



CONCLUSÕES GERAIS E PROPOSTAS DE ACÇÃO

NO ÂMBITO DO ESTUDO DE MERCADO SOBRE A
UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS TÍPICOS PORTUGUESES NA HOTELARIA E RESTAURAÇÃO PORTUGUESA

JULHO 2014



INDÍCE

I.	ENQUADRAMENTO.....	2
II.	METODOLOGIA.....	5
III.	CONCLUSÕES GERAIS.....	9
	Parte I – Indicadores de valorização de produtos típicos portugueses.....	9
	Parte II – Valorização da utilização de produtos típicos locais.....	17
	Parte III – Avaliação da preservação da tradição e história gastronómica.....	24
	Parte IV – Avaliação comparativa da gastronomia portuguesa face a outras.....	31
IV.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32

I. ENQUADRAMENTO

No ato mais frequente de viajar, a que muitos designam de férias, nasceu o desejo de contacto com novas culturas e sabores, que colocam em destaque a gastronomia e a tornam factor de atracão de um segmento de turistas interessados em estimular seus sentidos através da experimentação da cozinha local. Apesar de já praticada anteriormente, é somente no final dos anos 1990 que o conceito Turismo Culinário (também Gastronómico) adquiriria essa nomenclatura.

O que mudou, a partir de então, foi a importância atribuída à gastronomia na viagem, sempre numa perspectiva de experiência de contato com a diversidade cultural. Não é de estranhar que, perante este fenómeno, cozinhas regionais menos conhecidas ganhem espaço, processo que vem sendo observado em países em que o turismo emerge e viabiliza, desse modo, a revitalização económica de áreas menos dinâmicas.

Exemplo disso é a Croácia, que, logo após a guerra de independência, entre 1990-1995, apostou num amplo projeto turístico, em que um dos eixos fundamentais consiste em revitalizar a cozinha local e apresentá-la ao turista. Exemplos semelhantes ao da Croácia existem na Bulgária, Nova Zelândia, África do Sul, México, bem como na Argentina e que constituem igualmente exemplos do turismo de culinária como caminho para a revitalização económica de certas regiões.

Portugal, através da APTeCE e do esforço de alguns agentes económicos dá os primeiros passos neste segmento. Portugal possui uma grande diversidade no que à cozinha regional respeita e também aos seus métodos de produção, sendo certo que quem os experimenta fica verdadeiramente impressionado com a sua riqueza e autenticidade.

Produtos como os enchidos, os queijos, o peixe, vinhos e azeites, a doçaria, a arte em torno do pão, as carnes portuguesas e as receitas tradicionais e as suas histórias... são indubitavelmente elemento diferenciador e não há quem experimente que não goste e recorde.

Em Portugal, a gastronomia como um produto turístico tem potencial, sobretudo a nível regional, pois apresenta novas possibilidades, na verdade, tão novas, mas nem sempre bem exploradas, face à novidade do segmento, mas também face à ausência da preservação ou defesa dos seus tesouros locais. Se é verdade que a experiência culinária pode impulsionar o desenvolvimento de uma localidade, a verdade é que quem a experimenta quer autenticidade e por isso a oferta deve ser autêntica, logo deve respeitar o receituário local e o produto típico local.

Receitas e produtos típicos locais são parte de um património cultural, riqueza comum que herdamos como cidadãos, transmitida de geração em geração. Constitui a soma dos bens culturais de um povo. Conserva a memória do que fomos e somos, revela a nossa identidade. Expressa o resultado do processo cultural que proporciona ao ser humano o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. Apresenta, no seu conjunto, os resultados do processo histórico. Permite conferir a um povo a sua orientação, pressupostos básicos para que se reconheça como comunidade, inspirando valores, estimulando o exercício da cidadania, a partir de um lugar social e da continuidade no tempo.

É igualmente certo, no que à gastronomia respeita, que qualquer um de nós e em particular no papel de turista, tem na hotelaria e na restauração o seu primeiro e diário contacto com a cultura local. A maior ou menor oferta, o nível de qualidade gustativa e de serviço, a riqueza dos sabores utilizando produtos típicos locais ou não, influenciará e condicionará para sempre a intenção de repetição de visita.

Os agentes diretamente envolvidos na oferta gastronómica são vitais para o nível de satisfação dos turistas, mas são também preponderantes na sustentabilidade do sector agro-alimentar regional ao utilizar os produtos típicos locais e sobretudo na contribuição que têm para a preservação desses produtos, elementos que são parte do património cultural local, motivando produtores, geralmente nano produtores, que devem encontrar mercado para continuar na senda da produção de qualidade.

Foi neste sentido que a APTECE – Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia levou a cabo um **Estudo de Mercado sobre a Utilização de Produtos Típicos Portugueses na Hotelaria e Restauração Portuguesa**, entre 8 de Maio e 24 de Junho de 2014, junto de Chefs de Cozinha (ou em situações pontuais a chefes de sala, gerentes, responsáveis de compras) de 350 restaurantes portugueses, distribuídos pelo território continental e ilhas.

Se o Turismo de Culinária tem na sua essência o território e o produto, há claramente uma necessidade em privilegiar a utilização das receitas e dos produtos típicos locais, criando sinergias entre gastronomia e produção, entre agentes turísticos e o mundo rural, e criar condições para a sustentabilidade e desenvolvimento local, por via também do turismo culinário e do consumo local.

Pretende-se com este estudo e com as suas conclusões, sensibilizar os Chefes de Cozinha, Diretores de F&B e Gerentes de restaurantes e hotelaria para as mais-valias da utilização desses produtos: aumento de visibilidade, procura, reconhecimento e percepção (nacional e internacional) de uma Gastronomia de Excelência, sustentada em produtos típicos portugueses de grande qualidade.

O estudo teve como objetivos principais:

1. Identificar entre os hotéis e restaurantes entrevistados quem utiliza produtos típicos portugueses (por região e tipologia)
2. Conhecer o índice de utilização de produtos típicos portugueses a nível nacional (total) e regional
3. Saber que produtos típicos são mais e menos utilizados e, porque motivos
4. Saber que pratos típicos (da oferta disponível) são mais consumidos pelos visitantes
5. Conhecer que indicadores podem potenciar o aumento da utilização de produtos típicos portugueses.

O estudo incidiu sobre as seguintes regiões de Portugal:

1. Norte
2. Centro
3. Lisboa
4. Alentejo
5. Algarve
6. Açores
7. Madeira

II. METODOLOGIA

Amostra de restaurantes

Para investigar sobre a utilização e consumo de produtos típicos portugueses nestas regiões, contratámos a Pentaudis, empresa especializada em estudos de mercado, que recorreu à construção de uma amostra aleatória do universo nacional de hotéis, sobretudo classificados com 4 ou 5 estrelas; e de restaurantes premiados com *Garfo de Ouro* e/ou referenciados no *Guia Boa Cama Boa Mesa* do Jornal Expresso, em 2013. Para não confinarmos a amostra somente a restaurantes de alto gabarito, a mesma foi dividida em 2 níveis (premiados e não premiados, por exemplo), contemplando outras unidades também referenciadas pela APTECE – Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia, para cada região.

Em situações pontuais, em que possa ser problemático obter o número necessário de hotéis com 4 ou 5 estrelas, a Pentaudis alargou o critério de seleção até 3 estrelas, porque existem bons e emblemáticos hotéis que se incluem nessa categoria.

Considerou-se entrevistar uma amostra global de 350 restaurantes, composta por sub-amostras de 50 unidades por cada região ($50 \times 7 = 350$), selecionadas aleatoriamente até perfazer a dimensão exigida. Na lista de restaurantes a entrevistar constam unidades galardoadas com o prémio Garfo d'Ouro 2013, as quais procurámos sempre inquirir. Entre os 25 melhores restaurantes que foram premiados com tal distinção, foi possível entrevistar 23 unidades (92%).

Relativamente às regiões autónomas da Madeira e Açores, o número de restaurantes referenciado pela APTECE revelou-se inferior ao determinado (50 unidades por região), tendo a APTECE decidido compensar esta falta entrevistando mais restaurantes na região Norte e Centro.

Norte (N = 160) / Centro (N = 123) / Alentejo (N = 52) / Lisboa e Vale do Tejo (N = 167) / Algarve (N = 54) / Açores (N = 16) / Madeira (N = 21)

Na composição da amostra do estudo procurou-se representar todos os distritos de Portugal Continental, e regiões autónomas. Entre os 350 restaurantes que aceitaram participar, apresentamos a distribuição do número de entrevistas realizadas, por distrito. Com base nessa informação, procedeu-se à organização das entrevistas por região.

REGIÃO	DISTRITO	Nº	%	%
PORTO & NORTE	Braga	11	13,3%	23,7%
	Bragança	16	19,3%	
	Porto	28	33,7%	
	Viana do Castelo	11	13,3%	
	Vila Real	17	20,5%	
	TOTAL	83	100,0%	
CENTRO	Aveiro	19	22,6%	24,0%
	Castelo Branco	10	11,9%	
	Coimbra	12	14,3%	
	Guarda	11	13,1%	
	Leiria	16	19,0%	
	Viseu	16	19,0%	
	TOTAL	84	100,0%	
ALENTEJO	Beja	16	32,0%	14,3%
	Évora	23	46,0%	
	Portalegre	11	22,0%	
	TOTAL	50	100,0%	
LISBOA E VALE DO TEJO	Lisboa	32	64,0%	14,3%
	Setubal	10	20,0%	
	Santarém	8	16,0%	
	TOTAL	50	100%	
ALGARVE	Faro	50		14,3%
AÇORES		16		4,6%
MADEIRA		17		4,9%
TOTAL		350		100,0%

No que respeita à tipologia dos restaurantes, procurou-se entrevistar unidades inseridas em hotel e tradicionais /clássicas. Entre as que acederam participar, 80,6% referiam pertencer à tipologia de restaurante clássico/tradicional, estando esta mais associada às regiões: Centro e Lisboa e Vale do Tejo. Já os restaurantes de hotel surgem melhor representados nas regiões da Madeira e Algarve.

	RESTAURANTE CLÁSSICO	RESTAURANTE HOTEL	TOTAL
PORTO & NORTE	66	18	84
CENTRO	75	9	84
ALENTEJO	42	8	50
LISBOA E VDT	46	4	50
ALGARVE	35	15	50
AÇORES	12	3	15
MADEIRA	6	11	17
TOTAL	282	68	350

Recolha de informação

A recolha de informação foi feita através da realização de entrevistas a partir de inquérito informatizado composto por 30 questões (20 fechadas e 10 abertas) administradas aos entrevistados por telefone e que pode ser encontrado na ficha técnica do estudo (em anexo)

Sistematização

Em termos de sistematização de resultados o relatório (anexo) está organizado em três partes:

Parte I – Valorização da utilização de produtos típicos portugueses.

Parte II – Valorização da utilização de produtos típicos locais e percepção de fatores impulsionadores.

Parte III – Avaliação da preservação da tradição e história gastronómica regional.

Parte IV – Avaliação comparativa da gastronomia portuguesa face a outras (segundo percepção dos entrevistados).

Este documento assume características de sistematização do enorme manancial de informação obtida, sendo possível responder a todos os objetivos específicos propostos

III. CONCLUSÕES GERAIS

Parte I – Indicadores de valorização de produtos típicos portugueses

OFERECER COMIDA TÍPICA É...

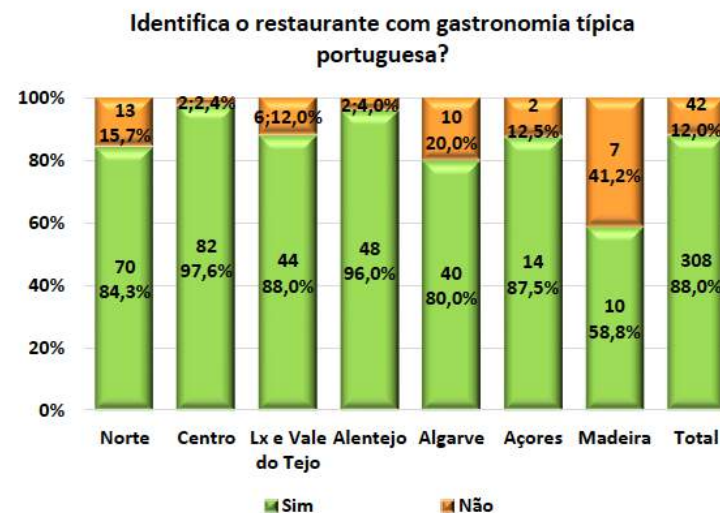
A oferta de comida típica nos restaurantes, sejam de tipologia clássica ou de hotel, é considerada quase que unanimemente, nas várias regiões, uma forma de “Promoção do turismo gastronómico do país” ou não fosse a segunda frase de maior concordância “algo que os visitantes gostam”.

Apenas nos Açores, esta oferta é feita pelo principal motivo de ser “algo que os visitantes gostam” e depois então porque “promove o turismo gastronómico do país”. O nível de concordância está acima dos 90%, exceptuando o caso das Ilhas onde este valor é ligeiramente inferior, concluindo-se que pelo menos em termos teóricos há plena consciência da diferenciação e mais-valia que a cozinha tradicional portuguesa têm em termos turísticos.

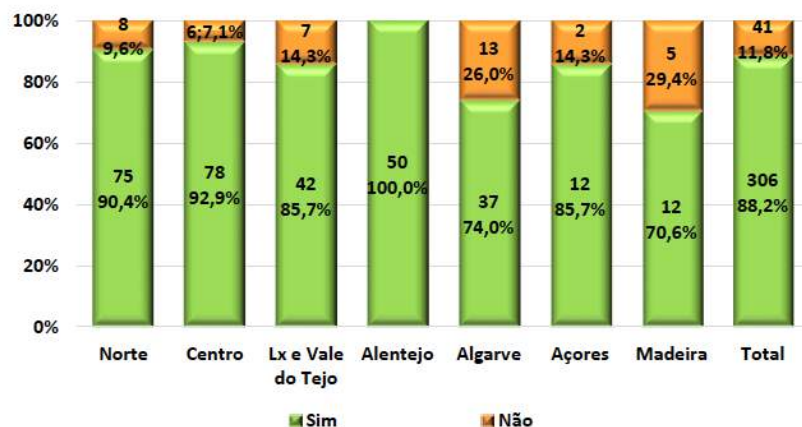
IDENTIFICA O RESTAURANTE COM GASTRONOMIA TÍPICA PORTUGUESA...

Em termos globais, 88% dos 350 entrevistados identificam o seu restaurante com a gastronomia típica portuguesa. Dentro deste grupo, são os restaurantes da região do Centro que mais se identificam com ela (97,6% na região), assim como o Alentejo (96% na região).

Em contrapartida, entre o grupo de restaurantes que referiram não se identificar com a gastronomia típica portuguesa, são os restaurantes da região da Madeira os que atingem maior expressão (apenas 58,8% na região).



Na oferta gastronómica do restaurante utilizam-se receitas tradicionais?



O RESTAURANTE UTILIZA RECEITAS TRADICIONAIS...

Quanto à utilização de receitas tradicionais portuguesas 88,2% dos restaurantes afirmam utilizá-las, destacando-se os restaurantes da região do Alentejo (100%). Os restaurantes com taxas mais baixas estão associados às regiões do Algarve e da Madeira.

Nas principais motivos de utilização de receitas tradicionais portuguesas encontramos geralmente questões relacionadas:

1. Tradição – cerca de 50% dos casos referem a preservação da tradição
2. Diferenciação – são vários os casos que vêm nesta oferta uma mais valia
3. Satisfação do cliente – referindo que é pela sua apreciação e procura que

mantêm esta linha de atuação.

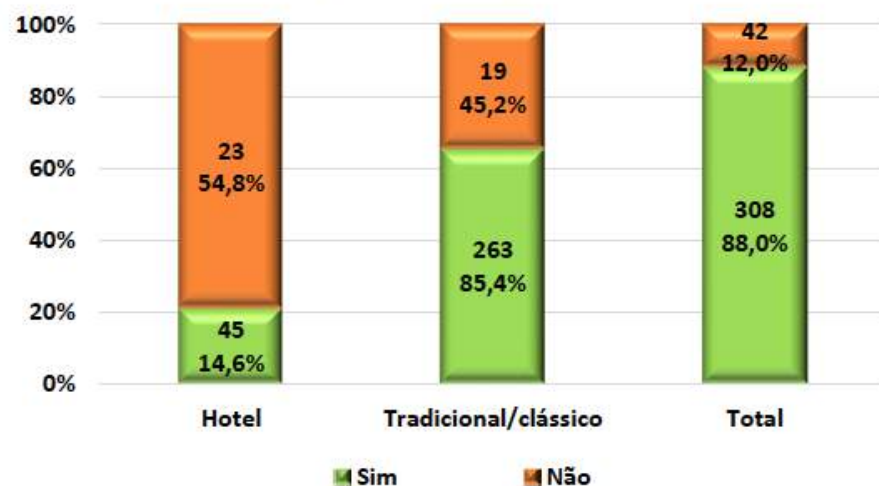
Regiões	Motivos porque utilizam receitas tradicionais portuguesas	
Norte	Porque os clientes apreciam	Porque é tradição da região
Centro	Porque são receitas com qualidade	Para preservar a identidade da região
Lx e Vale do Tejo	Porque são um factor diferenciador	Porque é uma mais valia
Alentejo	Porque é por isso que nos procuram propositadamente	Porque é tradição da região
Algarve	Para preservar a identidade da região	Porque é tradição da região
Açores	Para promover a cozinha regional	Porque somos um restaurante típico
Madeira	Preservar a gastronomia típica regional	Porque é uma mais valia

Nas principais motivos de não utilização de receitas tradicionais portuguesas encontramos na sua maioria a questão do conceito, do restaurante não se adaptar a este tipo de gastronomia.

Regiões	Motivos porque NÃO utilizam receitas tradicionais portuguesas
Norte	Porque são um restaurante de cozinha internacional
Centro	Não tem que ver com o conceito do restaurante
Lx e Vale do Tejo	Já há muitos restaurantes típicos e optam por outra oferta
Algarve	Porque os restaurantes tradicionais estão a encerrar
Açores	Porque preferem a daptar-se aos tempos modernos
Madeira	Não tem que ver com o conceito do restaurante

* A região do Alentejo não surge na tabela porque é a única em que todos restaurantes (50) disseram utilizar receitas tradicionais portuguesas.

Identifica o restaurante com a gastronomia típica portuguesa?



Ao efetuar-se a análise por tipologia de restaurante, é possível concluir que mais de metade (54,8%) dos restaurantes de hotel entrevistados não identificam a sua oferta gastronómica com a gastronomia típica portuguesa. Por sua vez, os restaurantes tradicionais/clássicos identificam-se com ela em 85,4% dos casos.

Quanto à utilização de receitas tradicionais 29,4% dos restaurantes de hotel referiu também não as utilizar, permitindo concluir que as variáveis são dependentes, ou seja que há uma tipologia de restaurante – o tradicional/clássico - que se encontra positivamente associada à gastronomia típica tradicional portuguesa.

Existe também alguns casos um fenómeno de teimosia crónica no caso da hotelaria, na medida em que há respostas frequentes de “o cliente não quer”,

quando se sabe que ele não é sequer confrontando com a oferta.

AS RECEITAS E OS PRODUTOS TÍPICOS PORTUGUESES EX-LIBRIS E OS QUE PROMOVERIA...

Neste capítulo é importante analisar a postura dos profissionais da restauração face aos produtos e pratos que consideram ser os símbolos da gastronomia portuguesa.

Assim no respeito às receitas portuguesas a diversidade é grande sendo que as regiões a norte do Rio Tejo apostam no Cozido à Portuguesa e no Cabrito Assado, bem como outras iguarias onde se inclui a Vitela, o Bacalhau, a Sardinha e o Caldo Verde.

Já a sul não há consenso, surgindo aquilo que define as respectivas regiões gastronomicamente.

Nas ilhas o Peixe Espada impera, assim como outras especialidades locais.

Regiões	Pratos típicos portugueses reconhecidos como <i>Ex-libris</i> da gastronomia portuguesa		
Norte	Cozido à portuguesa	Cabrito assado	Posta de vitela
Centro	Cozido à portuguesa	Cabrito assado	Bacalhau com broa
Lx e Vale do Tejo	Cozido à portuguesa	Sardinha assada	Caldo verde
Alentejo	Migas com entrecosto	Carne de porco à alentejana	Sopa de cação
Algarve	Açorda de marisco	Arroz de marisco	Cataplana
Açores	Cozido das furnas	Espetada de peixe	Filete de espada
Madeira	Peixe espada com banana	Batata doce	Lapas com limão

Quando falamos numa aposta em termos de promoção do Portugal gastronómico a diversidade é grande e pouco consensual, variando em função de cada região.

Regiões	Se tivesse de promover 3 pratos típicos portugueses quais escolheria?		
Norte	Cozido à portuguesa	Arroz de cabidela	Bacalhau com broa
Centro	Cabrito assado	Chanfana	Leitão assado
Lx e Vale do Tejo	Cozido à portuguesa	Especialidades de bacalhau	Caldeirada de peixe
Alentejo	Açorda à alentejana	Ensopado de borrego	Cozido de grão
Algarve	Arroz de marisco	Cataplana	Amêijoas à bolhão pato
Açores	Cabrito assado	Espetada	Peixe grelhado
Madeira	Caldeirada de peixe	Peixe espada	Espetada em pau de louro

No que respeita ao produtos típicos locais destacam-se o Azeite e os Queijos, mas acompanhados por muitos outros como as carnes, os vinhos.

Regiões	Produtos típicos portugueses reconhecidos como símbolos da gastronomia portuguesa		
Norte	Azeite	Vinhos de mesa e licorosos	Carne DOP
Centro	Bacalhau	Queijos	Cabrito
Lx e Vale do Tejo	Azeite e Bacalhau	Vinhos	Queijos
Alentejo	Azeite	Queijos e vinhos	Enchidos
Algarve	Amêndoa	Marisco	Figo
Açores	Bacalhau	Azeite	Peixe espada
Madeira	Banana	Batata doce	Peixe espada

Quando se pede para definir os produtos a promover, existe um grupo de produtos que para estes profissionais define a oferta que diferencia Portugal: Azeite, Vinhos, bacalhau, Enchidos e Frutas locais maioritariamente...

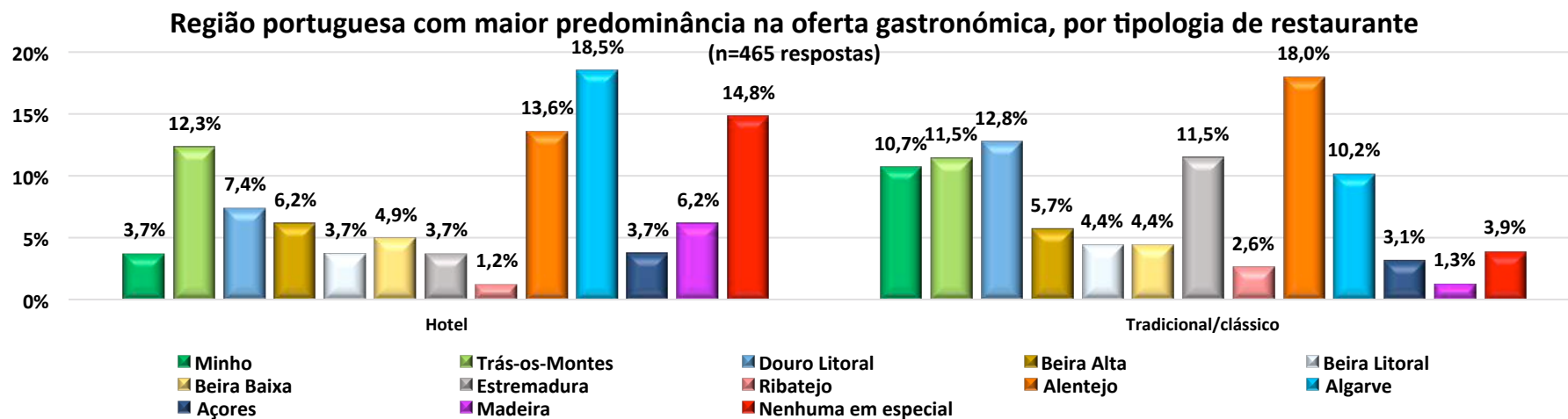
Regiões	Se tivesse de promover 3 produtos típicos portugueses quais escolheria?		
Norte	Azeite	Bacalhau	Enchidos
Centro	Azeite	Bacalhau	Vinhos
Lx e Vale do Tejo	Vinhos	Azeite	Peixe fresco
Alentejo	Carne de porco preto	Enchidos	Vinhos
Algarve	Alfarroba	Figo	Laranja do Algarve
Açores	Ananás dos Açores	Chicharro	Peixe espada
Madeira	Marisco	Peixe espada	Bolo do Caco

REGIÃO PORTUGUESA COM MAIOR PREDOMINÂNCIA NA OFERTA GASTRONÓMICA DO RESTAURANTE...

Ao questionar sobre as regiões portuguesas com maior predominância na oferta gastronómica dos restaurantes verifica-se que, em termos globais (amostra total), o Alentejo apresenta-se como a mais predominante (17,2% n=80 casos) entre um total de 465 respostas. Em segundo lugar está a região do Douro Litoral (11,6% n=55) e em terceiro Trás-os-Montes (11,6% n=54 casos).

Ao efetuar-se a mesma análise, mas por tipologia de restaurante verifica-se que entre um total de 81 respostas de restaurantes de hotel, a região gastronómica predominante é o Algarve (18,5% n=15), seguida do Alentejo (13,6% n=11).

Entre um total de 384 respostas de restaurantes tradicionais/clássicos, a região gastronómica mais representada é, mais uma vez o Alentejo (18% n=69 casos), seguida do Douro Litoral (12,8% n=49 casos) e de Trás-os-Montes (12,8 n=49 casos).

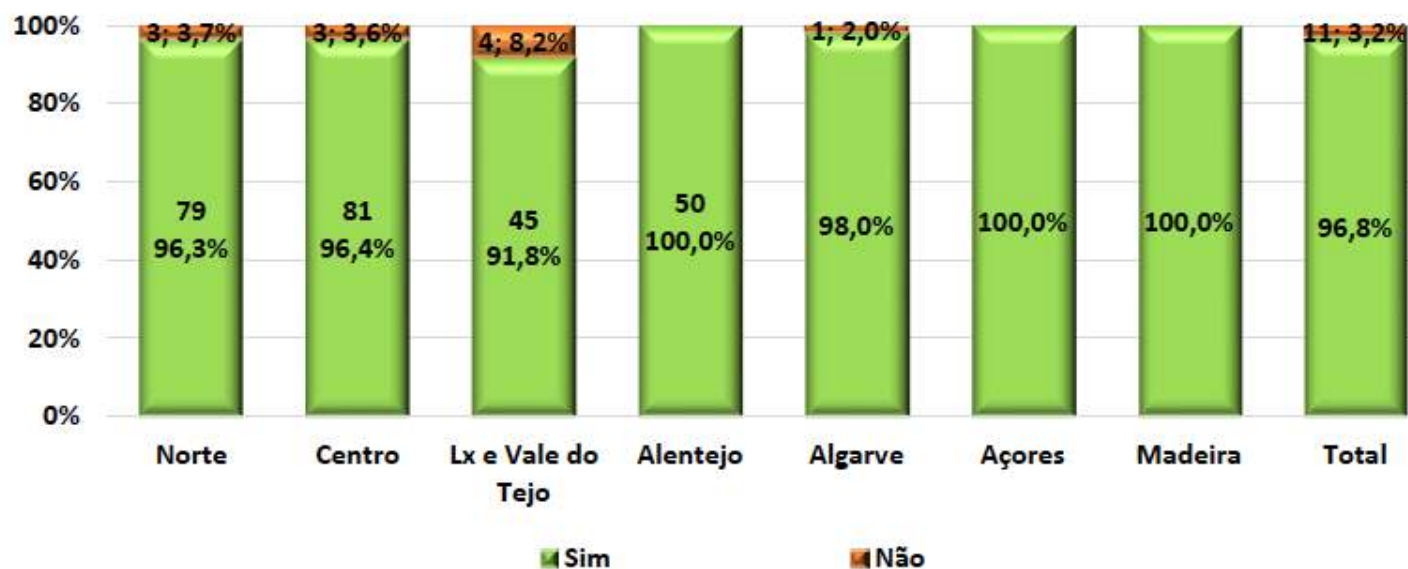


Parte II – Valorização da utilização de produtos típicos locais

UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS TÍPICOS LOCAIS NA CONFEÇÃO DE RECEITAS TRADICIONAIS PORTUGUESAS...

No que respeita à valorização da utilização de produtos típicos locais, a quase totalidade (96,8%) dos 347 restaurantes que responderam à questão sobre a utilização de receitas tradicionais portuguesas, disseram utilizar produtos típicos locais da região, na confecção das mesmas, sendo de destacar mais uma vez o Alentejo e referir a valorização dada pelos Açores e Madeira aos seus produtos.

Utilização de produtos típicos locais na confecção de receitas tradicionais portuguesas



Quando se analisa a informação por tipologia de restaurante, é notória a importância dada pela restauração clássica e o trabalho ainda a fazer no sentido de captar a restauração de hotel para o uso de produtos típicos locais, na medida em que cerca de 30% destes continuam a não utilizar os produtos típicos locais na confecção de receitas tradicionais portuguesas.

PRODUTOS TÍPICOS LOCAIS COM MAIOR PRESENÇA NA OFERTA GASTRONÓMICA DOS RESTAURANTES, POR REGIÃO...

Relativamente ao tipo de produtos típicos locais que assumem maior expressão na oferta gastronómica dos restaurantes a nível nacional (total) destacam-se:

1. Carne de origem protegida (DOP)
2. Frutas, legumes e ervas aromáticas
3. Peixe pescado em Portugal (sobretudo peixe de rio)
4. Vinhos de mesa e licorosos
5. Enchidos

Analisando a distribuição dos produtos locais por região é possível constatar que entre os restaurantes entrevistados, os **enchidos** assumem maior destaque no Alentejo e no Norte.

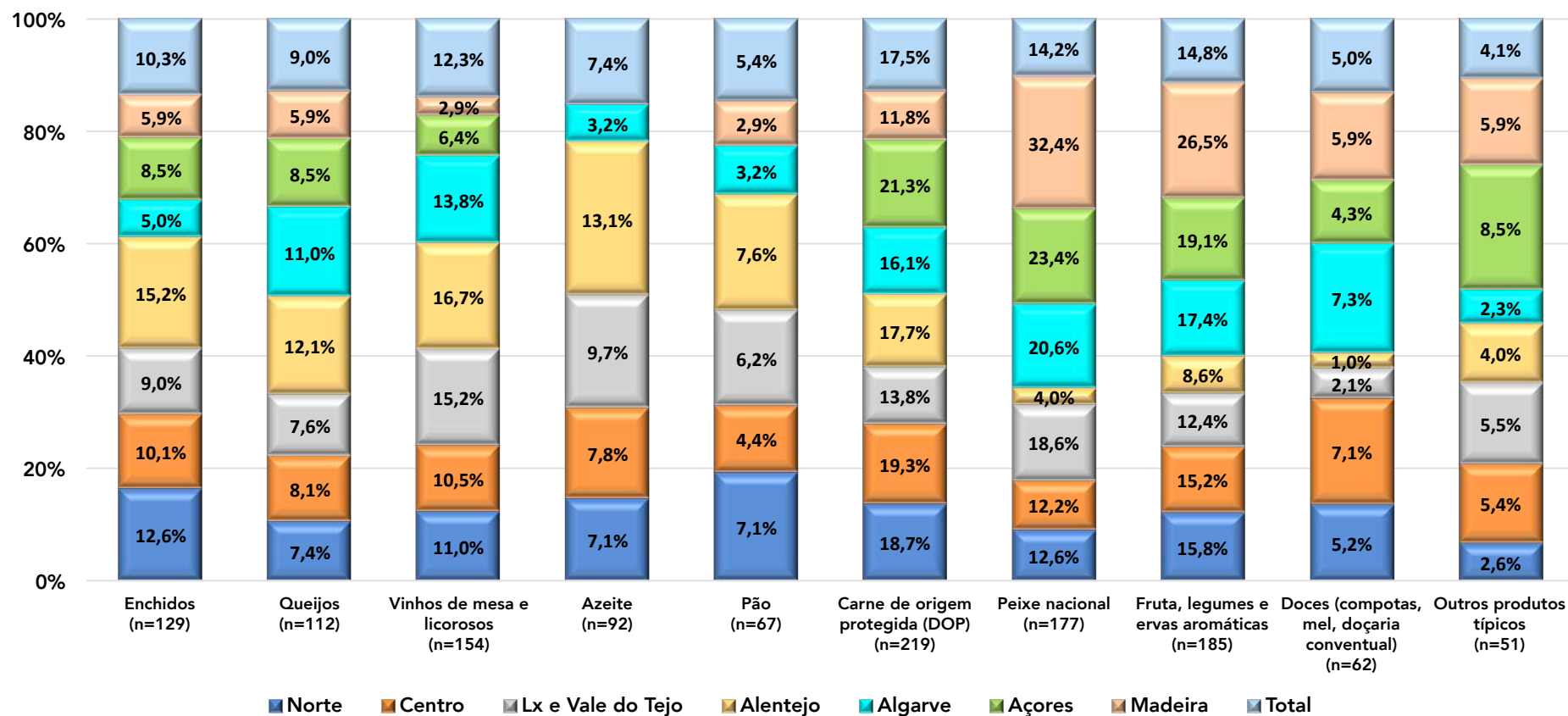
Os **queijos** no Alentejo e no Algarve, assim como os **vinhos de mesa e licorosos**.

O **azeite e o pão** também surgem associados ao Alentejo.

Por sua vez o **peixe, as frutas, legumes e ervas aromáticas** surgem mais associadas à região do Algarve.

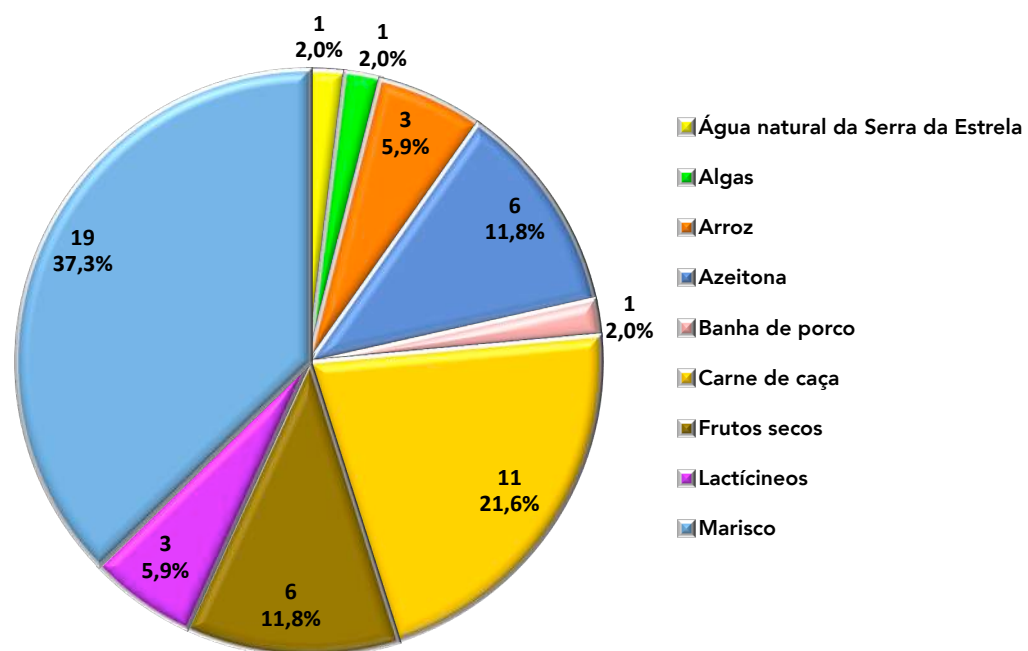
Quanto à **carne de origem protegida** esta surge representada um pouco por todas as regiões, excepto em Lisboa e Vale do Tejo e na Madeira, onde aparece negativamente associada.

Produtos típicos locais com maior presença na oferta gastronómica dos restaurantes, por região (n=1248 respostas)



■ Norte ■ Centro ■ Lx e Vale do Tejo ■ Alentejo ■ Algarve ■ Açores ■ Madeira ■ Total

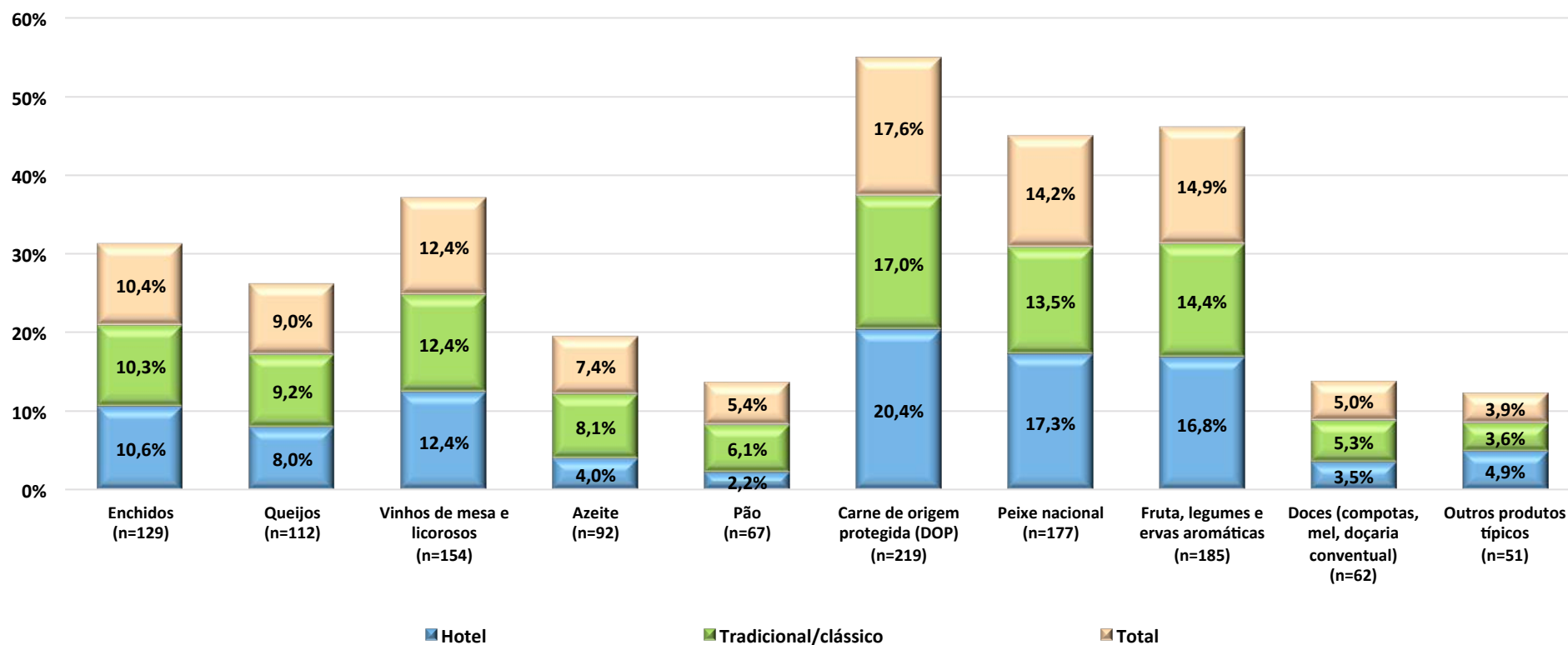
Outros produtos típicos locais (n=51 respostas)



Para além da diversidade de produtos típicos locais apresentados, os restaurantes referiram outros que incluímos numa categoria residual, composta por 51 respostas, cuja distribuição apresentamos: entre as mais frequentes 37,3% referem-se a marisco (amêijoa, lapas, percebes), 21,6% a carne de caça (lebre, perdiz, javali), e 11,8% a frutos secos (amêndoa, pinhão, castanha, bolota) e azeitona.

Analisando a expressividade desses produtos regionais por tipologia de restaurante, apenas o azeite e o pão aparecem mais associados aos restaurantes de tipo tradicional/clássico. Os restantes produtos surgem transversalmente representados em ambas as tipologias.

Produtos típicos locais com maior presença na oferta gastronómica dos restaurantes, por tipologia (n=1248 respostas)



FACTORES QUE PODEM MOTIVAR A UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS TÍPICOS LOCAIS...

A utilização de produtos típicos locais não é uma questão apenas relacionada com o conceito gastronómico dos restaurantes, é, para quem quer utilizar mais estes produtos, essencialmente uma questão relacionada com quatro factores:

1. Preço – onde por exemplo a referência à redução do IVA está sempre presente
2. Promoção – em particular que contribua para o aumento de clientes em estabelecimentos que utilizem esses produtos, oferecendo mais qualidade
3. Variedade da oferta – onde é de particular interesse a rede estruturada dos pequenos produtores com qualidade acima da média
4. Sensibilização aos chefs – com maior peso nas regiões de maior pendor turístico como os Açores, Madeira e Lisboa e Vale do Tejo e em particular nos restaurantes de hotel

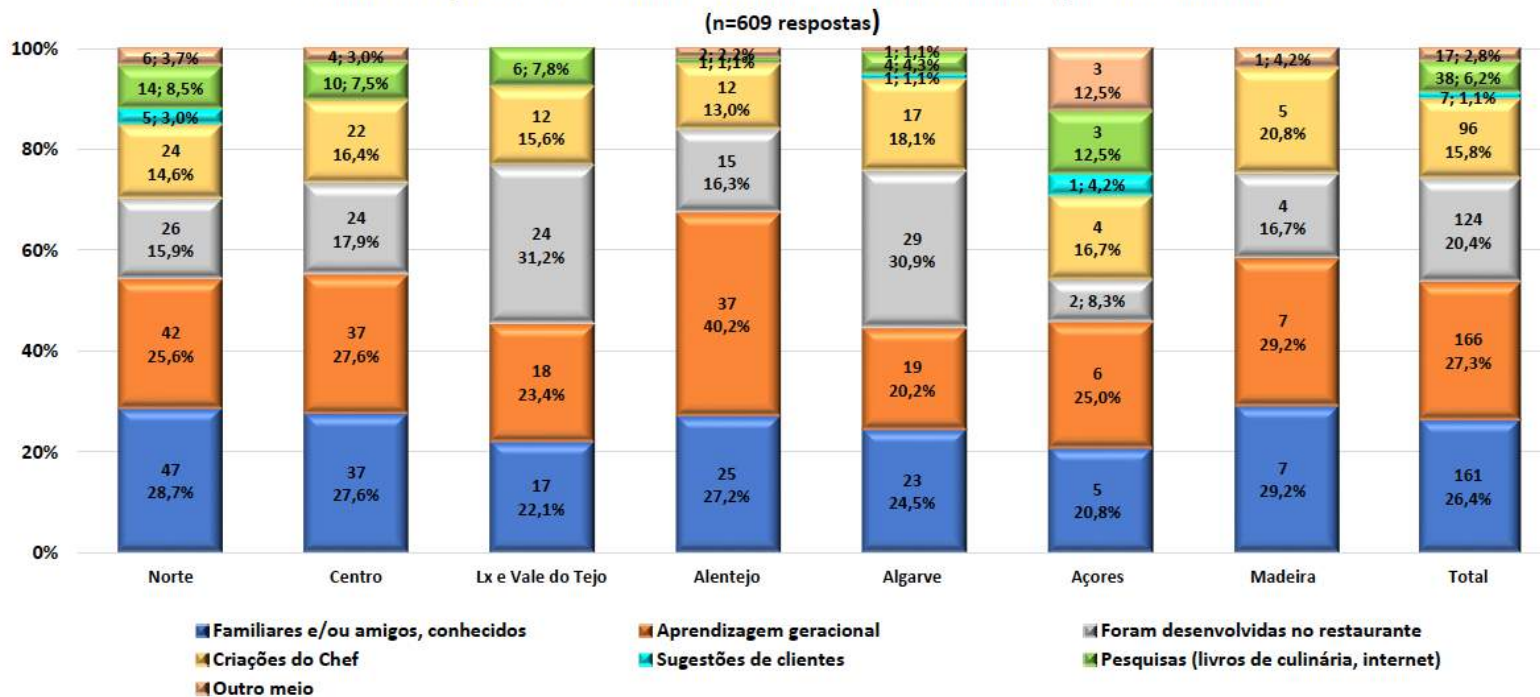
Regiões	Factores que poderiam levar o restaurante a utilizar mais produtos típicos locais		
Norte	Mais oferta de novos produtos	Preço menor	Aumento de clientes
Centro	Redução do IVA	Boa relação preço/qualidade	Aumento da procura de comida tradicional
Lx e Vale do Tejo	Redução do IVA	Depende do Chef	Boa relação preço/qualidade
Alentejo	Preço menor	Mais incentivo à produção	Aumento da oferta de pequenos produtores
Algarve	Redução do IVA	Aumento de clientes	Haver maior variedade de produtos
Açores	Disponibilidade dos produtos mais organizada	Aumento de clientes	Depende do Chef
Madeira	Haver maior variedade de produtos	Depende do Chef	Preço menor

Parte III – Avaliação da preservação da tradição e história gastronómica

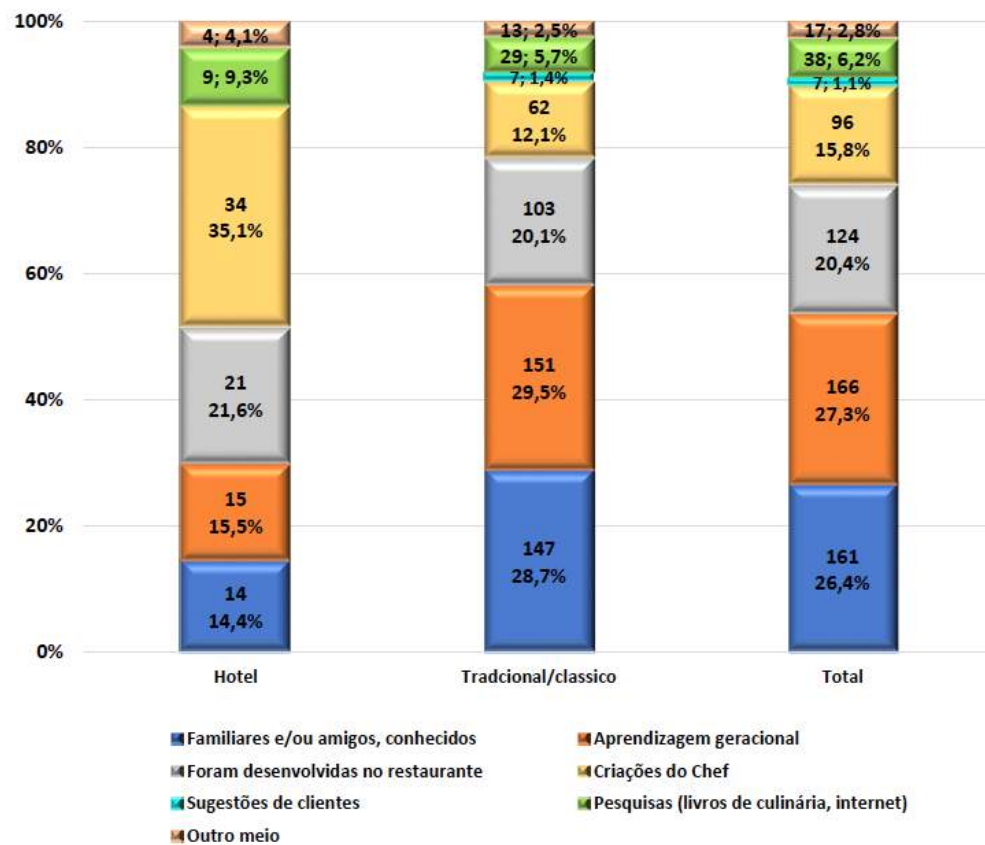
COMO SE OBTÊM AS RECEITAS TRADICIONAIS...

A obtenção das receitas tradicionais portuguesas é um legado familiar. Entre um total de 609 respostas, 27,3% referem-se a aprendizagem geracional, e 26,4% a receitas transmitidas por familiares e/ou amigos, conhecidos. A nível regional, mais concretamente no Norte e Centro, o legado de receitas tradicionais portuguesas foi principalmente obtido através de familiares e/ou amigos. Em Lisboa e Vale do Tejo, e Algarve muitas das receitas tradicionais foram desenvolvidas nos restaurantes cruzando a tradição com a inovação. No Alentejo, sobressai a aprendizagem geracional, assim como nos Açores e na Madeira, onde a transmissão por meio de familiares e/ou amigos, conhecidos também foi muito referida.

Através de que meios se obtiveram as receitas tradicionais que confeionam?



Através de que meios se obtiveram as receitas tradicionais que confeccionam? (n=609 respostas)



Avaliando a relação entre a tipologia de restaurante e os meios de obtenção de receitas tradicionais, observa-se que os restaurantes tradicionais/clássicos tendem obter as receitas tradicionais através de aprendizagem geracional, e através de familiares e/ou amigos, conhecidos.

Por sua vez os restaurantes de hotel tendem a confeccionar receitas tradicionais com o cunho criativo dos Chefs.

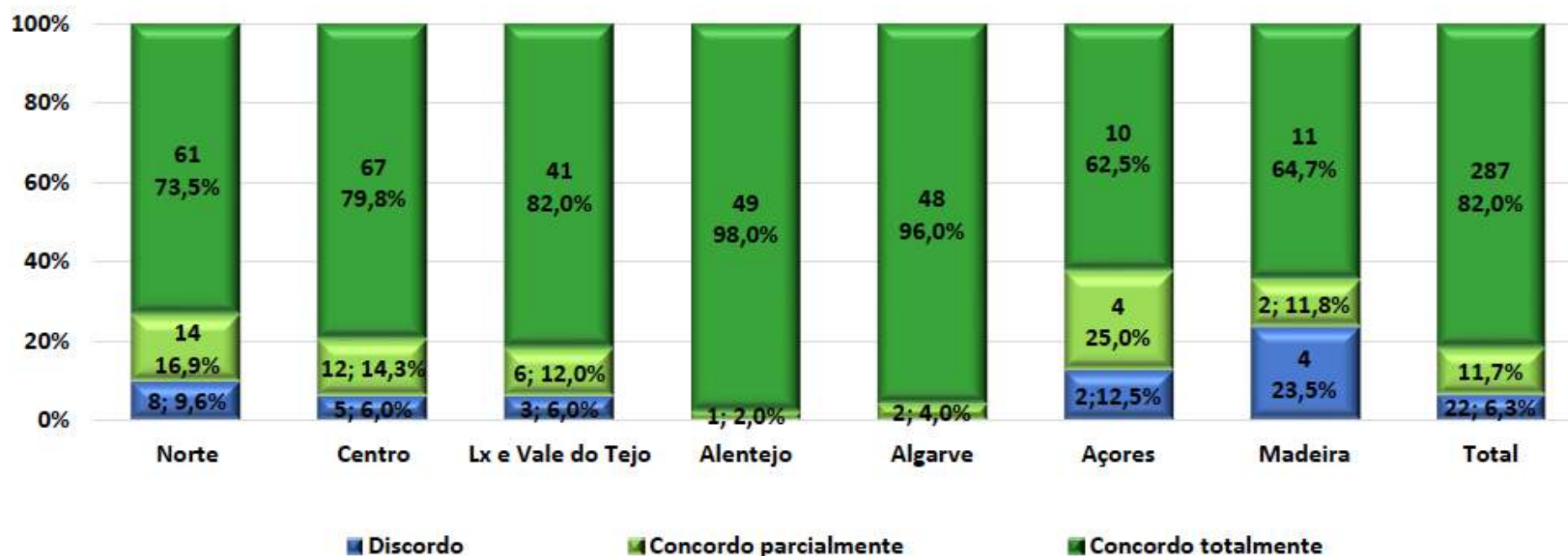
A categoria "outro meio" engloba outras formas de obtenção tais como: formação profissional (13 respostas), confrarias gastronómicas (2 respostas) e viagens (2 respostas).

A OFERTA GASTRONÓMICA DO RESTAURANTE RESPEITA A TRADIÇÃO DA CONFECCÃO?

Com base na percepção dos entrevistados, procurou-se avaliar o grau de concordância com a frase: "A oferta gastronómica do restaurante respeita a tradição da confeção". Pela análise de resíduos ajustados nota-se que os restaurantes que discordam pertencem sobretudo à região da Madeira. Entre os que concordam totalmente sobressaem os da região do Alentejo e do Algarve.

Quanto ao nível de concordância dos restaurantes por tipologia, não se detetam relações de associação dignas de realce.

Grau de concordância: "A oferta gastronómica do restaurante respeita a tradição da confeção"

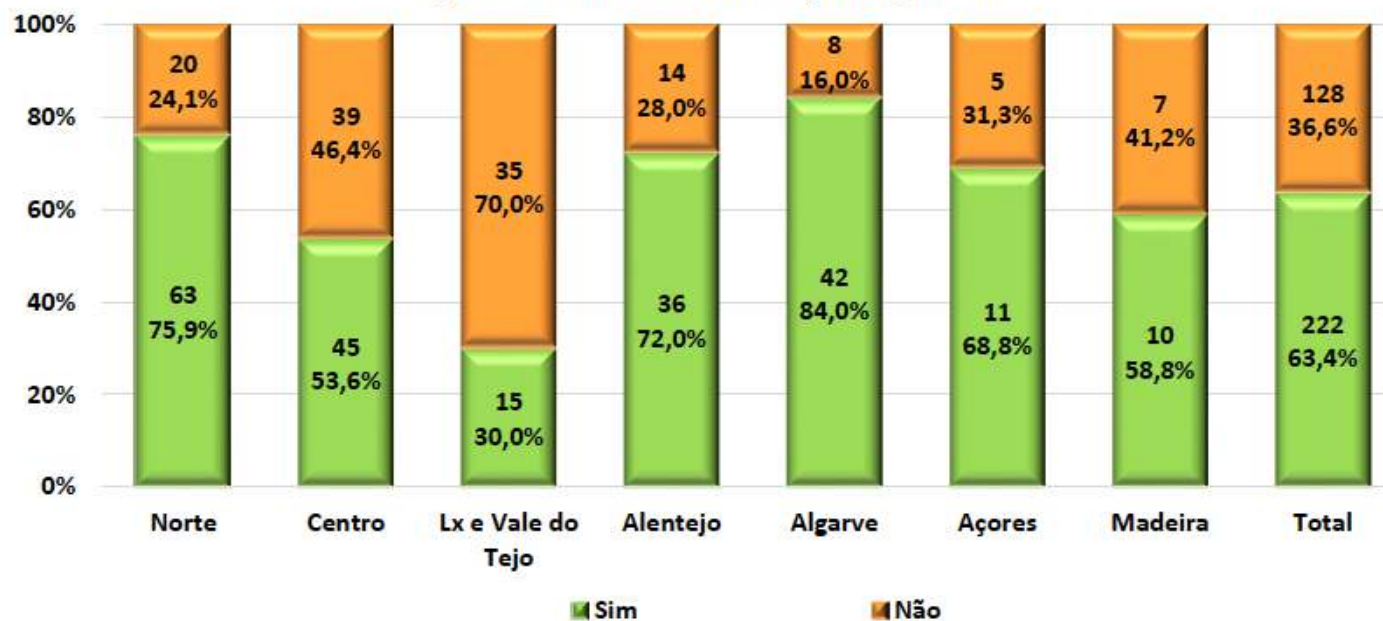


CONHECIMENTO DAS HISTÓRIAS QUE ESTÃO POR TRÁS DA GASTRONOMIA TRADICIONAL PORTUGUESA...

Dos 350 restaurantes entrevistados 63,4% referiu ser conhecedor de histórias que estão por trás da gastronomia tradicional portuguesa. Entre estes destacam-se os restaurantes localizados na região do Algarve e do Norte.

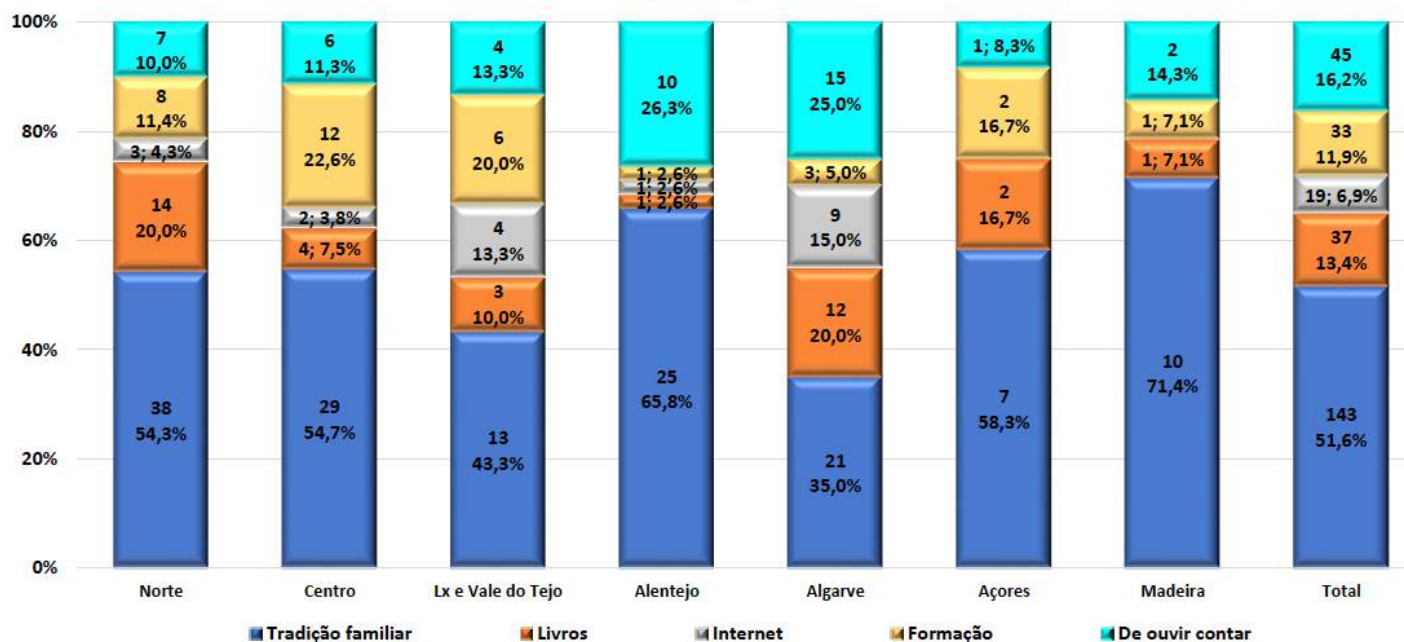
Em contrapartida, os restaurantes que referiram não ter conhecimento dessas histórias encontram-se mais associados às regiões de Lisboa e Vale do Tejo e Centro. Ao relacionar a variável conhecimento com a tipologia dos restaurantes não se verificam relações de associação.

Tem conhecimento de algumas histórias que estão por trás da gastronomia tradicional portuguesa?



Entre os 222 restaurantes que disseram ter conhecimento de histórias que estão por trás de alguma da gastronomia tradicional portuguesa, procurou-se saber através de que meios as obtiveram. Contabilizaram-se 277 respostas a esse respeito, sendo que 51,6% delas destacam a tradição familiar, não se verificando associação significativa com alguma região em particular, pelo contrário, revelou-se um meio de aquisição de conhecimento transversal a todas as regiões. Já os livros de culinária surgem melhor representados entre os restaurantes do Algarve e do Centro. A internet e “o ouvir contar às pessoas da terra” surgem com meios também muito associados aos restaurantes do Algarve. Destaca-se de modo igual a importância que a Formação assume nas regiões Centro, Lisboa e Vale do Tejo e Açores.

Através de que meios obteve conhecimento dessas histórias?
(n=277 respostas)



Quando se efetua a análise por tipologia de restaurante, não se verifica relação de associação entre determinado meio de aquisição de conhecimento e uma região turística específica. Apenas é possível concluir que a tradição familiar (51,6%) foi o meio mais referido por ambas as tipologias de restaurante, seguida de longe pelo “ouvir contar” (16,2%) e depois pelos livros, em formação e por último as buscas na internet.

O conhecimento do receituário é diverso e muito condicionado pela região, com exceção da Madeira cuja história mais conhecida é de uma receita de Almeirim.

Regiões	Pratos tradicionais portugueses com uma história por trás
Norte	Tripas à moda do Porto
Centro	Chanfana
Lx e Vale do Tejo	Pastéis de nata
Alentejo	Açorda à Alentejana
Algarve	Doce de Alfarroba
Açores	Bolo de mel
Madeira	Sopa da pedra

Ao avaliar-se a percepção dos entrevistados sobre se consideram haver uma melhor compreensão da gastronomia típica portuguesa quando ela surge associada a elementos tradicionais (artesanato, folclore, música) conclui-se que a grande maioria dos restaurantes, cerca de 98%, independentemente da sua tipologia e região consideram importante que exista essa ligação entre gastronomia e cultura popular portuguesa.

Parte IV – Avaliação comparativa da gastronomia portuguesa face a outras

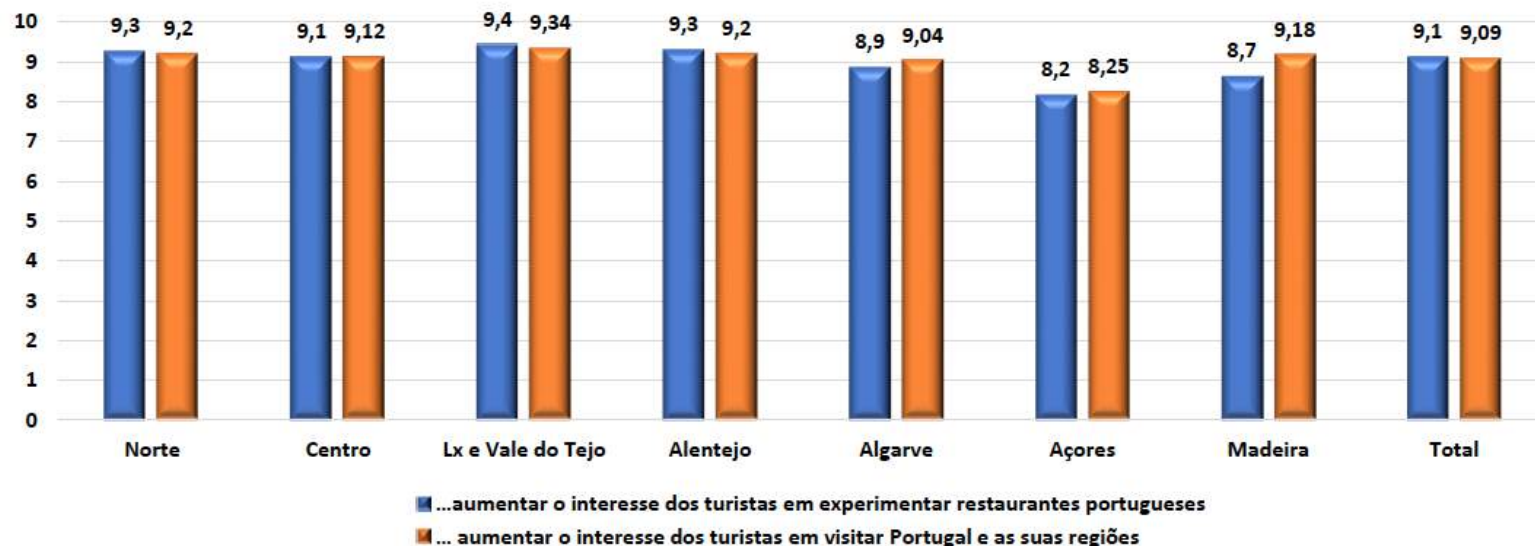
O QUE NOS DIFERENCIA...

Qualidade, Diversidade e História são a ordem pela qual os entrevistados entendem que a gastronomia portuguesa se diferencia a outras.

A exceção a esta ordem apenas se verifica no Algarve onde a Diversidade surge em primeiro lugar e do Alentejo e Lisboa e Vale do Tejo onde Qualidade e Diversidade se encontram ao mesmo nível.

Também no que respeita à comunicação é de pleno acordo que a comunicação da história devidamente comunicada é benéfica para o turismo, não havendo diferenças por tipologia de restaurante.

Índice de incentivo percecionado:
"A história da gastronomia típica portuguesa devidamente comunicada, contribui para..."



IV. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pessoas buscam novos conhecimentos, querem experimentar novos sabores, vivenciar outras culturas e a gastronomia pode ser o motivo principal, ou o inicial, para se conhecer determinado local. Podem ser estrangeiros ou locais ou mesmo estrangeiros no seu próprio país, que os há muitos...

São muitos os casos a nível internacional... podemos experimentar a França com sua culinária requintada e tradicional, a Itália com suas diversas variações, o exotismo da culinária oriental, como no Japão, China, Tailândia entre outros. O que não falta são variações e novidades e o turismo possibilita essas descobertas, por isso a gastronomia tem tudo a ver com o turismo.

A gastronomia é desta forma considerada importante e relevante para o turismo e possibilita inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar direta ou indiretamente, esse nicho de mercado. Os exemplos citados mostram que a gastronomia como produto turístico é um importante motivador e mesmo quando não é o motivo e/ou elemento principal, sempre estará inserida no contexto e terá o seu papel de destaque num evento turístico, como uma viagem, passeio, feira, ou reuniões.

A gastronomia como património local vem sendo incorporada nos novos produtos turísticos orientados para determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. O desenvolvimento do turismo cultural é promovido devido à sua capacidade de gerar receita e empregos no lugar em que se desenvolve.

Em Portugal, com este estudo conclui-se que há consciência por parte dos empresários em que a oferta de comida típica portuguesa “contribui para promover o turismo gastronómico do país” e que isso “é algo que os turistas apreciam”. Diria mesmo que essa consciência é colectiva e todos nós portugueses a temos, bem como temos a noção do que aquilo que é português é bom.

Há um reconhecimento da diferenciação e das mais valias que a cozinha tradicional portuguesa possui em termos de mensagem de promoção turística e por isso importa resumir aqui alguns dos pontos mais visíveis deste estudo:

- 88% dos restaurantes identificam-se com a gastronomia portuguesa
- o Alentejo e o Centro são os que maior destaque assumem
- As Ilhas, em especial a Madeira possuem menos identificação à gastronomia tradicional, talvez derivado da enorme oferta hoteleira, pelo que por contraponto sendo das regiões com maior utilização de produtos típicos locais, talvez seja necessário apenas intervir em termos de sensibilização aos chefs
- 88% dos restaurantes utiliza receitas tradicionais portuguesas, onde o Alentejo tem lugar de destaque
- Tradição, diferenciação e satisfação são os principais factores que motivam a utilização das receitas tradicionais, sendo o principal motivo de não utilização o da não adequação ao conceitos dos restaurantes. A hotelaria é o sector com mais necessidade de sensibilização para a cozinha nacional (45% dos hotéis não se identifica)
- Alentejo, Douro Litoral e Trás os Montes são os que possuem maior predominância na oferta gastronómica regional nos restaurantes portugueses
- O Algarve e Alentejo são os que possuem maior predominância em termos de hotéis
- Existe uma concordância generalizada sobre a utilização de produtos típicos locais, onde o Alentejo, Madeira e Açores têm lugar de destaque
- Existe uma predisposição geral dos restaurantes para a utilização de produtos típicos locais, sendo que são preponderantes ações que justifiquem ou compensem o preço elevado dos mesmos, a diversidade de produto e produtores e a promoção com sensibilização para o aumento de clientes.

Existe, na nossa opinião, ainda muito a fazer e será necessário levar a cabo algumas medidas que permitam uma maior aproximação entre agentes turísticos e produtores, em especial na tentativa de contribuir para um maior desenvolvimento local, pelo que a APTeCE – Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia propõe, desde já, algumas iniciativas, entre as quais algumas que têm já em planeamento para execução breve:

1. **Inventário, diagnóstico e identificação das principais atrações da gastronomia local**, o que a APTECE tem atualmente em curso com a estruturação de produtos de turismo culinário concretos e que serão integrados num projeto de “venda” a operadores turísticos dedicados a este segmento.
2. **Promoção de iniciativa de distinção do esforço de cooperação das entidades locais com vista à cooperação**, materializado no projeto “Terra de Culinária” que a APTECE desenvolve atualmente em cooperação com o Turismo de Portugal e o Ministério da Agricultura com vista a premiar sub regiões que consigam unir produtores, restaurantes e demais entidades num plano de iniciativas que promovam localmente a gastronomia e os produtos locais. Esse reconhecimento, no entanto, criará responsabilidades, sensibilizando para a garantia de origem de nossos ingredientes, das receitas e de sua preservação e divulgação.
3. **Criação de uma plataforma das receitas mais representativas das várias regiões portuguesas** que possa estar acessível a qualquer restaurante português e a profissionais portugueses no estrangeiro e que para além das receitas permitirá um cadastro da matéria-prima local a utilizar. Esta plataforma já em construção pela APTECE será parte da garantia de que os portugueses e os turistas estarão a apreciar um legítimo prato nacional e não uma medíocre imitação.
4. **Identificar receitas locais e contribuir para um banco de dados que defina os casos necessários preservar**. A APTECE tem em curso o projeto “Arca dos Sabores” que identifica pratos e produtos em extinção e que será de utilização pública.
5. **Nos restaurantes de hotel é fundamental que se implementem ações de sensibilização para a importância da utilização de produtos típicos portugueses** e preservação de receitas tradicionais portuguesas, de forma a promover a cultura gastronómica de Portugal junto do público, que maioritariamente é o turista estrangeiro. O caso concreto da oferta no pequeno almoço, com que a grande maioria dos turistas contacta, é o caso mínimo e de importância extrema onde a oferta dos produtos típicos locais pode ser diferenciadora para o turista e contribuir para um maior desenvolvimento local, em particular na área da panificação e pastelaria, laticínios, enchidos, frutas e outros.
6. **Promover case studies**, em especial de regiões como o Alentejo onde a gastronomia é reconhecida como diferenciadora e entendida pelos agentes económicos como fundamental e dar a conhecer os benefícios em termos de desenvolvimento regional nos vários níveis, que não apenas rural e turístico.

7. **Criação de ações integradas entre restaurantes e produtores**, em particular inter-regionais proporcionando o conhecimento do produto típico local, das suas características e benefícios na confecção de pratos tradicionais, mas sobretudo com o intuito de gerar também ao produtor uma perspectiva de promoção e comercial fundamentada nos princípios da cooperação e criação de mercado a curto/médio prazo.
8. Tão importante para entender a cultura regional quanto à música, à literatura, às artes plásticas e à história, é a comida, parte fundamental do imaginário local. Para celebrar - e apresentar ao mundo - essa culinária tão peculiar deveriam ser criados **Museus Interativos da Gastronomia Local**, que funcionariam com o intuito a valorização da culinária enquanto património cultural. Estes espaços colocariam à disposição do visitante um extenso material composto por materiais visuais que mostram as origens e as experiências dos povos e das artes, tudo numa ação interativa: como exemplo pode ter-se em Aveiro um espaço onde o turista pode estar na Terra Nova a assistir à dinâmica da pesca do bacalhau, ser transportado para a arte da seca e terminar por exemplo num espaço de degustação final do produto, onde um chef que oferece o melhor dos sabores. Estes espaço deveriam ser regionais e dedicados ao produto típico local. O público terá acesso a exposições permanentes sobre o assunto e também a uma gama de peças que ajudaram a formar a cozinha nacional como filmes, fotos, maquetes, utensílios em barro, madeira, entre outros materiais.
9. **Desenvolvimento de ações de formação local**, destinadas à modernização do produtor, em particular no que respeita às técnicas de promoção e venda.
10. **Desenvolvimento de iniciativas nas principais unidades hoteleiras com produtos típicos locais**, nomeadamente desenvolvimento de menus ou ações de degustação ou partilha da experiência culinária para turistas.
11. **Reconhecimento de estabelecimentos pela oferta de gastronomia local ou por venda de produtos típico locais**, iniciativa que a APTECE já possui em desenvolvimento com vista à diferenciação e distinção dos agentes económicos que já possuem essa preocupação e cuja distinção lhes permitirá vantagens do ponto de vista promocional e comercial.
12. **Redução do IVA na restauração por contrapartida com a aquisição de produtos típicos locais**. Sendo um tema que surge frequentemente no estudo, a APTECE já o defende há algum tempo. A redução do IVA por imposição de quotas de aquisição de produtos típicos locais, pode incentivar o desenvolvimento local, quer por força do enquadramento da iniciativa na filosofia do km0, com compra de produtos na região, criando bases de

sustentabilidade local, mas também levando a que em muitos dos casos haja incidência em termos de receita fiscal, pois é expectável que parte dos nano produtores locais, hoje sem empresa constituída, possam ver nesta medida a oportunidade para criação de empresa e assim contribuir para a criação de emprego e receita para o Estado, pelos impostos gerados.

Portugal pode ser reconhecido através do binómio sol e mar, apesar de ser uma região de excepcionais valores turísticos e culturais. Acreditamos que a exploração turística da gastronomia local, por exemplo, pode representar um papel importante como vector para o desenvolvimento e crescimento das regiões. Neste contexto a APTECE – Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia tem como objetivo geral operacionalizar ações voltadas para a criação, promoção e comercialização de produtos gastronómicos e turísticos que incidam no desenvolvimento regional.