

SUSTENTABILIDADE COMO CRITÉRIO PARA SELEÇÃO DE RESTAURANTES¹

Carin Fernanda Fabrim
Universidade de Caxias do Sul - UCS
cfabrim@gmail.com.br

Suzana Maria De Conto
Universidade de Caxias do Sul - UCS
smcmande@ucs.br

RESUMO

No sentido de analisar as informações de clientes sobre critérios de sustentabilidade como fator de seleção de restaurantes, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório. Para tal, como técnica de coleta de dados, utilizou-se o questionário estruturado com perguntas fechadas e abertas relacionadas à gastronomia sustentável como critério para seleção de restaurantes pelos clientes que estavam hospedados em dois meios de hospedagens localizados em dois municípios da Serra Gaúcha – Rio Grande do Sul: Caxias do Sul e Garibaldi. Os resultados permitem concluir que as práticas sustentáveis não são os critérios mais utilizados pelos clientes para escolher restaurantes. O preço das refeições, o conforto do restaurante, a variedade do cardápio e a localização foram os critérios mais apontados pelos participantes da pesquisa. Em relação aos meios de comunicação mais utilizados pelos participantes para identificar os tipos de alimentos que os restaurantes oferecem, distinguem-se os seguintes: indicação de amigos, redes sociais, *site* de restaurantes. Conclui-se que a sustentabilidade, em geral, não está internalizada nas condutas de clientes como critério para a seleção de restaurantes. A implantação de práticas da gastronomia sustentável pelos serviços de alimentação permite estabelecer importantes relações entre o serviço oferecido e o cliente, uma vez que, ao efetivar tais práticas, o estabelecimento pode demonstrar maior preocupação com a saúde do consumidor e com os impactos causados pelo setor ao meio ambiente, bem como estimular as comunidades locais ou regionais na adoção de práticas sustentáveis e, dessa forma, promover a cultura e tradição, potencializando o desempenho econômico dessas comunidades.

PALAVRAS-CHAVE: Gastronomia Sustentável. Práticas Sustentáveis. Gestão da sustentabilidade em restaurantes.

SUSTAINABILITY AS A CRITERIA FOR CHOOSING RESTAURANTS

ABSTRACT

In the sense of analysing customers' information about sustainability criteria as a factor for the selection of restaurants, an exploratory research was carried out. To achieve this, as a data

¹ Recepção: Jun/2019.

Aprovação: Dez/2019.

Publicação: Dez/2020.

collection technique, a structured questionnaire with closed and open questions regarding to sustainable gastronomy as a criteria for the selection of restaurants by customers who were staying at two accommodation facilities in two cities of Serra Gaúcha – Rio Grande do Sul: Caxias do Sul and Garibaldi was applied. The results allow to conclude that sustainable practices are not the most used criteria by customers to select restaurants. Price of meals, comfort, variety of menu and location were the criteria most cited by research participants. In relation to the forms of communication most used by participants to identify the types of foods that restaurants provide are: friends indication, social medias, restaurants' websites. It is concluded that sustainability in general is not internalised in the conducts of customers as a criteria for the selection of restaurants. The implementation of sustainable gastronomy practices by food services allows to establish important relationships between this service and customers, as by adopting such practices, establishments can demonstrate a greater concern with customers' health and the impacts caused on the environment, as well as to encourage local or regional communities to adopt sustainable practices and to promote culture and tradition, strengthening the economic performance of those communities.

KEYWORDS: Sustainable Gastronomy. Sustainable Practices. Sustainability management in restaurants.

1 INTRODUÇÃO

O turismo, como fenômeno social e cultural, representa um dos setores econômicos que mais cresce no mundo, sendo objeto de estudo de pesquisadores que procuram analisar práticas adequadas para a promoção do desenvolvimento sustentável e contribuir com reflexões para que os danos causados ao meio ambiente, à economia, à sociedade e à cultura sejam minimizados.

Como importante elemento gastronômico no mercado turístico, destaca-se o restaurante. De acordo com Binz (2018), os restaurantes vêm demonstrando gradativamente interesse no que se refere ao desenvolvimento sustentável, aplicando práticas relacionadas à sustentabilidade, o que contribui para um diferencial competitivo no mercado. Na gastronomia, a sustentabilidade pode seguir alguns requisitos e práticas que podem ser implantadas pelos serviços de alimentação, uma vez que é um setor de produção onde ocorre a manipulação de insumos com geração de impactos ambientais significativos e, como decorrência, desperdícios de recursos naturais. Considerando a importância da adoção de práticas sustentáveis no setor gastronômico, busca-se no presente estudo verificar como essas práticas influem nas decisões dos clientes para selecionar restaurantes que frequentam.

Alguns requisitos para restaurantes sustentáveis podem ser destacados a partir da NBR 15.401 (ABNT, 2014), que descreve sobre algumas ações que os serviços de alimentação devem observar: adoção das boas práticas de segurança de alimentos; utilização preferencialmente de produtos frescos; quando possível e viável economicamente, utilização de insumos de produção

orgânica e inclusão da oferta de alimentos e bebidas da culinária regional, respeitando a disponibilidade sazonal dos ingredientes de maneira a não ameaçar a flora e a fauna. Também, De Conto (2017), de forma preliminar, apresenta possíveis ações a serem observadas para restaurantes sustentáveis:

a) observar o processo de licenciamento ambiental do empreendimento; b) conhecer as características da construção e do solo, no sentido de descartar a possibilidade de existência de passivos ambientais; c) utilizar mobiliário/pisos produzidos com materiais restaurados, valorizando o trabalho artesanal e os recursos naturais; d) adotar políticas de compra sustentável, observando o compromisso socioambiental dos fornecedores; e) decorar o ambiente com produções de artistas locais; f) divulgar as práticas sustentáveis nos cardápios, no site e na espera do telefone; g) plantar árvores, sempre que possível, no âmbito do terreno; h) utilizar tecnologias que primem pela redução do consumo de energia e de água; i) criar a horta orgânica sempre que possível; j) realizar a compostagem dos resíduos orgânicos; k) implantar o Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos; l) empregar colaboradores da comunidade local e/ou regional; m) Capacitar colaboradores sobre gestão da sustentabilidade; n) entre outras (DE CONTO, 2017).

Nessa direção, cabe dois questionamentos no sentido de analisar relações que se estabelecem entre os clientes e os serviços de alimentação em destinos turísticos quando o assunto é sustentabilidade: os clientes buscam informações sobre os alimentos oferecidos pelos restaurantes? Quais são as fontes de informações? Quais critérios de seleção de restaurantes são utilizados pelos clientes? A sustentabilidade é internalizada nesses critérios? Buscar respostas a esses questionamentos são importantes para analisar sobre a responsabilidade de clientes com relação a compra sustentável e possibilitar aos empreendedores de serviços de alimentação a reflexão em relação a vantagens competitivas quanto ao posicionamento mercadológico em relação ao desenvolvimento sustentável planetário. Ainda, destaca-se a importância do alinhamento dos objetivos do desenvolvimento sustentável, conforme Agenda 2030 fixada pela Organização das Nações Unidas, na gestão desses empreendimentos. Estudos dessa natureza também contribuem nessa construção.

Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo analisar informações de clientes sobre critérios de sustentabilidade utilizados na seleção de restaurantes.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A gastronomia está relacionada com o turismo devido a diversos fatores, entre eles os de ordem cultural, que podem se tornar um diferencial de mercado, conforme ressalta Schlüter (2006, p. 45), pois, “com o surgimento do conceito de valorização das diferenças regionais e nacionais em um mundo globalizado, encontra-se em franco crescimento o interesse pelos restaurantes éticos”.

Para Krause (2007, p. 41),

como todos os demais aspectos envolvidos no turismo e na hospitalidade, os serviços de alimentação dos turistas deverão permitir uma interação com a cultura em que estão inseridos e que são o motivo que leva a pessoa querer conhecer determinada destinação.

Segundo reflexões de Schlüter (2006), não são apenas os monumentos arquitetônicos que chamam a atenção dos turistas; a tradição, a cultura e a gastronomia também fazem parte do consumo turístico. Ainda para a autora, “a gastronomia está assumindo cada vez maior importância como mais um produto para o turismo cultural. As motivações principais encontram-se na busca pelo prazer através da alimentação e da viagem” (SCHLÜTER, 2006, p. 11).

Franco, Franco e Naranjo (2017) referem-se à gastronomia como um elemento importante para a visita a um destino, considerando-a um atrativo turístico intangível. Além disso, acreditam que a maior relação do turista com o destino ocorre através da gastronomia. Em outras palavras, “quando as pessoas viajam, naturalmente se sentem tão envolvidas pela natureza, pelos monumentos históricos, pelas festas e danças quanto pela gastronomia do lugar.” (CHAVES; FREIXA, 2015, p. 21).

Ainda de acordo com Franco, Franco e Naranjo (2017),

devido a crescente importância dada para a gastronomia no turismo, torna-se necessário conhecer as variáveis que são mais valorizadas para a satisfação dos consumidores em relação aos serviços de gastronomia, este fator serve para “potencializar este recurso como um atrativo turístico do destino e para que os prestadores de serviço de restaurantes possam estabelecer estratégias de acordo com a demanda” (FRANCO; FRANCO; NARANJO, 2017, p. 732).

Também, os autores sugerem que a gastronomia está envolvida como um elemento estratégico para a consolidação de destinos turísticos, e se referem ao turista gastronômico pela aceitação de novas tendências do consumo cultural. Esse tipo de turista procura reconhecer a identidade dos lugares através da gastronomia, nesse sentido, a cozinha tradicional, a qualidade dos pratos e a hospitalidade são serviços valorizados pelo turista gastronômico, pois, dessa forma, valoriza-se a gastronomia local. (FRANCO; FRANCO; NARANJO, 2017).

De acordo com Fagliari (2005), a alimentação exerce papel relevante durante as viagens, inserindo-se no setor do turismo. A autora considera que os momentos de refeição são experiências que podem ficar marcadas na memória do turista, e que o turismo e a alimentação devem andar lado a lado.

Alguns serviços de alimentação vêm reconhecendo a importância da sustentabilidade através da implantação de requisitos associados à gastronomia sustentável. Nesse sentido, é importante a implementação de atividades e práticas que possibilitem que a gastronomia faça parte da oferta turística, não somente como serviço prestado, mas em alguns casos como atrativo

turístico, como forma de expressão cultural através de pratos regionais e sustentáveis que despertem a curiosidade dos turistas.

Os serviços de alimentação podem adotar práticas relacionadas à sustentabilidade na gastronomia, uma vez que aumentam os interessados pela gastronomia sustentável através da ecogastronomia, conceito trabalhado pela filosofia *Slow Food*, que estabelece conexões entre o prato e o planeta. Segundo Chaves e Freixa (2015), os adeptos ao movimento *Slow Food* criaram o conceito de ecogastronomia e destacam que ele está relacionado com

a atitude capaz de preservar o gosto dos alimentos, levando em conta o cultivo e a valorização dos produtos locais no processo de elaboração dos pratos. Um dos desdobramentos da ecogastronomia é a interação entre os pequenos produtores das comunidades e os profissionais do setor de alimentos que, adquirindo os produtos, comprometem-se a salvaguardar as variedades cultivadas com base nas heranças culturais (CHAVES; FREIXA, 2015, p. 266).

Segundo Petrini (2009), o movimento *Slow Food* defende a interação entre os pequenos produtores e os profissionais da gastronomia para a aquisição de produtos de qualidade que apresentem a garantia da preservação das variedades cultivadas e da herança cultural, e que tenham sido produzidos segundo os preceitos da agricultura sustentável. Acima de tudo, o discurso do *Slow Food* reivindica um alimento “bom, limpo e justo” (PETRINI, 2009, p. 10). Ainda o autor ressalta que, para praticar a gastronomia sustentável, é preciso que seja desenvolvido um relacionamento com o pequeno produtor no sentido de valorizar a produção local, obter produtos sazonais e regionais de qualidade, preocupar-se com o não desperdício e buscar o aprimoramento de práticas culinárias que contribuam para a sustentabilidade do planeta.

Dessa maneira, é importante que os restaurantes desempenhem seu papel social, contemplando a sustentabilidade em suas atividades por meio da produção de alimentos locais, levando em conta a biodiversidade, transmitindo conhecimentos e promovendo, conseqüentemente, o bem-estar social, principalmente dentro da atividade turística. Destaca-se que a sustentabilidade tem provocado o surgimento de consumidores preocupados com o meio ambiente, também interessados na possibilidade de contribuir com causas sociais ou auxiliar pequenas comunidades agrícolas por meio da compra de ingredientes e produtos alimentícios locais.

Bahls e Krause (2013) afirmam que a gastronomia pode influenciar benéficamente a condição climática, o bem-estar social e do ecossistema. Mantendo a viabilidade econômica, a gastronomia pode se tornar uma atividade sustentável.

Há, atualmente, um crescente aumento da percepção da alimentação em relação à saúde e ao bem-estar social, e da gastronomia como atrativo turístico e atividade cultural fundamental ao ser humano. Finalmente, há, também, uma consciência maior sobre nosso papel e influência em nosso meio ambiente. Alinhando esses fatores,

percebe-se a importância da sustentabilidade na experiência gastronômica turística (BAHLS; KRAUSE, 2013, p. 447).

Com relação à segurança alimentar, Bairros e Viana (2015) destacam a importância da implantação do conceito de Boas Práticas no setor gastronômico pesquisado, uma vez que evidenciaram inadequações higiênico-sanitárias em estabelecimentos de um mercado público, principalmente relacionadas a higienização das instalações, equipamentos, móveis e utensílios; exposição do alimento preparado; e à documentação e registro. Os autores destacam sobre a garantia da qualidade da estada dos turistas no município, e que os estabelecimentos gastronômicos devem primar pela oferta de uma fruição turística segura, garantindo ao turista o aproveitamento pleno de sua viagem.

Práticas sustentáveis na gastronomia ainda são recentes e não atingem grande parte da sociedade, fato que gera significativo interesse exploratório relacionado à postura de estabelecimentos produtores de alimentos e de clientes que os frequentam (ARAÚJO; RAMALHO; STEFANELLI, 2013). Da mesma forma, a sustentabilidade na gastronomia envolve diversas questões além de simplesmente proporcionar uma alimentação saudável. Ela está ligada a recomendações para agricultura, fornecedores, transporte e embalagens dos produtos até a chegada ao restaurante; inclui a normatização para procedimentos de manipulação, porcionamento e gestão dos resíduos produzidos; envolve o planejamento arquitetônico do local, a economia de energia e otimização na utilização dos recursos naturais (NUNES, 2012).

Para Campolina (2016), a gastronomia sustentável apresenta um conceito amplo e promissor que abrange desde a bioconstrução das cozinhas, com elaboração de projetos que contemplam o uso racional da água, a energia renovável e equipamentos culinários, até a reciclagem dos resíduos orgânicos e inorgânicos, quer seja do óleo de cozinha, do cultivo de hortas, da compostagem e do aproveitamento integral de alimentos.

Em relação à sustentabilidade nos serviços de alimentação, os restaurantes estão buscando um comprometimento quanto ao uso racional de matérias-primas – o que pode ser reconhecido como patrimônio natural –, além da preservação de elementos históricos de uma localidade – o que está relacionado com o patrimônio cultural (DUTRA; MOREIRA; PAIVA, 2017, p. 144). Ainda, os autores acreditam que a sustentabilidade da matéria-prima da gastronomia é um fator importante, pois alguns alimentos são difíceis de encontrar, o que pode gerar impactos ambientais.

De acordo com Bahls e Krause (2013), quatro variáveis são importantes para uma atividade gastronômica sustentável:

Elaboração de cardápios: dentro dessa variável, os seguintes subgrupos foram mencionados: tamanho das porções, sazonalidade e aspectos culturais. Ingredientes: os seguintes subgrupos foram considerados: eficiência na produção, na embalagem e

na estocagem; transporte; localidade-autenticidade; biodiversidade; técnicas para evitar desperdício e características nutricionais. Construção de espaços físicos: discorre-se, em termos gerais, sobre o uso de energia renovável, a construção planejada com sustentabilidade, o uso de equipamentos mais eficientes e o manejo dos resíduos sólidos. Educação ambiental: engloba o papel das instituições educacionais e a eficiência na produção e no serviço por meio do treinamento da mão de obra, a fim de executar as diretrizes abordadas anteriormente (BAHLS; KRAUSE, 2013, p. 436).

Em estudo de revisão bibliográfica realizado no período de 2000 a 2015 por Jahno e Strasburg (2017), os resultados destacaram a geração de resíduos de alimentos no processo de produção e consumo de refeições. Segundo os autores, “no segmento de fornecimento de refeições no Brasil, os principais achados de estudos estão relacionados com o desperdício de alimentos nos processos da produção ao consumo” (JAHNO; STRASBURG, 2017, p. 5).

Além disso, esse estudo identificou que a geração de resíduos é uma condição inerente ao segmento de produção de alimentos. Dessa forma, os autores sugerem que a caracterização, o correto acondicionamento e a destinação desses resíduos sejam realizados de acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos, mas consideram essas práticas ainda um desafio para o segmento de restauração do Brasil (JAHNO; STRASBURG, 2017).

Em relação à geração de resíduos sólidos e ao desperdício de alimentos, Pistorello, De Conto e Zaro (2015) observaram, durante estudo realizado no restaurante de um hotel na Serra Gaúcha, que o desperdício de alimentos ocorre devido à oferta ser maior que o consumo dos alimentos preparados para servir os clientes. Além disso, o estudo demonstrou, através de relatos de alguns colaboradores do meio de hospedagem, que a fatura de alimentos e de opções no cardápio seria um indício para os hóspedes da competência e da qualidade do restaurante.

Esse pensamento contraria os conceitos de sustentabilidade na gastronomia, havendo a necessidade de promover ações buscando sensibilizar a alta administração, hóspedes e colaboradores de restaurantes sobre os impactos ambientais associados ao desperdício de alimentos e a importância da adoção de técnicas de gestão que permitam minimizar a geração de resíduos sólidos (PISTORELLO; DE CONTO; ZARO, 2015, p. 345).

Ainda, de acordo com Pistorello, De Conto e Zaro (2015), a falta de planejamento em relação à quantidade de alimentos preparados para o consumo pode ser uma fonte de desperdício de alimentos. Nesse sentido, é fundamental que os restaurantes tenham um planejamento adequado na produção de alimentos e, além disso, implementem medidas preventivas para redução da geração de resíduos sólidos (PISTORELLO; DE CONTO; ZARO, 2015).

Para Silva (2008), os restaurantes, enquanto geradores de resíduos, devem identificar quais são esses resíduos produzidos e o que está facilitando sua geração, a fim de reduzir desperdícios de alimentos e diminuir os impactos causados ao meio ambiente.

Estudos conduzidos por Melo et al. (2012), que analisaram as preferências dos turistas por hotéis cujos restaurantes adotam práticas sustentáveis, apontam que o assunto sustentabilidade pouco interfere nas preferências dos consumidores. Os autores também constataram que os participantes de ambos os gêneros não estão dispostos a pagar mais por serviços de estabelecimentos que praticam essas ações. Esses mesmos pesquisadores consideram que os aspectos relacionados à sustentabilidade em restaurantes ainda não são muito comuns, além disso, torna-se necessário analisar o que realmente deve ser considerado importante para que um restaurante se posicione como uma empresa sustentável no mercado.

Em sua pesquisa, Azevedo (2014) considerou os seguintes aspectos como os principais responsáveis pelas pessoas frequentarem restaurantes:

falta de tempo para cozinhar em casa; praticidade; não saber cozinhar; curiosidade em conhecer um novo local; gostar da comida do restaurante; comemorações; a qualidade e o sabor da comida; o ambiente agradável; falta de opção em casa; falta de alimento para fazer comida em casa; ter a possibilidade de se divertir; a vontade de sair de casa; indicação de amigos; pelo atendimento; preço; qualidade da comida; higiene; necessidade e a beleza do local (AZEVEDO, 2014, p. 253-254).

Essa pesquisa revelou que os atributos de maior relevância para a escolha dos restaurantes pelos clientes são: higiene, qualidade da comida, preço e atendimento, o que influencia no processo decisório do consumidor (AZEVEDO, 2014). O requisito relacionado à higiene dos estabelecimentos foi mencionado por muitos consumidores, a saber

é relevante que os ambientes (fachada, corredores, acessos, rampas, salão principal de consumo, banheiros, lavabos, cozinha, depósito, estacionamento, pisos em geral, áreas de lazer e jardins), mobiliários e eletrodomésticos (mesas, cadeiras, balcões, buffets, freezer e geladeiras, fogão, coifas, pias, mostruários, etc.), utensílios (pratos, copos, taças, colheres, facas, garfos, pegadores, panelas, bandejas, entre outros) e outros complementos (forros de mesa, vestimenta do funcionário, lixeiras, suportes de temperos, saleiro, paliteiro, etc.) que compõem um restaurante devem ser bem conservados, organizados e limpos (AZEVEDO, 2014, p. 257).

Os restaurantes onde a pesquisa foi realizada por Azevedo (2014) não apresentavam práticas relacionadas à gastronomia sustentável, e esse aspecto não foi considerado nas perguntas, diferente da pesquisa desenvolvida por Kwok, Huang e Hu (2016), onde foram analisados restaurantes que desenvolviam algumas práticas consideradas sustentáveis. O estudo desses autores questionou quais dessas práticas os consumidores consideravam mais importantes e quais fatores afetavam as escolhas por esse tipo de restaurante. Os pesquisadores descobriram que os consumidores em geral valorizam mais as ações sustentáveis relacionadas

ao meio ambiente do que aquelas relacionadas diretamente ao alimento ou à administração. Quanto a dados relacionados ao alimento, emergiram nessa pesquisa informações sobre a preocupação dos consumidores com a diminuição de resíduos que podem interferir e prejudicar o meio ambiente, e também sobre a participação de programas de reciclagem.

Nesse mesmo sentido, Nitzke et al. (2012) consideram que os consumidores vêm buscando uma alimentação cada vez mais sustentável, ou seja, alimentos sem resíduos que possam causar danos à saúde ou ao meio ambiente, bem como alimentos produzidos na região onde vivem os consumidores, que não necessitem de transporte, contribuindo, assim, para o estímulo aos produtores locais e para o menor uso de energia na produção, transporte e comercialização desses alimentos.

Em relação a pagar mais caro para se alimentar em restaurantes sustentáveis, Kwok, Huang e Hu (2016) observaram que apenas os mais jovens demonstram esse interesse e não se importam em esperar mais, ou até mesmo em viajar, para jantar em um restaurante considerado sustentável. Essa pesquisa ainda evidenciou que é importante manter os consumidores informados sobre as práticas sustentáveis aplicadas nos restaurantes, seja em *site*, anúncios ou outros materiais de *marketing*.

Binz (2018) acredita que a partir da gastronomia sustentável exista uma oportunidade para o mercado, pois através dessas práticas há uma responsabilidade com o futuro dos alimentos, bem como com as interferências que a produção e o consumo provocam. Dessa forma, as pessoas podem estar comprometidas com o consumo consciente, preocupadas com a qualidade dos alimentos e também envolvidas com aspectos relacionados à saúde.

Considerando as diferentes contribuições sobre gastronomia sustentável, conclui-se que existe uma evolução nos conceitos, tanto na produção acadêmica, como em movimentos nacionais e internacionais. Assim, é importante que os serviços de alimentação consigam acompanhar essa tendência que ainda possui um mercado carente e que pode ser mais explorado.

3 METODOLOGIA

Para a realização do estudo foram selecionados dois meios de hospedagem da Serra Gaúcha para aplicar os questionários. A escolha dos meios de hospedagem se justifica pela facilidade na coleta de dados junto aos hóspedes e aceitação dos gestores em colaborar com a pesquisa. Um meio de hospedagem está localizado em Caxias do Sul e outro em Garibaldi. O *hostel* selecionado apresenta diversas particularidades em relação à adoção de ações sustentáveis.

Destaca-se que se buscou hóspedes de meios de hospedagem, como participantes da pesquisa, por entender que os mesmos são potenciais clientes de restaurantes em suas rotinas

ou em viagens. O período de aplicação dos questionários foi de 12 de janeiro a 23 de fevereiro de 2019. Foram entregues 100 questionários para cada estabelecimento, sendo respondidos pelos hóspedes do *hostel 55* e pelo hotel 99.

O primeiro meio de hospedagem é um hotel executivo da cidade de Caxias do Sul que possui 87 Unidades Habitacionais (UHs) dispostas em três configurações: simples, duplo e triplo. Está situado no centro da cidade, próximo a supermercados e lojas. O serviço de alimentação oferecido pelo hotel atualmente é o café da manhã. O hotel oferece acesso à internet *wireless* em todos os andares e sala *web* livre, além de sala de jogos e de TV.

O segundo meio de hospedagem é um *hostel* (uma hospedagem compartilhada, caracterizada por acomodações mais simples, que possibilita a socialização entre os hóspedes), onde os quartos, cozinha e banheiros são coletivos. Possui refeitório e sala de palestra para 100 pessoas, dormitório para 50 pessoas, 20 chuveiros com água quente. O *hostel* está localizado em uma construção sustentável, com tijolos ecológicos, reutilização de móveis, telhado ecológico, aquecimento solar e fossa ecológica com círculo de bananeiras. A principal característica do empreendimento é o contato com a natureza. Estabelecido em uma construção sustentável, produz hortaliças e frutas orgânicas e compõe uma das empresas integrantes da Rota Via Orgânica de Garibaldi (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018).

Com relação à Rota Via Orgânica, o seu projeto teve como base a Comunidade do Alimento do Convívium *Slow Food* Primeira Colônia Italiana (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018). Ao todo, dez empreendimentos certificados ligados à produção agroecológica e artesanal fazem parte da rota, que é uma das primeiras do Brasil portando esse tema. De acordo com a Prefeitura de Garibaldi (2018), a ideia da rota é reforçar ainda mais o conceito do alimento bom, justo e limpo, possibilitando ao visitante encontrar belas paisagens, resgatar antigas formas de cultivo aprimoradas pelas novas tecnologias, obter o contato direto com a simplicidade e a experiência de quem produz e prepara o alimento. Além das atividades de turismo rural, o roteiro inclui restaurantes com vinhos e espumantes alternativos, cooperativas, estabelecimentos comerciais, hospedagem e indústrias – todos dentro da temática do alimento aliado à saúde, à sustentabilidade ambiental, social e cultural. Entre os empreendimentos que integram a Rota Via Orgânica estão cooperativas, comércio de alimentos, *hostel*, indústrias e restaurantes (PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI, 2018).

Quanto à técnica de coleta de dados, utilizou-se o questionário, que contemplou questões relacionadas à gastronomia sustentável e critérios para a escolha de restaurantes considerando a sustentabilidade. As perguntas analisadas no presente estudo são derivadas do Questionário construído para a dissertação de mestrado de Fabrim (2019). A fim de testar o instrumento de coleta de dados, a autora selecionou cinco pessoas que viajam e frequentam restaurantes em sua rotina e nas suas viagens e que não fazem parte do grupo do estudo. Destaca-se que após analisarem o questionário, três participantes sugeriram alterações em cinco

questões. Dessas sugestões, foram acatadas as contribuições sobre inserir a definição do termo *sazonalidade* na pergunta, alterar a ordem das perguntas e acrescentar nas questões relacionadas aos alimentos orgânicos a opção “nunca pensei no assunto”.

O questionário utilizado apresentou dez questões – uma aberta, seis fechadas, três de múltipla escolha, sendo quatro com necessidade de complementação da resposta. Primeiramente, foram solicitados dados gerais do respondente e, posteriormente, informações sobre as ações de sustentabilidade na gastronomia. Em relação à aplicação dos questionários, estes foram entregues na recepção de cada meio de hospedagem, com a concordância do gestor, para que no momento do *check-in* fossem repassados aos hóspedes. Para melhor agilidade e organização, foram deixadas duas pastas: uma composta pelos questionários a entregar, e outra para guardar os questionários já devolvidos pelos hóspedes. Foi realizado um agendamento com os dois meios de hospedagem para fazer o recolhimento dessas pastas. Todos os dados foram organizados em planilhas do Excel e posteriormente adaptadas em tabelas.

4 RESULTADOS

O número total de participantes da pesquisa foi 154 (55 do *hostel* e 99 do hotel). A faixa etária dos participantes da pesquisa está assim distribuída: 15 a 29 anos – 28%; 30 a 49 anos – 48%; 50 a 69 anos – 23%; acima de 70 anos – 1%. Em relação ao nível de escolaridade dos participantes, apresenta-se em ordem decrescente: ensino médio completo – 30,5%; superior completo – 24%; superior incompleto – 21%; pós-graduação – 12%; ensino médio incompleto – 7%; mestrado – 4,5%; doutorado – 1%.

Na Tabela 1, encontram-se as respostas dos participantes quanto ao seu interesse na busca de informações sobre o tipo de alimentos que o restaurante oferece para seus clientes – se utiliza produtos orgânicos, alimentos sazonais (típicos de determinada estação ou época), alimentos frescos, se possui horta própria, se compra alimentos de produtores locais, e de onde vêm os insumos.

Tabela 1 – Distribuição de ocorrências e porcentagens de indicações dos participantes da pesquisa referente à busca de informações sobre o tipo de alimento que o restaurante oferece e onde busca essas informações

INFORMAÇÕES SOBRE OS ALIMENTOS OFERECIDOS PELOS RESTAURANTES		HOSTEL		HOTEL		TOTAL	
		N	%	N	%	N	%
Procura		26	47,27	17	17,17	43	28
Não procura		29	52,73	82	82,83	111	72
TOTAL		55	100	99	100	154	100
Origem das informações	Indicações de amigos	23	34,33	18	40,91	41	36,94
	Redes sociais	19	28,36	14	31,82	33	29,73
	Sites de restaurantes	15	22,39	7	15,91	22	19,82
	Sites de hotéis	6	8,96	4	9,09	10	9,01
	Outros	4	5,97	1	2,27	5	4,50
TOTAL		67	100	44	100	111	100

Fonte: elaboração própria (2019).

N: Número de ocorrências

Outros:

- No próprio local e Observando o *buffet* antes de servir ou conversando com algum funcionário.

De acordo com a Tabela 1, a maioria dos clientes não busca saber essas informações (72%), seguida por 28% de respostas afirmativas que “procuram saber informações sobre os alimentos oferecidos pelos restaurantes frequentados”. Destaca-se que os hóspedes do *Hostel* apresentam o maior número de indicações para a procura de informações. Nota-se uma vinculação entre o perfil do cliente e as potencialidades do *hostel* em relação a sustentabilidade. Conforme a Tabela 1, os meios de comunicação mais utilizados pelos participantes da pesquisa são indicações de amigos (36,94%), redes sociais (29,73) e *sites* dos restaurantes (19,82%).

Para Binz (2018), a divulgação das práticas sustentáveis em meios de hospedagens foi apontada para os seguintes meios de comunicação: internet, *site* e redes sociais, relatório de sustentabilidade, contato direto e divulgação interna, livro, Associação Roteiros de Charme e *display* no local. Foi evidenciado, na pesquisa realizada pela autora, que, independentemente de certificação, as ações sustentáveis realizadas pelos meios de hospedagem, como o uso de alimentos e receitas regionais do restaurante, são divulgadas pelos estabelecimentos. Essa

divulgação é realizada via internet por meio de *sites* e redes sociais. No *site* de um dos estabelecimentos investigados pela autora, consta um relatório de sustentabilidade publicado em 2017 sobre as ações de sustentabilidade.

Assim, o setor de restauração deve destacar o que alcançou em atributos de sustentabilidade, principalmente quanto ao meio ambiente, em seu *site*, anúncios e *marketing*, mantendo seus consumidores informados quanto às iniciativas da empresa (KWOK; HUANG; HU, 2016).

De acordo com Zocholini (2016), há meios de hospedagem que incentivam os hóspedes a adotarem práticas ambientais por meio de cartazes afixados em locais de circulação e de fácil visualização. Consoante Alves (2008), alguns hóspedes manifestaram-se quanto à ausência dessas informações por parte de estabelecimentos, sugerindo que eles as apresentem através de avisos fixados na recepção, elevadores e unidades habitacionais.

Na pesquisa realizada por Zocholini (2016), a maioria dos estabelecimentos não desenvolve programas ou ações que envolvam os hóspedes. Nesse sentido, o autor destaca a importância de o empreendimento informar aos clientes o seu comprometimento com a economia da água e encorajar o seu envolvimento mediante campanhas de economia dirigidas aos hóspedes e aos seus trabalhadores. Além disso, o empreendimento pode informar e sensibilizar o cliente sobre gestão da sustentabilidade de meios de hospedagem através de diferentes meios de comunicação, tais como *site*, sistema de reserva em áreas sociais, informações verbais, *display*, placa, *fôlder* ou manual.

Conforme estudo realizado por De Conto, Bonin e Prates (2016), no qual foi realizada análise das informações disponíveis nos *sites* de meios de hospedagens sobre os requisitos/medidas de sustentabilidade implantadas e divulgadas, observou-se que as práticas sustentáveis disponibilizadas relacionam-se à minimização de resíduos e aquisição ambientalmente responsáveis – compostagem de resíduos orgânicos e aquisição de fornecedores com práticas ambientais, escolha de fornecedores locais de alimentos orgânicos e sustentáveis, entre outras. Ainda de acordo com as autoras, o hóspede informado pode adotar como critério de seleção de meios de hospedagem a existência de práticas sustentáveis, uma vez que estas podem representar vantagens competitivas. A informação deve estar disponibilizada em diferentes meios, destacando-se o *site*. As autoras sugerem que ações sustentáveis (sociais, ambientais e econômicas) sejam divulgadas nas plataformas da internet como, por exemplo, os *sites* dos empreendimentos, por serem uma das principais fontes de consulta de abrangência mundial.

Além disso, De Conto, Bonin e Prates (2016) acreditam que dessa forma os hóspedes são incentivados a escolher meios de hospedagem motivados por critérios de sustentabilidade. Assim, analisando ações de comunicação para meios de hospedagem, também os restaurantes podem e devem divulgar em suas redes sociais suas práticas sustentáveis, principalmente

relacionadas aos alimentos, tais como utilização de produtos orgânicos, utilização de alimentos sazonais, produção em horta própria, se for o caso, utilização de alimentos frescos, compra de alimentos de produtores locais e sua origem. Em síntese, é importante e necessário divulgar essas informações, principalmente nos *sites* dos restaurantes e nas suas redes sociais, no sentido de fornecer opções sustentáveis aos clientes.

A Tabela 2 apresenta os critérios utilizados pelos clientes para a escolha de restaurantes. Os mais apontados, segundo os respondentes destes grupos, foram o preço (14,74%), o conforto do restaurante (13,25%), a variedade do cardápio (12,91%) e a localização (12,91%). Os critérios menos indicados pelos respondentes foram o tipo de serviço (à la carte – 4,30%), adoção de ações sustentáveis pelo restaurante (4,30%) e utilização de alimentos respeitando a sazonalidade (2,81%).

Com relação ao critério “outros”, destacam-se as seguintes informações dos participantes da pesquisa: a) qualidade da comida (sabor); b) higiene; c) condições sanitárias; d) utilização de métodos para minimização de resíduos, de consumo de água e de energia elétrica; e) limpeza, qualidade da apresentação dos alimentos, talheres, pratos e outras louças; f) atendimento; g) aconchego; h) indicação de amigos; i) comida sem lactose e sem glúten e j) organização.

Dentre as práticas sustentáveis encontradas no estudo de Ferraz (2016), realizado em restaurantes universitários de universidades federais brasileiras, constam o reaproveitamento de óleo e gorduras, realização de coleta seletiva e reciclagem, campanhas contra o desperdício de alimentos, treinamentos para uso racional de recursos hídricos e energéticos, substituição de utensílios descartáveis por materiais permanentes, aquisição de hortifrúti sem adição de agrotóxicos ou que sejam de agricultura familiar, realização de pesquisas de satisfação, elaboração de cardápio considerando a sazonalidade dos hortifrútis. A pesquisa também trouxe informações sobre agentes facilitadores para a adoção de práticas sustentáveis, onde foram mencionados os seguintes atores: campanhas educativas, reuniões para discutir temas que envolvam sustentabilidade e promoções para comensais que não desperdiçam alimento. A autora enfatiza a importância da educação ambiental como precursora da adoção de práticas sustentáveis.

Tabela 2 – Distribuição de ocorrências e porcentagens de indicações dos participantes da pesquisa sobre os critérios utilizados para a escolha de restaurantes

CRITÉRIOS DE ESCOLHA DO RESTAURANTE	HOSTEL		HOTEL		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%
Preço	35	14,89	54	14,63	89	14,74
Conforto do restaurante	26	11,06	54	14,63	80	13,25
Variedade no cardápio	20	8,51	58	15,72	78	12,91
Localização	25	10,64	53	14,36	78	12,91
Tipo de serviço (buffet livre)	15	6,38	32	8,67	47	7,78
Tempo de espera	20	8,51	27	7,32	47	7,78
Utilização de insumos orgânicos	26	11,06	11	2,98	37	6,13
Utilização de alimentos da culinária regional	8	3,40	26	7,05	34	5,63
Tipo de serviço (buffet por Kg)	13	5,53	17	4,61	30	4,97
Tipo de serviço (à la carte)	10	4,26	16	4,34	26	4,30
Adoção de ações sustentáveis pelo restaurante	20	8,51	6	1,63	26	4,30
Utilização de alimentos respeitando sua sazonalidade	11	4,68	6	1,63	17	2,81
Outros	6	2,55	9	2,44	15	2,48
TOTAL	235	100	369	100	604	100

Fonte: elaboração própria (2019)

N: Número de ocorrências

Em estudo realizado por Binz (2018), quando questionados se adotam ações sustentáveis no setor de alimentos e bebidas, 100% dos meios de hospedagens afirmaram realizar ações sustentáveis relacionadas ao uso de alimentos sazonais, à utilização de alimentos da cultura regional e à utilização preferencial de alimentos produzidos por produtores locais. Ainda de acordo com essa pesquisa, 66,7% dos gestores consideram que os hóspedes buscam meios de hospedagem movidos por critérios sustentáveis, enquanto 33,3% apresentam opinião contrária.

De acordo com Melo et al. (2012), 42,5% dos participantes de sua pesquisa demonstraram preferência por restaurantes que adotam ações sustentáveis, enquanto 31% se

mantiveram neutros e 25% afirmaram não ter preferência. Nesse mesmo estudo, os autores relatam que os participantes não estão dispostos a pagar mais por serviço em restaurantes que adotem ações sustentáveis, mesmo que julguem tais práticas positivas.

Na presente investigação, os participantes da pesquisa demonstram que, em geral, não utilizam a adoção de práticas sustentáveis e tampouco a utilização de alimentos sazonais como critério para escolha de restaurantes. Comparando as respostas dos participantes da presente pesquisa (hospedados no *hostel* e no hotel), pode-se verificar que, apesar da baixa indicação para os critérios sustentáveis, os participantes do *hostel* apresentam 28,19% das indicações para utilização de insumos orgânicos, utilização de alimentos da culinária regional, adoção de ações sustentáveis pelo restaurante e utilização de alimentos respeitando sua sazonalidade, enquanto os do hotel apresentam 13,29% das indicações para os mesmos critérios. Evidencia-se, para os participantes da pesquisa hospedados no *hostel* um maior alinhamento entre o perfil dos mesmos e do empreendimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu analisar as informações de clientes em relação a critérios de sustentabilidade que utilizam para fazer a seleção de restaurantes que frequentam. De acordo com as informações coletadas, ainda é limitada a preocupação dos clientes com relação à gastronomia sustentável no momento da escolha de restaurantes, ou seja, a sustentabilidade ainda não é um requisito relevante para essa seleção.

Foi possível identificar que as práticas sustentáveis não são os critérios mais utilizados pelos clientes para escolher restaurantes. O preço das refeições, o conforto do restaurante, a variedade do cardápio e a localização foram os critérios mais apontados pelos participantes da pesquisa.

Em relação aos meios de comunicação mais utilizados pelos participantes para identificar os tipos de alimentos que os restaurantes oferecem, destacam-se: indicação de amigos, redes sociais e *site* de restaurantes. Cabe ressaltar a importância da divulgação das práticas sustentáveis realizadas pelos restaurantes, como também sobre as características e origem dos alimentos, pois a informação disponibilizada influencia no comportamento do consumidor. A realização de ações sustentáveis por parte desses serviços gastronômicos pode servir como atrativo para clientes, além de minimizar os impactos causados pelo setor ao meio ambiente e promover a saúde dos consumidores. Destaca-se que nessas ações, do ponto de vista sociocultural, também, os restaurantes podem estimular as comunidades locais ou regionais, expondo/comercializando seus artesanatos e produtos culinários, valorizando, com isso a comunidade e promovendo a interação entre o cliente e o produtor.

Ressalta-se a importância da implantação de ações relacionadas à sustentabilidade nos restaurantes, tais como utilização de cardápio sustentável; respeito à sazonalidade dos alimentos; escolha de ingredientes orgânicos, frescos e produzidos localmente; cuidados quanto ao desperdício de água, de energia e de alimentos e respeito à cultura e tradição do local no sentido de que esses estabelecimentos busquem a plena gestão da sustentabilidade na experiência gastronômica turística. Nesse sentido, sugere-se o desenvolvimento de novos estudos sobre a sustentabilidade na gastronomia, selecionando diferentes serviços de alimentação, no sentido de identificar as relações que se estabelecem entre as dimensões social, ambiental e econômica com a diversificação de cardápios.

Agradecimentos: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES e Conselho Nacional de Pesquisa – CNPq.

REFERÊNCIAS

ALVES, T. J. C. **Responsabilidade de hóspedes em relação à variável ambiental:** estudo de caso de dois meios de hospedagem. 2008. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2008. Disponível em: <https://repositorio.uces.br/xmlui/bitstream/handle/11338/336/Dissertacao%20Thiago%20Jose%20C%20Alves.pdf;jsessionid=1110822096C79F6DA32DD8B5E97677C1?sequence=1>. Acesso em: 12 abr. 2019.

ARAÚJO, C. V.; RAMALHO, T.; STEFANELLI, C. M. M. Sustentabilidade aplicada à gastronomia. In: SEMINÁRIO ANPTUR, 10., 2013, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul: ANPTUR, 2013. Disponível em: [https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/\[113\]x_anptur_2013.pdf](https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/10/[113]x_anptur_2013.pdf). Acesso em: 5 jul. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 15401:** meios de hospedagem: sistema de gestão da sustentabilidade: requisitos. Rio de Janeiro: ABNT, 2014.

AZEVEDO, L. G. M. R. P. P. **Influência dos atributos no comportamento do consumidor de restaurantes.** 2014. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, 2014. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=1513985. Acesso em: 4 jul. 2018.

BAHLS, A. A. D. S. M; KRAUSE, R. W. Orientações gerais para uma gastronomia sustentável. **Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 15, n. 3, p. 434-450, set./dez. 2013. Disponível

em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/5119/2684>. Acesso em: 11 dez. 2018.

BAIROS, J. V.; VIANA, A. B. Serviço de alimentos e bebidas: o caso do Mercado Público de Pelotas/RS. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, Pelotas, v. 6, n. 3, p. 525-537, 2015.

BINZ, P. **Gestão da gastronomia sustentável em meios de hospedagem**. 2018. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/3905/Dissertacao%20Patricia%20Binz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 mar. 2019.

CAMPOLINA, R. L. **Formação profissional em gastronomia referenciada em sustentabilidade e desenvolvimento local**. 2016. Dissertação (Mestrado em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local) – Centro Universitário UMA, Belo Horizonte, 2016. Disponível em: https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=4678233. Acesso em: 4 jul. 2018.

CHAVES, G; FREIXA, D. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac, 2015.

DE CONTO, S. M. **Gastronomia sustentável**: algumas reflexões. Caxias do Sul, 2017. (Texto elaborado para disciplina de Estudos Avançados em Educação Ambiental no Turismo e Hotelaria do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul).

DE CONTO, S. M.; BONIN, S. M.; PRATES, M. P. Requisitos de sustentabilidade em meios de hospedagem cinco estrelas no Brasil. In: SEMINÁRIO ANPTUR, 13., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ANPTUR, 2016. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/435.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2018.

DUTRA, C. K. T; MOREIRA, S. A; PAIVA, P. M. R. Análise da produção e utilização do camarão na gastronomia natalense sob a premissa do Slow Food e da ética sustentável. **Ciência e Sustentabilidade**, Juazeiro do Norte, v. 3, n. 1, p.142-165, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/cienciasustentabilidade/article/view/179/pdf%20179>. Acesso em: 5 maio 2019.

FABRIM, C. F. **Informações de clientes sobre critérios de sustentabilidade utilizados na seleção de restaurantes**. 2019. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2016.

FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. 1. ed. São Paulo: Roca, 2005.

FERRAZ, T. V. **Práticas sustentáveis em restaurantes universitários de universidades federais brasileiras**. 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Pública) – Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2016. Disponível em: http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_10524_Disserta%E7%E3o%20Final%20-%20Than%EDsia%20Valim%20Ferraz.pdf. Acesso em: 14 abr. 2019.

FRANCO, M. C; FRANCO, W. C; NARANJO, M. T. Análisis de Satisfacción La gastronomía de Samborondón – Ecuador. **Estudios y Perspectivas em Turismo**, v. 26, n. 3, p. 731-745, 2017. Disponível em: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V26/N03/v26n3a13.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2018.

JAHNO, V. D; STRASBURG, V. J. Paradigmas das práticas de gestão ambiental no segmento de produção de refeições no Brasil. **Engenharia Sanitária Ambiental**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, p. 3-12, jan./fev. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/esa/v22n1/1809-4457-esa-22-01-00003.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2018.

KRAUSE, R.W. **A gastronomia como fator de influência na escolha de destinações turísticas e de sua hotelaria**. 2007. Tese (Doutorado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2007. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Rodolfo%20Wendhause%20Krause.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2016.

KWOK, L.; HUANG, Y.; HU, L. Green attributes of restaurants: What really matters to consumers? **International Journal of Hospitality Management**, v. 55, p. 107-117, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431916300196>. Acesso em: 22 mar. 2018.

MELO, F.V.S; BARBOSA, S. R. da S; FARIAS, S. A. de; MELO, S. R. da; DAMASCENA, E. O. Prefieren los turistas hospedarse em hoteles cuyos restaurantes adoptan practicas de sustentabilidade? **Estudios y perspectivas em turismo**, v. 21, n. 5, p. 1159-1173. 2012. Disponível em: <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N05/v21n5a05.pdf>. Acesso em: 3 abr. 2018.

NITZKE, J. A. et al. Segurança alimentar: retorno às origens? **Brazilian Journal of Food Technology**, Campinas, v. 15, p. 2-10, maio 2012. Edição especial. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-67232012000500002&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 28 abr. 2019.

NUNES, R. Gastronomia sustentável. **InterAção**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 41-59, 2012. Disponível em: http://vemprafam.com.br/wp-content/uploads/2016/11/4_Gastronomia-Sustentavel.pdf. Acesso em: 7 jun. 2017.

PETRINI, C. **Slow Food**: Princípios de uma nova gastronomia. São Paulo: Senac, 2009.

PISTORELLO, J.; DE CONTO, S. M; ZARO. M. Geração de resíduos sólidos em um restaurante de um Hotel da Serra Gaúcha, Rio Grande do Sul, Brasil. **Engenharia Sanitária Ambiental**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 3, p. 337-346, jul./set. 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-41522015000300337&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 20 nov. 2017.

PREFEITURA MUNICIPAL DE GARIBALDI. Disponível em: <http://www.garibaldi.rs.gov.br/a-cidade/historia-de-garibaldi/>. Acesso em: 9 abr. 2018.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2006.

SILVA, S. D. **Restaurantes**: estudo sobre o aproveitamento da matéria-prima e impactos das sobras no meio ambiente. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais) — Universidade de Taubaté, Taubaté, 2008. Disponível em: http://www.bdtd.unitau.br/tesesimplificado/tde_arquivos/1/TDE-2012-09-03T170359Z-188/Publico/Sergio_Donizeti_Silva.pdf. Acesso em: 28 jun. 2018.

ZOCHOLINI, C. A. **Informações de hóspedes sobre conservação e gestão do uso da água em meios de hospedagem**. 2016. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade) — Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/1400/Dissertacao%20Cleomar%20Antonio%20Zocholini.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12 abr. 2019.