



Qualificação profissional na gastronomia: o perfil dos trabalhadores em negócios de alimentação nos municípios de Joinville e Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil

49

Professional qualification in gastronomy: the profile of workers in food businesses in the municipalities of Joinville and Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brazil

Gabriel Furlan Coletti – Doutorando em Economia (UNESP). Docente no Centro Universitário Senac – Campus Águas de São Pedro, SC. Brasil – gabrielf.coletti@gmail.com

Palavras-chave:

Qualificação. Perfil Profissional.
Gastronomia. Joinville.
Balneário Camboriú.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo investigar o perfil de qualificação profissional dos trabalhadores em negócios de alimentação nas cidades de Joinville e Balneário Camboriú, ambas do estado de Santa Catarina (SC). A motivação para realização dessa investigação se dá em dois pontos: primeiro, pelo aumento da oferta dos cursos de gastronomia no estado e no país, e, segundo, pela relevância de ambas as cidades para atividade turística em SC. A pesquisa, que tem natureza exploratória, foi conduzida no período entre março e julho de 2018 nos dois municípios. Para o levantamento dos dados, adotou-se o emprego de questionário fechado, aplicado a trabalhadores em negócios de alimentação, como restaurantes, bares, lanchonetes e padarias. Ao todo, somam-se 703 questionários respondidos, aplicados em 85 empresas. Observou-se que ainda há a predominância de mão de obra pouco qualificada e com baixos salários, contudo esse panorama vem sendo alterado quando comparado a estudos anteriores mostrando uma parcela maior de profissionais com ensino superior cursando ou completo dentro das empresas do mercado de alimentos e bebidas.

Keywords:

Qualification.
Professional Profile.
Gastronomy. Joinville.
Balneário Camboriú

ABSTRACT

This work aims to investigate the professional qualification profile of workers in food businesses in the cities of Joinville and Balneário Camboriú, both in the state of Santa Catarina (SC). The motivation for carrying out this investigation occurs in two points: first, by the increase in the offer of gastronomy courses in the state and in the country, and, second, by the relevance of both cities for tourist activity in SC. The research, which is exploratory in nature, was conducted between March and July 2018 in both municipalities. To collect the data, a closed questionnaire was applied, applied to workers in food businesses, such as restaurants, bars, cafeterias and bakeries. Altogether, 703 questionnaires were answered, applied in 85 companies. It was observed that there is still a predominance of low-skilled and low-wage labor, however this panorama has been altered when compared to previous studies showing a larger share of professionals with higher education attending or complete education in the food market companies and drinks.

Como citar este artigo

COLETTI, Gabriel Furlan. Qualificação profissional na gastronomia: o perfil dos trabalhadores em negócios de alimentação nos municípios de Joinville e Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. **Revista Brasileira de Gastronomia**, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 49-60, jul./dez. 2019. Disponível em: <http://rbg.sc.senac.br/index.php/gastronomia/article/view/48>. Acesso em: dd mm aa.

1 INTRODUÇÃO

Santa Catarina (SC) tem experimentado, de acordo com a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina – Santur - (2018), um crescimento em sua atividade turística, acompanhado do desenvolvimento de regiões e cidades específicas, apoiado na expansão da demanda por serviços turísticos de diferentes naturezas. O estado conta com estações bem definidas, diversas formações vegetais (mata de araucárias, os campos, as florestas subtropicais, a vegetação litorânea e a Mata Atlântica), parques estaduais e heranças culturais e históricas pluralistas.

Segundo a Santur (2018), em aspectos socioeconômicos, Santa Catarina encabeça o *ranking* de desenvolvimento humano e econômico, com um dos maiores índices do país em termos de qualidade de vida e expectativa de vida. Em complemento, o estado conta com a maior distribuição de renda entre os estados brasileiros e os menores índices de violência, pobreza e analfabetismo. Responsável pelo 4º maior PIB per capita do Brasil, tem um dos maiores parques industriais do país (móveis e têxteis), com agronegócio consolidado e pautado na agricultura familiar, forte desempenho nas exportações e prestação de serviços. Por fim, Santa Catarina é considerado o melhor destino turístico do Brasil, com aproximadamente 5 milhões de visitantes por ano, distribuídos pelos polos industriais, suas praias e serras (SANTUR, 2018).

Para a composição deste trabalho foram escolhidas duas cidades do estado de Santa Catarina: Joinville e Balneário Camboriú. A escolha das duas localidades se dá em função do seu perfil produtivo e socioeconômico. Ambas as cidades têm considerável relevância para o turismo dentro do estado, entretanto cada uma delas possui características específicas em seus arranjos produtivos que contribuem de forma complementar para o desenvolvimento de atividades características do turismo (ACTs).

Segundo o IBGE (2018a), Joinville é a maior cidade catarinense, localizada na microrregião Nordeste do estado, com mais de 580 mil habitantes. A maior parte da atividade econômica desenvolvida na cidade está ligada ao setor industrial, em especial nos setores metalmeccânico, têxtil, plástico, metalúrgico, químico e farmacêutico, com sua atividade turística concentrada no turismo de negócios (SEPUD, 2017). Já Balneário Camboriú é uma cidade de menor porte, com quase 140 mil habitantes (IBGE, 2018b), contudo concorre com a capital catarinense em termos de atratividade turística, com destaque para o turismo de sol e praia (SEBRAE/SC, 2013), recebendo mais de 1,5 milhão de visitantes durante a alta temporada (SANTUR, 2018).

Para o desenvolvimento da atividade turística nessas localidades há a necessidade de um aparelho ou conjunto de serviços que sirvam de apoio e possibilitem a recepção de visitantes. Ao considerar-se tal conjunto, observa-se uma gama heterogênea de serviços que compõem a atividade turística, como hospedagem, alimentação, transporte, etc., que exigem diferentes graus de contato com os clientes (BARRETTO, 1995).

De acordo com Pillmayer e Scherle (2013), as empresas de serviços que compõem o *trade* turístico têm se encaixado num movimento de adequação da qualidade da oferta em função do crescimento da atividade turística no mundo todo. As empresas são influenciadas por fatores relativos à localização, como proximidade geográfica, aspectos culturais, qualificação da mão de obra, recursos naturais, etc.

Sintetizando os conceitos observado em Castelli (2001), é possível afirmar que os negócios em serviços de alimentos e bebidas (A&B) são, em sua maioria, intensivos em mão de obra, com

alto grau de contato com os clientes, com prestação de serviços atreladas à produção e consumo de produtos finais, com alta diversificação em suas tipologias e possibilidades de personalização ou padronização da produção.

Essas características exigem um perfil de profissional que seja dinâmico, com domínio de competências que possibilitem a relação com pessoas em situações de dificuldade, com alta adaptabilidade e inteligência emocional, além do domínio de técnicas de serviço e de produção adequadas ao segmento do empreendimento.

Considerando-se o escopo deste trabalho, são abarcadas as empresas de serviços de alimentação das respectivas cidades, com foco na qualidade da mão de obra, de modo a ilustrar um panorama sobre a qualificação dos profissionais de gastronomia dentro de localidades de grande potencial turístico. Essa pesquisa se justificativa pela importância que as pessoas (colaboradores) tem dentro de um empreendimento gastronômico, visto o alto grau de contato entre prestador de serviço e cliente, assim como pela importância das duas cidades para a economia e atividade turística no estado e pelo crescente número de cursos de gastronomia voltados para a qualificação superior.

1.1 Objetivo geral

O objetivo deste trabalho é investigar o perfil de qualificação profissional dos trabalhadores em negócios de alimentação nas cidades de Joinville e Balneário Camboriú, ambas no estado de Santa Catarina (SC), determinados pelo nível de escolaridade, faixa salarial e idade.

1.2 Objetivos específicos

Para o cumprimento do objetivo geral do trabalho algumas etapas ou objetivos específicos devem ser cumpridos, a seguir: 1) perfil socioeconômico das cidades de Joinville e Balneário Camboriú; 2) levantamento bibliográfico sobre as diferenciações de serviços e o serviço de gastronomia; 3) levantamento dos dados por meio de pesquisa *in loco* em negócios de alimentação, como bares, restaurantes (*self service* e *à la carte*), churrascarias, lanchonetes, hamburguerias, redes de *fast-food*, com a identificação da qualificação profissional, gênero, idade e faixa salarial dos trabalhadores comparação com estudos anteriores na Estado de Santa Catarina.

2 METODOLOGIA

A pesquisa tem natureza exploratória, que conta com abordagem quantitativa e emprega técnica de revisão bibliográfica e levantamento de dados com pesquisa *in loco*. Para a composição do perfil do municípios, a descrição inicial das cidades componentes da pesquisa foi realizada com base no levantamento de dados socioeconômicos a partir de fontes diretas, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Santa Catarina Turismo S/A (SANTUR), Secretaria De Planejamento Urbano E Desenvolvimento Sustentável (SEPUD) e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE/SC).

O levantamento bibliográfico foi realizado em livros e periódicos com acervos digitais, dentro das temáticas do setor de serviços, turismo e gastronomia, com destaque para a descrição dos serviços gastronômicos componentes da atividade turística e o papel da mão de obra para sua operacionalização.

A pesquisa foi realizada *in loco* nos municípios de Joinville e Balneário Camboriú, no estado de Santa Catarina (SC), entre os meses de março e julho de 2018. Essa investigação foi direcionada aos trabalhadores empregados na área da gastronomia, mais especificamente em negócios de alimentação, que ocupassem quaisquer cargos de operação, supervisão e gestão, como *garçons*, *maîtres*, *commis*, cozinheiros, padeiros, chefes de cozinha, ajudantes, *barman*, gerente, etc.

Para a realização da pesquisa empregou-se a técnica de questionário estruturado, em formato digital, pelo aplicativo Google Forms. Obteve-se um total de 703 respostas, sendo 231 (32,86%) em Joinville e 472 (67,14%) em Balneário Camboriú, divididos em 85 empresas (33 em Joinville e 52 em Balneário Camboriú). Seguindo a técnica aplicada em Assunção, Rocha e Ribas (2010) e Rocha e Amaral (2012), amostra total segue uma estratificação proporcional segundo a tipologia do negócio, como bar, restaurante *self-service*, restaurante *à la carte*, padaria, lanchonete/hamburgueria e *fast-food*.

Por fim, analisa-se o trabalho avaliando os perfis dos funcionários, composto por sexo, idade, escolaridade, cargo/função e remuneração no setor.

3 REVISÃO DA LITERATURA

3.1 O setor de serviços e as Atividades Características do Turismo (ACT)

Desde o final do século XX observa-se um movimento de crescimento exponencial no interesse sobre os setores de serviços. Esse fenômeno se constata em função do aumento vertiginosos de estudos e publicações sobre as diferentes atividades dentro do setor, como consequência da ampliação da oferta e demanda promovida pela ampliação do acesso global, como efeitos do processo de globalização (GRÖNROOS, 2016). Com a crescente importância do setor de serviços na composição do PIB mundial e brasileiro, assim como o aumento da incorporação de serviços de alto valor agregado à produção de bens industriais, observa-se o crescimento da importância do setor para a economia mundial tanto em termos absolutos quanto relativos aos indicadores de desempenho econômicos (JAVALGI; MARTIN, 2007).

Os serviços são intangíveis, o que impossibilita que os mesmos possam ser tocados, estocados, vistos, inspecionados e transportados. Para Winsted e Patterson (1998), esta condição dificulta a percepção ou a comparação da qualidade por parte dos clientes. Isto se intensifica quando a prestação dos serviços atinge mercados internacionais, encontrando barreiras como idiomas, diferenças culturais e práticas empresariais. Ademais, essa realidade tem comportamento semelhante quando deparada com as condições impostas pela atividade turística e a pelas dinâmicas específicas de prestação de seus serviços correlatos.

Segundo Javalgi e Martin (2007), o setor de serviços tem uma natureza dinâmica que exige dos pesquisadores o acompanhamento constante de suas mudanças. Estas mudanças estão ligadas a quatro características da atividade: intangibilidade, inseparabilidade, perecibilidade e heterogeneidade. O primeiro caso, como expressado no parágrafo anterior, atesta sobre diferença entre bens e serviços. Num segundo ponto, o serviço não pode ser separado de seu usuário, de modo que produção e consumo convergem para uma condição de simultaneidade. Os serviços também não podem ser estocados, o que impossibilita sua posterior comercialização e dificulta o gerenciamento das variações na demanda e na oferta. Por fim, os *outputs* dos serviços variam de acordo com a localidade, com o fornecedor e com o tipo de atividade empreendida, resultando em diversos tipos de serviços.

Dentro dos diferentes tipos de serviços encontrados nas diversas atividades econômicas, alguns em específico formam o recorte necessário para a condução do trabalho. Esses serviços representam um conjunto que viabiliza a realização da atividade turística em qualquer localidade, sanando necessidades básicas dos viajantes, como abrigo, segurança e alimentação.

Conceitualmente, a Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como o grupo de atividades que as pessoas realizam quando se encontram deslocadas de sua residência ou entorno habitual por um período superior a um dia e inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios, etc. (WTO, 1995). Segundo o Anuário Estatístico do Turismo, o Brasil experimentou um crescimento de mais de 30% na atividade turística na última década (MTUR, 2019) acompanhando um crescimento constante desde a década de 1970, com destaque para os aspectos econômicos e sociais de seus fenômenos. Seu estudo tem se direcionado para além da compreensão das origens e motivações dos visitantes, de modo que se passou a lançar luz e novos estudos sobre o papel econômico em termos de geração de valor.

Para que tal análise seja viabilizada houve o esforço de mensuração dos produtos (bens e serviços) consumidos pelos viajantes ao longo de suas jornadas, assim como dos efeitos que a oferta desses produtos exerce sobre as variáveis macroeconômicas e sua relação com as demais atividades da economia. Para o IBGE (2006, p.8), "dentre os bens e serviços consumidos pelos visitantes, destacam-se o alojamento, o transporte, a alimentação e o entretenimento, os quais, em um sentido amplo, podem ser considerados como característicos do turismo".

Sob essa perspectiva, o turismo pode ser visto como o efeito da demanda dos consumidores (turistas), ou seja, como resultado econômico do consumo dos visitantes. Entretanto, com a supracitada heterogeneidade do setor de serviços e das atividades que compõem a prática do turismo, mostra-se inviável a busca por uma análise que considere a existência de um processo produtivo comum.

Desse modo, buscou-se uma parametrização dos serviços componentes da Atividades Características do Turismo (ACT) presentes no Brasil junto ao referencial de classificação proposto pela Organização Mundial do Turismo. Segundo o IBGE (2006), a OMT desenvolve juntamente da Organização das Nações Unidas (ONU) uma classificação padronizada para garantir que as estatísticas internacionais de turismo sejam compatibilizadas para fins de análise, tendo como resultado a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas - CIUAT). No Brasil, esse conjunto foi colocado em justaposição com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE e sua compatibilização de códigos de atividades econômicas deu origem a taxonomia empregada no país.

3.2 A gastronomia e os serviços de alimentação

Segundo as ACTs, a gastronomia, representadas por negócios de alimentação (Restaurante ou similares) é um dos tipos de serviços essenciais para a realização da atividade turística, de modo a fornecer refeições de qualidade aos visitantes, promovendo a integração ou experiências com a cultura local.

Dentro desse conjunto heterogêneo que compõe a atividade turística, o serviço de alimentação detém destaque pelas seguintes características: a) é um setor intensivo em mão-de-obra, desempenhando um papel relevante na geração empregos; b) sua demanda perpassa as

necessidades exclusivas do turistas, alcançando também os residentes; c) como citado anteriormente, é intrínseco à atividade turística; d) é uma das formas mais importantes de representação cultural, podendo ser classificada como atrativo; e) pode ser consolidado como um produto turístico sob a forma de roteiro gastronômico; f) influencia positivamente na condição de bem-estar dos moradores de localidades turística (MINTUR, 2007).

Os serviços de alimentação também são distintos entre si, como lanchonetes, restaurantes, *catering*, com diversas tipologias de classificação. Seu mercado e concorrência correspondem às demandas locais específicas, como cidades, ou até mesmo dentro de regiões/áreas turísticas dentro de municípios. Em geral, as empresas têm perfil específico, visto que a maior parte da oferta é composta por pequenos empreendimentos, intensivo em mão de obra, baixo emprego de tecnologia e com baixa ou média intensidade em capital (IBGE, 2006).

Dadas essas características dos serviços gastronômicos, ressalta-se a importância da mão de obra para o sucesso operacional e financeiro dos empreendimentos. Assim como a maior parte dos demais serviços necessários para o desenvolvimento da atividade de turismo, a gastronomia exige em algumas funções um alto grau de contato com o cliente, sendo necessário o desenvolvimento de competências e habilidades por parte dos colaboradores para a relação com o público seja a mais positiva o possível (CAON, 2008).

Assunção, Rocha e Ribas (2010) estruturaram um trabalho para o levantamento do perfil dos profissionais do setor de A&B em Florianópolis. Os autores encontraram um panorama de baixa qualificação educacional, acompanhados por baixos salários e baixa propensão à ascensão dentro do negócio e estigmas sociais carregados pela profissão.

Rocha e Amaral (2012, p. 130) fazem uma análise do panorama da oferta de mão obra na região litorânea de SC, complementando que

O mercado de trabalho de alimentação fora do lar, um dos principais segmentos do turismo, permanece sendo caracterizado pela escassa qualificação associada a contratos e condições de emprego pouco atraentes para os profissionais que atuam na área. O referido quadro de desvalorização profissional não é uma realidade apenas brasileira, mas observada também em demais países, entre os quais europeus.

Isso se observa no Brasil de maneira mais clara durante os períodos de crise ou de oscilações negativas no ciclo econômico, quando se deprimem algumas atividades produtivas, com reflexos diretos no mercado interno e na oferta de emprego. Em geral, durante esses períodos, os empregos no setor de serviços mostravam uma maior estabilidade frente às oscilações econômicas, pois suas atividades eram, em sua maioria, pouco intensivas em capital, com grande número de pequenos estabelecimentos e um mercado com poucas ou quase nenhuma barreiras à entrada, de modo que o setor exercia "uma função de colchão amortecedor, muitas de suas atividades servindo como refúgio dos desempregados da reestruturação industrial" (MELO *et al*, 1998, p. 20).

Entretanto, o perfil dos negócios de alimentação tem se alterado ao longo das últimas décadas, acompanhando a expansão do turismo pelo Brasil e pelo mundo. Segundo Oliveira *et al* (2017), com o aumento da entrada de turistas internacionais no país e o crescente acesso às tecnologias de informação e comunicação (TICs), passa existir uma disponibilidade maior de informações acerca de produtos e serviços, que contribuem para o aumento das exigências sobre os serviços de hospitalidade. Segundo Mendes, Pires e Krause (2014), muitas dessas exigências se

pautam em aspectos técnicos das atividades, como os alimentos e técnicas de produção, caracterizações temáticas e qualidade do serviço, e os efeitos de mitigação das deficiências operacionais e produtivas decorrem da profissionalização da atividade via qualificação do trabalho.

Na seção seguinte são apresentados os resultados da pesquisa, seguidos de discussões acerca dos resultados, considerando-se o panorama socioeconômico das cidades e os estudos precedentes empregados na revisão bibliográfica, a fim de esclarecer e lançar luz a alguns aspectos conjunturais dessa parcela do mercado turístico catarinense.

4 RESULTADOS

Como supracitado, os dados foram colhidos em negócios de alimentação em geral, com destaque para bares, restaurantes *à la carte* e *self-service*, lanchonetes e hamburguerias e redes de *fast-food*. A escolha por essas diferentes tipologias se deu por 1) para compreender a maior diversidade possível dos diferentes negócios de alimentação; e 2) para que não houvesse direcionamentos ou vieses nas amostras que representassem características específicas ou peculiaridades de determinados segmentos da gastronomia. Os resultados são apresentados no quadro 1, tanto em termos absolutos (número de questionários respondidos por tipo de negócios e por cidade) quanto em termos relativos (percentil).

	Joinville		Balneário Camboriú		TOTAL	
Bar	33	14,3%	76	16,1%	109	15,5%
<i>Self-service</i> /Churrascaria	37	16,0%	71	15,0%	108	15,4%
<i>À la carte</i>	62	26,8%	124	26,3%	186	26,5%
Padaria	21	9,1%	47	10,0%	68	9,7%
Lanchonete/Hamburgueria	31	13,4%	56	11,9%	87	12,4%
<i>Fast-food</i>	47	20,3%	98	20,8%	145	20,6%
TOTAL	231	100,0%	472	100,0%	703	100,0%

Tabela 1. Questionários por Tipologia de Negócio (número e percentil relativo às cidades).

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Totalizaram-se 703 respostas, das quais 231 (quase 33%) foram realizadas em Joinville e 472 (aproximadamente 67%) foram efetuadas na cidade de Balneário Camboriú, aplicadas em 85 empreendimentos, com a divisão de 30 e 55 unidades de negócios respectivamente. A distribuição das respostas totais segundo a tipologia mantém um padrão quando comparadas as duas cidades. Assim, observa-se a predominância de funcionários de restaurantes (*self service*, *à la carte* e churrascarias) com quase 42% da amostra total. Em seguida, o segundo maior número de empregados encontra-se em redes de *fast-food* de segmentos diversos, com 20,6%. Por fim, observa-se os bares, com 15,5%, as lanchonetes e hamburguerias, com 12,4% e padarias, com 9,7% restantes.

No cômputo das duas cidades, 57% dos trabalhadores respondentes são homens, com as mulheres responsáveis por 305 questionários. Esses valores se aplicam a amostra e podem não representar todo o universo dos trabalhadores em negócios de alimentação das cidades. Com relação à faixa etária, mais de 91% da amostra dos trabalhadores tem até 40 anos, dois quais 98 (ou

20,8%) tem de 18 a 23 anos; 187 (ou 39,6%) tem de 23 a 30 anos e 145 (30,7%) de 30 a 40 anos. Os restantes 8,9% tem idade de 40 anos ou mais. Esses dados corroboram com as ideias de Pacheco (2008), que caracteriza algumas funções dentro de serviços de alimentação como exigentes fisicamente devida as longas jornadas e tempo de trabalho em pé, assim, a maior parte dos profissionais tem até 30 anos. Por terem algumas atividades/funções de baixas barreiras à entrada e com pouca exigência de conhecimentos específicos, observa-se uma porta de entrada para jovens com pouca ou nenhuma qualificação se inserirem no mercado de trabalho ou como forma complementar aos estudos, na categoria de estudantes-trabalhadores (BITTAR; ALMEIDA; VELOSO, 2008).

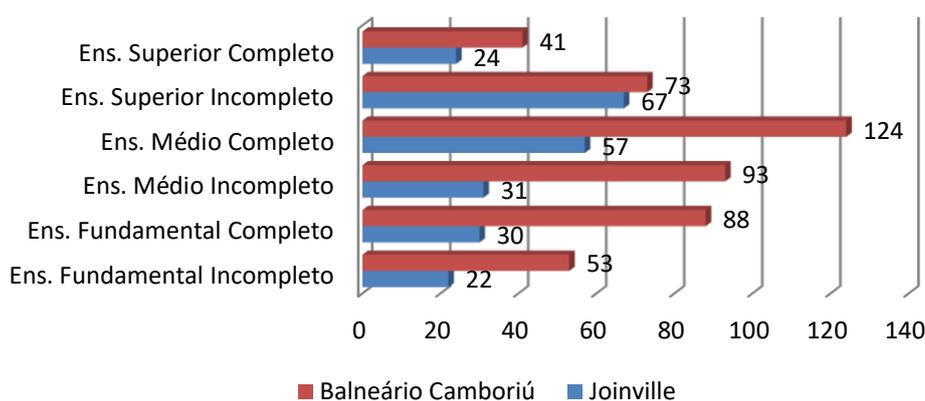


Gráfico 1. **Escolaridade dos Funcionários.**

Fonte: elaborado pelo autor (2019).

No gráfico 1 observam-se os valores totais relativos ao grau de escolaridade dos trabalhadores em negócios de alimentação de Joinville e Balneário Camboriú. Considerando os dois casos, 11% dos trabalhadores possuem Ensino Fundamental Incompleto; 17% - Ensino Fundamental Completo; 17% - Ensino Médio Incompleto; 26% - Ensino Médio Completo; 20% - Ensino Superior Incompleto; e 9% Ensino Superior Completo.

No caso das escolaridades observa-se que houve um aumento dos índices de alunos dentro do quesito ensino superior (seja completo ou incompleto), se comparado a estudos anteriores dentro do estado de Santa Catarina (ASSUNÇÃO; ROCHA; RIBAS, 2010; ROCHA; AMARAL, 2012). Esse fenômeno pode ser interpretado à luz do aumento da oferta de cursos superiores no Brasil, não necessariamente apenas em gastronomia, mas em outras áreas do conhecimento, assim como pelo aumento ao crédito estudantil, aumento do número de Instituições de Ensino Superior (IES) e ofertas de bolsas de estudos (AGAPITO, 2016). Como observado em Bittar, Almeida e Veloso (2008), a possibilidade de crescimento também se explica pelo crescente número de estudantes-trabalhadores, com a criação de cursos noturnos, que permitem aos alunos empregados uma jornada de estudo em horários não comerciais, e com a consolidação dos cursos superiores de tecnologia, possibilitando uma inserção mais rápida ao mercado de trabalho ou conclusão de cursos em menor duração.

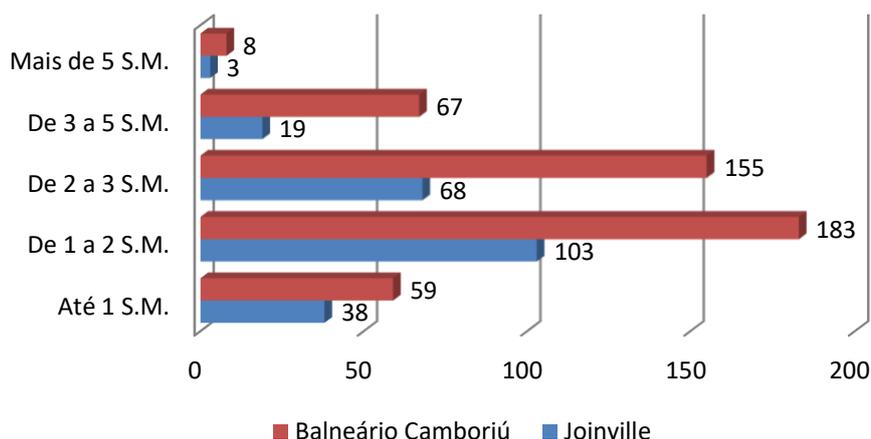


Gráfico 2. **Faixa Salarial.**
Fonte: elaborado pelo autor (2019).

Apesar de Balneário Camboriú apresentar um custo de vida mais elevado que Joinville (SEBRA/SC, 2013; SEDUP, 2017) não há grandes desproporcionalidades entre os níveis de salários na funções dentro dos negócios de alimentação. A maior parcela dos funcionários ganha até dois salários mínimos. Deve-se ressaltar que o salário considerado na pesquisa é o registrado em carteira, sendo prática comum o repasse de gorjetas para os funcionários em alguns tipos de negócios como forma de aumento na renda dos trabalhadores. A número de funcionários com até um salário mínimo pode ser explicado pela contratação de funcionários em meio período ou por contratos de horas pré-estabelecidos ou até mesmo por *freelancers*, sem devido registro. O padrão da remuneração pode também ser explicado pelas características da atividades, exigindo trabalho pouco qualificado para sua realização. Esse padrão de remuneração parece ser condizente à atividade e não necessariamente à localidade, como se observa os dados em Assunção, Rocha e Ribas (2010), Rocha e Amaral (2012) e Werdini, Rejowski e Stefanini (2014).

5 CONCLUSÃO

Santa Catarina tem se destacado como um dos maiores estados do país em termos de atratividade turística. Esse movimento se dá em função dos investimentos em infraestrutura e qualificações de mão de obra, associados ao potencial das localidades quanto aos recursos naturais e aos negócios, englobando tanto turismo de lazer quanto turismo de negócios. O curso de gastronomia tem crescido tanto no estado como no país (DOMINGUES, 2008), auxiliando na especialização da mão de obra para o trabalho em negócios de alimentação e fomentando o empreendedorismo.

O panorama encontrado nas cidades de Joinville e Balneário Camboriú se assemelha ao perfil dos trabalhadores estudados por Assunção, Rocha e Ribas (2010) quanto à idade e faixa salarial. No estudo anterior, a predominância era de trabalhadores com 30 a 40 anos, enquanto no presente trabalho identificou-se como maioria um público mais jovem (20 a 30 anos), podendo ser um indicador de crescimento da gastronomia como alternativa de carreira. A faixa salarial se mantém praticamente igual (de um a dois salários mínimos (em 2010 com valor mínimo de R\$ 510,00 e atualmente R\$ 1045,00).

Observou-se ao longo da pesquisa a predominância de atividade e funções com baixas exigências em termos de conhecimento para a sua execução, como *steward*, auxiliar de cozinha, balconista, garçom. Esse padrão se repete também nos estudos de Assunção, Rocha e Ribas (2010), Rocha e Amaral (2012), com resultados semelhantes quanto à predominância de funções. Essas funções se enquadram em faixas salariais mais baixas por essas limitações nas exigências e são porta de entrada para mão de obra desqualificada e/ou novos entrantes no mercado de trabalho.

Entretanto, para Lashley e Spolon (2011, p. 84) "o mercado de trabalho, em qualquer área, é um subproduto das condições de oferta e demanda". Os autores ainda complementam que "a habilidade para atrair funcionários em nível suficiente, com qualidades e características apropriadas à função depende do nível de competitividade frente a outras empresas". Os resultados preliminares dessa pesquisa podem ser refinados futuramente considerando não apenas a tipologia dos serviços, mas também o *ticket* médio ou *couvert* médio (CM) como forma de diferenciação entre os cargos e seus respectivos salários.

Nessa perspectiva, negócios de alimentação com *couvert* médio mais alto tendem a oferecer um serviço mais sofisticado, com a aplicação de técnicas produção na cozinha e de serviço e vendas no salão, o que exige conhecimentos mais específicos e aprofundados dos funcionários. Essa demanda por serviços mais sofisticados e conhecimentos específicos de técnicas de trabalho pode ser um indicativo de salários mais altos como forma de seleção e remuneração.

Quanto aos trabalhadores e sua formação/qualificação profissional, observou-se um aumento no número de funcionários com qualquer tipo de relação com o ensino superior (seja concluído ou em curso), constatado por aumento na oferta de cursos de gastronomia e também nos demais cursos de formação superior, como se observa no Censo da Educação Superior (INEP/MEC, 2018). A flexibilização das modalidades de estudo também corrobora para o aumento, como educação à distância e semipresencial. Lashley e Spolon (2011) afirmam que instituições ensino são fontes potenciais tanto de mão de obra como para qualificação do trabalho, corroborando com a perspectivas ilustrada por Domingues (2008), com o crescimento da oferta de cursos superiores de gastronomia em Santa Catarina.

Uma questão que deve ser levantada para trabalhos futuros e observação é se os serviços da área de gastronomia terão capacidade de absorção de mão de obra especializada/formação superior. Em geral, profissionais qualificados tendem a receber salários mais elevados podendo atuar em funções com mais exigências técnicas. Contudo, dentro dos serviços de alimentação, com a maior parte dos cargos enquadrados em perfis operacionais há de se considerar 1) se haverá uma demanda por profissionais mais qualificados e, conseqüentemente, mais caros, mesmo em tipologias específicas de negócios (CM mais elevado); 2) se haverá uma fuga da mão de obra qualificada para regiões emergentes em turismo com maior demanda por profissionais qualificados; 3) se haverá uma migração de mão de obra pouco qualificada ou desqualificada para ocupação de empregos com baixa exigência técnicas e baixas barreiras à entrada; e 4) se haverá um aumento do número de novos empreendimentos dentro dos mercados locais e periféricos, como alternativa aos esgotamento ou estrangulamentos na oferta de emprego ou demanda por profissionais. Deve ser ressaltado que a eventual observância de um desses fenômenos não descarta a possibilidade de os demais ocorrerem, podendo haver correlação entre eles.

Em linhas gerais, tanto na cidade de Joinville quanto no município de Balneário Camboriú, os dados coletados na amostra utilizada para a pesquisa indicam um aumento do emprego de mão

de obra qualificada em serviços de alimentação. Esse processo de qualificação auxilia a profissionalização da atividade de turismo na cidade e no estado como um todo, ampliando a competitividade nessas destinações, com reflexos diretos sobre a qualidade do produto ofertado. O estado tem investido em infraestrutura para o turismo e tem contado com um número crescente de visitantes ano a ano, desenvolvendo novas localidades com potencial para exploração da atividade, pautadas em diversos roteiros (SANTUR, 2018).

Como sugestões de desenvolvimento para pesquisas futuras para complemento dessa perspectiva, além dos acompanhamentos supracitados, é possível analisar a percepção dos clientes sobre a qualidade de negócios de alimentação nas localidades, verificando se com o aumento da qualificação há um aumento perceptível sobre a qualidade dos serviços; os efeitos da qualificação sobre os salários na região, constatando-se com o aumento do tempo de educação há uma correlação com o aumento de salário; as expectativas dos profissionais quanto ao mercado de trabalho, sobre os tipos de funções disponíveis e empreendedorismo, considerando que investimentos em educação superior dentro da gastronomia tem um custo mais alto que a maior parte dos cursos de graduação (em função dos insumos necessários para sua realização); e a realização de pesquisas semelhantes em outras cidades de potencial turístico no estado de Santa Catarina para o mapeamento dos indicadores de qualidade na gastronomia.

REFERÊNCIAS

- AGAPITO, Ana Paula. F. Ensino superior no Brasil: expansão e mercantilização na contemporaneidade. **Temporalis**, ano 16, n. 32, jul/dez., 2016.
- ASSUNÇÃO, Adriana T. C.; ROCHA, Fernando G.; RIBAS, Liz C. C. Perfil dos trabalhadores de cozinha da Via Gastronômica de Coqueiros e notas sobre a qualificação profissional no setor de alimentos e bebidas em Florianópolis/SC. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.4, n.3, p.24-40, dez. 2010.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Editora Papirus, 1995.
- BITTAR, Mariluce; ALMEIDA, Carina E. M.; VELOSO, Teresa C. M. A. Ensino noturno e expansão do acesso dos estudantes-trabalhadores à educação superior. In: BITTAR, Mariluce; OLIVEIRA, João F.; MOROSINI, Marília. **Educação Superior no Brasil – 10 Anos Pós-LDB**. Brasília: INEP, 2008.
- CAON, Mauro. **Gestão estratégica de serviços de hotelaria**. São Paulo: Atlas, 2008.
- CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.
- DOMINGUES, Janaína. **Formação em gastronomia: ingredientes e temperos de um profissional**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2008.
- ERRAMILLI, M. Krishna. Entry mode choice in service industries. **International Marketing Review**, vol. 7, n. 5, p. 50-62, 1990.
- GRÖNROOS, Christian. Internationalization strategies for services: a retrospective. **Journal of Services Marketing**, vol. 30, n.2, p. -, 2016.
- IBGE. **Joinville: panorama** [2018a]. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/joinville/panorama>. Acesso: 10 out. 2018.

IBGE. **Balneário Camboriú: panorama** [2018b]. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em : <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/balneario-camboriu/panorama>. Acesso: 10 out. 2018.

INEP/MEC. **Censo Da Educação Superior 2018 Notas Estatísticas**. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) / Ministério da Educação (MEC). Brasília, 2018.

JAVALGI, Rajshekhar G.; MARTIN, Charles L. Internationalization of services: identifying the building blocks for future research. **Journal of Services Marketing**, vol. 21, n. 6, p. 391-397, 2007.

LASHLEY, Conrad; SPOLON, Ana Paula. **Administração de pequenos negócios de hospitalidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MELO, Hildete P.; ROCHA, Frederico; FERRAZ, Galeno; DI SABBATO, Alberto; DWECK, Ruth. **O Setor Serviços No Brasil: Uma Visão Global — 1985/95**. Texto para Discussão nº 549. Rio de Janeiro: IPEA, 1998.

MENDES, Marina de C.; PIRES, Paulo dos S.; KRAUSE, Rodolfo W. Relevância da Gastronomia em Restaurantes Temáticos: Um estudo de caso em Balneário Camboriú, SC. **Revista Rosa dos Ventos**, vol. 6, n. 1, p. 66-75, jan-mar, 2014.

MINTUR. **Estudo da Competitividade do Turismo Brasileiro: Serviços de Alimentação**. Campinas: Neit-IE-Unicamp, 2007.

MTUR. **Anuário Estatístico de Turismo 2019 Volume 46 - Ano Base 2018 - 2ª Edição dezembro/2019**. Brasília: Ministério do Turismo, 2019.

OLIVEIRA, Isabel.; EUSÉBIO, Celeste.; AMORIM, Celeste V.; LIMA, Joana. Educar para o Turismo – contributos do uso da tecnologia. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n.1, V27/28, p.1841 – 1852, 2017.

PACHECO, Aristides de O. **Manual de serviço do garçom**. 11. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

PATTERSON, P.; CIFIC, M. A typology of service firms in international markets: an empirical investigation. **Journal of International Marketing**, vol. 3, n. 4, p. 57-83, 1995.

PILLMAYER, Markus; SCHERLE, Nicolai. The Tourism Industry and the Process of Internationalization in the Middle East: The Example of Jordan. **International Journal of Tourism Research**, vol. 16, n. 4, p.329 - 339, 2013.

ROCHA, Fernando G.; AMARAL, Fabiana M. Qualificação para as atividades do turismo: Perfil profissional de trabalhadores, proprietários e gestores de empresas de alimentação fora do lar na Região Litorânea Central do Estado de Santa Catarina (Brasil). **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 5, n.1, p. 124-143, abril, 2012.

SANTUR. **O Estado: sobre Santa Catarina** [2018]. Santa Catarina Turismo S/A. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/o-estado/>. Acesso: 10 out. 2018.

SEBRAE/SC. **Santa Catarina em Números: Balneário Camboriú**. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina - SEBRAE. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

SEPUD. **Joinville Cidade em Dados 2017**. Secretaria De Planejamento Urbano E Desenvolvimento Sustentável - SEPUD. Joinville: Prefeitura Municipal, 2017, 73p.

WERDINI, Marcelo M.; REJOWSKI, Miriam; STEFANINI, Claudio J. Formação Superior Em Gastronomia Na Cidade De São Paulo: Expectativas E Satisfação De Alunos De Uma Instituição Privada. **CULTUR**, ano 08, n. 01, fev., 2014.

WTO. **Concepts, Definitions, and Classifications for Tourism Statistics. Technical Manual No. 1 (English version)**. World Tourism Organization, 1995. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401031>. Acesso em: 10 out. 2018.