

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

LARISSA ROMBACH PEREIRA

ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA NA CIDADE DE PONTA GROSSA/PR

PONTA GROSSA

2018

LARISSA ROMBACH PEREIRA

ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA NA CIDADE DE PONTA GROSSA/PR

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo, na Universidade Estadual de Ponta Grossa, setor de ciências sociais aplicadas.

Orientadora Doutora Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas.

Ponta Grossa

2018

TERMO DE APROVAÇÃO

LARISSA ROMBACH PEREIRA

ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA NA CIDADE DE PONTA GROSSA/PR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Turismo.

Ponta Grossa, 14 de novembro de 2018

Prof^a. Dr^a. Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas

Doutorado em Geografia

Prof. Dr^a. Larissa Mongruel Martins de Lara

Graduada em Bacharelado em Turismo (UEPG) Doutorado em Administração (UP) e Mestre em Engenharia de Produção (UTFPR).

Prof. Me. Ricardo Gomes Ramos

Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA/TROPEN/UFPI).

Dedico este trabalho a todos que acreditaram na minha capacidade...

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que já passaram pela minha vida, é uma honra compartilhar da mesma existência que vocês, e por mais que eu tente, ou por mais que eu me esforce para tentar expressar minha gratidão nenhuma palavra chegará perto do que sinto. Vocês transbordam minha vida de felicidade.

RESUMO

Para que a atividade turística seja agradável, é necessário que o turista sinta se sucedido às suas demandas pessoais, para isto, faz se necessário inovações e adaptações ao público consumidor, em questões de serviços de alimentação o público vegetariano encontra obstáculos para o proveito da atividade turística por questões de oferta. A oferta de restaurantes vegetarianos faz se necessária para que a experiência turística seja melhor desempenhada, e para isto deve-se entender a perspectiva dos investidores da tendência vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR sobre a importância do investimento na cidade seguindo o entendimento da complementação turística para os adeptos do vegetarianismo. O objetivo deste trabalho tratou-se da análise sobre as motivações dos investidores para o desenvolvimento e avaliação destes estabelecimentos que desempenham este tipo de culinária na cidade de Ponta Grossa/PR, com base no levantamento de dados sobre os restaurantes que desempenham a culinária vegetariana na cidade, por meio de entrevistas com os investidores destes estabelecimentos, e por meio da avaliação de comentários da ferramenta *tripadvisor* constatou-se o êxito sobre a procura da culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR.

Palavras-Chave: Alimentação vegetariana; Vegetarianismo e o turismo; turistas vegetarianos.

ABSTRACT

For a tourist activity to be enjoyable, it is necessary for the tourist to attend to their personal demands, for this it's necessary innovations and adaptations to the consumer public, in matters of food services the vegetarian public has obstacles to the benefit of the tourist activity due to supply issues. The offer of vegetarian restaurants is necessary for the tourism experience to be better performed, and for this we must understand the perspective of the investors of the vegetarian tendency in the city of Ponta Grossa/PR on the importance of the investment in the city following the understanding of the complementation for vegetarians. The objective of this work was the analysis of the motivations of the investors for the development and evaluation of these establishments that perform this type of cooking in the city of Ponta Grossa/PR, based on the data collection about the restaurants that perform the vegetarian cuisine in the city, through interviews with the investors of these establishments, and through the evaluation of comments of the tripadvisor tool was verified the success on the demand of vegetarian cuisine in the city of Ponta Grossa/PR.

Key words: Vegetarian food; Vegetarianism and tourism; Vegetarian tourists.

LISTA DE FOTOS

Figura 2:Diferenças entre grupos de vegetarianos.....	10
Figura 3: 20 melhores países para vegetarianos	18
Figura 4: Restaurante Chen Yuan.....	26
Figura 5: Avaliações Restaurante Chen Yuan.....	26
Figura 6: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano	27
Figura 7: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano	27
Figura 8: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano	28
Figura 9: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano	28
Figura 10: Living Restaurante Vegetariano	29
Figura 11: Avaliações Restaurante Living	29
Figura 12: Comentários Living Restaurante Vegetariano	30
Figura 13: Comentários Living Restaurante Vegetariano	30

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Período de análise dos restaurantes	8
---	---

TABELA DE SIGLAS

MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
SVB	Sociedade Vegetariana Brasileira

SÚMARIO

1	Introdução	5
2	Turismo e Ofertas Vegetarianas	9
2.1	Tendências alimentares	12
2.2	Alimentação e cultura, fatos que influenciam no Turismo	14
2.3	Vegetarianos e o turismo	16
2.4	Ponta Grossa, alimentação nos Campos Gerais do Paraná	21
3	Metodologia de Pesquisa	23
4	Resultados e Discussões.....	25
5	Considerações Finais	34
6	Referências Bibliográficas.....	37
7	Apêndices.....	43
7.1	Roteiro Semiestruturado Para Entrevistas	43
7.2	Termo de consentimento livre e esclarecido	44

1 Introdução

A alimentação é um fator fundamental para a sobrevivência, é essencial para o bom funcionamento de um organismo, uma vez que, é do alimento que todo ser vivo é capaz de prover substâncias necessárias à preservação da vida e para a realização de atividades. Sendo assim, como turismo, desempenha a realização de atividades logo, necessita de serviços de alimentação para que a atividade turística ocorra. O ato de alimentar-se está diretamente ligado ao turismo pois o consumo de tais substâncias torna-se mais do que necessária para a vida, esta primordialidade fisiológica se transfigura como parte da experiência turística a ser vivenciada.

Os hábitos alimentares, assim como o comportamento do consumidor de turismo estão em constante mudança, com isso, prestadores de todos os serviços turísticos desenvolvem mudanças para que se adaptem às novas necessidades, situações pessoais, desejos e preferências do consumidor. Este fato traz consigo oportunidades de fomento ao ramo alimentício no turismo, já que segundo o Ministério do Turismo (2013) “os gastos com alimentação estão entre as principais despesas dos turistas, atrás apenas do transporte”, tal afirmação tem base nas questões fisiológicas dos turistas que em todo o trajeto turístico desenvolvem a prática da alimentação.

A prática da alimentação se transfigura na:

Necessidade fisiológica básica, um direito humano e um ato sujeito a tabus culturais, crenças e diferenças no âmbito social, étnico, filosófico, religioso e regional. O ato de alimentar-se incorpora tanto a satisfação das necessidades do organismo quanto se configura como uma forma de agregar pessoas e unir costumes, representado assim um ótimo método de socialização (FRANÇA et al, 2012, p.1)

O conhecimento do mercado no turismo torna-se necessário por estar diretamente ligado a propostas e a novas estratégias assertivas aos destinos turísticos e ao desenvolvimento local, fator que propicia melhor o desenvolvimento do turismo, já que a comunidade, além de representar sua cultura está ligada com os serviços e produtos ofertados e prestados. A prática do turismo oferece impactos positivos à comunidade, de forma que:

Ao longo de toda história registrada, de certa forma o turismo teve um impacto sobre tudo e todos os que estiveram em contato com ele.[...] Esses impactos positivos significariam para o local resultados tais como melhorias nas condições econômicas, uma promoção social e cultural e a proteção dos recursos ambientais (THEOBALD, 2002, p.81)

Assim sendo, ao investir na percepção do mercado de forma mais abrangente averiguando os pontos positivos e negativos do empreendimento, abre-se oportunidades de oferta de novos empregos para a comunidade local além de abranger e atender grupos sociais diferenciados.

A cidade de Ponta Grossa está localizada na região dos Campos Gerais no Estado do Paraná, que em 1820 foi descrita por Saint- Hilaire, cronista francês como “O paraíso terrestre no Brasil” a cidade apresenta belos atrativos naturais, religiosos, bibliotecas monumentos e museus, e de acordo com dados divulgados pelo Paraná turismo (2014) aponta que dentre os segmentos do turismo, o segmento de negócios e eventos ganha grande destaque no estado do Paraná, sendo responsável por 43% dos 13,5 milhões de visitantes que o Paraná recebe anualmente, e em 2017 a capital do Paraná, Curitiba, ficou em terceiro lugar no *rank* das cidades mais procuradas para este segmento segundo dados do Ministério do Turismo (2017).

O fluxo de visitantes na cidade de Ponta Grossa, em grande parte tem maior inclinação a dietas que constituem do consumo da carne, porém os números de adeptos e simpatizantes do vegetarianismo têm crescido, fazendo com que seja necessária a implantação de serviços gastronômicos que se destinem a esta dieta em locais que ofereçam atrativos turísticos, pois para simpatizantes e praticantes desta mudança alimentar encontram grande dificuldade no quesito de realização alimentar quando exerce a prática do turismo.

A cidade de Ponta Grossa, que faz parte da rota dos tropeiros, possui sua herança culinária baseada no tropeirismo, movimento referente à colonização tropeira na região dos Campos Gerais do Paraná no fim do século VXIII. Tais colonizações foram motivadas pela necessidade das tropas percorrerem o caminho do sul do Brasil até o sudeste do país para transportar gados e muares, como também outros produtos, ocasionadas pelo movimento da atividade mineradora na região de Minas Gerais.

A cidade de Ponta Grossa tem sua cultura alimentícia constituída com base no caminho das tropas, chamado tropeirismo, pois tal movimento contribuiu para a criação da cidade. A cidade que tem suas bases no movimento tropeiro apresenta uma tendência alimentar vegetariana que consiste na “prática do regime alimentar que excluí todos os derivados de animais” segundo a

Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), tal tendência tem ganhado notoriedade em proporções mundiais, o que a torna um indício de oportunidades para empresas investidoras na diversificação de consumo alimentício.

Em benefício do turista, faz-se necessário conhecer às características dos serviços, entender sua demanda e qualificação, para visar neste perfil às oportunidades do mercado sobre a procura da culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR.

O Ministério do Turismo (2013) afirma que:

Os serviços de alimentação tornam-se de grande benefício para o desenvolvimento do turismo já que está completamente relacionada com a estada do turista e pode valorizar a experiência e tornar-se um diferencial no mercado (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 24 e 25)

Com base nos argumentos apresentados acima, o trabalho visa a questão das tendências de consumo como oportunidades do fomento ao turismo e valorização a diversidade, como a procura da mudança dos hábitos alimentares, que abrange o consumo vegetariano na cidade de Ponta Grossa-PR, a fim de analisar a motivação do consumo desta culinária na cidade analisando 2 empreendimentos que exercem a culinária vegetariana na cidade, sendo eles os restaurantes: Chen Yuan e Living. Para tal delineou-se a seguinte pergunta problema:

Como é a oferta dos estabelecimentos que conduzem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR?

Diante desta indagação, delineou-se o como objetivo geral analisar as motivações dos empreendimentos que exercem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa-PR.

Além dos objetivos específicos:

A) Levantar os estabelecimentos que desenvolvem a oferta da gastronomia vegetariana em Ponta Grossa/PR.

B) Analisar o olhar dos proprietários de empreendimentos relacionados a culinária vegetariana suas motivações para a oferta deste tipo de culinária.

C) Analisar o potencial turístico da oferta da culinária vegetariana visando um maior entendimento da importância que este tipo de alimentação tem para a atividade turística.

Do ponto de vista acadêmico, o presente estudo se torna necessário, uma vez que a pesquisa servirá de subsídio para que novos estudos sejam realizados com essa temática, e para que outros acadêmicos tenham acesso às informações coletadas com esta pesquisa. O período da análise online e entrevistas sucedeu-se no período a seguir:

Quadro 1: Período de análise dos restaurantes

	Pesquisa <i>online</i> <i>tripadvisor</i>	Entrevistas	Comentarios analisados
Chen Yuan	Out 2018	24 Out 2018	26 de março de 2014 a 9 de junho de 2018
Living	Out 2018	25 Out 2018	30 de julho de 2018 a 5 de novembro de 2018

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A metodologia utilizada tratou-se da abordagem qualitativa- quantitativa para uma análise adequada ao assunto, pesquisas *online* como o levantamento e análise pelo *Tripadvisor* dos restaurantes que ofertam a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR, além pesquisa documental, e entrevista com os proprietários dos empreendimentos no período, afim de estabelecer relação do assunto Turismo e ofertas vegetarianas, a divisão de capítulos foi dividida em: Tendências alimentares; Alimentação Vegetariana; Vegetarianos e o turismo; Ponta Grossa, alimentação nos Campos Gerais do Paraná.

2 Turismo e Ofertas Vegetarianas

O consumo acontece em todos os momentos, e faz parte do dia a dia e do cotidiano de cada um; o ato de consumir se diz respeito à prática econômica de adquirir bens e serviços. Neste processo do consumo, várias são as questões que influenciam na decisão do consumidor ligadas ao seu comportamento. Segundo Larentis (2012) o consumo está interligado por um processo, sendo ele emocional ou cultural, ou por motivação pela necessidade de satisfazer necessidades e desejos.

O estudo do comportamento do consumidor torna-se material de interesse necessário para que empresas prestadoras de serviços estejam atentas a mudanças de seus consumidores. Porter (1990) relata que por meio da inovação é que se desenvolve a vantagem competitiva entre as empresas, e que são manifestadas em novos produtos, serviços, processos ou abordagens, sendo assim as inovações e mudanças alimentares exercem impacto no turismo uma vez que as mudanças pessoais dos turistas oferecem oportunidades para prestadores de produtos e serviços.

O comportamento do consumidor não é fixo ou imutável, o que significa que as necessidades e motivações do consumidor estão em constante mudança, tais mudanças são favorecidas pelas transformações sociais, culturais e avanços tecnológicos, onde “toda atividade econômica é por definição de alto risco, e defender o passado – ou seja, não inovar – é bem mais arriscado que construir o futuro” (BEATTY, 1998, p. 196).

Cabe ressaltar que as mudanças tecnológicas exercem grande impacto sobre o comportamento do consumidor, uma vez que por meio de dispositivos móveis e com acesso à internet oferecem aos consumidores fácil acesso a informações, tais como fonte de compra. O acesso por meio destas inovações possibilitou aprofundar o conhecimento sobre o comportamento do consumidor por meio de pesquisas, redes sociais e aplicativos de avaliações com a finalidade de entender e introduzir os resultados para o mercado consumidor.

Na perspectiva do turismo, o turista também torna se consumidor já que durante sua estadia, usufruirá de bens e serviços.

E como todo consumidor, o turista é exigente com a qualidade – o que permite a comparação e, claro, a avaliação crítica – e demanda bons serviços. Entre eles o da alimentação – fator indispensável não apenas por uma boa saúde, mas também pelo próprio prazer e conforto da estada. (SILVA, 2006 p.14)

A alimentação segundo Mascarenhas (2016, p.15) "é um dos elementos essenciais à experiência turística e pode ser utilizada como complementação da oferta e também como atrativo". Na área do consumo alimentar, o estudo para com o consumidor torna-se essencial, pois atualmente existem divergências quanto ao que o consumidor busca para sua alimentação durante o período em que se designa para sua vida e para o período em que pratica o turismo, do que ele encontra no mercado, como por exemplo, a ascensão da alimentação vegetariana, regime alimentar que excluí todos os tipos de carnes.

Para melhor entendimento sobre o vegetarianismo Azevedo descreve o termo como:

Utilizado para se referir a uma dieta isenta de carnes. O vegetarianismo restrito (veganismo) exclui completamente os produtos animais (carnes, peixes, leite, ovos e, às vezes, mel) e é baseado no consumo de cereais, leguminosas, frutas, verduras e oleaginosas. Os ovolactovegetarianos complementam a dieta com ovos, leite e derivados (2013, p.3)

Figura 1:Diferenças entre grupos de vegetarianos

DIFERENÇAS ENTRE OS GRUPOS DE VEGETARIANOS	OVOLACTOVEGETARIANOS	LACTOVEGETARIANOS	VEGETARIANOS ESTRITOS	VEGANOS
NÃO CONSOMEM CARNE NEM PEIXE, FRANGO, CRUSTÁCEOS ETC.	●	●	●	●
NÃO CONSOMEM OVOS NEM PRODUTOS COM OVOS E DERIVADOS.		●	●	●
NÃO CONSOMEM LATICÍNIOS LEITE, QUEIJOS, IOGURTES ETC.			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL NA ALIMENTAÇÃO			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL ALIMENTAÇÃO, VESTUÁRIO, BELEZA, ENTRETENIMENTO, ETC.				●

Fonte: Vista-se (2012)

Este segmento nutricional tem sua motivação baseada em várias questões como: "motivação religiosa, anatômica e fisiológica, espiritual, ética, saúde, ecológica e econômica" (SOUZA et al., 2010, p.4). Tal dieta contribui para

o consumo sustentável dos alimentos, fator que tem ganhado cada vez mais credibilidade entre os empreendimentos e para o turismo já que “o movimento pelo desenvolvimento sustentável parece ser um dos movimentos sociais mais importantes deste início de século e milênio” (BARBIERI et al., 2010 s/p).

O movimento que tem sua premissa baseada em permanecer favorecendo as gerações atuais sem prejudicar as futuras deve ser visto como indispensável para a humanidade e para o turismo, uma tendência que oferece a oportunidade da conscientização, uma vez que seus recursos são finitos e o desenvolvimento econômico deve ser equilibrado ao sustentável.

Um aspecto central da adesão a um movimento social é a necessidade de substituir os meios e as práticas antigas por outras que traduzem os princípios, objetivos e diretrizes do novo movimento. Ao se comprometer com o desenvolvimento sustentável, a empresa deve necessariamente mudar sua forma de atuação para, no mínimo, reduzir os impactos sociais e ambientais adversos. Isso requer uma nova maneira de encarar a inovação, o que leva à ideia de inovação sustentável, ou seja, um tipo de inovação que contribua para o alcance do desenvolvimento sustentável (BARBIERI et al., 2010).

Tal movimento tem como finalidade atender as necessidades do homem moderno, no entanto visa obter os menores resultados negativos possíveis, resultados que exercem total ligação com o consumo alimentar e que segundo Azevedo, exerce impacto direto ao meio ambiente, sendo eles:

[...] indisponibilidade de grãos destinados à criação animal; a contaminação das águas e o assoreamento dos recursos hídricos; a desertificação e o impacto negativo sobre a biodiversidade e as matas nativas,; a degradação da vegetação e a compactação dos solos,; a redução na capacidade de infiltração da água no solo devido à compactação; e, por fim, a contaminação dos produtos de origem animal, devido ao uso inadequado de produtos veterinários para o tratamento de enfermidades dos animais e de agrotóxicos e fertilizantes químicos nas pastagens.(AZEVEDO, 2013 p.6)

A cartilha elaborada pelo Ministério da Saúde, O guia da alimentação brasileira (2014 p.32) indica que “quanto a maior a procura por alimentos orgânicos e de base agroecológica, maior será o apoio que os produtores da agroecologia familiar e mais próximos estaremos de um sistema alimentar socialmente e ambientalmente sustentável”. Esta indicação favorece o desenvolvimento local juntamente sendo desenvolvido com a alimentação sustentável, afim de diminuir desperdícios, aspecto de grande importância ao trabalhar com o turismo.

Segundo Fagliari (2005) “A alimentação e o turismo são dois elementos que caminham lado a lado. O alimento é um dos elementos essenciais da experiência turística, podendo tanto satisfazer necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelos turistas”, como já exercido na região dos Campos Gerais, no Paraná, dotada de interesse de atrativo gastronômico pelos turistas por conta de sua bagagem histórica, condições de tipicidade regional baseada no tropeirismo.

2.1 Tendências alimentares

Ao falar sobre a evolução dos hábitos alimentares, deve-se retomar a história da humanidade desde os primórdios, segundo Kopruszynski e Marin (2011, p.1) “ao surgir no planeta, o homem observando os outros animais, consumia o que era ofertado pela natureza, frutos, raízes e folhas. Mais tarde, iniciou-se a prática de caçar e pescar, consumindo também carnes de animais selvagens”, neste aspecto a alimentação exercia o papel unicamente de extrema importância da sobrevivência.

Ainda segundo Kopruszynski e Marin (2011), o homem primitivo, nômade, caçador e coletor modificou-se para hábitos que condiziam com a prática da agricultura, porém ao ter conhecimentos sobre agricultura, terras férteis, a revolução agrícola não tornou o homem unicamente vegetariano, mas fez com que o homem primitivo utilizasse de seus sentidos como o paladar e o odor para experimentar alimentos desconhecidos, fazendo assim com que tivesse impacto diretamente na sua saúde.

[...] mesmo com algumas mudanças nos hábitos alimentares os homens primitivos não apresentavam doenças crônicas-não transmissíveis como: diabetes, doenças cardiovasculares, pressão alta, colesterol elevado, entre outras, pois a alimentação nesse período mesmo com a inserção da carne, vinda da caça, era considerada saudável do que nos dias de hoje, além do grande consumo de vegetais, como frutas, raízes e hortaliças (KOPRUSZYNSKI, et al., 2011, p.4).

Segundo Franco (1995), os “hábitos alimentares têm raízes profundas na identidade social dos indivíduos, são, por isso, os hábitos mais persistentes no processo de aculturação dos imigrantes” e para Erig (2016, p.3) o desenvolvimento da gastronomia “surgiu a partir da evolução do homem, quando de caçador e coletor de alimentos, ele passou a ser também o produtor dos seus

alimentos e adquiriu técnicas de manipulação e conservação dos alimentos”, portanto a gastronomia acompanha as alterações nos cardápios pessoais dos turistas, isto está vinculado diretamente às condições sociais que estão disponíveis no momento como acessam a informação e condições financeiras.

Neste contexto a evolução dos hábitos alimentares teve seu início a partir da degustação ao longo dos anos, outro fato de suma importância está relacionado a revolução industrial que teve início na Inglaterra no século XVIII e que se espalhou pelo mundo, a troca de ferramentas braçais movidas pela energia humana, pelas máquinas movidas a energia motriz fez com que de certa forma o homem sucumbisse a “comodidade” uma vez que sua alimentação foi impactada pela saída do campo para trabalhar em indústrias, e seus hábitos alimentares tiveram que ser repensados a nova rotina. (KOPRUSZYNSKI, et al., 2011)

A evolução dos hábitos alimentares de uma sociedade deve-se do “fruto da importação e assimilação de novos ingredientes, a qual pode ocorrer por vários motivos, como mudanças climáticas, períodos de guerra e aculturação” (FAGLIARI, 2005, p.4). Atualmente, o homem evoluiu de tal forma em que não necessita ser nômade para buscar seu alimento, basta ir a um restaurante ou supermercado e lá encontrará abundância de alimentos no qual poderá escolher se será ou não industrializado e se terá algum esforço para prepara-lo, a alimentação se tornou inteiramente cômoda.

Kopruszynski e Marin (2011) apontam que “a sociedade moderna segue um padrão alimentar que se caracteriza por excesso de calorias dos alimentos, exagerada acessibilidade alimentar e falta de exercícios físicos” o que acaba exercendo impactos negativos na saúde humana, e indica que as doenças acometidas à alimentação poderiam por meio de alimentação saudável serem prevenidas.

Os consumidores, cada vez mais exigentes, [...] atentam-se também aos teores de colesterol, gorduras, calorias, açúcares, sódio, além dos valores agregados como embalagem, vitaminas aditivadas e até mesmo a forma como foram produzidos, antes de realizarem suas opções. (ANDRADE et, al 2010 p.2)

A busca pela melhora da qualidade de vida tem se tornado assunto cada vez mais intensificado, um estudo recente realizado pela Folha de São Paulo (2017) constatou que a procura por produtos orgânicos ultrapassa os níveis da

culinária e chega até os cosméticos, fator que exhibe a preocupação com a saúde humana em se abster de produtos tóxicos em todos os âmbitos, esta preocupação com a alimentação saudável para satisfazer necessidades e desejos exerce influência em vários aspectos da gastronomia e do turismo, já que estes fatores podem desencadear uma mudança cultural e também na decisão de escolha do destino, a saúde do homem em sociedade e com o meio ambiente gera tema que ganha notoriedade e tem sido discutido para a promoção da importância da preocupação ambiental para o alcance da sustentabilidade.

2.2 Alimentação e cultura, fatos que influenciam no Turismo

Atualmente não há uma única definição do que seja o Turismo, porém a Organização Mundial de Turismo (2001) define o turismo como "as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros".

Desta forma entende-se que o turismo é o ato de deslocar-se para uma determinada localidade sem pretensão de moradia, com retorno ao local de partida.

Segundo Silva (2006, p.22):

A crescente produção científica na área do turismo tem mostrado a importância dessa atividade para a sociedade global. Os estudos apontam um sinal de maturidade, aprofundando a discussão sobre a complexidade do fenômeno turístico.

O turismo também pode ser considerado fator sócio econômico que abrange várias funções complementares que estão associadas com o atendimento ao público direto ou indiretamente ao turista, dados da Organização Mundial de Turismo (2018) apontam que o turismo internacional cresceu 6% em 2017, o ministro do turismo Marx Beltrão menciona que "os bons números do setor apenas reforçam a importância do turismo para economia mundial e mostra que este é um mercado em expansão" e ressalta que o Brasil tem muito a se beneficiar do aquecimento do turismo, uma vez que reúne atrativos diversos para viajantes locais e internacionais. Tal fato permite cada vez mais que novas opções de atendimento para as escolhas pessoais do turista sejam atendidas,

contudo como expõe Silva (2006) “os impactos socioculturais advindos do fluxo turístico podem ser positivos ou negativos para a população visitada, dependendo da natureza do contato”, a cultura está ligada ao modo de vida de um povo, sendo apresentada em diferentes manifestações como suas tradições e costumes que geram influências diretamente na sua culinária, por este motivo a alimentação sempre estará relacionada à história dos diferentes povos e culturas.

Segundo Campomori (2008, p 78-79):

A cultura é a própria identidade nascida na história, que ao mesmo tempo nos singulariza e nos torna eternos. É índice e reconhecimento da diversidade. É o terreno privilegiado da criação, da transgressão, do diálogo, da crítica, do conflito, da diferença e do entendimento.

Assim como a cultura, os hábitos alimentares sofrem alterações constantemente, e tal mudança oferece oportunidades no quesito do turismo, quando a gastronomia ultrapassa o encargo de somente “alimentar”, Gândara e Mascarenhas (2010, p.179-180) concordam que “é imprescindível pensar a comida não apenas como fonte de saciação de necessidades fisiológicas, mas também de necessidades sociais e psicológicas” a alimentação no âmbito do turismo além de estar ligada a uma necessidade fisiológica, exibe caráter exploratório, onde por meio do paladar o turista atribui experiências positivas ou negativas sobre o destino, visões sobre a comunidade, e valorização da cultura local, tornando-se assim também um complemento à experiência turística.

Já Fagliari (2005, p.12) afirma que a “importância que a alimentação vem adquirindo para os turistas é um fator determinante para justificar o desenvolvimento do uso turístico de elementos gastronômicos”. Para a melhor compreensão sobre o tema turismo gastronômico.

Para Beni (2008) a gastronomia é considerada infraestrutura necessária para que a atividade turística possa ocorrer, Fagliari (2005) deixa evidente que a gastronomia é um potencial atrativo cultural para a localidade e se trabalhados corretamente, os elementos gastronômicos como a questão do diferencial, mais será desenvolvido o interesse do turista.

Entendendo o significado que o turismo gastronômico assimilamos que a gastronomia de uma localidade por meio da sua cultura, envolvendo o preparo e cardápio de um povo pode desempenhar um potencial atrativo turístico, fator que

ocorre em variados lugares, e segundo o Ministério do Turismo (2010) os serviços da oferta turística que envolvem a alimentação obtém vantagem em seu desenvolvimento, já que a alimentação faz se presente durante a estadia do turista e proporciona desenvolvimento de uma localidade, além de que no atual cenário de preocupações não somente com o ato de satisfazer necessidades fisiológicas o turista também está preocupado com a procura de uma alimentação saudável e por vezes diferenciada para a realização da atividade turística e que pode se tornar fator penoso na hora de escolher seu destino, como por exemplo: turistas vegetarianos.

2.3 Vegetarianos e o turismo

O vegetarianismo é a pratica do regime alimentar que exclui qualquer tipo de consumo da carne, tal regime possui várias motivações e razões para ser praticado, o principal é feito em respeito aos animais, porém, a alimentação, com já trabalhado anteriormente, condiz com a sua cultura e com o meio em que está inserida, e conforme Beigl (2007, p.2) sobre a prática da alimentação:

Alimentar-se de determinados alimentos e não de outros é uma questão que pode estar além da geografia dos alimentos que cada região dispõe. Apesar da internacionalização da indústria alimentícia, culturas diferentes, religiões e estilos de vida podem ditar o que se deve comer e o que não se deve.

O turismo é para todos, contudo o ato de sentir-se realizado com a experiência turística vivida pode se tornar dificultado para aqueles que exercem a dieta vegetariana, pois além de nem todos os restaurantes oferecem esta opção em seu cardápio, a falta de divulgação, poucas informações no cardápio, distância entre o destino visitado e os restaurantes, ou simplesmente a falta de entendimento do assunto pode se tornar um empecilho para o proveito da experiência turística. A ferramenta *online*, o *Tripadvisor* exerce papel importante neste quesito para os vegetarianos pois o planejamento entre a visitação turística e a alimentação é de extrema importância pois assim como o atrativo a ser visitado, o ato de alimenta-se faz parte da experiência turística a ser vivenciada.

Apesar da alimentação vegetariana não exercer turismo gastronômico no Brasil, é de suma importância a adaptação dos locais turísticos para atender aos turistas que praticam este tipo de alimentação pois além de satisfazer suas

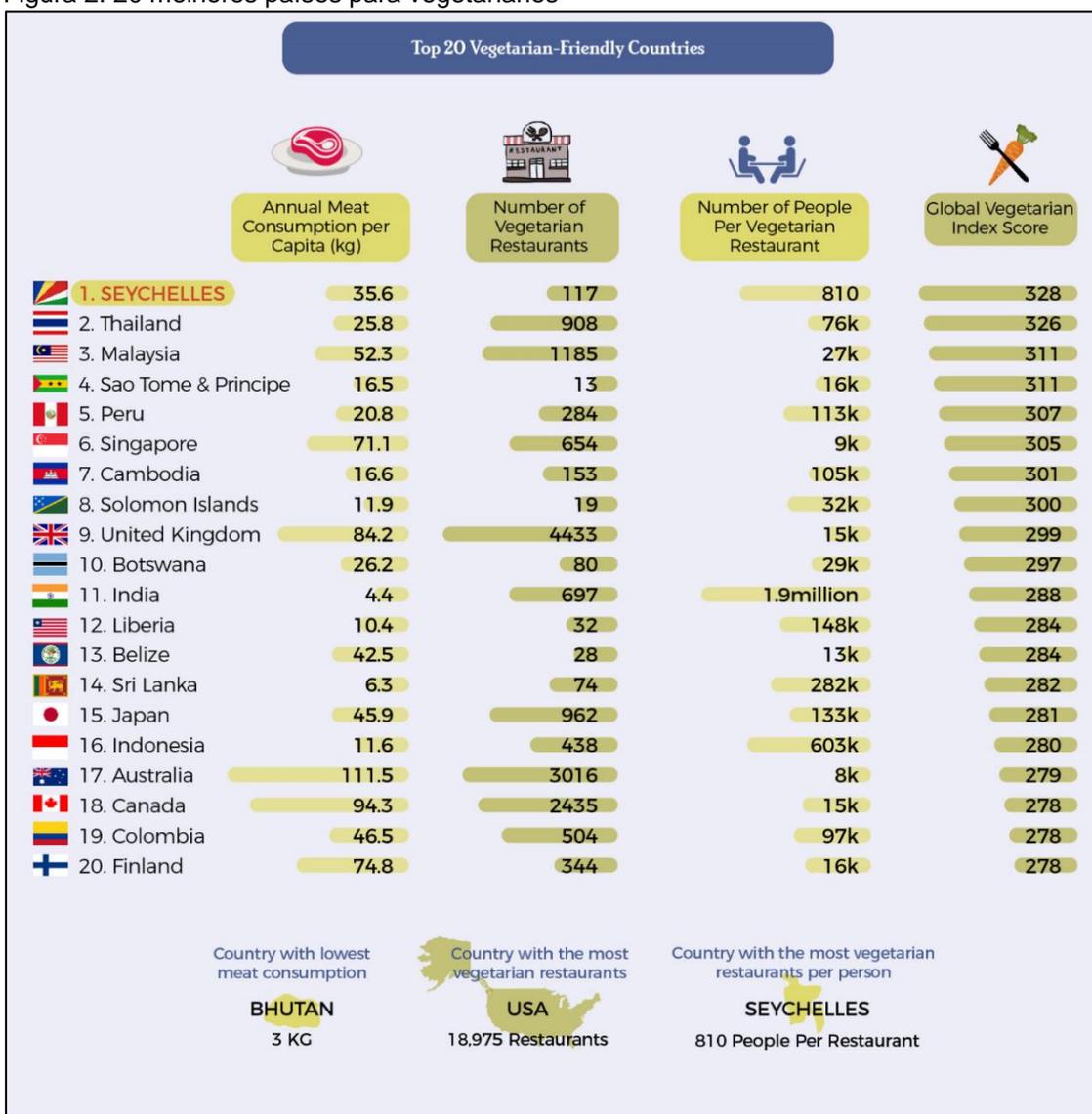
necessidades fisiológicas corresponderem com suas necessidades individuais para que a experiência turística possa exercer seu melhor desempenho.

Com o intuito de relatar os países mais “amigáveis” para turistas vegetarianos, o *Global Vegetarian Index* (2017) analisou os seguintes quesitos em 183 países:

- Consumo de carne;
- Número de restaurantes vegetarianos;
- Número de restaurantes vegetarianos em relação ao tamanho da população.

O resultado constatou os 20 melhores países para turistas vegetarianos, sendo:

Figura 2: 20 melhores países para vegetarianos



Fonte: Oliver's travels blog (2017)

Os hábitos alimentares, com a globalização e modernização da informação estão a cada dia mais se modificando, o consumidor turista como já apresentado por Silva (2006) torna-se a cada dia mais exigente, procura por comparações e inovações, no entanto, além de buscar produtos e serviços de qualidade, Andrade (2010) ressalta que o consumidor está gradativamente alarmado com questões de saúde, ou seja, não busca somente o prazer de comer, e sim busca o bem-estar com seu corpo.

Segundo dados da Academia de Nutrição e Dietética American Dietetic Association (2009) que reúne os principais estudos científicos sobre saúde e vegetarianismo nos Estados Unidos, um estudo realizado com 76 mil pessoas

constatou menores níveis de incidentes de mortes por infarto em vegetarianos do que em pessoas não vegetarianas, o mesmo caso ocorreu para incidentes de redução do colesterol, menor pressão arterial, risco de desenvolver diverticulite, diabetes, menor incidência de câncer de próstata e intestino, pedras na vesícula, redução da incidência da obesidade e redução dos sintomas de fibromialgia.

Kopruszynski e Marin (2011) associam a alimentação como papel diretamente ligados a saúde humana, o que leva a motivação de uma alimentação saudável se tornar uma alimentação que reduz o consumo da carne.

Segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (2018):

“O salto surpreendente no número de pessoas que exclui alimentos de origem animal de seu cardápio reflete tendências mundiais consolidadas de busca por uma alimentação mais saudável, sustentável e ética. Por um lado, o reconhecimento dos benefícios de uma alimentação vegetariana para a saúde é cada vez maior, com grandes organizações - como a Organização Mundial de Saúde - se pronunciando sobre os riscos do consumo elevado de carnes.

Uma pesquisa do IBOPE (2018) divulgada pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) aponta crescimento de vegetarianos no Brasil, segundo a pesquisa:

No Brasil, 14% da população se declara vegetariana [...] nas regiões metropolitanas de São Paulo, Curitiba, Recife e Rio de Janeiro este percentual sobe para 16%. A estatística representa um crescimento de 75% em relação a 2012, quando a mesma pesquisa indicou que a proporção da população brasileira nas regiões metropolitanas que se declarava vegetariana era de 8%. Hoje, isto representa quase 30 milhões de brasileiros que se declaram adeptos a esta opção alimentar – um número maior do que a população de toda a Austrália e Nova Zelândia juntas.

Outra motivação para o número de pessoas que opta por excluir as carnes e derivados do cardápio está consolidado na preocupação crescente dos impactos negativos ambientais, pecuária e condições de vida impostas aos animais, segundo a Sociedade Brasileira Vegetariana (2018). Dados do jornal Folha de São Paulo (2016) informa que as pequenas empresas vegetarianas terem crescido 40% ao ano apesar da crise, e em 2017 uma pesquisa do Datafolha já havia mostrado que 63% dos brasileiros pretendiam reduzir o consumo da carne.

Portando, observando o crescimento dos adeptos e praticantes da alimentação vegetariana conclui-se que essa expansão consequentemente refletirá nas atividades turísticas no país, como por exemplo a constante

mudança associada a esta dieta tem feito com que pequenos empreendedores possam investir nesta mudança alimentícia; a consultora do Serviço de apoio às Micro- Empresas (SEBRAE) comenta que o vegetarianismo é uma das tendências que vieram para ficar.

Segundo a SVB (2012), estima-se que no Brasil, existem cerca de 240 restaurantes vegetarianos com lançamentos de pratos e lanches veganos em restaurantes e lanchonetes não vegetarianas e em todo o mundo há investidores e empresas apostando no crescimento do setor que aproveita o atual cenário consumidor para uma mudança nos hábitos alimentares e promove novos investimentos para colaborar com a mudança dos hábitos alimentares, para corresponder a demanda crescente do vegetarianismo pelo mundo, e assim possibilitando uma melhor experiência turística.

Os turistas em geral já possuem suas exigências pessoais, seja pelo destino em que irão visitar clima, rota, etc, porém há exigências pessoais que implicam na dieta que o turista segue que apesar de visitar localidades diferentes, prefere manter seus hábitos diários, seja por opção ou por necessidade, como acontece com os turistas vegetarianos.

As mudanças que esta tendência alimentar apresenta ao turismo foram observadas recentemente com a empresa *AVegan4You* viagem consciente (2018) que disponibilizou o segmento de turismo vegano, a oferta aposta no segmento que visa o comprometimento com a sustentabilidade com o veganismo, filosofia de vida que visa o não abuso dos animais, a empresa é pioneira na América Latina voltada para praticantes e simpatizantes do estilo de vida vegano fazendo assim com que a procura de estadias, restaurantes e toda a experiência turística compactue com o estilo de vida do turista e toda a experiência seja aproveitada.

Assim sendo, o melhor entendimento de como atender a esta demanda com o objetivo de beneficiar a experiência turística, observando que o atual cenário global tem demonstrado forte interesse neste tipo de dieta, traz oportunidades de empreendimentos neste segmento da alimentação, e oferta benefícios para os turistas e moradores locais.

2.4 Ponta Grossa, alimentação nos Campos Gerais do Paraná

As cidades que se localizam na região dos Campos Gerais no Estado do Paraná, como Ponta Grossa, nasceram de um grande movimento histórico no Brasil, o chamado tropeirismo, no qual:

Dos campos do Rio Grande do Sul vinham numerosas tropas até a feira de Sorocaba São Paulo, onde os animais eram comercializados e seguiam para as regiões mineradoras de Minas Gerais, o trajeto percorrido pelos tropeiros como eram chamados os homens que conduziam as tropas deu origem a várias cidades, principalmente em terras paranaenses esse trajeto é conhecido como rota dos tropeiros. (FITZ, 2013 p.6)

A medida em que os tropeiros passavam pelo caminho, surgiam novas cidades, cada uma trazendo consigo a marca histórica ligada aos tropeiros, principalmente, sua base da alimentação. A partir desse movimento, o tropeirismo fez com que tais hábitos adotados para sua alimentação em particular se tornasse base para os hábitos alimentícios do Estado do Paraná como expõe Fitz (2013, p.18):

O tropeirismo possibilitou ao Paraná mais do que o desenvolvimento econômico. A ampliação de sua ocupação territorial de forma mais consistente se dá a partir da passagem das tropas pelos Campos Gerais, ressaltando que cada pouso originou uma vila, uma cidade.

O grande caminho a ser percorrido fez com que os tropeiros encontraram meios de adequação que envolvia uma alimentação prática, mas que, sobretudo saciasse a fome para então possibilitar a travessia. Os tropeiros percorriam uma distância aproximada de 40 km diários, nos mais diversos tipos de terreno, e para que fosse possível a facilitação do caminho, optavam por levar alimentos que não dificultasse a travessia e que possuíssem fácil conservação, segundo Silva (2005) tais alimentos eram o feijão preto sem caldo e com farinha de mandioca, linguiça, toucinho, carne seca, pó de café, açúcar mascavo cristal ou rapadura e arroz.

Sobre a culinária tropeira, Mascarenhas (2005, p.2):

A dieta dos tropeiros deixou marcas na culinária do brasileiro das regiões por eles percorridas. Os alimentos empregados no preparo de suas comidas tinham de ser duráveis e, sobretudo, secos, prevalecendo o feijão, o toucinho, o fubá, a farinha, o café e a carne salgada.

A região dos Campos Gerais do Paraná, por conta de sua bagagem histórica desempenha um importante atrativo gastronômico, onde o preparo

tradicional da gastronomia tropeira é ressaltado acarretando benefícios a comunidade local, preservação da história, cultura e oferece complementações dos destinos turísticos.

A cidade de Ponta Grossa está localizada no segundo planalto paranaense, na região dos Campos Gerais, o tropeirismo faz parte da identidade e história da cidade de Ponta Grossa, pois, deste movimento surgiu a cidade a partir do movimento tropeiro, tal fato histórico foi base tanto da cidade quanto da sua cultura alimentar.

Segundo a cartilha O Programa de Qualificação Profissional e Social para o Setor Turístico de Ponta Grossa (Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, 2006):

[...] o nome da cidade é de origem geográfica, constituindo se em referência a uma colina de grande diâmetro coberta por um capão de mato. Essa colina podia ser vista de longa distância por todos aqueles que viajavam pela região.

Na alimentação Pontagrossense nota-se a frequência da carne influenciada pela sua bagagem histórica tropeira, assim sendo a Câmara Municipal de Ponta Grossa do Estado do Paraná, instituiu no dia 23 de março de 2010 a partir do Projeto de Lei n.290/2009 a lei em que fica instituído em caráter oficial como o prato típico do Município de Ponta Grossa, Estado do Paraná, a "Alcatra no Espeto", assim entende-se a importância da carne sendo a principal característica da cidade de Ponta Grossa.

Apesar de ter sua cultura baseada na alimentação carnívora, a abertura de restaurantes baseados na culinária vegetariana há alguns anos já em serviço disponibilizou espaço de discussão de uma nova tendência alimentar, que exclui as variáveis da cultura originária tropeira, no que consiste a carne. Tal fato disponibiliza a oportunidade de fomento ao turismo para os vegetarianos e adeptos que planejam visitar a cidade, também uma vez que baseado no atual cenário das tendências alimentares, a adaptação é necessária quanto às preferências dos consumidores desenvolvendo assim diferencial para a cidade quanto a alimentação.

3 Metodologia de Pesquisa

Para este estudo, ligado às motivações dos empreendimentos que exercem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa-PR e melhor compreensão do assunto, utilizou-se a abordagem qualitativa- quantitativa para que possível além da coleta de dados, a pesquisa possa fornecer especulações e análises sobre os possíveis resultados, para tal, durante a coleta de dados, as técnicas a serem utilizadas serão dotados de pesquisa documental que para Gil (2007, p. 17), é definida como:

(...) procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados.

Num primeiro momento, a pesquisa teve um caráter investigatório por meio de pesquisas *online* para obter informações sobre a existência de restaurantes vegetarianos na cidade de Ponta Grossa/PR. Após o levantamento dos empreendimentos que suportam a culinária vegetariana, a ferramenta *online*, o *Tripadvisor* tornou-se ferramenta útil para o planejamento de viagens, pois, baseando-se na opinião e avaliação de pessoas que compartilham experiências pessoais em serviços ligados ao turismo, serve de auxílio para a análise do público consumidor em questão destes estabelecimentos para então ser realizada a análise interpretativa dos dados e apresentação dos resultados.

Para a análise deste trabalho, além do levantamento e análise do *Tripadvisor* realizada no mês de outubro de 2018 em 2 estabelecimentos, foi efetuado a análise *in loco*, contando também com o auxílio de entrevistas com os proprietários dos estabelecimentos com o intuito na obtenção de resultados que possam ser mensurados. Este método baseia-se na entrevista semiestruturada (em apêndice) e torna-se necessária pelo fato de que segundo Lüdke e André (1986, p. 34) “a grande vantagem da entrevista sobre outras técnicas é que ela permite a captação imediata e corrente da informação desejada, praticamente com qualquer tipo de informante e sobre os mais variados tópicos”.

A análise de conteúdo justifica-se pelo método de Bardin (1977) que se baseia na análise e interpretação dos dados, possibilitando assim melhor análise dos comentários realizados pela ferramenta *Tripadvisor*, que exerce grande

importância ao turista uma vez que “no setor do turismo estas avaliações oferecem ao turista a possibilidade de formar uma ideia da empresa ou destino, e influenciar de forma fundamental no processo de compra.” (LORA, 2015. p.23). A vantagem em se utilizar esta ferramenta para a análise, se dá pelo fato da não interferência nas avaliações que os usuários fazem sobre os empreendimentos.

O objetivo geral da entrevista baseia –se na oportunidade de diálogo que possibilita a melhor interpretação de respostas feitas aos donos dos empreendimentos já existentes na cidade de Ponta Grossa relacionando ao fomento do turismo, para tanto, foram realizadas entrevistas em todos os restaurantes que baseiam- se na culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa, que até o momento se disponibiliza em 2 estabelecimentos, portanto realizou-se a análise dos dados envolvendo a entrevista, o levantamento, e o diagnóstico ao utilizar a ferramenta *Tripadvisor* dos restaurantes vegetarianos na cidade de Ponta Grossa/PR. A análise dos comentários e entrevistas ocorreram no período do mês de outubro de 2018.

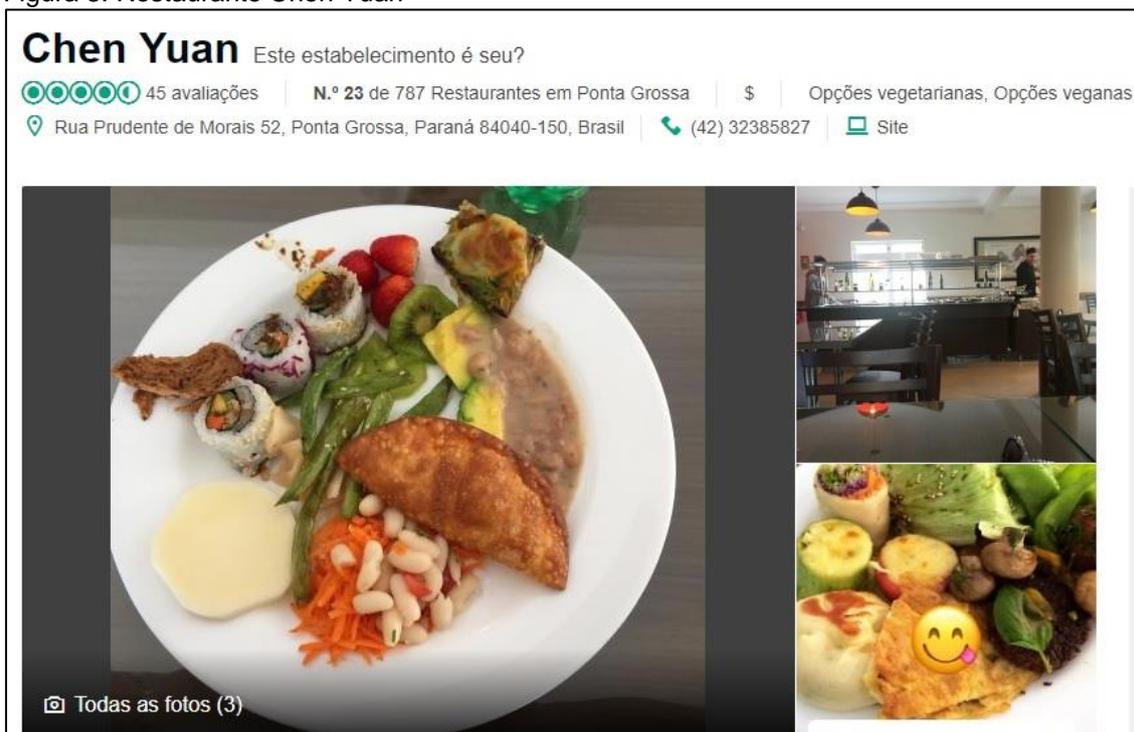
4 Resultados e Discussões

Por meio de pesquisas *online*, o turista obtém a possibilidade de escolha e favoritação por locais onde se desenvolvem os serviços de alimentação que atenderão seus anseios particulares, por meio deste, é possível observar experiências e avaliações já observadas por outros turistas que ali estiveram, por este motivo os empreendimentos que estão dispostos a análises *online* devem estar atentos a sua reputação, segundo María-Dolores, García & Mellinas (2012, p. 03) reputação online baseia se no:

[...] conjunto de opiniões que se realiza na internet sobre uma determinada marca, bem ou serviço, é o que constitui a 'reputação online' de uma empresa. A princípio, trata-se de algo que está fora do alcance do empresário, já que se supõe que todas as opiniões são emitidas por usuários independentes [...] é importante compreender também em que medida os internautas recorrem às opiniões de outros usuários para tomar uma decisão de compra.

Diante da disso foi constatado que o número de restaurantes que exercem a culinária exclusivamente vegetariana na cidade em questão é referente a dois, especificamente: Chen Yuan, o restaurante fica localizado na rua Prudente de Moraes, Vila estrela, a 6 minutos do centro de Ponta Grossa/PR, o restaurante baseia-se na culinária oriental e já reside na cidade há 6 anos. A seguir, a análise dos 48 comentários ao todo postados no *Tripadvisor* sobre as experiências registradas no *Tripadvisor*:

Figura 3: Restaurante Chen Yuan



Fonte: Tripadvisor (2018)

Figura 4: Avaliações Restaurante Chen Yuan



Fonte: Tripadvisor (2018)

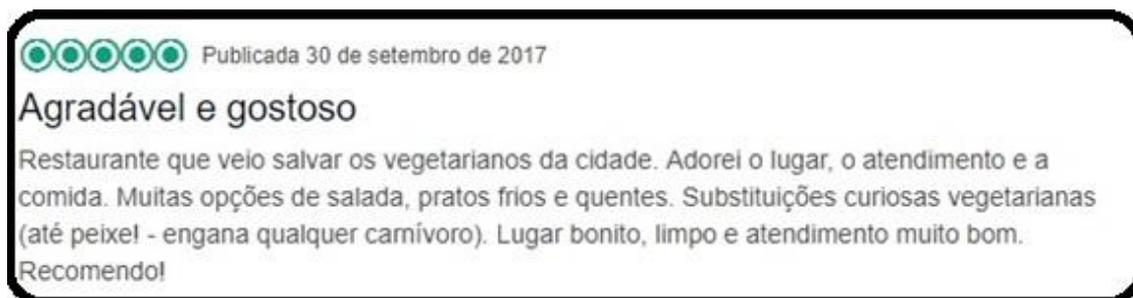
A ferramenta tripadvisor conta com métodos de avaliação onde pode escolher entre as opções a cima, também conta com fotos e permite redigir comentários.

O restaurante vegetariano Chen Yuan está localizado na vila Estrela da cidade de Ponta Grossa/PR, a análise da ferramenta *on line tripadvisor* constatou que o restaurante possui 45 avaliações, sendo elas avaliadas em:

- Excelente (26)
- Muito bom (16)
- Razoável (1)

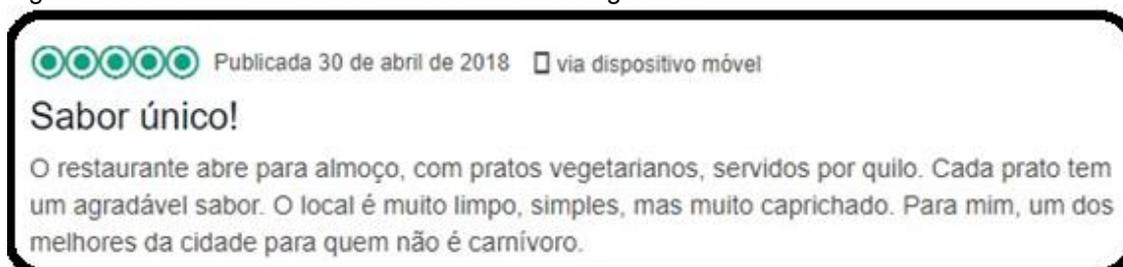
O restaurante abrange opções vegetarianas e o veganas, sendo baseadas a princípio na culinária oriental, serviço caracterizado pelo buffet por quilo e o restaurante recebeu avaliações positivas conforme descrito e compartilhado, curtidos por outros clientes em relação a: comida, lugar e custo dos produtos. Como destacado a seguir:

Figura 5: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

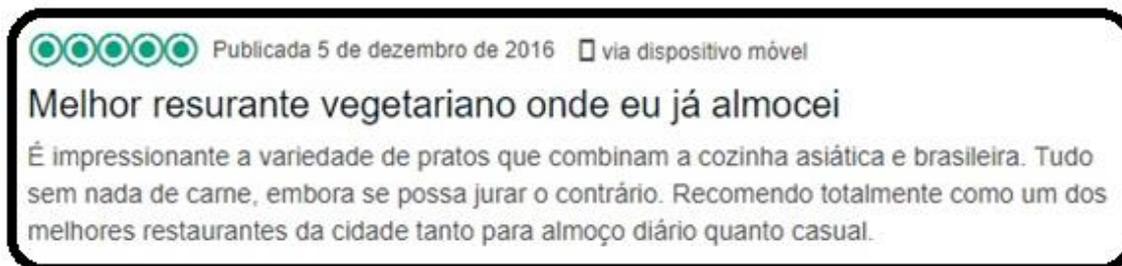
Figura 6: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

Analisando os comentários e avaliações que o restaurante recebeu, percebe-se o destaque de apreço pelo diferencial do restaurante, a oferta vegetariana juntamente com a culinária oriental. Desta forma, permite consumidores tanto vegetarianos quanto apreciadores do vegetarianismo.

Figura 7: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

Em alguns comentários nota-se que o restaurante se mantém atento às sugestões dos clientes considerando que após avaliação foram realizadas alterações contemplando as melhorias propostas conforme publicação a seguir:

Figura 8: Comentários Chen Yuan Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

A importância da análise do consumidor configura-se no ato de compartilhar experiências, o paladar desempenha importante função uma vez que segundo Gonçalves (2004 p.44):

O paladar está associado a modalidades distintas de comidas e bebidas. Mais que isso, está associado a formas específicas e particulares de preparação, apresentação e consumo. Por intermédio do paladar, os indivíduos e grupos distinguem-se, opõem-se a outros indivíduos e grupos. Por essa razão, o paladar situa-se no centro mesmo das identidades individuais e coletivas.

Considerando as avaliações demonstradas, infere-se que as avaliações para com os restaurantes que praticam a culinária vegetariana possuem conteúdo positivo até mesmo por não vegetarianos, tais comentários podem ser analisados e requisitados então tanto para vegetarianos quanto para não vegetarianos.

O restaurante Living fica localizado na rua Av. Bonifácio Vilela, a 6 minutos do centro de Ponta Grossa/PR, baseia-se na culinária saudável e atua no mercado há 4 anos.

Figura 9: Living Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

Figura 10: Avaliações Restaurante Living



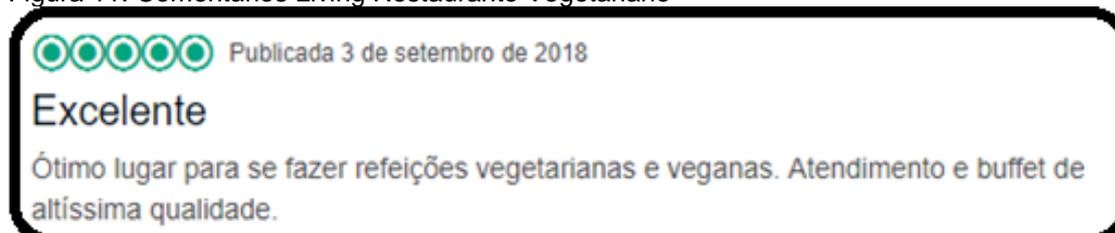
Fonte: Tripadvisor (2018)

O restaurante vegetariano Living está localizado no centro da cidade de Ponta Grossa/PR, a análise da ferramenta *online* *Tripadvisor* constatou que o restaurante possui 2 avaliações, sendo elas avaliadas em:

- Excelente 2%

O restaurante abrange opções vegetarianas e o veganas e seu serviço é realizado pelo *Buffet* por quilo. O restaurante recebeu avaliações positivas conforme descrito e compartilhado, curtidos por outros clientes em relação a: comida, lugar e custo dos produtos. Como destacado a seguir:

Figura 11: Comentários Living Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

Figura 12: Comentários Living Restaurante Vegetariano



Fonte: Tripadvisor (2018)

Dentre as avaliações em ambos os estabelecimentos, se constatou grande ênfase sobre o diferencial da culinária descrito por não vegetarianos sobre os locais. Outro fator predominante na análise dos comentários destaca-se questões sobre variedade, qualidade, substituições e atendimento ao público. Estas avaliações possibilitam tanto o estabelecimento quanto o turista em questões de benefício, o turista é beneficiado com a segurança de satisfazer sua fome ao confiar na análise de outros turistas que por ali estiveram isto faz com que o turista tenha menos chance de desapontamento, por outro lado o estabelecimento se beneficia ao atrair cada vez mais turistas por conta de comentários positivos.

Para a condução da entrevista semiestruturada, serviu-se de um roteiro vide apêndice.

Para a utilização das respostas para esta pesquisa é de extrema importância a permissão de uso de dados, e por tanto o termo de consentimento deverá ser autorizado vide apêndice.

Para fins de proteção de integridade, para referir-se aos entrevistados, o termo **empreendimento I** e **empreendimento II** foram adotados.

O **empreendimento I** existe há 6 anos, o **empreendimento II** existe há 4 anos já os respectivos responsáveis pelos empreendimentos vivem a dieta

vegetariana há mais tempo. O **empreendimento I** já havia tentado implantar a oferta da culinária vegetariana em outra cidade com serviços *delivery* porém relata que optou pela cidade de Ponta Grossa por motivos de análise e segurança da cidade, já o **empreendimento II** relata que por questões pessoais da sua própria alimentação a fizeram investir na abertura do restaurante para que os consumidores tivessem acesso a alimentação saudável, convidada a conhecer o movimento vegetariano com preço acessível.

Os dois estabelecimentos possuem fluxo de consumidores ecléticos, isto é, de todas as idades e níveis de renda e não só moradores da cidade de Ponta Grossa, o **empreendimento II** comenta que já ocorreu de uma banda musical não pontagrossense vegetariana procurar o restaurante durante sua estadia na cidade.

Quanto aos consumidores novos que não conhecem o restaurante, os dois empreendimentos praticam o atendimento diferenciado explicando a missão do restaurante comprometido com o vegetarianismo e seus pratos disponibilizados bem como a explicação de ingredientes.

Em questão das dificuldades encontradas, o **empreendimento I** respondeu que não encontrou dificuldade no empreendimento da cidade, pois sempre foram satisfatoriamente bem recebidos por seus clientes e sua clientela só tem expandido. O **empreendimento II** relata dificuldades quanto à mão de obra disponível por conta da falta de qualificação para exercer este tipo de culinária. Sobre os pontos positivos ambos os estabelecimentos concordam que seus estabelecimentos existem para a conscientização, bem-estar para promover a saúde física e mental de seus clientes, e para que outras pessoas vejam que o vegetarianismo existe e que pode ser uma experiência agradável, como também para a satisfação do consumidor em procurar o estabelecimento e se alimentar bem visto que a proposta da saúde só vem aumentando e esta é a oportunidade ótima de mostrar ao cliente que saúde e satisfação podem caminhar lado a lado.

Os dois empreendimentos atendem pessoas que não moram na cidade de Ponta Grossa, algumas procuram os estabelecimentos pois são praticantes do vegetarianismo, mas a maioria ainda que carnívoros, são simpatizantes do movimento, sendo várias suas motivações para tal, como questões de sustentabilidade e/ou procuram os restaurantes por questões de saúde como

apresentado anteriormente descrito por Kopruszynski e Marin (2011), que descreve a preocupação do consumidor uma vez ciente da correlação entre alimentação ligada a diversas doenças que podem ser evitadas através da transição para uma alimentação saudável, motivando o consumo de alimentos orgânicos, que por consequência ocasiona a diminuição do consumo da carne.

Ambos os estabelecimentos acreditam na importância do empreendimento para a atividade turística como um fomento ao turismo, ao relatar experiências em que foram encontrados obstáculos pessoais como muitos turistas vegetarianos acabam vivenciando, como por exemplo a dificuldade de encontrar restaurantes vegetarianos, confiança nestes estabelecimentos ou até mesmo opções vegetarianas em restaurantes.

Ao realizar o turismo, o consumidor espera satisfazer-se em todos os âmbitos, situação delicada ao turista vegetariano e adeptos, pois a oferta de opções vegetarianas, veganas e saudáveis tem sido assunto contemporâneo, o que quer dizer que algumas localidades estarão propensas a um melhor atendimento, serviços a estes turistas. Contudo com a mudança constante, espaços que possibilitam cada vez mais a satisfação de se realizar o turismo entre os grupos diferenciados, conforme Gimenez (2009 p.12) a alimentação:

[...] pode indicar status social (caviar Beluga), posicionamento ideológico (vegetarianismo), respeito a um código religioso (ausência de porco no cardápio de muçulmanos e judeus), pertencimento a um grupo (churrasco entre amigos) ou ainda preocupação com tendências dietéticas (redução de carboidratos e gorduras diante de discursos nutricionais e estéticos).

Desta forma, ressalta-se a importância de oferecer diversidade nas opções disponíveis para o turismo. A oferta da culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/Pr então pode ser analisada como uma culinária emergente que abrange até mesmo não vegetarianos por sua culinária diferencial, e partindo se do seu tempo de atuação no mercado da cidade acredita-se que esta forma de culinária oferecida na cidade considera-se um diferencial.

Ao oferecer este tipo de culinária abre-se espaço para outro grupo de turistas aproveitarem ao máximo a experiência turística, fato que não anula aos turistas não vegetarianos uma vez que ao analisar os comentários do tripadvisor houve constatação de que adeptos a culinária mas não ao estilo de vida vegetariano não sentiram falta da carne em nenhum dos restaurantes implicando também em diferencial competitivo para outros restaurantes da região pois a

adequação para este público na cidade possibilitou também a atenção de adeptos do vegetarianismo.

5 Considerações Finais

Quando pensado nos objetivos e questionamentos propostos a esta pesquisa, consegue-se começar o delineamento dos restaurantes que exercem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR, o primeiro questionamento foi: como é o a oferta dos estabelecimentos que conduzem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR? Percebeu-se então que a disponibilização no mercado da cidade em questão se diz respeito a 3 estabelecimentos, 2 dos estabelecimentos estão incluídos nesta pesquisa, o terceiro teve sua abertura recentemente no dia 12/10/2018, não sendo possível incluir na análise realizada, fator que não impossibilita o seu estudo em ocasiões futuras.

Percebe-se também que com o tempo de atuação dos dois estabelecimentos em questão, superior a 4 anos os estabelecimentos conseguem atender a demanda necessária para continuar suas atividades na cidade, com a disponibilização de cardápios diferenciados, conseguem atender a diversidade de clientes e turistas, se tornando também um diferencial para o turismo na região.

Outro questionamento sobre a pesquisa se diz respeito à análise das motivações dos empreendimentos que exercem a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa-PR, observado e baseado nas entrevistas, visitas *in loco* e avaliações online constatou-se que a principal motivação exercida pelos proprietários dos estabelecimentos se espelha em questões individuais a quais os proprietários buscam a facilitação da procura vegetariana, pois esta tem ganhado espaço em todo o mundo, e pelo meio de avaliações *on line* torna-se possível compreender possíveis melhorias seja envolvendo a infraestrutura do local, atendimento, ou quaisquer *upgrades* que o turista possa propor, e que por fim viabiliza futuros turistas a aproveitar ao máximo a atividade turística e como comentam os proprietários do estabelecimento, acreditam que o vegetarianismo é uma tendência próspera, que abrange a todas as idades e renda, ainda, acreditam que a procura desta culinária deve-se ao zelo tanto da vida animal como também ao meio ambiente e com a saúde física e mental, visto que não só vegetarianos buscam estes estabelecimentos.

O turismo é para todos, contudo o ato de sentir-se realizado com a experiência turística vivida pode se tornar dificultado para aqueles que exercem a dieta vegetariana pois além de nem todos os restaurantes oferecem esta opção em seu cardápio, a falta de divulgação, poucas informações no cardápio, distância entre o destino visitado e os restaurantes, ou simplesmente a falta de entendimento do assunto pode se tornar um empecilho para o proveito da experiência turística.

Após levantamento histórico da base alimentar da cidade, concluiu-se que a culinária servida nos restaurantes obteve modificações ao longo do tempo com interferência de investidores que refletiram sua cultura pessoal e interesses econômicos, como o tropeirismo, que contribuiu como base da cultura alimentar da cidade e que a gastronomia tropeira deve ser apreciada como manifestação cultural dos Campos Gerais do Paraná, e que apesar do fato de que a cidade ter suas raízes no movimento tropeiro, é necessário o reconhecimento da importância de adaptação as tendências alimentares contemporâneas.

A oferta da culinária vegetariana para a cidade de Ponta Grossa/PR pode ser classificada como equipamento turístico, visto que desempenha uma complementação ao turismo e não o motivo da visita, como por exemplo o turismo de negócios da cidade.

Ainda reforça-se a importância e relevância deste trabalho ao constatar no final da pesquisa, a abertura de mais um estabelecimento que além de oferecer opções vegetarianas, oferece opções de pratos sem glúten, laticínios e açúcares, ressaltando assim que mesmo com a base alimentar cultural advinda dos tropeiros, o município apresenta a necessidade atual da oferta de serviços alimentares diferenciados, demonstrando-se assim o aumento no interesse do público consumidor local para essa opção alimentar acompanhando as tendências alimentares emergentes.

Os proprietários concordam que quanto maior a divulgação, tanto dos atrativos quanto dos restaurantes, o “movimento saudável” que têm ganhado força mundialmente possibilitará que este equipamento turístico atenda a mais turistas futuramente, e que este tipo de equipamento pode ser considerado um fomento ao turismo sustentável como já descrito anteriormente, que cabe a ser um dos pontos mais importantes ligados ao turismo.

Também, percebeu-se o impacto que este tipo de culinária exerce na cidade, uma vez que ao ofertar à culinária vegetariana a cidade passou a ter um diferencial competitivo com os demais restaurantes e a acessibilidade para turistas vegetarianos visitarem a cidade e retornarem tende a aumentar com a oferta.

Por fim, espera-se que esta pesquisa desperte interesse em futuras investigações acadêmicas relacionados a culinária vegetariana na cidade de Ponta Grossa/PR, podendo ser aplicada, desta vez aos consumidores desta culinária, que apesar de não ter sido incluída nesta pesquisa, se faz necessária para melhor entendimento do público consumidor com relação ao seu uso turístico.

6 Referências Bibliográficas

ANDRADE, Elizabeth Souza. DRESCH, Leonardo Oliveira. **Evolução dos hábitos alimentares e a busca por alimentos saudáveis em Campo Grande / MS 2010**. Disponível em: < <http://www.sober.org.br/palestra/15/485.pdf>> Acesso em: 23 ago. 2018

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.

AQUINO, Rita de Cássia de; PHILIPPI, Sonia Tucunduva. Consumo infantil de alimentos industrializados e renda familiar na cidade de São Paulo. **Rev. Saúde Pública**. São Paulo, v. 36, n. 6, p. 655-660, Dec. 2002. Disponível em:<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102002000700001&lng=en&nrm=iso>Acesso em 15 jun. 2018

ARCHER, Brian, COOPER, Chris. **Os impactos positivos e negativos do turismo**. In: THEOBALD, William F. (org.). Turismo Global. 2. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteadó. São Paulo: SENAC, 2002. Tradução de: Global Tourism.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Disponível em:<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4295794/mod_resource/content/1/BARDIN%2C%20L.%20%281977%29.%20An%C3%A1lise%20de%20conte%C3%BAdo.%20Lisboa_%20edi%C3%A7%C3%B5es%2C%2070%2C%20225..pdf> Acesso em: 28. Out. 2018

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 13. ed. São Paulo: Senac, 2008.

BRAUNE, R. e FRANCO, S. **O que é Gastronomia**. São Paulo (SP): Brasiliense, Col. 322, primeiros passos, 1ª edição, 2007.

BEIG, Beatriz Bresighello. **A prática vegetariana e os seus argumentos legitimadores: viés religioso**. 2009. Disponível em: <https://www.pucsp.br/nuces/Nuces11/artigo_beatriz.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2018.

CAMPOMORI, Maurício José Laguárdia. **O que é avançado em cultura**. In: BRANDÃO, Carlos Antônio Leite (Org). **A república dos saberes: arte, ciência, universidade e outras fronteiras**. Belo Horizonte: Ed. da UFMG, 2008. p. 73-80.

CAMPOS, Correio dos. **Campos Gerais conta com 11 municípios no novo Mapa do Turismo Brasileiro**. 2017. Disponível em: <<https://correiodoscamos.com.br/carambei/2017/09/14/campos-gerais-counta-com-11-municipios-no-novo-mapa-do-turismo-brasileiro>>. Acesso em: 09 jun. 2018.

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra. CALIXTO, Pedro. PINHEIRO, Marta Macedo Kerr. **ANÁLISE DE CONTEÚDO: Considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método**. 2014.

Disponível em:
<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/_repositorio/2015/12/pdf_ba8d5805e9_0000018457.pdf>. Acesso em: 06 nov. 2018.

ERIG, Geruza Aline. **A gastronomia típica, enquanto atrativo turístico-cultural de Palmas/TO**. Disponível em:
<<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/37.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2018.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.

FITZ, Lucimara da Silva. **O TROPEIRISMO NO PARANÁ “A CULTURA TROPEIRA EM CASTRO”**. 2013. Disponível em:
<<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1627/CULTURA%20TROPEIRA%20EM%20CASTRO.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

FRANÇA, Fabiana Chagas Oliveira et al. **Mudanças dos hábitos alimentares provocados pela industrialização e o impacto sobre a saúde do brasileiro**. Anais do I Seminário Alimentação e Cultura na Bahia v. 1, p. 1-7, 2012. Disponível em: <http://www2.uefs.br:8081/cer/wp-content/uploads/FRANCA_Fabiana.pdf>. Acesso em 15/03/2018

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. Brasília / DF, Ed. Thesaurus Editora, 1995. p. 240

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. **Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos**. In: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIMENEZ, Maria. Henriqueta. Sperandio. Garcia. **O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil)**. Disponível em:
<<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/14301/9605>> Acesso em: 08 nov. 2018

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A fome e o paladar: a antropologia nativa de Luis da Câmara Cascudo**. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2210/1349>> Acesso em: 16 nov. 2018.

GOVERNO do Brasil. Lei nº Nº 10.200, de 23 de março de 2010. **Institui em Caráter Oficial O Prato Típico do Município de Ponta Grossa, Estado do Paraná**. Ponta Grossa, Disponível em:
<<https://leismunicipais.com.br/a/pr/p/ponta-grossa/lei-ordinaria/2010/1020/10200/lei-ordinaria-n-10200-2010-institui-em-carater->

oficial-o-prato-tipico-do-municipio-de-ponta-grossa-estado-do-parana>. Acesso em: 27 ago. 2018.

GOVERNO do Brasil. **Pesquisa revela que mais de 100 milhões de brasileiros acessam a internet.** 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/editoria/educacao-e-ciencia/2016/09/pesquisa-revela-que-mais-de-100-milhoes-de-brasileiros-acessam-a-internet>>. Acesso em: 13 fev. 2018.

IBOPE. **Dia Mundial do Vegetarianismo: 8% da população brasileira afirma ser adepta do estilo.** Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-do-estilo/>>. Acesso em: 24 fev. 2018.

KOPRUSZYNSK, Cíbele Pereira; MARIN, Flávia Andréia. **ALIMENTAÇÃO HUMANA, PASSADO, PRESENTE E FUTURO.** Disponível em: <<http://www.ibb.unesp.br/Home/Secoes/SecaodeApoioEnsinoPesquisaExtensa-o-SAEPE/10a-semana---texto-agente.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2018.

LARENTIS, Fabiano. **Comportamento do consumidor e marketing de relacionamento.** 1.ed. rev- Curitiba, PR: IESDE Brasil, 2012.

LORA, Alba Viana. **ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN ON - LINE DE LOS PARQUES NATURALES DE CALIFORNIA VS ANDALUCÍA.** 2015. 49 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidad de Málaga, Málaga, 2015. Disponível em: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10332/TFG_AlbaVianaLora.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 06 nov. 2018.

LÜDKE, Menga., ANDRÉ, Marli. E. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo. EPU, 1986.

Manual do Viajante. **Conhece o turismo vegano? Isso existe e tem tudo a ver com sustentabilidade** Fonte: Turismo - iG @ <https://turismo.ig.com.br/manual-do-viajante/2018-06-24/turismo-vegano-entenda.html>. 2018. Disponível em: <<https://turismo.ig.com.br/manual-do-viajante/2018-06-24/turismo-vegano-entenda.html>>. Acesso em: 26 out. 2018.

MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin. **A GASTRONOMIA TROPEIRA NA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ: POTENCIALIDADES PARA O TURISMO.** 2005.

MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin. **Turismo e Gastronomia na região dos Campos Gerais do Paraná.** Ponta Grossa: UEPG, 2016.

MARÍA DOLORES, S. M.; BERNAL GARCÍA, J. J., & MELLINAS, J. P. **Los hoteles de la región de Murcia ante las redes sociales y la reputación online.** Disponível em: <<https://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/117/108>> Acesso em: 20 nov. 2018

MINAEDO, Roberto. **Inovações no varejo alimentar**: uma análise das estratégias de entrada e de crescimento do Carrefour e Walmart no mercado brasileiro. Brasília.2009. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8648996/15543>> Acesso em: 02 ago. 2018

MINISTÉRIO da Saúde. **Guia Alimentar para a População Brasileira**. Disponível em: <<http://portalarquivos.saude.gov.br/images/pdf/2014/novembro/05/Guia-Alimentar-para-a-pop-brasiliera-Miolo-PDF-Internet.pdf>>. Acesso em: 21 fev. 2018.

MINISTÉRIO do Turismo. **A importância da gastronomia para o turismo brasileiro**. 2013. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/4708-a-importancia-da-gastronomia-para-o-turismo-brasilero.html>>. Acesso em: 15 jun.2018.

MINISTÉRIO do Turismo. **TURISMO CULTURAL: Orientações Básicas**. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 15 jun.2018.

MINISTÉRIO do Turismo. **Curitiba é a terceira no turismo de negócios**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8096-curitiba-%C3%A9-a-terceira-no-turismo-de-neg%C3%B3cios.html>>. Acesso em: 21 jun.2018

MINISTÉRIO do turismo; Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. **Programa de qualificação profissional e social para o setor turístico de ponta grossa**. 2007. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/funtur/cartilha17-10-31-10-2012.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

MINISTÉRIO do Turismo. **Turismo internacional cresce 6% em 2017**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/10610-turismo-internacional-cresce-6-em-2017.html>> Acesso em: 16 nov. 2018

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

OMT. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001.

PARANÁ, Governo do. **TROPEIRISMO NO PARANÁ: DOCUMENTOS PARA A MEMÓRIA E O ENSINO DE HISTÓRIA**. 2010. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2009_uel_historia_md_cacilda_pollo.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2018.

PORTER, Michael E. **Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance**. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=CqZzxAxBpfEC&oi=fnd&pg=PT10&ots=At_IJJ0ZXu&sig=gH0CfKkdf>

_ArEiSQqDmsRBf4CBY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 02 ago. 2018.

PONTA GROSSA, Prefeitura Municipal. **O Programa de Qualificação Profissional e Social para o Setor Turístico de Ponta Grossa**. 2006. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/funtur/cartilha17-10-31-10-2012.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

POVO, Gazeta do. **No país do churrasco, 63% dos brasileiros quer reduzir o consumo de carne**. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/63-por-cento-brasileiros-quer-reduzir-o-consumo-de-carne/>>. Acesso em: 25 ago. 2018.

PEREIRA, Marco Aurélio Monteiro; IEGELSKI, Francine. **O PARAÍSO TERRESTRE NO BRASIL: Os Campos Gerais do Paraná no relato de Auguste de Saint-Hilaire**. 2002. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php/rhr/article/viewFile/93/126>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

SECRETARIA do Esporte e do Turismo. **Campos Gerais do Paraná**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=250>>. Acesso em: 08 jun. 2018.

SILVA, Charles Grazziotin. **A importância dos serviços de alimentação junto aos meios de hospedagem gaúchos – estudo de caso de hotéis na cidade de Porto Alegre**. 2006. 167 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Acadêmico em Turismo, Universidade de Caxias do Sul Pró -reitoria de Pós-graduação e Pesquisa, Caxias do Sul, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/172/Dissertacao%20Charles%20Grazziotin%20Silva.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 02 ago. 2018.

SILVA, Leonardo Thompson da. **CULTURA, TURISMO E IDENTIDADE LOCAL: impactos socioculturais sobre a comunidade receptora de turismo – Trancoso, Porto Seguro, Bahia**. 2006. 175 f. Tese (Doutorado) - Curso de Mestre em Cultura & Turismo, Universidade Estadual de Santa Cruz – Uesc Universidade Federal da Bahia – Ufba, Ilhéus - Bahia, 2006. Disponível em: <http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/dissertacao_leonardo_thompson.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2018.

SILVA, Lucimara da. **Tropeirismo**. In: Paraná espaço e memória diversos olhares histórico-geográficos/ autores Scortegana [et al]: organizadores: REZENDE, C J; TRICHES, R. I. Curitiba: Editora Bagozzi, 2005.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **O que é vegetarianismo**. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>> Acesso em 21/02/18.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **Vegetarianismo**. s/d. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>>. Acesso em: 21 fev. 2018.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **Alimentação vegetariana**. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/livros/alimentacao-vegetariana.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2018.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **Pesquisa do IBOPE aponta crescimento histórico no número de vegetarianos no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>>. Acesso em: 25 ago. 2018.

TRAVELS, Oliver's. **A MAP OF THE MOST VEGETARIAN FRIENDLY COUNTRIES IN THE WORLD**. 2017. Disponível em: <<https://www.oliverstravels.com/blog/most-vegetarian-friendly-countries/>>. Acesso em: 26 out. 2018.

7 Apêndices

7.1 Roteiro Semiestruturado Para Entrevistas



Universidade Estadual de Ponta Grossa
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Turismo

1. Há quanto tempo existe o empreendimento? Pode dar um breve relato histórico?
2. Qual foi a motivação para a abertura deste tipo de empreendimento na cidade de Ponta Grossa/PR?
3. Qual o perfil e fluxo de consumidores? (faixa etária, nível de renda, quantidade gasta, conhece o público?)
4. Como é o atendimento a novos fregueses? É realizado um atendimento diferencial para clientes novos?
5. Como é o atendimento sobre cardápios diferenciados? ex: pratos novos, diferenciais.
6. Quais foram as dificuldades encontradas em manter o restaurante?
7. Quais são os pontos positivos deste empreendimento?
8. Como o restaurante observa o cenário atual das mudanças na alimentação (saudável) /crescimento da procura da culinária vegetariana?
9. Atendem pessoas que são de fora de Ponta Grossa? Se sim, qual o percentual, qual a motivação dos turistas que frequentam o estabelecimento?
10. Qual a importância do empreendimento para a atividade turística?

7.2 Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável a acadêmica Larissa Rombach Pereira sob orientação da Professora Doutora Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas, do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR, que pode ser contatado pelo e-mail lare_rombachc@hotmail.com e pelo telefone (42) 99915-0477. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas proprietários de estabelecimentos que exercem a culinária vegetariana, visando, por parte da referida acadêmica a realização de um trabalho de conclusão de curso intitulado "Culinária vegetariana em Ponta Grossa". Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica, que os dados obtidos serão divulgados, mantendo minha integridade, com prévia autorização, e que nesse caso será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.

Empresa:

Nome:

Assinatura

Ponta Grossa, ___ de _____ de 2018