

SAZONALIDADE NA GASTRONOMIA: uma vantagem competitiva

RIBEIRO, Felipe Henrique¹; SIMONCINI, João Batista Villas Boas²; SILVA, Jefre Milioni³.

RESUMO

A sazonalidade de alimentos é um assunto pouco discutido no ramo da gastronomia. Dela, tira-se proveito dos nutrientes dos alimentos, uma vez que nessa época os mesmos apresentam qualidade significativa, bem como do preço de custo destes últimos, que se apresenta vantajoso. Inúmeros restaurantes no mundo todo utilizam cardápios sazonais. Estes, por sua vez geram um posicionamento estratégico e lucratividade maior. Nesse sentido, o objetivo desse trabalho foi demonstrar que é possível a utilização de ingredientes sazonais por meio da elaboração de um prato a base de banana da terra e peixe cação, dentro de cardápios de estabelecimentos gastronômicos. Para demonstrar os resultados obtidos, este trabalho se desenvolveu por meio de uma pesquisa bibliográfica pertinente ao assunto e comprovou alteração de 5,92% para mais quando não se utiliza da sazonalidade.

Palavras-chave: Gestão na gastronomia. Cardápio. Agricultura familiar.

1 INTRODUÇÃO

Sazonalidade é um período em que acontece uma alta perceptível, em determinados ambientes, cuja demanda se torna algo muito forte para o cliente (SOUZA, 2000), característica importante de ser considerada na gestão de restaurantes.

A sazonalidade é alvo de estudo em muitos setores para direcionamento e identificação do cerne da questão. Uma vez que a empresa, tendo abrangência do seu ramo de atividade e conseguindo perceber os melhores moldes para que possa atingir seus objetivos, sabendo lidar com um planejamento bem mais logrado diante os pontos

¹ Graduando do Curso de Tecnologia em Gastronomia do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. Endereço: Avenida Francisco Valadares nº304, Bairro: Poço Rico, Cidade: Juiz de Fora-MG. Celular: (32) 98868-1578, telefone fixo: (32) 3211-8875 e e-mail: feliperibeiro.vivo@gmail.com

² Coorientador.

³ Orientador.

analisados, o sucesso fluiu de forma muito mais eficaz. Saber quando disparar o ponto de partida de um produto, serviço ou atividade é a função de se compreender melhor a sazonalidade. Para Chiavenato (2007), cada empresa tem seus objetivos e metas a serem seguidos, portanto a avaliação do mercado pode dar um norte na maneira de lidar com mudanças ocorridas durante um período de tempo, e deixar as vulnerabilidades de lado.

Logo, levanta-se a questão: ao utilizar alimentos sazonais na composição de pratos que estarão disponíveis dentro do cardápio, é possível que estes pratos gerem redução de custos e rentabilidade socioeconômica e ambiental para o estabelecimento?

O objetivo desse trabalho foi demonstrar que é possível a utilização de ingredientes sazonais por meio da elaboração de um prato a base de banana da terra e peixe cação, dentro de cardápios de estabelecimentos gastronômicos gerando assim vantagem competitiva e ganhos econômicos.

Esse artigo encontra-se dividido em seis partes: a primeira apresenta a revisão da literatura que tangencia sobre a agricultura familiar. A segunda parte aborda o tema sazonalidade explicando o conceito e exemplificando alimentos sazonais. A terceira parte apresenta o conceito de gestão de negócio na gastronomia, mostrando a importância da gestão dentro do estabelecimento. A quarta parte traz o conceito de cardápio e a importância de seu planejamento ser bem feito. A quinta parte apresenta as fichas técnicas bem como o material e os métodos utilizados na elaboração do prato. Em seguida, a sexta parte, é composta pelos resultados e discussão. E, por fim, a conclusão da pesquisa.

2 AGRICULTURA FAMILIAR E SUA IMPORTÂNCIA

Os agricultores familiares são aqueles que, anteriormente, eram denominados como pequenos produtores, trabalhadores rurais, colonos e/ou camponeses. No Brasil, a expressão “Agricultura Familiar” surgiu nos anos de 1990 e por esta razão a discussão teórica e política vêm avançando sobre quem é considerado agricultor familiar, qual a sua importância e o seu papel no desenvolvimento local e para a segurança alimentar da população (TASCETTO et al., 2007).

O Censo Agropecuário realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006), traz na sua base de dados informações sobre a agricultura familiar no Brasil, utilizando a separação entre agricultura familiar e não familiar, com base na Lei nº

11.326, de 24 de julho de 2006 que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais (IBGE, 2006).

As informações divulgadas no Censo Agropecuário 2006 mostram a predominância da agricultura familiar no Brasil, identificando um total de 4.367.902 estabelecimentos de agricultura familiar, que representavam 84,4% dos estabelecimentos rurais brasileiros e que ocupavam uma área de 80,25 milhões de hectares, ou seja, 24,3% da área ocupada pelos estabelecimentos agrícolas agropecuários no país. São dados que retratam uma distribuição desigual das terras no Brasil, mas por outro lado mostram a importância da agricultura familiar para a produção de alimentos no país (IBGE, 2006).

Pelos dados demonstrados no Censo 2006, a agricultura familiar tem participação importante até na produção de *commodities*⁴, como por exemplo, a soja, o trigo, o milho e o café.

Além da produção de alimentos, contribuindo para a segurança alimentar, a importância da agricultura familiar reflete-se também nos aspectos sociais e econômicos, tanto na ocupação da mão de obra quanto na participação na Produção Interna Bruta do país, segundo dados do Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome-MDS (BRASIL, 2006).

A agricultura familiar é a responsável pela produção de 70% dos alimentos, os principais alimentos consumidos pela população brasileira, ocupa 74% da mão de obra do campo e é responsável por 10% do Produto Interno Bruto do país. Portanto, a agricultura familiar, além de ser de grande importância para a segurança alimentar, também é de grande importância para a economia nacional (BRASIL, 2006, p. 01).

2.1 A SAZONALIDADE

O Brasil é um país com vocação para a agricultura devido as suas características e diversidades, principalmente encontradas no clima favorável, no solo, na água, no relevo e na luminosidade. Com seus 8,5 milhões de km, o Brasil é o país mais extenso da América do Sul e o quinto do mundo com potencial de expansão de sua capacidade agrícola (ECOAGRO, 2014).

Dentro da agricultura, podemos destacar, a sazonalidade de alimentos.

⁴ É o termo utilizado para se referir aos produtos de origem primária que são transacionados nas bolsas de mercadorias. São normalmente produtos em estado bruto ou com pequeno grau de industrialização, com qualidade quase uniforme e são produzidos e comercializados em grandes quantidades do ponto de vista global (BRANCO, 2008, on-line).

A sazonalidade vem medir algo relacionado ao tempo, seja ele por mês, estação ou datas específicas. De acordo com o IBGE (2006), sazonalidade é o conjunto de flutuações que se repetem todos os anos. A sazonalidade pode ocorrer por motivos climáticos, festivos ou anuais, como férias.

O tema sazonalidade foi amplamente discutido no âmbito da economia agrícola, atividade por excelência dependente das estações climáticas. Segundo Brandt (1980) e Reis (1998), observam-se tendências sazonais de oferta, dadas as características biológicas das plantas, com reflexos nas variações de preços. Mais especificamente, durante o período de safra, a oferta é abundante e os preços baixos, ocorrendo o contrário na entressafra, com oferta restrita e preços elevados, fenômeno que se estende a todos os varejos de hortigranjeiros sendo, portanto, bastante conhecido das donas-de-casa.

De acordo com Arnold (2009), muitos produtos têm um padrão de demanda sazonal ou periódica. Viceconti e Neves (2007) ainda reforçam que sazonalidade se refere a uma sensibilidade de mercado, em que consumidores de um bem ou serviço optam por efetuarem outros gastos em determinados períodos, em virtude de algumas facilidades ou tendências referentes à procura.

No Brasil, existe uma grande diversidade de produtos sazonais, pode-se citar como exemplo, peixe cação, que possui sua sazonalidade a partir de abril e a banana da terra que possui sua sazonalidade a partir de março conforme mostra a tabela 1 montada de acordo com informações no site da Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo – CEAGESP (2015).

QUADRO 1: Sazonalidade de alimentos.

Produtos	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Cação	Alta	Alta	Alta	Média	Média	Alta	Alta	Alta	Alta	Média	Alta	Média
Banana da terra	Alta	Alta	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Rabanete	Alta	Alta	Média	Alta	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média

Alta
 Média
 Baixa

Elaboração: Autor.

Segundo ROCHA,(2012), atualmente é possível comprar qualquer produto em qualquer época do ano porque comerciantes se esforçam para buscar alimentos de todas

as regiões do país e do mundo. Além disso, as novas tecnologias no campo permitem aprimoramentos e produzir mesmo em condições adversas, porém, com custo elevado.

No entanto, a sazonalidade, o período onde o produto tem maior produção, é um fator importante para o consumidor escolher o que consumir com preços melhores e alimentos mais saborosos, nutritivos e seguros – CENTRAIS DE ABASTECIMENTOS S.A. (CEASA, 2014).

Os alimentos sazonais podem ser encontrados em quase todos os meses do ano, mas na estação própria apresentam maior quantidade, além de serem muito mais baratos, o que influencia diretamente no índice de contribuição de um prato dentro de um estabelecimento gastronômico.

3 GESTÃO DE NEGÓCIO NA GASTRONOMIA

Segundo o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE,2017), o setor de alimentação fora do lar, ou fora do domicílio, no Brasil, registra atualmente cerca de um milhão de empresas entre bares, restaurantes, padarias e lanchonetes.

Explica Albuquerque (2008) que o brasileiro destina em média 26% do orçamento com alimentação fora do lar, sendo esta uma das poucas atividades econômicas presentes em todos os municípios e vilarejos do país. Estima a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRAEL, 2010) que dentro de 20 anos, este percentual deve superar os 40%. Nos Estados Unidos, o número chega a 47% e, na Europa, mais de 45%.

A gestão dos estabelecimentos de alimentação fora do lar depende muito das estratégias adotadas.

O desenvolvimento de uma estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como uma empresa irá competir, quais deveriam ser as suas metas e quais as políticas necessárias para se levar a cabo estas metas (PORTER, 1986).

Para Porter (2009), o conceito de estratégia, é definido como a decisão sobre quais recursos devem ser adquiridos e usados para que se possam tirar proveito das oportunidades e minimizar fatores que ameaçam a consecução dos resultados desejados.

No cenário atual, as mudanças tornaram-se mais complexas e variadas, levando as empresas a dotar dois caminhos: seguir as transformações e acompanhar as tendências ou procurar prever as mudanças e se antecipar a elas. Diante dessas transformações, o

planejamento estratégico é necessário para que a empresa saiba olhar para o futuro, prevenindo-se das ameaças, identificando as oportunidades e mantendo-se ativa e atenta as mudanças que o mercado globalizado pode proporcionar (TERENCE, 2002).

De acordo com Aglio et al. (2015), a estratégia em si de sazonalidade na composição de cardápios se aproveita da oferta em grande escala aliada a qualidade máxima dos alimentos que são colhidos em seu ponto alto de sabor e nutrientes, obtendo o frescor e o colorido mais intenso. O ganho de sabor acompanha o baixo custo devido a sua grande disponibilidade, tornando os produtos sazonais indispensáveis na cozinha de muitos restaurantes. Desta forma, os estabelecimentos conquistam mais uma estratégia para atrair clientes apreciadores de inovação e que seguem a tendência na gastronomia.

Exemplificando a situação acima os produtos sazonais possuem alta variação de valores entre a safra e a entressafra, pode-se citar como exemplo o pimentão verde que no período de produção tem queda do valor de 33,9% comparando com ele fora da estação – Centrais de Abastecimento S.A. (CEASA, 2014).

Conforme Silva e Martinez (2014), a adoção de cardápios sazonais permite a redução de custos com a operação e a estocagem de alimentos devido aos insumos serem encontrados com maior facilidade e oferta, o que faz com que os preços destas matérias primas também sejam reduzidos além de se fornecer produtos com maior frescor aos clientes.

Comensais, chefes e donas de casas, já criam pratos em seus restaurantes e lares usando técnicas dos seus cardápios sazonais. Esses restaurantes espalhados pelo mundo chegam a ter quatro menus, um para cada estação do ano e voltado para os alimentos de época (DIAS, 2002).

Segundo Aglio et al.,(2015), esta estratégia ainda é pouco usual no mundo, entretanto, salienta o autor uma pesquisa realizada junto a alguns hotéis da capital paulista, constatou-se algumas práticas interessantes sendo descritas a seguir: A Rede Estanzuela de Hotéis, que em suas cozinhas comandadas pelo chef Valdomiro Santos, altera os principais pratos do seu portfólio duas vezes ao ano, onde na estação quente entram combinações mais leves, saudáveis, coloridas e com sabores suaves, aproveitando-se de verduras, legumes e frutas de grande oferta e disponibilidade, e no inverno são introduzidos produtos para paladares mais intensos e energéticos, onde temos principalmente ingredientes de menor perecibilidade, porém, com maior ganho calórico, mas que encontram-se em grande oferta no mercado tais como suínos, aves nobres, etc. Neste sentido, a rede Novotel do grupo Accor, liderada pelo Chef Roland

Villard, no período de inverno oferta os festivais de caldos e cremes, bem como massas e carnes assadas aproveitando-se desta disponibilidade, bem como no período de verão, proporciona os buffets de frutas e saladas da estação em grande abundância, sem esquecer da primazia de sua confeitaria que no inverno trabalha basicamente com cremes e folhados, e no verão alterna para sucos e frutas como base para produção de sobremesas refrescantes e leves (AGLIO et al., 2015).

Destaca ainda, como exemplo, alguns resorts de litoral que trabalham na alta estação com peixes e frutos do mar compondo seus cardápios base de buffet, sendo uma estratégia que opera tanto a disponibilidade de oferta do local, mas também como uma forma de se distinguir dos resorts e hotéis fazenda localizados em áreas rurais. Neste contexto, a gama de produtos ofertados, respeitando as características do estabelecimento, localidade e público alvo, contribuem para atrair a clientela ao empreendimento, sendo um instrumento de comunicação com o consumidor que faz a seleção baseado nos seus hábitos alimentares e busca por inovação (AGLIO et al., 2015).

Neste sentido o portfólio de produtos deve satisfazer os desejos emocionais, despertando o seu interesse (BARRETO, 2005). A sazonalidade, seguindo este conceito, influencia os desejos de consumo pela inovação temática na composição dos elementos gastronômicos que valoriza os ingredientes, fazendo com que seu sabor e frescor sejam notados pelo consumidor, além destes elementos tem-se preços competitivos na aquisição e oferta aos consumidores (PUCKERIDGE, 1999). Complementa Kotler (1995, p. 226): “se um novo produto satisfaz o mercado, passará para o estágio de crescimento, no qual as vendas passam a aumentar rapidamente”.

4 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE CARDÁPIO NA SAZONALIDADE

Segundo Oliveira e Cé (2012, p. 86): “o cardápio é o primeiro passo a ser realizado numa unidade de produção de refeições”. Cardápio significa uma sequência de pratos a serem servidos em uma refeição, em todas as refeições de um dia ou por um período determinado. Por meio dele é que se inicia o processo produtivo e serve como instrumento gerencial para a administração do restaurante. A partir do seu planejamento podem ser dimensionados os recursos humanos e materiais, o controle de custos, o planejamento de compras, a fixação dos níveis de estoque, a determinação dos padrões a serem utilizados na confecção das receitas, servindo ainda para a pesquisa e análise das preferências alimentares dos clientes (ABREU et al., 2009). Assim sendo, os cardápios

devem ser elaborados apoiados nas preparações que fazem parte dos cardápios básicos, considerando a sazonalidade dos alimentos e o grau de aceitação dos clientes (TEIXEIRA et al., 2007).

O cardápio é o cartão de visitas do restaurante, praticamente o primeiro contato do cliente com a casa, e, responsável pela primeira impressão, boa ou má, que esse cliente vai desenvolver. É o maior responsável pelas vendas do restaurante, sendo um forte instrumento de marketing, devendo, para atingir de maneira ótima o seu objetivo, ser voltado ao público-alvo (BERNARDES,1997).

Segundo Mendonça (2014), para o planejamento de um cardápio deve-se considerar os fatores como: região e seus costumes gastronômicos, o clima, o público esperado para o tipo de estabelecimento, um ambiente favorável ao público esperado, o tipo de serviço com que se irá trabalhar, entre outros aspectos.

5 MATERIAL E MÉTODOS

Para o desenvolvimento desse trabalho foram utilizadas metodologias de levantamento bibliográfico e experimental conforme preconizado por Vergara (1998).

Para a pesquisa bibliográfica foram realizadas pesquisas em livros, artigos, manuais e leis disponíveis em bases de pesquisa como Scielo, Pubmed, entre outros. E, pesquisa experimental que proporcionou a elaboração de um prato a base de insumos sazonais, utilizando as metodologias de cocção, cortes, texturas, entre outras, conforme apresentado no quadro 1.

QUADRO 1 – Ficha técnica

PRATO:	Cação como se faz na fazenda		
Categoria:	Prato principal	Rendimento:	4 porções
INGREDIENTES	QUANTIDADE	UNIDADE	OBSERVAÇÕES
Peixe			
Cação em postas	480	g	
Sal	3	g	
Azeite de oliva extra virgem	700	ml	
Lemon Peper	10	g	
Purê banana da terra			
Banana da terra	500	g	
Água	500	ml	
Sal	3	g	
Creme de leite	100	g	

Continuação...

Continuação...

PRATO:		Cação como se faz na fazenda	
Categoria:	Prato principal	Rendimento:	4 porções
INGREDIENTES	QUANTIDADE	UNIDADE	OBSERVAÇÕES
Vinagrete			
Quinoa vermelha	100	g	
Rabanete	80	g	julienne
Cebola roxa	80	g	
Azeite	40	ml	
Sal	3	g	
Suco de limão siciliano	80	ml	
Maçã verde	80	g	julienne
Raspas de limão siciliano	3	g	
Água	100	ml	
MODO DE PREPARO:			
<p>Peixe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Temperar o peixe com sal, lemon peper e a pimenta do reino; 2. Reservar o peixe temperado por no mínimo 20 minutos; 3. E um recipiente, imergir os filés temperados no azeite ainda frio e assá-los no método <i>confit</i>⁶. <p>Purê de banana da terra:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Cozinhar a banana da terra fatiada, acrescentando agua aos poucos até desmanchar; 5. Bater o purê em um <i>mixer</i>⁶; 6. Acrescentar o creme de leite e temperar com o sal. <p>Vinagrete:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Cozinhar a quinoa em água fervente por 20 minutos e escorrer; 8. Cortar o rabanete e a maçã verde em <i>julienne</i>⁷; 9. Reservar a maçã picada dentro da água com o suco do limão para não escurecer; 9. Escorrer a maçã, misturar todos os ingredientes e temperar com sal e azeite. 			

Fonte: O autor.

6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No primeiro dia de testes conforme mostra a figura 1, o peixe utilizado foi o filé de tilápia. O peixe foi grelhado em frigideira antiaderente com manteiga, porém não atingiu as expectativas pois não ficou saboroso. O purê de couve-flor foi feito com a couve-flor cozida no leite, o que gerou uma consistência satisfatória. O vinagrete de quinoa alcançou a expectativa desejada pois trouxe crocância e acidez ao prato.

No segundo teste, foi repetido o mesmo purê, mas com adição de queijo provolone ralado, o que fez com que o purê ficasse muito mais saboroso. O peixe utilizado foi o

⁵ Tipo de cozimento de alimentos em gordura, em que se emprega baixa temperatura e por uma duração maior para não prejudicar a cadeia de fibras do alimento que é cozido (MORGADO, 2014, on-line).

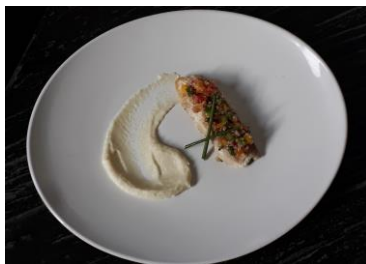
⁶ Aparelho para picar e misturar; processador (HELENE, 2006, p. 72).

⁷ É a técnica de cortar os legumes em tiras bem fininhas (HELENE, 2006, p. 22).

cação no método *confit*. O vinagrete de quinoa permaneceu o mesmo. Conforme mostra a figura 2.

No terceiro e último teste, foi realizado novas experiências trazendo assim toda a harmonização de sabor e textura ao prato conforme mostra a figura 3. O insumo básico do purê foi substituído por banana da terra que conferiu textura e harmonizou juntamente com o cação confitado por ser um purê mais consistente e com sabor mais adocicado. O vinagrete de quinoa foi mantido, porém foi feito com quinoa vermelha, rabanete, maçã verde, suco e raspas de limão siciliano, o que conferiu ao prato a crocancia, a acidez e frescor necessários para tornar o prato mais leve.

FIGURA 1 – Teste 1



Fonte: Arquivo pessoal

FIGURA 2 – Teste 2



Fonte: Arquivo pessoal

FIGURA 3 – Teste 3



Fonte: Arquivo pessoal

Após finalizar os testes e utilizar as informações das Centrais de Abastecimento de Minas Gerais S.A. (CEASAMINAS,2018), montou-se a ficha técnica gerencial do prato, sendo essa apresentada no Quadro 2.

QUADRO 2: Ficha técnica gerencial.

FICHA TÉCNICA GERENCIAL					
Nome técnico do prato:	Cação como se faz na fazenda				
Grupo:	Prato principal				
Nº de porções:	4				
			NA SAZONALIDADE	FORA DA SAZONALIDADE	
Ingredientes:	QT D.	UND .	UND.	UNID.	
Azeite de oliva extra virgem	700	g	R\$ 37,66	R\$ 37,66	
Sal	15	g	R\$ 0,12	R\$ 0,12	
Lemon paper	10	g	R\$ 0,60	R\$ 0,60	
Banana da terra	500	g	R\$ 0,75	R\$ 1,50	

Continuação...

Continuação...

FICHA TÉCNICA GERENCIAL					
Nome técnico do prato:	Cação como se faz na fazenda				
Grupo:	Prato principal				
N° de porções:	4				
				NA SAZONALIDADE	FORA DA SAZONALIDADE
Ingredientes:	QT D.	UND		UND.	UND.
Água	500	g		R\$ 1,50	R\$ 1,50
Creme de leite	100	g		R\$ 1,60	R\$ 1,60
Quinoa vermelha	100	g		R\$ 3,90	R\$ 3,90
Rabanete	80	g		R\$ 0,28	R\$ 3,60
Cebola roxa	80	g		R\$ 0,40	R\$ 0,40
Limão siciliano	80	g		R\$ 0,42	R\$ 0,42
Maça verde	80	g		R\$ 0,52	R\$ 1,10
			CUSTO TOTAL:	R\$ 57,30	R\$ 66,75
			CMV:	R\$ 14,32	R\$ 16,68
			PREÇO DE VENDA:	R\$ 39,90	R\$ 39,90
			Margem de contribuição (%):	35,88	41,80

Fonte: O autor.

Conclui-se, que: o preço de venda permaneceu o mesmo comprovando que a margem de contribuição do prato sofreu alteração de 5,92% para mais quando não se utiliza alimentos sazonais, o que impacta diretamente no lucro. O custo total para produção do prato que rende 04 porções, dentro da sazonalidade é de R\$ 57,30 e fora dela R\$ 66,75. Além disso, o custo médio de cada porção dentro da sazonalidade é de R\$ 14,32 e de R\$ 16,68 fora da mesma.

7 CONCLUSÃO

Ao término dessa pesquisa pode-se constatar a relevância da análise da relação custo benefício na utilização de insumos sazonais para a composição dos cardápios nos estabelecimentos gastronômicos. Portanto, ao realizarmos os testes com os insumos base do prato que foram o cação e a banana da terra, podemos perceber uma variação de aproximadamente 35% a 50% fora da sazonalidade, o que demonstrou que a utilização de insumos sazonais pode e deve ser uma estratégia adotada pelas empresas de alimentação fora do lar.

O que se comprovou nessa pesquisa é que o percentual de custo médio de venda varia 5,92% para mais quando não se utiliza de alimentos dentro de sua sazonalidade e que além desse motivo, é vantajoso a utilização de alimentos em sua época pois gera posicionamento estratégico ao estabelecimento que passa a utilizar uma ferramenta poderosa aliada ao marketing e a sustentabilidade.

Para a gastronomia e para a área de gestão de estabelecimentos gastronômicos, esse estudo constitui-se em uma referência importante nessa temática, por contribuir para um direcionamento estratégico vantajoso se comparado a outros estabelecimentos que não utilizam da sazonalidade.

É importante ressaltar ainda que o Brasil é um país com vasta agricultura, portanto existem muitos tipos de alimentos que possuem sua sazonalidade variada ao longo de cada ano dando assim oportunidade infinita de escolha e combinações para composição de cardápios sazonais.

ABSTRACT

Seasonality of food is a subject rarely discussed in the gastronomic field. From it, one takes advantage of the nutrients of the food, since at that time they present significant quality, as well as the cost price of the latter, which is advantageous. Numerous restaurants throughout the world use seasonal menus. These, in turn, generate a strategic position and greater profitability. In this sense, the objective of this work was to demonstrate that it is possible to use seasonal ingredients by means of the elaboration of a dish based on banana of the land and fish, within menus of gastronomic establishments. In order to demonstrate the results obtained, this work was developed through a bibliographical research pertinent to the subject and verified a change of 5.92% for more when the seasonality is not used.

Keywords: Management in gastronomy. Menu. Family farming.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES - ABRASEL. **Dados do mercado**. 2010. Disponível em: <<http://rs.abrasel.com.br/oldnews/index.php/noticias/item/191>>. Acesso em: 1 abr. 2018.

ABREU, Edeli Simone; SPINELLI, Mônica Glória Neumann; PINTO, Ana Maria Souza. **Gestão de Unidades de Alimentação e Nutrição: um modo de fazer.** 4 ed. São Paulo: Editora Metha, 2009.

ALBUQUERQUE, Flávia. Indústria de alimentos registra aumento de 1,86% no faturamento em junho. **Agência Brasil**, Brasília, DF, 12 ago. 2008. Disponível em: <memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2008-08-12/industria-de-alimentos-registra-aumento-de-186-no-faturamento-em-junho>. Acesso em: 01 abr. 2018.

AGLIO, Carlos Sabato Dell; FUJITA, Dennis Minoru; DE ANDRADE JÚNIOR, Heitor Franco. Cardápios sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade no mercado competitivo de restaurantes de hotéis: novas perspectivas de consumo no setor brasileiro. **Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, São Paulo, v. 3, n. 2, p.50-66, maio 2014.

ARNOLD, Júnior Tony. **Administração de Materiais: uma introdução.** São Paulo: Atlas, 2009.

BARRETO, Sandhi Maria et al. Análise da estratégia global para alimentação, atividade física e saúde, da Organização Mundial da Saúde. **Epidemiologia e serviços de saúde**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 41-68, mar. 2005.

BERNARDES, Silvia Martinez. **Redescobrimo os alimentos.** São Paulo: Loyola, 1997.

BRASIL, MINISTÉRIO DESENVOLVIMENTO SOCIAL E COMBATE A FOME – MDS. **Agricultura Familiar.** Brasília, DF, 2006.

BRANCO, ALOC. **A produção de soja no Brasil: uma análise econométrica no período de 1994-2008.** 2008. 54 f. Monografia (bacharel em Ciências Econômicas). Pontifícia Universidade Católica - PUC, Campinas, 2008.

BRANDT, Sérgio Alberto. **Comercialização agrícola.** Piracicaba: Livroceres, 1980. 195 p.

CENTRAIS DE ABASTECIMENTOS S.A - CEASA. **Tabela de produtos hortifrutigrangeiros: tabelas sazonais.** São Paulo, 2014. Disponível em: <http://www.ceasacampinas.com.br/novo/Serv_Alimentos_Epoca.asp>. Acesso em: 01 abr. 2018.

CENTRAIS DE ABASTECIMENTOS S.A – CEASA – CEASA. **Informações de mercado.** Contagem, 2018. Disponível em:

<<http://www.ceasaminas.com.br/informacoesmercado geral.asp>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

COMPANHIA DE ENTREPÓSITOS E ARMAZÉNS GERAIS DE SÃO PAULO - CEAGESP. **Produtos**. São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://www.ceagesp.gov.br/produtos>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DIAS, Célia Maria de Moraes. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

ECOAGRO. **O Agronegócio no Brasil**. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://www.ecoagro.agr.br/agronegocio-brasil/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

FIGUEIRA, Thatiana de Andrade. **Fatores relevantes para o sucesso da avicultura de corte na agricultura familiar da Zona da Mata mineira**: a percepção do produtor. 2009. 135 f. Dissertação (Mestrado em Administração – Agronegócio). Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2009.

HELENE, Helen. **Dicionário de termos de gastronomia**: Francês/Português. 1. ed. São Paulo: Gaia, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo Agropecuário**. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 1 abr. 2018.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: LTC, 1995.

MENDONÇA, Rejane Teixeira. **Cardápios**: técnicas e planejamento. Rio de Janeiro: Rubio, 2014.

OLIVEIRA, Carla Beatriz Perez; CÉ, Nísia. Estudo Comparativo entre o processo de Planejamento de Cardápio de um Restaurante de Hotel e de um Restaurante Convencional. **Competência**, Porto Alegre, v.5, n.2, p. 83-99, jul. /dez. 2012.

PORTER, Michael Eugene. **Competição**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

_____. **Estratégia competitiva – Técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. 18. ed. São Paulo: Campus, 1986.

PUCKERIDGE, John. **Menu control: Community services health, tourism & hospitality**. Sydney: Educational Services Division of TAFE NSW, 1999.

REIS, A. J. **Comercialização agrícola no contexto agroindustrial**. Lavras: FAEPE, 1998.

ROCHA, Camila. Sazonalidade (época) das frutas e hortaliças. **ObervaSC**, Santa Catarina, 20 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.observasc.net.br/agriculturafamiliar/index.php/diversos/saberes-a-tecnologia/242-sazonalidade-epoca-das-frutas-e-hortalicas>>. Acesso em: 24 abr. 2018.

SEBRAE. **Alimentação fora do lar**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/sebraeaz/alimentacao-fora-do-lar,8c6d6f65a8f3a410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

SILVA, Sandra Maria Chemin Seabra; MARTINEZ, Sílvia. **Cardápio: Guia prático para a elaboração**. São Paulo: Roca, 2014.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 2000.

TASCHETTO, Paulo Renato et al. **Gestão das unidades artesanais na agricultura familiar: uma experiência no Oeste do Paraná**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2007.

TEIXEIRA, Suzana; et Al. **Administração Aplicada às Unidades de Alimentação e Nutrição**. São Paulo: Editora Atheneu, 2007.

TERENCE, Ana Cláudia Fernandes. **Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa: desenvolvimentos e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento**. 2002. 238 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade de São Paulo, São Carlos, 2002. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-27052004-110812>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

VERGARA, Syla Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.