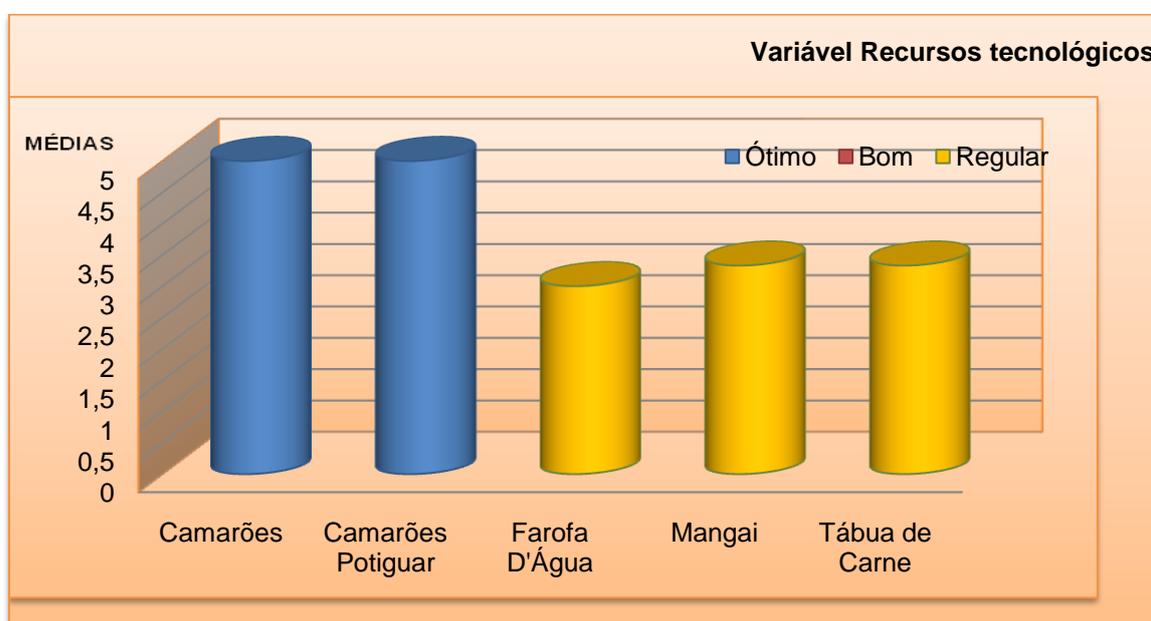
A causa dos Restaurantes Farofa D'Água, Tábua de Carne e Mangai obterem essa média, é explicada pelo fato de que cada um não possuía uma das

categorias pesquisadas, e como dito anteriormente, é atribuído nota zero as categorias inexistentes nos estabelecimentos.

O problema é que os Restaurantes Farofa D'Água, e o Tábua de Carne não possuem como recurso tecnológico comandas eletrônicas, ou outro equipamento eletrônico usado para anotar o pedido. E o Restaurante Mangai não tem como tipo de recurso tecnológico o acesso à internet *Wi Fi*.

No gráfico abaixo é feito a demonstração da variável recursos tecnológicos e mostra também as notas dadas aos estabelecimentos.

GRÁFICO 05- Média dos estabelecimentos: Variável Recursos tecnológicos.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2.3 Variável higiene

A terceira variável é a higiene, nela foram pesquisadas oito categorias de análise, como (3.1) limpeza do local; (3.2) pintura das paredes; (3.3) higienização dos banheiros; (3.4) uniformes dos funcionários; (3.5) mesas limpas; (3.6) talheres limpos; (3.7) pratos limpos; e (3.8) copos limpos. Essa variável investiga a higienização do ambiente como um todo.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por oito que é proporcional a categorias de análise que tem a variável. Na tabela 03 verifica-se variável e apresenta as médias dadas aos cinco restaurantes pesquisados.

TABELA 03. Comparativo entre os restaurantes, variável higiene.

3. HIGIENE	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
3.1 Limpeza do local	5	5	4	5	4
3.2 Pintura das paredes	5	5	5	5	5
3.3 Higienização dos banheiros	4	5	5	5	5
3.4 Uniformes dos funcionários	5	5	5	5	5
3.5 Mesas limpas	5	5	5	5	5
3.6 Talheres limpos	5	5	5	5	5
3.7 Pratos limpos	5	5	5	5	5
3.8 Copos Limpos	5	5	5	5	5

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nesta variável todos os estabelecimentos ganharam a nota máxima, atingindo assim a categoria de excelência no que diz respeito à higienização do estabelecimento.

Visto que, na soma das categorias de análise dos Restaurantes Camarões Potiguar e Mangai, constatou-se a nota máxima, uma vez que, o resultado da soma das categorias foi igual a 40 nos dois estabelecimentos, ficando a média cinco, para cada um.

Os Restaurantes Camarões, Farofa D'Água, e o Tábua de Carne também conseguiram se enquadrar neste perfil, já que, nas somas das categorias, eles obtiveram nota 39 que dividido pelo número de categorias de análise é igual a 4,88 e arredondando para o número inteiro mais próximo é igual a cinco.

O Restaurante Farofa D'Água conseguiu atingir a nota cinco, mas na categoria (3.1) limpeza do local o estabelecimento ficou classificado como bom, porque tinha teia de aranha no lustre em cima da mesa, fato que é demonstrado na figura 37.

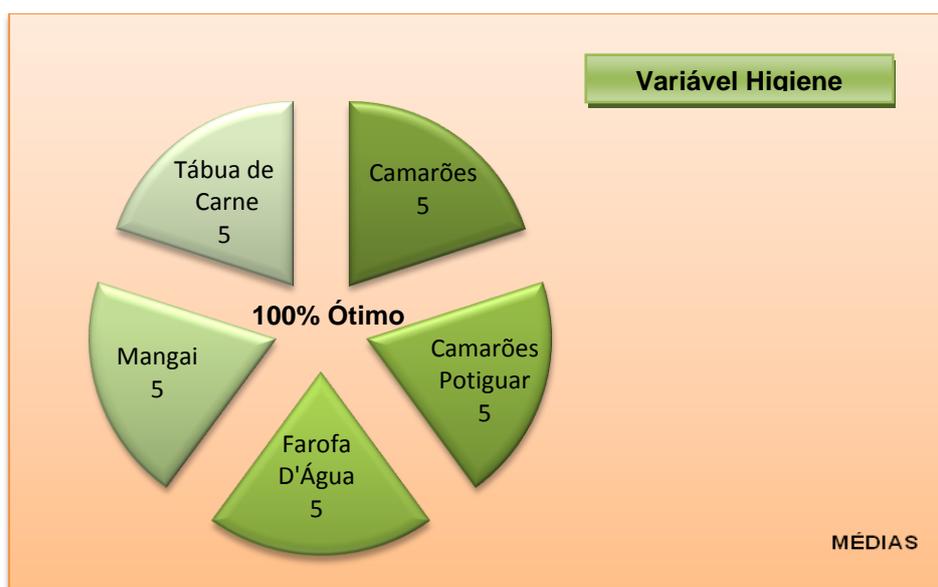
FIGURA 37- Restaurante Farofa D'Água: Limpeza do local - Teias de aranha.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico 06 ilustra a variável higiene mostrando que todos os estabelecimentos pesquisados conseguiram ser avaliados como ótimos nesta variável.

GRÁFICO 06- Média dos estabelecimentos: Variável Higiene.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2.4 Variável acessibilidade

A quarta variável analisada é a acessibilidade, nela são levantadas sete categorias de análise. Esta parte trata-se de investigar a questão da acessibilidade

para pessoas com necessidades especiais, para os idosos, e analisa a questão do acesso em si.

No que diz respeito à acessibilidade para as pessoas com necessidades especiais e para os idosos, foram pesquisados se havia nos estabelecimentos (4.1) rampas de acesso, (4.2) vaga em estacionamento para pessoas com necessidades especiais, (4.3) vagas de estacionamento para idosos, (4.4) piso antiderrapante e (4.5) banheiros adaptados.

Outro ponto sobre a acessibilidade diz respeito aos meios de transporte, como (4.6) serviço de táxi, e (4.7) acesso a transportes públicos no local, no caso o ônibus.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por sete, uma vez que, é o número de categorias pesquisadas pela variável. A tabela 04 mostra a variável acessibilidade e apresenta também as médias dadas aos restaurantes pesquisados.

TABELA 04. Comparativo entre os restaurantes, variável acessibilidade.

4. ACESSIBILIDADE	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
4.1 Rampas de Acesso	5	5	5	5	5
4.2 Vaga em estacionamento para pessoas com necessidades especiais	5	5	3	5	5
4.3 Vagas de estacionamento para idosos	5	5	0	5	5
4.4 Piso antiderrapante	5	5	5	5	5
4.5 Banheiros adaptados	5	5	5	5	5
4.6 Serviço de táxi	5	5	5	5	5
4.7 Acesso a transportes públicos no local	5	5	5	5	5

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nesta variável apenas o Restaurante Farofa D'Água não obteve a nota máxima, pois a categoria (4.2) vaga em estacionamento para pessoas com necessidades especiais, foi considerada regular, pois só possui uma vaga. E na

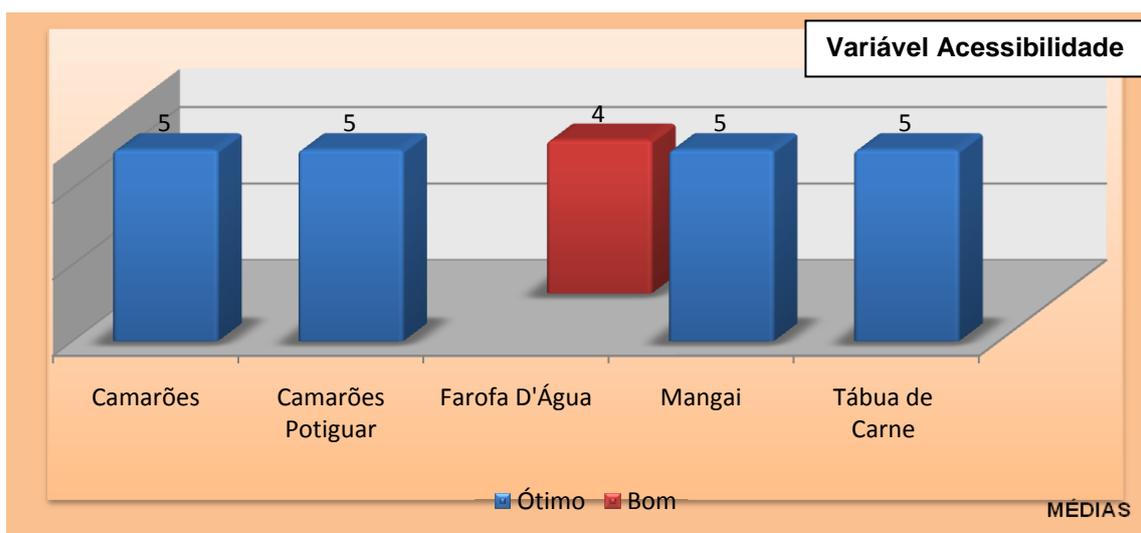
categoria (4.3) vagas de estacionamento para idosos, o estabelecimento não possui vagas.

Esse fato influenciou na média final, já que a soma das categorias de análise foi obtido o resultado 28 que dividido por sete é igual a quatro. As outras categorias de análise dessa variável foram consideradas como ótimas. Contudo, a média final foi quatro, por tanto o restaurante foi considerado como bom.

Os demais estabelecimentos tiveram média cinco na soma das categorias de análise. Fato explicado, pela soma das categorias que foi igual a 35 que dividido por sete e igual a cinco. Sendo assim, os Restaurantes Camarões, Camarões Potiguar, Mangai e Tábua de Carne foram considerados como ótimos.

O gráfico 07 apresenta essa variável, e também expõe as médias de cada restaurante na variável acessibilidade.

GRÁFICO 07- Média dos estabelecimentos: Variável Acessibilidade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2.5 Variável segurança

A quinta variável pesquisada foi à segurança, esta foi dividida em seis categorias de análise a serem investigadas. Nela pesquisou-se sobre alguns requisitos de segurança necessários para o funcionamento dos estabelecimentos.

As categorias de análise pesquisadas (5.1) sinalização de emergência; (5.3) extintor contra incêndio; e (5.5) saídas de emergência, tem como finalidade avaliar se os estabelecimentos oferecem equipamentos de segurança básicos exigidos para o funcionamento dos restaurantes.

As demais categorias têm como intuito verificar as condições de segurança oferecidas aos clientes como (5.2) segurança eletrônica; (5.4) segurança interna; e (5.6) segurança pública no entorno.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por seis, uma vez que, este número representa a quantidade de categorias de análise pesquisadas na variável segurança. As médias dadas aos restaurantes pesquisados estão expostas na tabela abaixo.

TABELA 05. Comparativo entre os restaurantes, variável segurança.

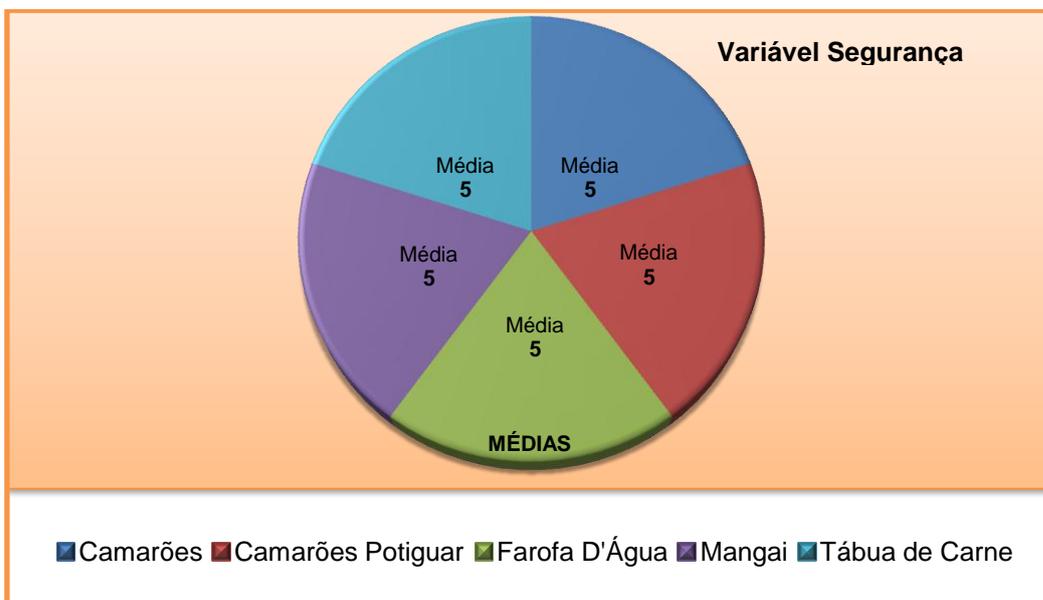
5. SEGURANÇA	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
5.1 Sinalização de Emergência	5	5	5	5	5
5.2 Segurança Eletrônica	5	5	5	5	5
5.3 Extintor contra incêndio	5	5	5	5	5
5.4 Segurança Interna	5	5	5	5	5
5.5 Saídas de Emergência	5	5	5	5	5
5.6 Segurança pública no entorno	4	4	4	4	4

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nesta variável todos os restaurantes pesquisados ficaram com a média máxima, pois nas somas das categorias de análise obteve-se o valor 4,83 que foi arredondado para o número inteiro mais próximo, e resultou nas médias cinco.

Resultado justo, pois em todas as categorias de análises pesquisadas os restaurantes obtiveram nota cinco, e apenas a categoria (5.6) segurança pública no entorno e que eles tiveram nota quatro. Destaca-se que essa categoria de análise não depende só dos donos dos restaurantes, pois depende mais dos órgãos públicos.

O gráfico 08 ilustra as médias dadas aos estabelecimentos pesquisados na variável segurança.

GRÁFICO 08- Média dos estabelecimentos: Variável Segurança.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

4.2.6 Variável produtos e serviços

A sexta variável pesquisou sobre os produtos e serviços oferecidos nos estabelecimentos, onde foi dividida em vinte categorias de análise. Esta variável é importante, pois ela mede a qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos clientes, no ato da compra.

Contudo, avaliar esta variável tem algumas dificuldades, pois algumas de suas categorias de análise são intangíveis, e a avaliação delas podem variar de acordo com os gostos e percepções de cada cliente. Estas categorias são: (6.1) atendimento; (6.2) desenvoltura dos garçons; (6.5) tempo de espera dos pratos; (6.7) apresentações dos pratos; (6.8) sabor dos alimentos; (6.9) quantidade das porções; (6.10) bebidas oferecidas; (6.15) conforto; e (6.17) interação com o público. A finalidade de avaliar estas categorias, é que através delas pode ser medida a qualidade dos serviços oferecidos pelos estabelecimentos.

As outras categorias de análise pesquisadas nesta variável, também compõem a qualidade dos serviços oferecidos, porém de uma maneira tangível. As categorias pesquisadas foram: (6.3) apresentação do cardápio; (6.4) cardápio em língua estrangeira; (6.6) diversidade de pratos; (6.11) música ambiente; (6.12) área

de lazer para crianças; (6.13) área para fumantes; (6.14) música ao vivo; (6.16) opções de pagamento; (6.18) facilidade de pagamento; (6.19) qualidade dos caixas; (6.20) instrumento de medição da qualidade.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por vinte, que é o número de categorias existentes nesta variável. Na tabela 06 tem-se a variável produtos e serviços, onde é exibida as médias de cada restaurante.

TABELA 06. Comparativo entre os restaurantes, variável produtos e serviços.

6. PRODUTOS E SERVIÇOS	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
6.1 Atendimento	5	5	3	5	5
6.2 Desenvolturas dos garçons	5	5	3	5	5
6.3 Apresentações do cardápio	5	5	4	5	4
6.4 Cardápios em língua estrangeira	5	5	4	4	4
6.5 Tempos de espera dos pratos	5	5	5	5	5
6.6 Diversidades de pratos	5	5	5	5	5
6.7 Apresentações dos pratos	5	5	5	5	5
6.8 Sabores dos alimentos	3	5	5	5	4
6.9 Quantidades das porções	5	5	5	5	5
6.10 Bebidas oferecidas	3	5	5	5	5
6.11 Música ambiente	5	5	5	5	5
6.12 Área de lazer para crianças	0	0	2	5	3
6.13 Área para fumantes	5	5	5	5	5
6.14 Música ao vivo	0	0	0	0	0
6.15 Conforto	5	5	4	4	4
6.16 Opções de pagamento	5	5	5	5	5
6.17 Interação com o público	5	5	4	5	5
6.18 Facilidade de pagamento	5	5	5	5	5
6.19 Qualidade dos Caixas	5	5	4	5	5
6.20 Instrumento de medição da qualidade	5	5	3	2	3

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Na análise feita, o Restaurante Camarões obteve a média quatro, fato explicado com a soma das notas das categorias de análise que resultou em 86 e dividido por vinte foi igual a 4,3 que arredondando para o número inteiro mais próximo ficou com quatro, classificando-o como bom nesta variável.

O estabelecimento obteve dezesseis categorias de análise classificadas como ótimas. Entre elas estão às categorias (6.1) atendimento e a (6.2) desenvolvimentos dos garçons, já que o atendimento é um ponto forte deste restaurante, pois os profissionais são bem treinados, atenciosos, tem boa apresentação, são simpáticos e hospitaleiros. Os garçons que atenderam foram testados sobre as opções do cardápio, qual era o melhor prato, as sobremesas, sucos, etc. Eles mostraram ter muito conhecimento do que era servido.

Em se tratando das categorias de análise (6.3) apresentações do cardápio, (6.4) cardápios em língua estrangeira, e (6.6) diversidade de pratos, também foram classificadas como ótimas. Pois os cardápios são bem apresentados de fácil compreensão, e quando disponibilizados a mesa, o garçom trás um em inglês e outro em português. Há uma variedade de pratos, não só de camarões, peixes e frutos do mar, também de opções de carnes, frangos, e diversas sobremesas.

Em relação à comida, a categoria de análise (6.5) tempos de espera dos pratos e (6.7) apresentações dos pratos foram classificadas como ótimas, pois o tempo de espera do alimento foi rápido, a forma de apresentação do prato estava ótima.

As categorias (6.8) sabores dos alimentos e a (6.10) bebidas oferecidas foram analisadas como regular. Pois, para poder analisar essas categorias, foi pedido o prato Camarão Cajueiro que é camarões empanados na castanha de caju, com molho de maracujá, servidos com arroz com brócolis e purê de macaxeira.

O sabor deste prato deixou muito a desejar, talvez o problema tenha sido a escolha do mesmo, mas a intenção era provar um prato com características bem regionais, e o escolhido tinha essas características. O problema do prato era que o camarão não estava saboroso, e a castanha deixava o sabor “enjoado”. Outro ponto de insatisfação foi com os sucos, foram pedidos dois: um de manga e outro de cajá, eles estavam quentes e eram de poupa de fruta.

A figura 38 mostra a imagem do prato Camarão Cajueiro que foi escolhido para ser avaliado na pesquisa.

FIGURA 38- Restaurante Camarões: Prato consumido - Camarão Cajueiro



Fonte: <http://www.feriasbrasil.com.br/rn/natal/camaroes.cfm>.

Seguindo têm-se duas categorias de análise que eram inexistentes tanto no Restaurante Camarões quanto no Camarões Potiguar e foram classificadas como não se aplica, que são (6.12) área de lazer para crianças e (6.14) música ao vivo.

No Restaurante Camarões Potiguar a soma de todas as categorias de análise alcançou o resultado 90 que dividido por vinte, que é o número de categorias desta variável, obteve o resultado 4,5 e arredondando para o número inteiro mais próximo obtém-se a média cinco, considerando-o como ótimo nesta variável. Este estabelecimento teve dezoito categorias classificadas como ótimas, fato justificado, no demonstrativo de algumas categorias de análise.

Uma delas é a categoria (6.15) conforto, pois o estabelecimento é agradável, bonito, aconchegante, ventilado e confortável. E nas categorias (6.1) atendimento e a (6.2) desenvolturas dos garçons, já que o atendimento é o ponto alto do estabelecimento, pois é de excelência, os garçons são hospitaleiros, gentis, educados, atenciosos e se mostraram bem preparados para servir.

As categorias de análise (6.3) apresentações do cardápio e (6.6) diversidade de pratos foram avaliadas como ótimas, uma vez que, os cardápios são bem apresentados de fácil compreensão e há uma grande variedade de pratos.

As categorias (6.5) tempos de espera dos pratos e (6.7) apresentações dos pratos, (6.8) sabores dos alimentos e a (6.10) bebidas oferecidas merecem ser

classificadas como ótimas, pois o tempo de espera do alimento foi rápido, e a comida é outro ponto forte do estabelecimento, pois é gostosa, com boa apresentação, com aroma e sabor dignos de excelência. O preparo é rápido, as porções são boas e bem servidas.

Para se chegar a essa análise foi escolhido o prato Camarão Seridó, que é um prato que é feito com camarões fritos na manteiga da terra, servido sob um arroz de leite com pedaços de queijo e acompanhado de macaxeira frita. Para beber foi escolhida uma jarra de suco de laranja. O prato escolhido é apresentado na figura abaixo.

FIGURA 39- Restaurante Camarões Potiguar: Prato consumido - Camarão Seridó.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>.

Na avaliação feita no Restaurante Farofa D'Água o estabelecimento ficou com média quatro na soma de todas as categorias de análise desta variável. Esse resultado provém do valor obtido da soma das categorias que foi igual a 85 que dividido pelo número correspondente das categorias que é vinte, resultou em 4,25 e, por sua vez, foi arredondado para o número inteiro mais próximo que é o número quatro, o que o fez ser classificado como bom.

O restaurante teve dez categorias avaliadas como ótimas, cinco como boas, três como regulares, uma como ruim e uma como não se aplica. Esta última foi à categoria (6.14) música ao vivo, que é inexistente no local.

Para ter um melhor entendimento deste resultado notou-se uma necessidade de destacar algumas das categorias de análise pesquisadas nesta

variável. Começando pelas categorias (6.1) atendimento e a (6.2) desenvolvimentos dos garçons, que foram classificadas como regular, uma vez que, os serviços dos garçons deixaram a desejar, pois eles não davam muita atenção aos clientes, chegando a ser necessário pedir mais de três vezes para ser atendida. Talvez pudesse dizer que este ocorrido se deu porque o restaurante estava lotado, porém isso não seria uma desculpa aceita, uma vez que, uma grande demanda não justifica mau atendimento.

Outra categoria que não obteve uma boa classificação foi a (6.12) área de lazer para crianças, pois o local de recreação infantil é pequeno, só contendo uma mesinha com quatro cadeirinhas.

Mas analisando os pontos positivos do restaurante tem as categorias (6.5) tempos de espera dos pratos e (6.7) apresentações dos pratos, (6.8) sabores dos alimentos e a (6.10) bebidas oferecidas. Estas foram avaliadas como ótimas, pois a comida era bem apresentada, a espera de prato foi curta, o prato estava saboroso, bem como o suco.

Para avaliar estas categorias foi escolhida a Carne de sol com queijo coalho, que vinha acompanhado de feijão verde, arroz de leite, purê de queijo, macaxeira frita e farofa d'água. Para acompanhar foi pedida uma jarra de suco de mangaba. A imagem do prato escolhido é apresentada na figura 40.

FIGURA 40- Restaurante Farofa D'Água: Prato consumido - Carne de sol com queijo coalho.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O Restaurante Mangai obteve na soma de todas as categorias de análise desta variável o resultado 90 que dividido pelo número correspondente das categorias é igual a 4,5 e arredondado para o número inteiro mais próximo fica com avaliação cinco, o que o classifica como ótimo nesta variável.

Mesmo que na avaliação o estabelecimento tenha obtido nota máxima nesta categoria, vale a pena resaltar que o restaurante não possui uma categoria de análise pesquisada que é (6.14) música ao vivo.

Contudo, fora à citada, dezesseis categorias foram classificadas como ótimas, duas como boas, e uma como ruim que foi a (6.20) instrumento de medição da qualidade.

Das categorias analisadas, algumas serão destacadas como as categorias (6.1) atendimento e a (6.2) desenvolturas dos garçons, que atingiram a nota máxima, já que o atendimento foi de qualidade, pois os garçons são simpáticos, atenciosos, tem uma boa apresentação pessoal, sabem expressar conhecimento sobre os serviços oferecidos, bem como, sobre o cardápio em si. Eles foram testados, desde a informação onde fica o banheiro, qual é a forma do serviço, no caso *serve-service*, foram perguntados sobre valores, formas de pagamento, sobre sugestão de sucos, sobremesas, entre outros.

As categorias (6.16) opções de pagamento, (6.18) facilidade de pagamento, e (6.19) qualidade dos caixas também tiveram uma boa avaliação, pois a forma de pagamento é rápida e fácil, basta se encaminhar aos caixas que ficam próximo a lojinha dos produtos artesanais.

Apesar de todas essas categorias terem sido avaliadas como ótimas, o ponto forte do restaurante está nas categorias (6.3) apresentações do cardápio, (6.6) diversidade de pratos, (6.7) apresentações dos pratos, (6.8) sabores dos alimentos e a (6.10) bebidas oferecidas. Já que há uma grande variedade no cardápio, e no *Buffet* há vários tipos de pratos, tem pratos com carnes, frangos, camarões, frutos do mar, queijos, saladas, frutas, cereais, grãos, entre outros.

A comida servida é bem apresentável, e a forma que é distribuído o *Buffet*, faz com que o cliente queira aproveitar e degustar de todos os pratos que são ofertados. Esta apresentação está tanto nos pratos da refeição, quanto nas sobremesas diversas que são oferecidas.

O sabor dos alimentos é outro caso de excelência, pois a comida é bastante saborosa e bem apresentada tendo aroma, beleza. E ainda tem os cardápios que têm formatos originais e diferenciados, pois as capas são feitas de madeira, este é demonstrado na figura 41.

FIGURA 41- Restaurante Mangai: Cardápio.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Na categoria (6.17) interação com o público o restaurante classificou-se como ótimo, pois no dia pesquisado houve uma celebração de aniversário de uma cliente, as filhas dela avisaram aos garçons sobre o fato, e os mesmos trouxeram um abacaxi com uma vela dentro, e eles cantaram parabéns para a senhora, porém, eles cantavam de forma diferente, e a cada estrofe eles gritavam “Hê” e levantavam os braços, esse fato mostra que há uma interação muito boa dos funcionários com os clientes.

Para fechar a análise desta variável, será comentado sobre o Restaurante Tábua de Carne que na soma de suas categorias de análise obteve o resultado 87 que dividido pelo número de categorias da variável é igual a 4,35 e arredondando para o número inteiro mais próximo ficou com a média quatro, o que o fez ser classificado como bom.

Destinchando a análise observa-se que categorias analisadas como ótimas são treze, como boas foram quatro, como regulares uma e uma como não se aplica, que igual aos demais restaurantes, esta última foi a categoria (6.14) música ao vivo.

Falando sobre as categorias, as de (6.1) atendimento e a (6.2) desenvolvimentos dos garçons foram classificadas como ótimas, já que o atendimento foi de excelência, uma vez que, os garçons foram cordiais, gentis e atenciosos.

Outras também classificadas como ótimas foram às categorias (6.3) apresentações do cardápio, (6.6) diversidade de pratos, (6.7) apresentações dos pratos, (6.8) sabores dos alimentos e a (6.10) bebidas oferecidas.

Esta classificação é explicada pelo fato de que para ser analisadas foi escolhido o rodízio, que é uma das opções de serviço do restaurante. Justificando esta escolha, no *Buffet* do rodízio o cliente se serve quantas vezes quiser, e as carnes são servidas direto. E tanto no *Buffet* quanto no rodízio, há comidas regionais, como: arroz de leite, purê de macaxeira, escondidinho, macaxeira, batata doce, etc.

A comida é saborosa e bem apresentada, e os cardápios tem opções de pratos *À La Carte*, onde se tem uma variedade pratos com carnes, frangos, etc. Na opção do *Buffet* também pode se servir das sobremesas à vontade, onde se tem doces de compota, rapadura, cocada, etc. As figuras abaixo trazem fotos do serviço de *Buffet* da opção rodízio.

FIGURAS 42 E 43: Restaurante Tábua de Carne:

Buffet.



Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br>.

Doces do *Buffet*.



Fonte: <https://www.facebook.com/tabuadecarne>.

4.2.7 Variável divulgação da cultura regional

A sétima variável pesquisada foi à divulgação da cultura regional, nela foi avaliada três categorias de análise. Onde analisam se há, além da culinária, outra forma de divulgação da cultura regional. Estas são: (7.1) objetos de decoração que demonstrem a cultura regional; (7.2) quadros e/ou gravuras que retratem a cultura regional; e (7.3) produtos artesanais para venda.

A soma das categorias de análise desta variável será dividida por três que é o número é equivalente à quantidade de categorias que tem a variável. A tabela abaixo mostra a última variável pesquisada que é a variável divulgação da cultura regional. Nesta tabela também exibe as notas atribuídas a cada restaurante, em cada categoria de análise.

TABELA 07. Comparativo entre os restaurantes, variável divulgação da cultura regional.

7. DIVULGAÇÃO DA CULTURA REGIONAL	Camarões	Camarões Potiguar	Farofa D'Água	Mangai	Tábua de Carne
7.1 Objetos de decoração regional	3	5	0	5	5
7.2 Quadros e (ou) gravuras regionais	4	5	0	5	4
7.3 Produtos artesanais para venda	0	0	0	5	0

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Nesta categoria apenas o Restaurante Mangai foi avaliado como ótimo, pois na soma das suas categorias de análise o resultado obtido foi 15 que dividido pelo número das categorias de análise obteve média cinco.

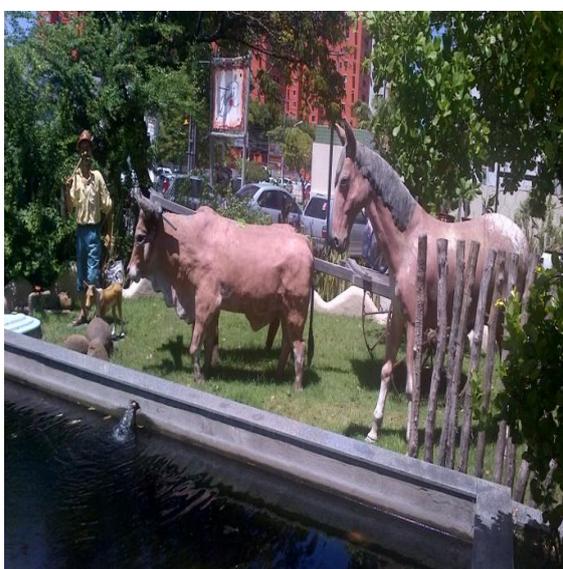
O que justifica esta média é o fato de que o restaurante é todo caracterizado com decoração que lembram o sertão nordestino. Para melhor compreensão do dito será discorrido sobre as categorias (7.1) objetos de decoração que demonstrem a cultura regional; (7.2) quadros e/ou gravuras que retratem a cultura regional; e (7.3) produtos artesanais para venda.

Como já citado, o ambiente tem características do sertão nordestino, pois é caracterizado desde a entrada com as suas estátuas de homem do campo com o carro de boi, passado pela área interna que tem figuras representativas nas janelas, como estátuas de galinhas, peru, entre outras aves, que dão o ar de fazendas do interior.

A figura 44 mostra a parte externa do restaurante, detalhe para as estatuas do homem do campo. Já a figura 45 mostra a parte interna do restaurante, detalhe para o casal de nordestino que ficam localizados na porta de entrada.

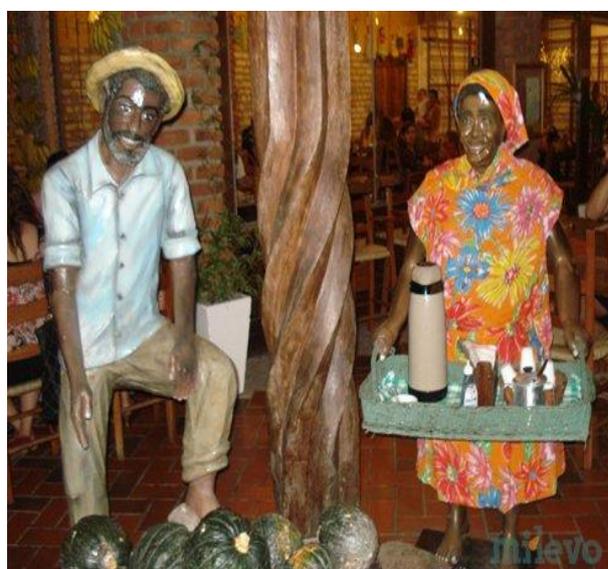
FIGURAS 44 E 45: Restaurante Mangai:

Decoração da parte externa.



Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Decoração do interior do restaurante.



Fonte: <http://www.milevo.com.br/restaurante/mangai>.

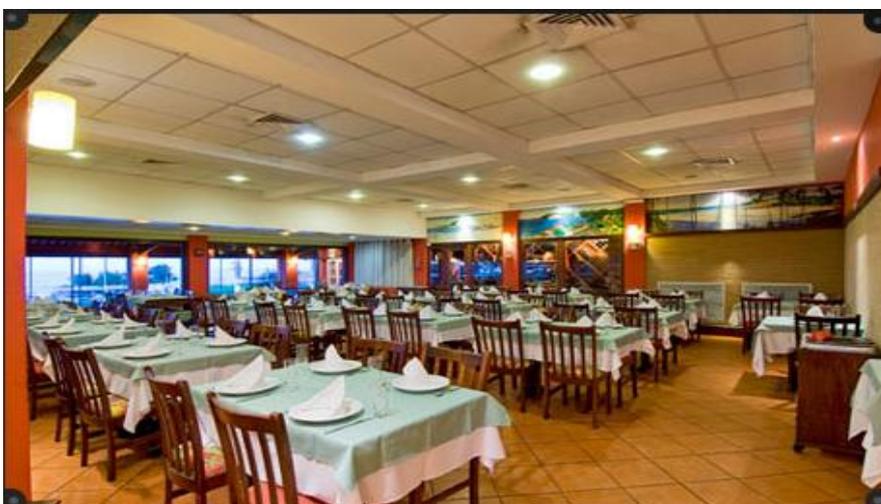
No banheiro a característica nordestina na decoração é bastante perceptível, pois as pias e as lixeiras são feitas com “jarros de barro”; na parede tem uma decoração de ferro antigo. No interior do estabelecimento há uma loja de produtos artesanais, onde são disponibilizados compotas de doces artesanais, artesanatos, e produtos nordestinos. Até os uniformes dos funcionários são caracterizadas, tendo o estilo “Cangaceiro”, com direito a chapéu de couro.

Ao contrario do Restaurante Mangai, o Restaurante Camarões não tem sua decoração caracterizada como nordestina, a sua decoração é mais sofisticada havendo apenas algumas “obras de artistas locais como Andréa Ebert, Flávio

Freitas, Ricardo Junqueira, Taciano Arruda e Dimauri”. (Site do restaurante – Dados da pesquisa, 2013).

Isto justifica a nota atribuída a ele na variável divulgação da cultura regional, já que o mesmo ficou com o resultado 7 na soma de suas categorias e que dividido por três ficou 2,33 que foi arredondado para o número inteiro mais próximo o que ficou com média dois, classificando-o como ruim nesta variável. A figura 46 mostra a decoração no interior do restaurante.

FIGURA 46: Restaurante Camarões: Decoração do interior do restaurante. Detalhe para os quadros.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/camaroes-restaurante>.

O Restaurante Camarões Potiguar obteve resultado 10 na soma das categorias de análise desta variável, que dividido pelo número de categorias pesquisadas ficou com resultado 3,33 e, que arredondado pelo número inteiro mais próximo obteve média três, classificando-o como regular.

Este fato se dá porque, apesar do restaurante ter tirado nota máxima nas categorias (7.1) objetos de decoração que demonstrem a cultura regional e (7.2) quadros e/ou gravuras que retratem a cultura regional, a categoria (7.3) produtos artesanais para venda foi classificada como não se aplica, pois a mesma inexistente no estabelecimento.

O restaurante mistura o sofisticado com o regional, fato mostrado com a imagem abaixo que mostra características regionais como o lustre as paredes e outras mais modernas e sofisticadas. A imagem da figura 47 mostra o interior do

restaurante destacando o dito. E a figura 48 mostra a parte externa do restaurante e destaca os jarros e panelas de barro na parede.

FIGURAS 47 E 48: Restaurante Camarões Potiguar:

Decoração do interior do restaurante.

Decoração da parte externa.



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/camaroes-potiguar>.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O Restaurante Farofa D'Água também preferiu aderir ao estilo mais moderno e sofisticado, e não há nada na decoração dele que tenha alguma característica regional. Esse fato justifica o porquê que o restaurante ficou com média zero nesta variável, pois as três categorias pesquisadas foram classificadas como não se aplica. A figura 49 mostra a parte interna do restaurante, e fica perceptível a falta de características da cultura regional.

FIGURA 49: Restaurante Farofa D'Água: Decoração do interior do restaurante.



Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante/timeline>.

O Restaurante Tábua de Carne na avaliação feita das variáveis obteve média três, que foi o resultado da soma das suas categorias de análise que resultou em 9 e foi dividido pelo número de categorias obtendo assim o resultado.

Mesmo que o estabelecimento tenha sido classificado com regular, vale destacar que o mesmo tem decorações que representam a região nordeste, como, por exemplo: a estátua do homem com o burrinho, mostrada na figura 28; as palhas no teto, já que o mesmo é todo revestido com elas; os lustres que são cobertos com um tecido como uma rede; a cerca que é uma espécie de muro; entre outros. As figuras 50 e 51 mostram a decoração tanto da parte interna quanto da externa do restaurante.

FIGURA 50: Restaurante Tábua de Carne: Decoração interior do restaurante.



Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/restaurante-natal-pn.php>.

FIGURA 51: Restaurante Tábua de Carne: Decoração da parte externa.



Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/restaurante-natal-pn.php>

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que a atividade turística possa ser realizada de maneira satisfatória, é necessário que haja uma infraestrutura básica como: saneamento, segurança, hospitais, transporte, etc.; algum ou alguns atrativos: cultural, natural, ou ambos; e uma infraestrutura de apoio, como hotéis, pousadas, restaurantes, locadoras de automóveis, agências de viagens, etc.

Diante disso, e em se tratando da presente pesquisa, têm-se os equipamentos de restauração que são infraestrutura de apoio, e também tem a gastronomia local que é um atrativo cultural. E é justamente sobre a gastronomia nordestina que trata esta pesquisa, pois foi necessário mostrar a sua história, a importância que ela tem para a atividade turística, se ela é um fator motivacional para a escolha da localidade, e se ela pode ser considerada como um produto turístico.

Todos os levantamentos feitos acima servem para responder a pergunta da pesquisa que é “*Qual a importância da gastronomia como produto turístico na cidade de Natal/RN?*”. A obtenção desta resposta ocorreu no desdobrar dos resultados, que ao alcançar as finalidades de cada questão da entrevista, e nas médias dadas a cada equipamento de restauração.

As questões responderam a pergunta da pesquisa, pois através das respostas dadas, ficou evidente que do ponto de vista dos gestores dos restaurantes pesquisados, que a gastronomia é importante para que a atividade turística possa ocorrer, mas ela ainda não é vista na cidade de Natal/RN como um produto turístico e sim como um produto de apoio para que a atividade turística ocorra.

E sobre os objetivos da pesquisa que é analisar se os meios de restauração da cidade de Natal/RN são representantes da culinária nordestina sertaneja e litorânea, visando um maior entendimento da importância que a gastronomia tem para a atividade turística.

Ficou constatado que sim, que todos os restaurantes pesquisados são representantes da gastronomia nordestina, sendo o Restaurante Camarões e o Camarões Potiguar representantes da culinária nordestina litorânea. E sendo os Restaurantes Mangai e Tábua de Carne como representante da culinária nordestina

sertaneja. O Restaurante Farofa D' Água ficou classificado como um representante da culinária nordestina tanto litorânea como sertaneja, uma vez que o seu cardápio tem uma variação muito grande dos dois tipos de culinárias.

E em se tratando da qualidade dos serviços oferecidos pelos estabelecimentos, após a análise dos *check list* fica classificado como ótimo os Restaurantes Camarões Potiguar e o Mangai, visto que na soma das médias obtidas nas sete variáveis eles tiveram o resultado 33 que divididos pelo número de variáveis (sete) é igual a 4,71 que, por sua vez, foi arredondado para o número inteiro mais próximo resultou em média final cinco.

Os demais pesquisados sobre a qualidade dos serviços oferecidos pelos estabelecimentos, foram classificados como bons. Visto que o Restaurante Camarões na soma das médias de suas variáveis obteve resultado 31 (trinta e um) que dividido pelo número de variáveis da pesquisa (sete) resultou em 4,43 e por, sua vez, foi arredondado para o número inteiro mais próximo obteve média final quatro.

O Restaurante Farofa D' Água na soma das médias das sete variáveis teve o resultado 25 (vinte e cinco) que dividido pelas sete variáveis da pesquisa resultou em 3, 57 que arredondado para o número inteiro mais próximo obteve média final quatro.

O Restaurante Tábua de Carne na soma das médias das suas variáveis obteve resultado 30 (trinta) que dividido pelas sete variáveis, resultou em 4, 29 e arredondando para o número inteiro mais próximo, o estabelecimento obteve média final quatro.

Contudo, após todos os objetivos e questionamentos resolvidos pode-se concluir que apesar da gastronomia ainda não está sendo considerada como motivadora de viagem para o local Natal/RN, ela é sim um produto turístico que se divulgado e utilizado da maneira certa consequentemente em um período curto de tempo, essa realidade mudará.

Uma vez que, essa mistura da gastronomia, aonde se tem a culinária sertaneja ao lado da litorânea, é que faz essa cidade ser rica gastronomicamente, e mesmo tendo a “ginga com tapioca”, que foi vista como o único diferencial da gastronomia norte-rio-grandense, o povo potiguar tem muito mais a oferecer.

REFERÊNCIAS

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias**: um roteiro passo a passo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ANDRADE, Maristela Oliveira de. **Cultura e tradição nordestina**: ensaios de história cultural e intelectual. João Pessoa: Manufatura, 2000.

ANSARAH, M. G. R. (Org.). **Turismo**: como aprender, como ensinar 2. 3. ed. São Paulo: Senac, 2004.

BARRETO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 1997.

BARRETO, Margarida. **Turismo, cultura e sociedade**. Caxias do Sul, RS: Educus, 2006.

BARROS, Claudius D'Artagnan C. de. **Excelência em serviços**: uma questão de sobrevivência no mercado. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

BELTRÃO, Otto Di. **Turismo a indústria do século 21**. Osasco: Novo Século, 2001.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. **Gestão da qualidade**: conceitos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2010.

CASCUDO, Luis da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1898.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: Educus, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. São Paulo: Saraiva, 2010.

CATUREGLI, Maria Genny. **Gastronomia de A a Z**: principais alimentos, bebidas, utensílios e modos de preparo da cozinha mundial descritos e traduzidos para o português. São Paulo: Aleph, 2011.

CHANG, Yu Sang. **Qualidade na prática**: manual da liderança para gerências orientadas para resultados. Rio de Janeiro, Campus, 1994.

CLUTTERBUCK, David. **Serviço inspirado no cliente**: estratégias para a qualidade dos serviços. São Paulo: IMAM, 1994.

CROSBY, Philip B. **Qualidade é investimento**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1994

DAVIDOW, William H. **serviço total ao cliente**: a arma decisiva. Rio de Janeiro: Campos, 1991.

DENCKER, Ada F. M. **Pesquisa em turismo**: planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 2007.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina R. **Fundamentos do turismo**: conceitos, normas e definições. Campinas: Alínea, 2002.

DIAS, Reinaldo; CASAR, Maurício. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2008.

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

FRANÇA, Rosana D. **Destinos competitivos**: metodologia para regionalização e roteirização turística. Salvador: SEBRAE, 2005.

FURTADO, Fábio Luiz. **A Gastronomia como Produto Turístico**. Revista Turismo: Dezembro. 2004. Disponível em:
<<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html>>. Acesso em: 23 Set. 2012.

FURTADO, Edna Maria. **A onda do turismo na cidade do sol**. Natal: EDUFRN, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

IGNARRA, Luis R. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

JURAM, J. M. **a qualidade desde o projeto**: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. São Paulo: Pioneira, 1997.

KOTLER, P.: ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1993.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1989.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Qualidade total em serviços**: conceitos, exercícios, casos práticos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEAL, Maria L. M. Soares. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: SENAC, 2004.

LOHMANN, Guilherme; NETTO, Alexandre Panosso. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MAIA, L. F. S; OLIVEIRA, M. V. F. **Trabalhos acadêmicos**: princípios, normas e técnicas. Natal: CEFET/ RN, 2006.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

NETO, Ernani C.; URIAS, Leandro. **Personalidade Gastronômica e Destinos Turísticos**: avaliação dos canais de comunicação na projeção dos atrativos gastronômicos no nordeste brasileiro. Revista Turismo em Análise: Vol. 22, n. 2, agosto 2011. Disponível em: <<http://www.turismoemanalise.org.br/index.php/turismoemanalise/article/view/153>>. Acesso em: 23 Set. 2012.

OMT. SANCHO, A. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OMT. **Manual de qualidade, higiene e inocuidade dos alimentos no setor de turismo**: guia de consulta para funcionários, planejadores, empresários e operadores de turismo. São Paulo: Roca, 2003.

PACHECO, Aristides de Oliveira. **Manual do maître d'hotel**. São Paulo: SENAC, 1999.

PÁDUA, E. M. M. **Metodologia da pesquisa**: abordagem teórico- prática. 6. ed. Campinas: Papyrus, 2000.

PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perceptivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

PERREIRA, José Matias. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

POWERS, Tom. **Administração no setor de hospitalidade**: turismo, hotelaria e restaurante. São Paulo: Atlas, 2004.

Restaurante Camarões. Disponível em: <<http://www.camaroes.com.br/index.php>>. Acesso em: 30 abr. 2013.

Restaurante Camarões Potiguar. Disponível em: <<http://www.camaroes.com.br/camaroes-potiguar>>. Acesso em: 30 abr. 2013.

Restaurante Farofa D'Água. Disponível em: <<https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante>>. Acesso em: 30 Abr. 2013.

Restaurante Farofa D'Água. Disponível em:
<http://tribunadonorte.com.br/news.php?not_id=232102>. Acesso em: 15 Mai. 2013.
Restaurante Farofa D'Água. Disponível em:
<<http://www.revistadeguste.com/noticia/1367>>. Acesso em: 15 Mai. 2013.

Restaurante Mangai. Disponível em:
<<http://www.mangai.com.br/site/o-mangai/historia/>>. Acesso em: 30 Abr. 2013.

Restaurante Tábua de Carne. Disponível em:
<<http://www.tabuadecarne.com.br/por/index>>. Acesso em: 30 Abr. 2013.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo**: analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS, Carlos Honorato. **Organizações e turismo**. Caxias do Sul, RS: Educus, 2004.

SAVARIN, Brillat. **A filosofia do gosto**. São Paulo: Companhia de Letras, 1995.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SEGALA, Luiziane Viana. **Gastronomia e Turismo Cultural**. Revista turismo. Santa Maria RS: Outubro de 2003. Disponível em
<<http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>>. Acesso em: 11 Out. 2012.

SENAC. DN. **Multissabores**: a formação da gastronomia brasileira. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

SOARES, Fabrício. **Serviço 5 estrelas**: uma introdução à qualidade dos serviços. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1994.

SPANG, Rebecca L. **A invenção do restaurante**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SWARBROOKE, John. **O comportamento do consumidor em turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TEIXEIRA, Elder Lins. **Gestão da qualidade em destinos turísticos.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens na sociedade contemporâneas.** São Paulo: Nobel, 1996.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissor:** um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2002.

VEAL, A. J. **Metodologia da pesquisa em lazer e turismo.** São Paulo: Aleph, 2011.

APÊNDICE A - CARTA DE APRESENTAÇÃO**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO**

Eu, Bianca Rafaella de Oliveira estudante do curso de Turismo da UFRN, estou fazendo uma pesquisa sobre os equipamentos de restauração representantes da culinária nordestina, sob orientação da Professora Dra. Lissa Valéria Fernandes Ferreira.

Essa pesquisa tem como objetivo analisar se os meios de restauração da cidade de Natal/RN são representantes da culinária nordestina sertaneja e litorânea, visando um maior entendimento da importância que a gastronomia tem para a atividade turística.

Com esse intuito, solicito ao senhor (a) que participe dessa pesquisa que será realizada através de um roteiro de entrevista. Ressalto que todas as informações, só serão usadas para uso acadêmico, e após a conclusão do estudo, darei ao senhor (a) um *feedback*.

Agradeço desde já a sua colaboração.

Natal, 10 de abril de 2013

Bianca Rafaella de Oliveira
Estudante de turismo da UFRN
Email: biarafaoli@yahoo.com.br

Lissa Valéria Fernandes Ferreira
Professora Dra. do curso de Turismo
da UFRN

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Qual a tipologia de cliente que veem com mais frequência a esse estabelecimento: os turistas ou a população local? Cite em porcentagem.
2. Você acredita que a nossa cultura pode ser representada pela nossa gastronomia? Explique.
3. Você considera que este estabelecimento é representante da gastronomia norte-rio-grandense? Explique.
4. Quais as formas de divulgação da cultura norte-rio-grandense que vocês utilizam?
5. Quais são os principais pratos servidos neste estabelecimento, que são representantes da culinária nordestina?
6. Houve necessidade de modificar, ou até adaptar alguma receita para a melhor aceitação dos clientes? Se sim, essa adaptação ou modificação descaracterizou a receita original?
7. Os pratos são servidos com alguma caracterização regional? (Exemplo: tipo de vasilha; panela; travessa; etc. e/ou decoração).
8. Além da culinária, de que forma de vocês representam a cultura regional?
9. O que o senhor considera que mais atrai seus clientes a esse estabelecimento?
10. Os clientes procuram por algum tipo de prato específico? Se sim, qual?
11. Em sua opinião os turistas viajam motivados pela gastronomia local? Explique.

APÊNDICE C – CHECK LIST



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

***Check List* dos restaurantes representantes da gastronomia nordestina**

1. INFRAESTRUTURA BÁSICA	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Não se aplica
1.1 Estado de conservação do estabelecimento						
1.2 Estado dos banheiros						
1.3 Ar condicionado						
1.4 Estacionamentos para carros e ônibus de turismo						
1.5 Estado de conservação dos móveis						
1.6 Iluminação						
1.7 Circuito de TV						
1.8 Circuito de som						
1.9 Amplitude do ambiente						
2. RECURSOS TECNOLÓGICOS						
2.1 Comanda eletrônica, ou outro equipamento eletrônico usado para anotar o pedido						
2.2 Computadores usados pelos funcionários						
2.3 Acesso a internet <i>Wi Fi</i>						
3. HIGIENE						
3.1 Limpeza do local						

3.2 Pintura das paredes						
3.3 Higienização dos banheiros						
3.4 Uniformes dos funcionários						
3.5 Mesas limpas						
3.6 Talheres limpos						
3.7 Pratos limpos						
3.8 Copos Limpos						
4. ACESSIBILIDADE						
4.1 Rampas de Acesso						
4.2 Vaga em estacionamento para pessoas com mobilidade reduzida						
4.3 Vagas de estacionamento para idosos						
4.4 Piso antiderrapante						
4.5 Banheiros adaptados						
5. SEGURANÇA						
5.1 Sinalização de Emergência						
5.2 Segurança Eletrônica						
5.3 Extintor contra incêndio						
5.4 Segurança Interna						
5.5 Saídas de Emergência						
5.6 Segurança pública no entorno						
6. PRODUTOS E SERVIÇOS						
6.1 Atendimento						
6.2 Desenvolturas dos garçons						
6.3 Apresentações do cardápio						
6.4 Cardápios em língua estrangeira						
6.5 Tempos de espera dos pratos						
6.6 Diversidades de pratos						

6.7 Apresentações dos pratos						
6.8 Sabores dos alimentos						
6.9 Quantidades das porções						
6.10 Bebidas oferecidas						
6.11 Música ambiente						
6.12 Área de lazer para crianças						
6.13 Área para fumantes						
6.14 Música ao vivo						
6.15 Conforto						
6.16 Opções de pagamento						
6.17 Interação com o público						
6.18 Facilidade de pagamento						
6.19 Qualidade dos Caixas						
6.20 Instrumento de medição da qualidade						
7. DIVULGAÇÃO DA CULTURA REGIONAL						
7.1 Objetos de decoração regional						
7.2 Quadros e (ou) gravuras regionais						
7.3 Produtos artesanais para venda						

ANEXO A - REDE DE RESTAURANTES CAMARÕES

História

Em 1989, no - à época - "distante" bairro de Ponta Negra, nascia em Natal/RN um restaurante pequeno, despretensioso, com apenas 15 mesas e 12 funcionários. A escolha pelo nome "Camarões" dizia tudo: a ideia era montar uma casa especializada no crustáceo, com pratos fartos e cuidadosamente preparados.

Os primeiros anos foram difíceis, mas, aos poucos, a notícia da boa comida e bom atendimento se espalhava, atraindo e fidelizando novos clientes. Recebendo com igual cordialidade turistas que saíam da praia e executivos em reuniões de trabalho, o Camarões foi se tornando querido por quem o visitava e as mudanças em sua estrutura física foram dando mostra do aumento da demanda do público.

No ano de 1993, surgiu a oportunidade de abrir uma segunda casa, desta vez dentro de um shopping que abria suas portas para o público natalense. A unidade do Natal Shopping possibilitou uma visibilidade maior à marca que já se consolidava na capital potiguar. O Camarões Express nasceu com uma proposta diferenciada (sistema self-service), priorizando praticidade, sem, no entanto, esquecer-se da qualidade.

Com o passar dos anos e sem conseguir comportar a clientela que não parava de aumentar, o projeto de uma nova unidade foi pensado. Também em Ponta Negra, a poucos metros do "velho" restaurante, inaugurava-se em janeiro de 2005 o Camarões Potiguar.

A nova unidade trouxe um viés mais regional, com elementos gastronômicos típicos do Sertão nordestino, que aos poucos foram recebendo toques caprichados da cozinha internacional. Com um ambiente grande e bem decorado, o Camarões Potiguar recebeu imediatamente elogios da crítica especializada e o voto de confiança do povo potiguar.

Já consolidado, lembrado pelos potiguares e constantemente brindado com prêmios, o Camarões foi convidado a inaugurar sua quarta casa, novamente em um shopping, mas com uma proposta inovadora: compor o Espaço Gourmet do

Shopping Midway Mall - um espaço charmoso, formado por quatro dos melhores restaurantes da cidade, além de um moderno teatro que movimentava a cidade.

O Camarões Potiguar do Shopping Midway Mall veio em 2010 para consolidar e afirmar em Natal a marca Camarões como sinônimo de excelência em gastronomia e qualidade nos serviços, pensando sempre na satisfação do seu cliente interno e externo.

Cardápio

O cardápio das três unidades do Camarões (o Camarões Express não se aplica, por ter sistema sel-service) está em constante renovação, oferecendo novas sugestões a cada semana, que, a depender da aprovação da clientela, passam a fazer parte permanentemente de suas páginas.

Seria até injusto eleger os pratos mais destacados de cada casa, pois algumas receitas maravilhosas ficariam de fora. No entanto, ainda são os tradicionais e fartíssimos Camarão à Grega e Camarão Internacional, presentes desde a abertura em 1989, que seguem sendo os mais pedidos.

De caras mais regionais, o Camarão No Jerimum (ou na abóbora, para quem é de fora) ou o Camarão Seridó, servido sobre arroz de leite, são ótimas pedidas para o turista que quer conhecer um pouco mais do tempero nordestino. Neste grupo também entra o Peixe Tropical, embebido em um delicioso molho cremoso de manga e maracujá, e a Carne de Sol Sertaneja, que juntos são um oásis aos pobres alérgicos a crustáceos.

Como entrada, o público natalense já sabe que uma refeição no Camarões invariavelmente começa com Pastel de Camarão ou Casquinho de Caranguejo, muito embora o novo Caprese de Camarão venha encantando os aventureiros. Novidade que está em desenvolvimento são as sobremesas feitas nas próprias unidades – se encontrar alguma nas sugestões será pecado não pedir.

É bom lembrar que diversos pratos estão presentes em todas as unidades, mas o Camarões resolveu deixar uma margem de charme para cada casa. Assim, pode ser que o visitante sinta falta de um prato no Camarões Potiguar que comeu no dia anterior no Camarões Restaurante (ou vice-versa). Admitimos, foi intencional.

Só no Camarões Restaurante, por exemplo, é que são oferecidos pratos com lagostas. E é lá, também, que pratos desenvolvidos pelos próprios funcionários, no "Festival Interno de Gastronomia" da Casa, passam a fazer parte do cardápio. No Potiguar, uma das particularidades são os pães feitos na recém-construída padaria, que deixam mais crocantes as torradas de entrada.

Com exceção do Camarões Potiguar do Midway Mall, que oferece pratos mais individualizados (ainda que bastante fartos), as refeições das duas unidades de Ponta Negra servem, em média, duas pessoas. As refeições das duas unidades de Ponta Negra servem, em média, duas pessoas. Os preços dos pratos de camarão variam entre R\$ 72 e R\$ 84; os de peixe entre R\$ 63 e R\$ 88; e os de carne entre R\$ 61 e R\$ 74. Para informações mais detalhadas, favor entrar em contato com nossos restaurantes.

Cardápio rede de Restaurantes Camarões



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/cardapio>

Site da rede de Restaurantes Camarões



Fonte: <http://www.camaroes.com.br/index.php>

ANEXO B - RESTAURANTE CAMARÕES

História

Inaugurado em 1989, tendo como moldura a belíssima Praia de Ponta Negra, o Camarões Restaurante é o primeiro da nobre linhagem da marca potiguar especializada em conquistar paladares de todo o mundo. Erguendo como princípios básicos a excelência nos serviços, a qualidade dos seus produtos e a satisfação dos seus clientes internos e externos, o "Velho" (como é comumente apelidado) acompanhou o crescimento de Natal, sempre honrando os seus valores iniciais.

Com muito trabalho, ao longo desses 22 anos o Camarões Restaurante tornou-se referência na culinária potiguar e conquistou uma clientela fiel, responsável pela maior publicidade do restaurante: a propaganda boca a boca e a indicação espontânea. Seu reconhecimento vem por parte da crítica especializada de todo o Brasil, sendo diversas vezes apontado como a melhor opção para aqueles que apreciam as delícias do mar.

Internamente, o Camarões Restaurante investe bastante na área de recursos humanos – o grande trunfo da marca. Cursos como higiene e manipulação de alimentos, vinhos, idiomas, projetos de conscientização e responsabilidade social, além de planejamento estratégico e formação de gestores são comuns à rotina da equipe do Camarões e considerados indispensáveis.

Ambiente

O espaço do Camarões Restaurante, que continha apenas 15 mesas quando inaugurado, passou por diversas ampliações e hoje possui capacidade para aproximadamente 200 pessoas, reunidas em um ambiente aconchegante, sofisticado e com instalações modernas. O projeto de ambientação, atualmente sob os cuidados da arquiteta Lorena Galvão, inclui elementos regionais e obras de artistas locais como Andréa Ebert, Flávio Freitas, Ricardo Junqueira, Taciano Arruda e Dimauri, sem falar na privilegiada vista para o mar.

Sua estrutura é composta por estacionamento gratuito e privado, adega com capacidade para 1200 rótulos, área externa para fumantes, dois salões climatizados e ambiente de espera com serviço de aperitivos. A novidade fica por conta da inauguração recente de uma salinha anexa, restrita, com capacidade para 30 pessoas, equipada com infraestrutura multimídia e perfeita para reuniões e eventos seguidos por uma deliciosa refeição.

Horário de Funcionamento

Almoço:

11h30 às 15h30 (segunda a sábado)

11h30 às 16h00 (domingo)

Jantar:

18h30 às 00h (segunda a quinta-feira)

18h30 à 1h00 (sexta e sábado)

18h30 às 23h00 (domingo)

Informações

- A Rede Wi-Fi é uma exclusividade desta unidade;
- Apenas nesta unidade é possível fazer o seu pedido por telefone e vir buscá-lo (ou terceirizar o serviço de entrega) para degustá-lo no conforto de sua residência;
- Trabalhamos com reservas apenas em horários especiais;
- Trabalhamos com os cartões de crédito/débito Visa, Mastercard, Hipercard e American Express;
- Dispomos de estacionamento próprio e gratuito com capacidade para 28 veículos;
- Dispomos de salão de espera com serviço de aperitivos;
- Contamos com instalações adequadas para portadores de necessidades especiais;
- Nossos preços podem ser consultados diretamente por telefone;
- Não possuímos serviço de traslado. Alerta para hotéis, pousadas e clientes em geral sobre a utilização indevida do nome/marca do Camarões, por parte de terceiros.

Contato

Telefone: 55 (84) 3209-2424

E-mail: camaroes@camaroes.com.br

Site do Restaurante Camarões.

CAMARÕES
- DESDE 1989 -

HOME HISTORIA RESTAURANTES CARDÁPIO LOCALIZAÇÃO CONTATO

CAMARÕES RESTAURANTE

Inaugurado em 1989, tendo como moldura a bellissima Praia de Ponta Negra, o Camarões Restaurante é o primeiro da nova linhaagem da marca potiguar especializada em conquistar paladares de todo o mundo. Erguendo como princípios básicos a excelência nos serviços, a qualidade dos seus produtos e a satisfação dos seus clientes internos e externos, o "Vello" (como é comumente apelidado) acompanhou o crescimento de Natal, sempre honrando os seus valores iniciais.

Com muito trabalho, ao longo desses 22 anos o Camarões Restaurante tornou-se referência na culinária potiguar e conquistou uma clientela fiel, responsável pela maior publicidade do restaurante: a propaganda boca a boca e a indicação espontânea. Seu reconhecimento vem por parte de críticos especializados de todo o Brasil, sendo diversas vezes apontado como a melhor opção para aqueles que apreciam as delicias do mar.

Internamente, o Camarões Restaurante investe bastante na área de recursos humanos – o grande trunfo da marca. Cursos como higiene e manipulação de alimentos, vinhos, idiomas, projetos de conscientização e responsabilidade social, além de planejamento estratégico e formação de gestores são comuns à rotina da equipe do Camarões e considerados indispensáveis.

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Almoço:

AMBIENTE

Fonte: <http://www.camaroes.com.br/camaroes-restaurant>

ANEXO C - RESTAURANTE CAMARÕES POTIGUAR

História

Inaugurado em 2005, o Camarões Potiguar surgiu inicialmente com o intuito de receber a clientela excedente que o Camarões Restaurante já não mais comportava. A apenas 500 metros da primeira casa, o Camarões Potiguar foi pensado a partir de um foco mais turístico, com elementos típicos e culinária regional para receber o turista que vem a Natal. Acontece que, rapidamente, o cliente natalense, sempre fiel à Casa, abraçou este novo projeto e tornou-se igualmente frequentador, exigindo o mesmo estilo de serviço que encontrava no Camarões Restaurante.

Em apenas um ano, foram feitas inúmeras mudanças no intuito de adequar o projeto inicial às exigências da clientela: receitas internacionais foram incluídas, mesas em madeira sem toalhas e panelas de barros deram lugar ao tradicional mise-en-place, dentre outras mudanças.

O Camarões Potiguar conseguiu, assim, manter a qualidade dos produtos e serviços em um novo ambiente igualmente agradável, aconchegante, com decoração e arquitetura marcantes, unindo a rusticidade dos elementos regionais a traços de requinte e muito conforto.

Elogiado e reconhecido pela crítica especializada, sendo constantemente apontado como o melhor restaurante da cidade, o Camarões Potiguar representa uma excelente opção para uma deliciosa refeição em um ambiente aconchegante e sofisticado, com vista para a Praia de Ponta Negra e o Morro do Careca, cartão postal de Natal.

Horário de Funcionamento

Almoço:

11h30 às 15h30 (segunda a quinta)

11h30 às 16h (sexta, sábado, domingo e feriado)

Jantar:

18h30 às 00h00 (segunda a sábado)

18h30 às 23h00 (domingo e feriado)

Informações

- Trabalhamos com reservas apenas em horários especiais;
- Trabalhamos com os cartões de crédito/débito Visa, Mastercard, Hipercard e American Express;
- Dispomos de estacionamento próprio e gratuito com capacidade para 120 veículos;
- Dispomos de salão de espera com serviço de aperitivos;
- Contamos com instalações adequadas para portadores de necessidades especiais;
- Nossos preços podem ser consultados diretamente por telefone;
- Não possuímos serviço de traslado. Alerta para hotéis, pousadas e clientes em geral sobre a utilização indevida do nome/marca do Camarões, por parte de terceiros.

Contato:

Telefone: 55 (84) 3209-2425

E-mail: potiguar@camaroes.com.br

Site do Restaurante Camarões Potiguar.

CAMARÕES
- DESDE 1989 -

HOME HISTÓRIA RESTAURANTES CARDÁPIO LOCALIZAÇÃO CONTATO

CAMARÕES POTIGUAR

Inaugurado em 2005, o Camarões Potiguar surgiu inicialmente com o intuito de receber a clientela excedente que o Camarões Restaurante já não mais comportava. A apenas 500 metros da primeira casa, o Camarões Potiguar foi pensado a partir de um foco mais turístico, com elementos típicos e culinária regional para receber o turista que vem a Natal. Acontece que, rapidamente, o cliente natalense, sempre fiel à Casa, abraçou este novo projeto e tornou-se igualmente frequentador, exigindo o mesmo estilo de serviço que encontrava no Camarões Restaurante.

Em apenas um ano, foram feitas inúmeras mudanças no intuito de adequar o projeto inicial às exigências da clientela: receitas internacionais foram incluídas, mesas em madeira sem toalhas e painéis de barros deram lugar ao tradicional mise-en-place, dentre outras mudanças.

O Camarões Potiguar conseguiu, assim, manter a qualidade dos produtos e serviços em um novo ambiente igualmente agradável, aconchegante, com decoração e arquitetura marcantes, unindo a rusticidade dos elementos regionais a traços de requinte e muito conforto.

Elogiado e reconhecido pela crítica especializada, sendo constantemente apontado como o melhor restaurante da cidade, o Camarões Potiguar representa uma excelente opção para uma deliciosa refeição em um ambiente aconchegante e sofisticado, com vista para a Praia de Ponta Negra e o Morro do Careca, cartão postal de Natal.

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Almoço:

Clique na imagem para visualizá-la maior.

Fonte: <http://www.camaroes.com.br/camaroes-potiguar>

ANEXO D – RESTAURANTE FAROFA D'ÁGUA

Entrevista ao Jornal Tribuna do Norte

A preocupação com o bem-estar do cliente é como uma missão para Moisés Medeiros da Silva, fundador e proprietário do Farofa D'água, que abriu as portas em 1994, sempre no bairro de Ponta Negra. O cardápio ganhou tempero internacional, os ambientes estão mais aconchegantes e a iluminação discreta, sendo uma casa ideal para acomodar grupos numerosos sem aparentar que está lotada.

Após reforma que durou um mês, o Farofa reabre com ambiente interno climatizado e uma pequena brinquedoteca. Enquanto a comida é solicitada ao garçom, a criançada pode brincar à vontade, dando uma folga aos pais. De turistas ou potiguares, a casa tem características ideais para receber famílias. Com projeto de ambientação do arquiteto Nelson Araújo, e “pitadas” de paisagismo do próprio Moisés, ressurge aos clientes o novo restaurante Farofa D'água. Bem mais agradável, com direito a uma imensa varanda acolhedora.

“Antes o cardápio era apenas regional, mas sentimos a necessidade de dosar com a culinária internacional. Acrescentamos pratos grelhados de camarão, peixe, carne de sol, picanha, combinados ou não”, explica. O prato principal vai à mesa num réchaud e é servido com arroz de brócolis, frutas tropicais e macaxeira frita. No menu, informa que serve duas pessoas, mas dependendo da fome do grupo, serve até quatro, e por preços que variam entre R\$ 88 a 93.

Para iniciar o serviço, que tal uma entrada bem apetitosa? Casquinho de caranguejo (R\$ 7,50), escondidinho de macaxeira com carne de sol ou camarão (R\$ 12 e 13), camarão à milanesa ou alho e óleo (R\$ 34), ou mesmo uma saladinha, como a Ponta Negra (R\$ 25), que leva queijo de coalho defumado, uvas passas, mel de engenho e presunto. E para acompanhar, sucos de frutas naturais, refrigerante, cerveja gelada ou um drinque tradicional de bar, como Alexander, Margarita, Bloody Mary (a partir de R\$ 6,50), além das caipirinhas e caipiroscas.

O camarão, tão desejado por brasileiros e estrangeiros, recebe tratamento de estrela. Os pratos custam a partir de R\$ 62 e são muito bem elaborados, como o refogado na manteiga da terra, flambado no conhaque e servido

com molho de cajá. “Temos também o que é servido no abacaxi, gratinado com molho branco”, sugere Moisés.

Os pescados compõem um capítulo à parte. Tem o filé ao molho de camarão e o do chef, com molho de tomate, ameixa preta, gratinado de mussarela, servido com arroz à grega e purê de batata, com valores que variam entre R\$ 67 e 79. Quanto às refeições regionais (entre R\$ 68 e 72), que originam o nome da casa, há desde a tradicional carne de sol com arroz, feijão verde, farofa d’água, pirão de queijo e macaxeira, à galinha caipira e rabada com pirão.

Para quem não dispensa o vinho, branco ou tinto, a casa dispõe de uma carta razoável, de marcas brasileiras, chilenas, portuguesas e argentinas, a preços sugestivos (a partir de R\$ 25). Pelo jeito, é preciso ir várias vezes ao restaurante para experimentar todas as suas possibilidades. E de quebra, pedir uma sobremesa como o creme de papaya com cassis (R\$ 9,50), finalizando com um licor ou cafezinho.

Serviço

Farofa D’Água - Av. Praia de Ponta Negra, 8952. Ponta Negra. Natal/RN. Funciona todos os dias, das 11h0 às 23h30. Aceita cartões, à exceção do American Express. Tel.: (84) 3219-0857.

Fonte: http://tribunadonorte.com.br/news.php?not_id=232102.

Cardápio

EMBARQUE NESTE SABOR

restaurant **Farofa D'Água**
FRUTOS DO MAR - GRELHADOS - REGIONAL

* Aberto de segunda a segunda, das 11h às 23h30. ** ACEITAMOS CARTÕES DE CRÉDITO E DÉBITO

Wi-Fi - AMBIENTE INTERNO CLIMATIZADO - ESPAÇO KIDS

TRANSLADO GRÁTIS-FREE TRANSPORT HOTEL/RESTAURANTE/HOTEL

* Serviço de traslado para: Praia de Ponta Negra, Av. Costeira e Ponta Negra
(84) 9963 1893
3219 0857
3219 0851

GRELHADOS

- Churrasco Misto
- Peixe c/ Picanha
- Peixe c/ Camarão
- Camarão c/ Picanha
- Picanha Argentina na Brasa E mais, muito mais.

FRUTOS DO MAR

- Peixe à Belle Meunière
- Peixe ao Garmi (gratinado)
- Peixe do Chef
- Salmão ao Molho de Nozes
- Camarão Internacional
- Camarão à Grega
- Camarão ao Molho de Cajá
- Camarão do Chef
- Bacalhou
- Confira outras delicias.

REGIONAL

- Carne de Sol na Nata
- Carne de Sol na Brasa
- Costela de Porco na Brasa
- Picanha de Cordeira na Brasa
- Paçoca c/ Feijão Verde
- Galinha Caipira
- Filé de Carne e de Frango

Tá pensando que é só isso? Claro que não. Venha acompanhar nosso espetáculo gastronômico.

Av. Praia de Ponta Negra, 8952. - Ponta Negra

Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante>

Facebook do Restaurante Farofa D'Água.



The image shows a screenshot of the Facebook profile for the restaurant Farofa D'Água. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar with the text "Pesquise pessoas, locais e coisas", and the user's name "Bia Rafaella" with a "Localizar amigos" button. The main header features a large photograph of the restaurant's exterior at night, with a prominent sign that reads "Farofa d'água RESTAURANTE". Below the photo is the restaurant's profile picture, which is a stylized logo with the text "rante ofa D'água" and "D'ÁGUA - GRELHADOS -".

The restaurant's name, **Farofa D'Água**, is displayed in a large font, followed by the text "1.423 curtiram · 183 falando sobre isso · 5.877 estiveram aqui". To the right of the name are buttons for "Curtir", "Mensagem", and a settings icon.

Below the name, there is a section with the following information:

- Restaurante · Adicionar uma categoria
- Av. Praia de Ponta Negra 8952, Natal, BR.
- 8432190857 e 8432190851
- Hoje, 11:30 - 23:30

At the bottom of this section are links for "Sobre" and "Sugerir uma edição". To the right of this information are three smaller tiles: "Fotos" (with a photo of a dish), "Opções 'Curtir'" (showing a thumbs-up icon and the number "1.423"), and "Mapa" (with a map showing the location in Natal, Brazil).

Fonte: <https://www.facebook.com/farofa.dagua.restaurante>

ANEXO E – RESTAURANTE MANGAI

História

Em 1989, na cidade de João Pessoa, Leneide Maia Tavares, Dona Parea como é conhecida, trazia rapadura de sua terra natal, Catolé do Rocha, cidade interiorana da Paraíba, e as vendia em feiras livres em João Pessoa.

Mangai é uma expressão popular, usada em algumas cidades do interior nordestino, para designar uma feira, um lugar onde você encontra de tudo um pouco. Dessa conversa surgiu o nome da bodega de Dona Parea, o Mangai, que logo, contou com o apoio do marido e filhos.

Restaurante Mangai na Paraíba, em 1990.



Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/o-mangai/historia/>.

No início, o Mangai era instalado em uma pequena área, tendo uma estrutura arquitetônica que se caracterizava como uma casa de fazenda, dando um ar bucólico e prazeroso. O Mangai começou vendendo, apenas, produtos do sertão como rapadura, queijo de coalho, queijo de manteiga, carne de sol, frutas e verduras. Com o tempo, passou a produzir o queijo de manteiga na própria casa, em dois horários do dia, ensejando a presença de muitos clientes que queriam desfrutar do sabor do queijo natural, fresco equentinho. A necessidade dos próprios clientes foi fazendo com que o Mangai moldasse sua estratégia.

Algumas vezes, os clientes, ao desfrutarem de um queijo de manteiga saindo da fornalha, diziam que queria um pãozinho e um cafezinho. Foi a partir de então que se passou a oferecer a ceia nordestina, no final da tarde, pois se servia,

além do queijo feito na hora, a tapioca, a pamonha, a canjica, entre outros poucos itens.

Forçado pelo desejo dos clientes, o Mangai passou a servir, também, *a la carte*, o café da manhã e almoço regionais, obtendo um grande sucesso. O volume de clientes foi crescendo, nascendo assim, o Mangai Restaurante.

Em 1996 o Mangai abriu uma filial em Camboinha, praia tradicional e bastante movimentada na cidade de Cabedelo, na Paraíba. No entanto, esta unidade funcionava somente no verão, então procurou-se uma nova oportunidade para o crescimento do restaurante, onde pudesse abrir durante o ano todo.

Foi aí que surgiu a oportunidade de abertura em uma outra cidade. Em 1998 o Mangai deu um outro passo importante para sua consolidação, abrindo uma nova unidade em Natal, no Rio Grande do Norte, com uma estrutura mais completa e maior. Com o passar dos anos, o Mangai se profissionalizou, cada vez mais, criando, assim, um sucesso de gestão, atendimento ao cliente e qualidade dos produtos e serviços.

Vários prêmios foram ganhos, participações em novelas, jornais, programas, e um numeroso número de clientes que visitam o Mangai diariamente, fizeram o Mangai referência em qualidade da gastronomia nordestina, criando com isso uma marca forte e consolidada.

Neste período, o Mangai sentindo a dificuldade de encontrar produtos de qualidade e que se identificassem com o seu padrão de qualidade desenvolveu algumas empresas paralelas: Mtsis – empresa de informática, Pé de Fruta – empresa produtora de frutas e verduras, Fabricca Mangai – panificadora e confeitaria, que dão o suporte necessário e seguro para suas atividades, clientes, colaboradores e fornecedores.

Após o desenvolvimento dessas empresas e uma estrutura mais consolidada, em 2008, o Mangai alcança um novo marco para sua história e crescimento – a abertura de uma nova unidade em Brasília, no Distrito Federal. Numa área privilegiada e uma grande estrutura, o Mangai de Brasília passa a ser considerado um dos maiores e mais bem estruturados restaurantes do Brasil, tendo, já em 2009, sido escolhido pela revista Veja Brasília como o melhor restaurante brasileiro.

QUALIDADE

Estrutura física

Toda a estrutura física e de produção do Mangai foram rigorosamente arquitetadas para oferecer condições de higiene adequadas e um altíssimo grau de segurança dos alimentos, obedecendo às leis federais vigentes.

A estrutura, modernidade e tecnologia são reveladas pela ampla e envidraçada cozinha. Aberta aos olhos do cliente, que podem acompanhar a fabricação das receitas, manuseio dos ingredientes e a elaboração dos pratos. Há padaria e confeitaria em cada unidade, e açougue.

Um dos maiores investimentos do Mangai é com equipamentos que garantam uma maior segurança e qualidade nos produtos oferecidos aos clientes. Eles são os mais modernos do mercado.

Da Alemanha são trazidos os fornos combinados. As máquinas de lavar, que lavam, enxáguam e esterilizam a louças, são americanas. Os equipamentos de panificação e câmaras frigoríficas são brasileiros.

Matérias primas

Inspeção de qualidade com nutricionista; pães feitos em cada unidade diariamente; confeitaria própria; e caminhão exclusivo para transporte de mercadorias.

O Mangai só trabalha com os melhores ingredientes do mercado, onde boa parte desses produtos são produzidos por empresas administradas pelo Grupo Maia e Tavares – Mangai Restaurantes.

Para garantir a qualidade, o Mangai desenvolve um sensato trabalho de busca de produtos: do nordeste vêm farinha de mandioca para as tapiocas, as frutas (cajá, mangaba, graviola...), o camarão e queijos. As carnes bovinas chegam do Sul e Centro Oeste do país.

Nossos legumes e verduras são recebidos três vezes por semana, e ao chegarem são higienizados em um processo cauteloso.

Os fornecedores do Mangai passam por uma certificação inicial, onde são submetidos às auditorias que verificam as condições e padrões exigidos, como condições sanitárias e processos adotados.

Cada ingrediente, antes de entrar nos restaurantes, passa por uma rigorosa inspeção, com nutricionistas preparadas para recusarem qualquer produto caso seja detectado qualquer problema. Tudo é avaliado, relacionado aos aspectos visual, sensitivo e temperatura.

Cada unidade de restaurante possui Padaria e Confeitaria próprias onde são produzidos diariamente uma variedade de mais de 60 produtos.

Segurança garantida

A segurança dos processos e alimentos é encarada com extrema seriedade por toda a equipe. Os produtos antes de chegarem à mesa do cliente passam por criteriosos e rigorosos processos de fiscalização de qualidade. Há uma área de Pré-preparo, um açougue, e condicionamento de produtos em câmaras frigoríficas, onde a câmara é dividida por tipo de produto.

Os processos padronizados por equipes de nutricionistas permitem assegurar a maneira correta de tratar com os alimentos. Ao chegarem aos restaurantes os produtos são armazenados em salas e câmaras frigoríficas de acordo com as características e critérios individuais, evitando assim, contaminação cruzada dos alimentos.

As frutas, verduras e legumes são higienizadas em um processo que inicia na lavagem em água corrente, após são imersas em solução de um produto específico profissional durante 15 a 20 minutos, e novamente são enxaguados e armazenados em câmaras frigoríficas específicas para este tipo de produto.

Tecnologia

Seguindo as tendências e modernidade, o Mangai tem investido cada vez mais em tecnologias que garantam uma melhor qualidade no atendimento e processos.

Para facilitar a gestão dos restaurantes, o Grupo Mangai criou a empresa Mtsis, uma organização dedicada à criação e desenvolvimento de soluções inovadoras para automação comercial gastronômica. O Mangai aderiu a dois softwares: Goumert - Software de atendimento ao cliente – O garçom portando um dispositivo móvel, através da tecnologia wireless, faz o pedido ao lado do cliente, que simultaneamente é enviado para impressoras na cozinha, eliminando, assim, o deslocamento do garçom até a área de produção, adquirindo com isso benefícios como: agilidade na entrega do pedido, controle de vendas, agilidade e qualidade no atendimento e maior produtividade e venda.

A outra ferramenta é o Administrativo e Financeiro -Programa que gerencia todos os fluxos de processos e informações da empresa, atendendo às áreas importantes:- gestão de estoque, vendas, compras de mercadorias, controle de produção, gestão financeira e gestão de pessoal.

A tecnologia implantada no Mangai vai além da MTSIS. Os equipamentos utilizados favorecem o bom aproveitamento e agilidade na produção. O atendimento é com os Pockets. E os fornos combinados são trazidos da Alemanha.

Responsabilidade social.

Colaboradores

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/o-mangai/responsabilidade-socioambiental/>

UNIDADE NATAL



Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/o-mangai/unidades/natal/>.

Localizado no Bairro de Lagoa Nova, próximo a shoppings e centro comerciais, o Mangai Natal traz um ambiente acolhedor e cardápio variado. Obs: Não é permitida a entrada no restaurante com alimentos de terceiros. Encomendas de bolos e tortas entrar em contato com o Mangai.

Informações:

Horários: Segunda a Domingo: das 11h às 22h.

Contatos(84) 3206-3344

vendasrn@mangai.com.br

Endereço: Av. Amintas Barros, nº 3300 Lagoa Nova

Formas de pagamento: Dinheiro; Cartões de Crédito e Débito: Visa, Master, American Express, Rede Shop

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/o-mangai/unidades/natal/>.

Cardápio

Pratos Principais

PRATOS PRINCIPAIS

CARDÁPIO

PRATOS PRINCIPAIS

Um extenso buffet com pratos quentes faz com que o cliente escolha entre as mais de 70 receitas, que tem sugestões como carne de sol com nata, baião de dois, carne de sol com queijo, suvaco de cobra, gororoba de charque, lasanha de macaxeira e macaxeira frita.

Carne de sol

Carne de sol assada no forno com frás de macaxeira assada.

Feijoada

Prato tipicamente brasileiro não poderia faltar no nosso cardápio.

Carne de sol com nata

Prato de destaque no Mangai, a carne de sol com nata não deixa a desejar. Deliciosas frás de carne de sol desfiadas com molho de nata, creme fresco.

Baião de Dois

Prato típico do sertão nordestino, o baião de dois leva arroz, feijão verde, queijo coado, verduras e carne de charque.

PRATOS PRINCIPAIS

CARDÁPIO

PRATOS PRINCIPAIS

Um extenso buffet com pratos quentes faz com que o cliente escolha entre as mais de 70 receitas, que tem sugestões como carne de sol com nata, baião de dois, carne de sol com queijo, suvaco de cobra, gororoba de charque, lasanha de macaxeira e macaxeira frita.

Suvaco de cobra

Com nome exótico, o suvaco de cobra, que não tem nada de cobra, é feito com carne de sol moída com milho e cebola.

Gororoba de Charque

O nome gera dúvidas. Mas quem come uma vez não deixa de comer mais. Macaxeira, carne de charque e queijo coado.

Gororoba de Camarão

Para quem gosta de camarão, o Mangai tem opções e uma delas é a Gororoba de camarão(macaxeira, camarão e queijo) e o camarão na mortadela.

Pernil de Bode

Opções de carne é o que não falta no Mangai. São mais de 30 preparações. Uma das destaques é o delicioso pernil de Bode.

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/cardapio/pratos-principais/page/2/>.

Pratos Leves.

PRATOS PRINCIPAIS

LEVES

CARDÁPIO

LEVES

A preparação das saladas começa em uma área exclusiva de pré-preparo, onde são higienizadas individualmente com um rígido controle de inspeção de qualidade.

Acompanhando a tendência pelos cuidados com a saúde com produtos menos calóricos, diariamente são preparadas 25 opções de receitas tradicionais ou mais elaboradas, como o salmão ao forno com molho de maracujá ou castanha, salada brasileira e verduras ao forno.

Verduras e Legumes Variados

Mesa de salada vasta, com várias opções.

Salmão

Fresco e delicioso salmão. Com opções de acompanhamento de maracujá, castanhas ou alcaparra.

Filé de Pescada

Leve pescada de peixe assada no forno com azeite.

Bebidas.

PRATOS PRINCIPAIS

LEVES

BEBIDAS

CARDÁPIO

BEBIDAS

É difícil tomar uma decisão rápida diante da vitrine da bebida mais famosa do Mangai: o suco natural. Seja no frio ou no calor, os liquidificadores estão sempre ligados.

Produzidos pelo próprio Grupo do Mangai (empresa Pé de Fruta), sem usar uma gotinha de conservantes e totalmente naturais o sabores são para todos os gostos.

Além dos sucos você encontra caldo de cana, água de coco, refrigerantes, café com leite e maltado.

Sucos

É uma bebida natural e nutritiva. Os sucos do Mangai são feitos com frutas naturais, sem conservantes. Mangaba, Orelista, Acerola, Caju, Jabuticaba, Tamarindo, Pimenta, Morango, entre outros.

Água de coco

Servida no próprio coco, no copo ou em jarra a água de coco é ideal para quem quer tomar algo fresco e natural.

Caldo de cana

Líquido extraído da cana-de-açúcar no processo de moagem o caldo de cana é uma bebida com sabor muito agradável.

Maltado gelado ou quente

Leite com chocolate em pó.

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/cardapio/leves/>

Sobremesas.

LEVES

BEBIDAS

SOBREMESAS

CEIA E LANCHES

DICAS E RECEITAS

SOBREMESAS

Preparadas com muito afeto e montadas com todo capricho, as delícias das sobremesas do Mangai recheiam ainda mais a sua refeição.

A forma singular do preparo é o segredo de receitas saborosas e irresistíveis.

Com confeitaria própria em cada unidade, diariamente são preparadas mais de 30 receitas, onde os ingredientes são seletivamente escolhidos para que o sabor final seja marcante.



Coco Zoinho e Coco Zoão

Servido em uma quenga de coco com banana caramelizada ou cocada com duas deliciosas bolas de sorvete.



Cartola

Sobremesa tradicional e uma das mais pedidas no Mangai. São três os tipos: cartola do-aba, cartola de ouro e cartola amareloada.



Cocada

A cocada do Mangai é um dos destaques das sobremesas. Servida ainda "frita" ela derrete na boca.



Saborosos e caprichadas tortas

Limão, morango com chocolate, cheese cake, prestígio, brigadeirão, entre outros.

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Seu email

Seu nome

Data de Nascimento Enviar

Ceias e Lanches.

PRATOS PRINCIPAIS

LEVES

BEBIDAS

SOBREMESAS

CEIA E LANCHES

DICAS E RECEITAS

CARDÁPIO

CEIA E LANCHES

Para tarde e noite o Mangai prepara um cardápio que lista mais de 25 opções. Entre os destaques, a tapioca de carne de sol com nata, o pão de macaxeira assado, queijo de coalho, cuscuz e o queijo de manteiga derrecho. Como acompanhamento, sugere-se deliciosos sucos de fruta, café com leite ou o maltado.



Cuscuz da Santa

Incorporado à cultura brasileira e feito com a farinha de milho, o cuscuz é um prato bastante saboroso. O cuscuz da santa, mini cuscuz com carne de sol com nata, é um destaque. Há, também, o cuscuz com carne de sol com tomate, com queijo de coalho ou queijo manteiga e o cuscuz com leite de coco.



Bolos

Produzidos com uma manteiga especial, os bolos do Mangai tem um gostinho diferenciado. Bolo de macaxeira, bolo de milho, bolo pé de moleque e bolo da moça.



Queijo coalho e pão francês

Delicioso queijo de coalho assado na chapa, com pão francês, produzido no próprio Mangai e assado na brasa. Para acompanhar sugerimos o café com leite.



Tapioca

No ceia e lanche não pode faltar a tradicional receita nordestina: Tapioca. São servidas mais de 12 tipos, a exemplo das tapiocas de carne de sol com nata, da encopada no leite de coco, com queijo e coco e com leite condensado.

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Seu email

Seu nome

Data de Nascimento Enviar

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/cardapio/sobremesas/>.

SITE:



Copyright © 2013. Grupo Maia e Tavares. Todos os direitos reservados. Produzido por icorp

Fonte: <http://www.mangai.com.br/site/>

ANEXO F – RESTAURANTE TÁBUA DE CARNE

A origem do restaurante

O Tábua de Carne Restaurante deu início às suas atividades no dia 03.11.1990, na cidade de João Pessoa, PB. Tudo começou devido ao fechamento do Paraiban (Banco do Estado da Paraíba) e diante do desemprego das três sócias, surgiu a idéia de abrir um restaurante, que se chamaria Tábua de Carne. Essa alternativa surgiu devido à tradição de Picuí-PB (cidade natal dos sócios) em comida regional, mais especificamente na famosa carne de sol.

No início das atividades os três casais trabalhavam na unidade de João Pessoa e com o apoio dos amigos, se tornou um grande sucesso. Em 1991 um dos casais abriu seu próprio restaurante na cidade de Campina Grande, e em julho de 1992, os outros dois casais se uniram e abriram a primeira filial do Tábua de Carne em Natal (RN) ao lado do Shopping Cidade Jardim.

Com o grande sucesso obtido na cidade de Natal foi aberta uma filial na mesma cidade, localizada na praia de Areia Preta em 1995. Por motivo de localização e espaço, o ponto de Cidade Jardim não estava mais atendendo à crescente demanda. Desta forma, foi encontrada uma casa bem maior mais à frente, na Av. Eng. Roberto Freire e em 1997 foi inaugurado o novo Tábua de Carne Ponta Negra, local em que está até hoje. Mais tarde, em 2002, a filial de Areia Preta foi fechada e reaberta em um novo ponto na Via Costeira, com uma grande e moderna estrutura, com vista privilegiada para o mar da Praia dos Artistas, local em que se encontra até então.

Em 2005, o Tábua de Carne inovou mais uma vez e lançou seu sistema de rodízio na unidade de Ponta Negra, sem deixar de atender à La Carte. O rodízio era um pedido antigo dos nossos clientes e até hoje se mantém como a melhor opção de rodízio farto, variado e com gostinho da culinária típica nordestina.

O diferencial do restaurante está na cozinha regional que encanta turistas e nordestinos que frequentam suas mesas, por ser farta e saborosa, e principalmente por ter um preço muito acessível. A carne de sol e a picanha são favoritas entre as carnes assim como o pirão de queijo é o acompanhamento mais

elogiado e impossível de se encontrar igual. Sem falar das sobremesas típicas como os doces caseiros de frutas regionais e o queijo de coalho assado na brasa, servido com o tradicional mel de engenho. Outros destaques do cardápio ficam por conta do filé mignon de sol, uma inovação exclusiva do Tábua de Carne, além do cordeiro, das costelas de porco e de cordeiro e do surubim e do meca, feitos na brasa.

Assim, há 20 anos, o Tábua de Carne vem trabalhando com empenho para levar aos seus clientes o melhor da cozinha regional, servindo com excelência, oferecendo boa localização e instalações confortáveis e garantindo um preço acessível, além da qualidade, fartura e sabor dos seus pratos. O objetivo é continuar crescendo, inovando e se superando para manter a posição de destaque no mercado, já conquistada, de um dos representantes da culinária nordestina mais bem conceituados do país e do mundo.

UNIDADE DE PONTA NEGRA

O Tábua de Carne Restaurante deu início às suas atividades no dia 03.11.1990, na cidade de João Pessoa, PB. Tudo começou devido ao fechamento do Paraiban, ou Banco do Estado da Paraíba, e diante do desemprego das três sócias, surgiu a idéia de abrir um restaurante, que se chamaria Tábua de Carne. Essa alternativa surgiu devido à tradição de Picuí-PB (cidade natal dos sócios) em comida regional, mais especificamente na famosa carne de sol. No início das atividades os três casais trabalhavam e com o apoio dos amigos foi um grande sucesso.

Em 1991 um dos casais abriu seu próprio restaurante na cidade de Campina Grande, e em julho de 1992, se uniram e abriram a primeira filial do Tábua de Carne em Natal (RN).

Com o grande sucesso obtido na cidade de Natal (RN) foi aberta uma filial na praia de Areia Preta em 1995. Em 1997 por motivo de localização e espaço, sentiu-se a necessidade de um novo local para o então restaurante da Roberto Freire, buscando oferecer mais conforto aos clientes. Assim, o Tábua de Carne mudou-se para um local mais a frente da mesma avenida onde está localizado até hoje, se consolidando no mercado natalense como um dos restaurantes mais conhecidos e freqüentados da cidade.

Cardápio

- Pratos Principais
 - Carne de Sol à moda da casa
 - Carne de Sol Potiguar
 - Carne de Sol tradicional
 - Carne de Sol Simples
 - Executivo com Frango
 - Executivo com Carne de Sol
 - Executivo com Surubim
 - Executivo com Picanha
 - Executivo com Carneiro
 - Executivo com Filet de Sol
 - Picanha à Moda da Casa
 - Picanha Potiguar
 - Picanha Tradicional
 - Picanha Simples
 - Tábua à Moda da Casa
- Tábua Potiguar
- Tábua Tradicional
- Tábua Simples
- Cordeiro Simples
- Cordeiro na Brasa
- Frango à Moda da Casa
- Frango Potiguar
- Frango Tradicional
- Frango Simples
- Espeto de Surubim à Moda
- Espeto de Surubim Simples
- Filet Mignon de Sol à Moda da Casa
- Filet Mignon de Sol Potiguar
- Filet Mignon de Sol Tradicional
- Filet Mignon de Sol Simples

Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/cardapio-pratosprincipais>

Rodízio

O rodízio do Tábua de Carne Ponta Negra é uma experiência gastronômica rica e deliciosa, que você não pode deixar de conhecer.

O nosso rodízio conta com mais de 20 cortes de carne - bovina, suína, de cordeiro, de aves, além de peixes, que podem ser servidos diretamente no espeto, feitos na grelha, ou na chapa.

Com um atendimento especial, diversos garçons passam entre as mesas, servindo todos os tipos disponíveis de carne, de maneira que atenda exatamente à sua vontade. O rodízio inclui ainda visitas ilimitadas a um variado buffet com mais de 30 opções, incluindo saladas, acompanhamentos diversos como o famoso pirão de queijo, paçoca, farofa, macaxeira frita e cozida, escondidinho, batata frita, 3 tipos de arroz entre outros ícones da culinária nordestina. Além das sobremesas regionais,

como cocadas, doces e bolos que já estão inclusos no seu rodízio, um grande diferencial do Tábua de Carne.

A melhor maneira de apreciar o rodízio é experimentar um pouco de tudo, além de ser um bom motivo para uma reunião com os amigos, fechar um negócio, ou aproveitar com a família. É só girar sua bolacha para o lado verde e dar início a um momento de muito sabor e prazer.

Informações

Onde: Tábua de Carne Ponta Negra

Quando: De Segunda à Domingo, das 11h30 às 15h30 e das 18h30 às 22h30

Quanto: R\$ 34,90 adulto e R\$ 17,45 criança (de 7 a 10 anos).

*Mulheres no rodízio: R\$ 26,90(valida de segunda à sexta, exceto nos feriados).

Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/rodizio>.

Site do Restaurante Tábua de Carne.

The image shows the homepage of the Tábua de Carne restaurant website. The layout includes a top navigation bar with social media icons for Facebook and Twitter. A central banner promotes a Christmas special with the headline "A nossa carne de sol é eleita a melhor da cidade pela VEJA Natal". To the right, a menu lists various site sections. A featured dish, "Salmão com Toque Sertanejo", is displayed in a white plate. Below the main banner, there are three content blocks: "NOVIDADES" featuring a group photo and the text "MONTE SEU GRUPO E DESFRUTE DAS NOSSAS DELÍCIAS", "CARDÁPIO" featuring a roasted pork dish and the text "Carne de Sol à Moda da Casa", and "FOTOS" featuring a couple's anniversary photo and the text "Aniversário de Vieira".

Fonte: <http://www.tabuadecarne.com.br/por/index>