

***ESTUDO DA ATUAÇÃO DO NORDESTE CULINÁRIA NA  
FOMENTAÇÃO TURÍSTICA E NA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL***





*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**Associação da Culinária de Alagoas - ACAL**

**ESTUDO DA ATUAÇÃO DO NORDESTE CULINÁRIA NA  
FOMENTAÇÃO TURÍSTICA E NA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**

**Maceió/AL**

**2009**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **ASSOCIAÇÃO DA CULINÁRIA DE ALAGOAS - ACAL**

Presidente

**Simone Muniz do Nascimento**

Vice-Presidente

**Wanderson Adriano Medeiros Anacleto**

Secretária

**Andreia Paiva de Albuquerque**

Diretora e Coordenadora da Pesquisa

**Andreia Paiva de Albuquerque**

Coordenador e Analista dos Dados da Pesquisa

**Nestor Antonio Àlves Júnior**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**ESTUDO DA ATUAÇÃO DO NORDESTE CULINÁRIA NA  
FOMENTAÇÃO TURÍSTICA E NA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL  
2007, 2008 e 2009**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **RESUMO**

O trabalho foi elaborado, através das informações e da compreensão dos fatos coletados na prática do Turismo de Eventos, onde o foco foi à realização do Nordeste Culinária, analisando a sua importância para o turismo local, durante a sua realização, como também, a capacitação dos participantes, o crescimento do setor e a fomentação da cultura Nordestina.

De início destaca o crescimento do setor de Turismo de Eventos no Brasil e no mundo, de acordo com os dados apresentados. Em outro ponto, destaca-se a realização de um encontro voltado a culinária e a gastronomia da região do Nordeste, buscando o desenvolvimento deste seguimento no local, onde o evento estará sendo realizado.

Para a elaboração e esclarecimento da questão, foram utilizados diversos instrumentos de pesquisas bibliográficas, consultas a páginas eletrônicas na Internet e dados cedidos pelos organizadores do evento de 2007, 2008 e 2009.

Diante das informações presentes no trabalho, verificou-se que a realização do Nordeste Culinária na cidade de Maceió foi de inteira importância para o seguimento turístico, assim como, a formação dos profissionais da área de alimentos. Este trabalho pode servir como fonte de estudo e pesquisa para os investidores e para o desenvolvimento das próximas edições do Nordeste Culinária.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**PALAVRAS – CHAVE:** Turismo de Eventos – Culinária e Gastronomia – Nordeste

Culinária



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **LISTA DE SIGLAS**

ABIA – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos

ACAL – Associação da Culinária de Alagoas.

A & B – Alimentos e Bebidas.

CNI – Confederação Nacional da Indústria

EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo.

FBC & VB – Fórum Brasileiro dos Convention & Visitors Bureau.

IBGE – Instituto Brasileiro Geográfico e Estatístico

ICCA – Internacional Congress and Convention Association.

OMT - Organização Mundial de Turismo.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas.

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

SESI – Serviço Social da Indústria.

SESC – Serviço Social do Comércio.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **LISTA DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURAS**

<b>TABELAS .....</b>	<b>20</b>
TABELA 1: Sumário dos impactos econômicos do setor de eventos no Brasil.....	20
TABELA 2: Distribuição do gasto médio dos participantes .....	22
TABELA 3: Perfil do evento.....	27
TABELA 4: Dados comparativos (em %) com estimativa para 2010.....	42
<b>GRÁFICOS.....</b>	<b>22</b>
GRÁFICO 1: Distribuição do gasto médio dos participantes dos eventos por dia (em %)......	22
GRÁFICO 2: Distribuição percentual do consumo de alimentos.....	25
GRÁFICO 3: Receitas geradas pelas últimas edições.....	35
GRÁFICO 4: Números de participantes por estados em 2007.....	37
GRÁFICO 5: Números de participantes por região em 2007.....	37
GRÁFICO 6: Números de participantes por estados em 2008.....	38
GRÁFICO 7: Números de participantes por região em 2008.....	39
GRÁFICO 8: Números de participantes por estados em 2009.....	40
GRÁFICO 9: Números de participantes por região em 2009.....	40
<b>FIGURAS .....</b>	<b>13</b>
FIGURA 1: Relação interorganizacional em rede no turismo .....	13



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

FIGURA 2: Cadeia produtiva do Nordeste Culinária.....	31
FIGURA 3: Projeto Nordeste Culinária.....	33
FIGURA 4: Etapas do projeto Nordeste Culinária.....	34



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **SUMÁRIO**

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1	A Tendência do Turismo.....	14
1.2	O Mercado do setor de Alimentos.....	24
1.3	Objeto de estudo.....	26
1.4	Histórico do Nordeste Culinária.....	26
<b>2.</b>	<b>OBJETIVO DO ESTUDO.....</b>	<b>28</b>
2.1	Objetivo específico.....	28
<b>3.</b>	<b>METODOLOGIA DO ESTUDO.....</b>	<b>29</b>
<b>4.</b>	<b>OBJETIVO DO NORDESTE CULINÁRIA.....</b>	<b>29</b>
4.1	Objetivo específico.....	31
4.2	Resultados alcançados.....	32
<b>5.</b>	<b>METODOLOGIA DO EVENTO.....</b>	<b>33</b>
<b>6.</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS DAS TRÊS ÚLTIMAS EDIÇÕES DO EVENTO.....</b>	<b>35</b>
6.1	Síntese da pesquisa com os dados do evento.....	42
6.2	Resultados da análise dos dados obtidos.....	42



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

<b>7.</b>	<b>BENEFÍCIOS GERADOS PELO NORDESTE CULINÁRIA.....</b>	<b>43</b>
7.1	A cidade que sedia o evento.....	43
7.2	As empresas participantes.....	44
7.3	Ao público participante.....	45

## **REFERÊNCIAS**

## **ANEXOS**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

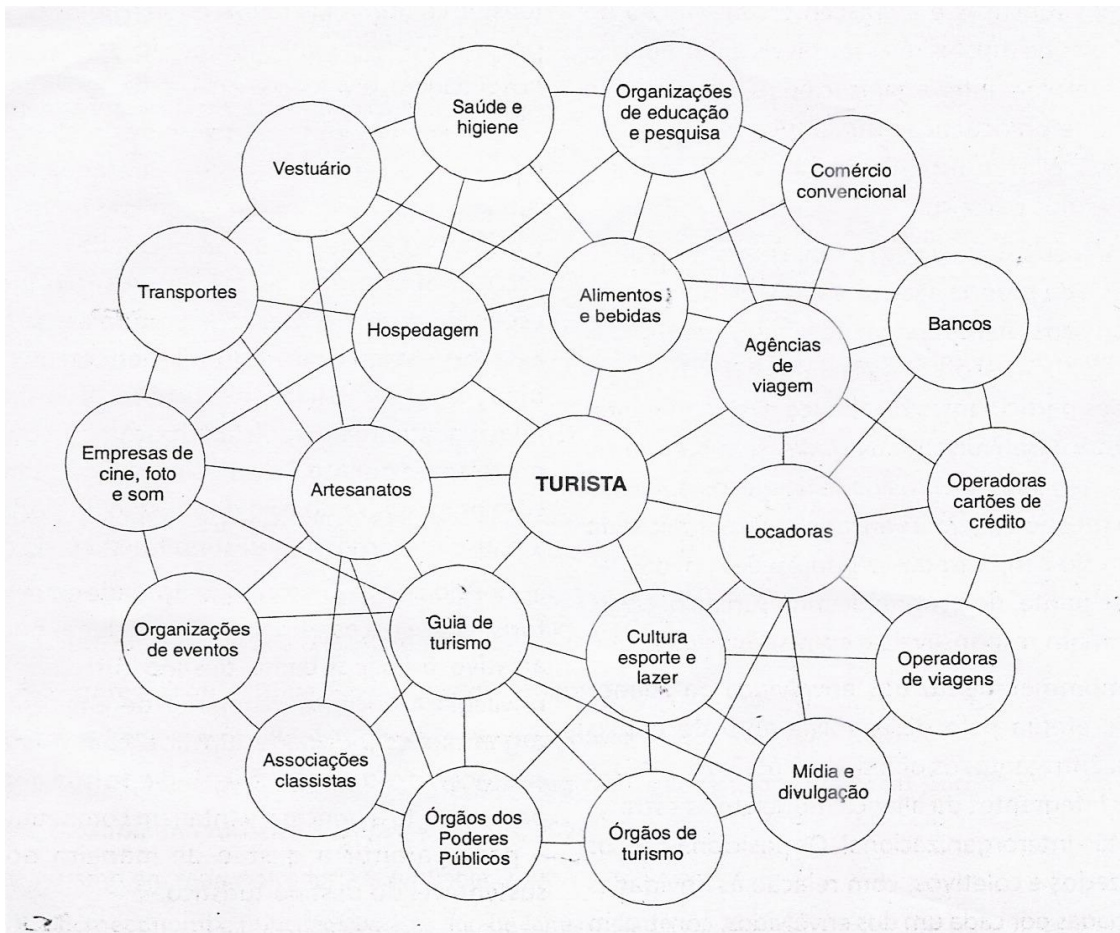
## **ESTUDO DA ATUAÇÃO DO NORDESTE CULINÁRIA NA FOMENTAÇÃO TURÍSTICA E NA CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL**

### **1. INTRODUÇÃO**

O turismo é um dos fenômenos mais atuantes do nosso tempo. Trata-se de um movimento crescente no mundo, ocupando um lugar primordial em todos os países. As nações passaram a absorver este fenômeno, pois o deslocamento de pessoas de um lugar para outro, afetam economicamente as regiões, gerando riquezas diretas ou indiretas, alterando significativamente as áreas econômicas, sociais, culturais e políticas.

A atividade turística, sob o aspecto econômico, concentra sua economia promovendo a produção de bens, o comércio global e o setor de serviço local, regional e nacional, propiciando a criação de novos postos de trabalho. Compreende-se que a contenda no turismo, encontra-se economicamente ligada a outras atividades, contribuindo para o desenvolvimento das regiões de forma bem ampla. Como mostra a figura a seguir:

**FIGURA 1 – Relação interorganizacional em rede no turismo**



Fonte: Adaptado de Silva (2000)

Nos países de economia desenvolvimentista, o número de pessoas que gozam, pelo menos uma vez ao ano de férias e faz turismo, cresce acentuadamente. A viagem turística, dentro ou fora do país, é cada vez mais considerada no orçamento familiar, tornando-se gradualmente um artigo de usufruto comum das sociedades de consumo. A promoção econômica social, as



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

progressivas exigências da sociedade de competição e na oferta, sempre mais aliciante no campo do turismo, contribuem para o contínuo crescimento deste fenômeno, que atinge cidades de pequeno, médio e grande porte de infraestrutura.

## **1.1 A Tendência do Turismo**

O turismo não pode ser apontado apenas como mais uma das atividades econômicas e culturais da sociedade moderna, nem tão pouco como uma forma de lazer dos privilegiados. Deve, portanto, ser entendido e fomentado como uma ferramenta de progresso, tanto econômico como social, pois seu sucesso refletirá marcadamente na geração de emprego e renda e na arrecadação de impostos. Contudo, avaliar a questão turística para o desenvolvimento econômico e social, pressupõe fundamentalmente uma análise crítica sobre as vantagens e desvantagens desse fenômeno e os impactos causados nas regiões e comunidades com a sua inserção. Todavia, Dias (2003, p. 38) adverte:

“[...] O planejamento é uma condição necessária, mas não suficiente para nortear a atividade turística; é fundamental incluir a perspectiva da sustentabilidade da atividade em todas as suas dimensões (a sociocultural, a econômica e a ambiental) para que se dê o desenvolvimento contemplando todos os setores da sociedade.”



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Portanto, torna-se difícil estabelecer uma definição concreta de turismo, um único conceito que represente um consenso dos vários entendimentos existentes, já que esta atividade tanto é uma prática social, por envolver fluxos de pessoas em busca do aproveitamento do tempo livre, quanto é uma prática econômica, que movimentou 2,6% (por cento), do Produto Interno Bruto, em 2007, desse total 85% (por cento) correspondem ao turismo doméstico e os 15% (por cento) restante, correspondem ao turismo internacional. Esta preocupação é afirmada por (CASTELLI, 2003):

*“Se o governo não vê, no turismo, uma alternativa válida para a solução de problemas socioeconômicos! Reafirma-se que, se o turismo não merecer destaque na política econômica, os organismos oficiais se transformarão em entidades públicas, até bem sucedidas, mas fadadas ao fracasso”.*

Porém, consideramos neste estudo a definição utilizada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), para qual “o turismo compreende as atividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócios e outras” (Organização Mundial do Turismo – OMT, 2001, p. 38)



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Nos últimos anos, o turismo e suas respectivas segmentações passaram a atingir grandes proporções. Passando a ser visto como campo em franco desenvolvimento nas regiões brasileiras, levando vários investidores a encará-lo como forma preponderante de investimento e lucro. Mas esta prática ainda não alcançou seu amplo desenvolvimento, podendo ser atingido, através de políticas públicas, lançando o turismo como prioritário para o crescimento socioeconômico.

Todavia, é necessário destacar a importância das segmentações turísticas, indispensável ao crescimento das regiões brasileiras enquanto pólo de desenvolvimento turístico. Um dos segmentos que cresce mais rápido é o chamado turismo de Eventos e Negócios, que segundo estimativas da International Association of Convention & Visitors Bureau, “o turismo de eventos e negócios, em todo o mundo, movimenta 40 milhões de pessoas, envolvendo 70 mil congressos por ano” (Oliveira, 2000, p. 62). Não obstante estes eventos, ainda se concentram na Europa. Mas, percebe-se que nos últimos anos um crescimento acentuado na América do Sul e especialmente no Brasil.

Vale destacar que a conceituação adotada para tipificar os eventos neste trabalho seguiu uma tipologia comumente adotada pelo Ministério do Turismo:

- **Congressos** – promovidos por entidades ou associações de classe, visa a apresentar e discutir assuntos da atualidade e de interesse específico de determinada área ou ramo profissional;



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

- **Feiras** – organizadas por empresas ou organizações especializadas em ramos específicos, para determinado segmento do Mercado, com finalidades de exposição, apresentação ou comercialização de produtos e serviços industriais, técnico, científicos, estabelecimento de contatos e parceria, entre outros;
- **Missões empresariais** – trata-se da formação de grupos de empresários para visitar potenciais mercados externos e identificar novas oportunidades de negócios;
- **Convenções** – realizados por empresas nos quais participam seus colaboradores ou parceiros. A grande finalidade é a integração das pessoas dentro de um objetivo que a empresa ou organização deseja que seja atingido;
- **Visitas técnicas** – atividades organizadas por determinados grupos para absorver técnicas de excelência da área na qual atuam em centros de pesquisas, empresas, entidades, universidades;
- **Viagens corporativas** – viagens individuais ou em pequeno grupo, com objetivos diversos, conforme a necessidade da empresa ou do profissional;
- **Rodadas de negócios** – reuniões pré-agendadas entre produtores e compradores geralmente realizados paralelamente a feira;



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

- **Fóruns** – discussões e debates de temas específicos e atuais, com participação ativa de todos os presentes, por meio de perguntas e recomendações feitas por um coordenador que lidera a sessão;
- **Seminários** – de caráter estritamente técnico e bastante semelhante a um curso, reúnem um número limitado de pessoas do mesmo nível de qualificação;
- **Conferências** – eventos similares a uma palestra, no entanto com mais formalidades;
- **Cursos** – de finalidade educativa, caracterizam-se pela apresentação de determinado tema com o objetivo de capacitar os participantes por meio da aquisição de novos conhecimentos, treinamentos ou reciclagem;
- **Jornadas** – o termo é usualmente utilizado para a realização de congressos com uma menor abrangência, reunindo grupos com interesses comuns de determinada região;
- **Colóquios** – semelhante à conferência, o colóquio é apresentado por profissionais de renome e profundo conhecimento sobre o tema que está sendo apresentado. Seu objetivo é esclarecer um tema ou a tomada de decisão;
- **Assembléia** – eventos dos quais participam grupos de pessoas que representam entidades, corporações, agremiações, estados, países. Sua



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

principal característica é colocar em debate assuntos de interesse comum e a conclusão de cada assunto é colocada em votação para se transformar em recomendações da assembléia;

- **Workshops** – têm características similares aos seminários, sendo o encontro de pessoas com interesses comuns onde palestrante coloca sua experiência e trabalho, com atividades práticas sobre o tema desenvolvido.

Conforme O Fórum Brasileiro dos Convention & Visitors Bureau, o turismo de eventos é hoje responsável pela criação de 2,9 milhões de empregos no país, gerando R\$ 37 bilhões de renda através da realização, em média, de 320 mil eventos, dos quais participam 79,9 milhões de pessoas. Segundo pesquisa da EMBRATUR sobre este segmento, o número de visitantes estrangeiros no Brasil passou de 40.000 (quarenta mil) em 1990 para cerca de 6 milhões em 2005. O dimensionamento econômico do setor de eventos no Brasil pode ser auferido por meio dos seguintes resultados:



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**TABELA 1 – Sumário dos impactos econômicos do setor de eventos no Brasil**

<b>Discriminação</b>	<b>Valor</b>	<b>Unidade de Referência</b>
Espaços para eventos	1.664	Unidades
Empresas organizadoras e promotoras e entidades promotoras de eventos	400	Unidades
Capacidade instalada de assentos	1.732.204	Unidades
Capacidade instalada de m <sup>2</sup>	1.350.555	m <sup>2</sup>
Taxa de ocupação anual de assentos	49	Percentual
Taxa de ocupação anual dos m <sup>2</sup>	48	Percentual
Número de eventos por ano	319.488	Unidades
Número de participantes por ano	79.872.000	Unidades
Gastos dos participantes	25,9	Bilhões de reais
Receita de locações	1,5	Bilhão de reais
Receita das organizadoras e promotoras de eventos	5,3	Bilhões de reais
<b>* Renda Total</b>	<b>32,7</b>	<b>Bilhões de reais</b>
Tributos sobre os gastos dos participantes	2,3	Bilhões de reais
Tributos sobre a receita de locações	206	Milhões de reais
Tributos sobre a receita das organizadoras e promotoras de eventos	1,2	Bilhão de reais
<b>* Tributos Totais</b>	<b>3,7</b>	<b>Bilhões de reais</b>
Empregos diretos	175.968	Unidades
Empregos indiretos	551.200	Unidades
<b>* Empregos Totais</b>	<b>727.168</b>	Unidades

Fonte: Pesquisa FBC&VB / SEBRAE / CTI – maio / 2001



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Nesta importância, o Brasil vem se destacando acentuadamente, pois foi apontado em 2006, como o sétimo colocado no ranking dos países que mais recebem eventos, segundo relatório divulgado pela International Congress and Convention Association (ICCA). Porém, esta modalidade se diferencia das demais, por possuir características próprias, como a demanda que pode ser planejada para que ocorra na baixa estação. Segundo Zanella (2003, p.13):

“Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizadas em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc.”

O turismo de eventos vem se destacando em função de mobilizar toda a cadeia produtiva (meios de hospedagem, agências de viagens, restaurantes, etc.), de reduzir a sazonalidade (já que ocorre principalmente na baixa estação) e de obter uma média de gasto maior dos turistas. O impacto econômico deste fluxo de pessoas é estimado a partir do gasto médio per capita, situado em R\$ 325,27 ou US\$ 156,82, distribuídos como mostram a tabela e o gráfico abaixo:



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

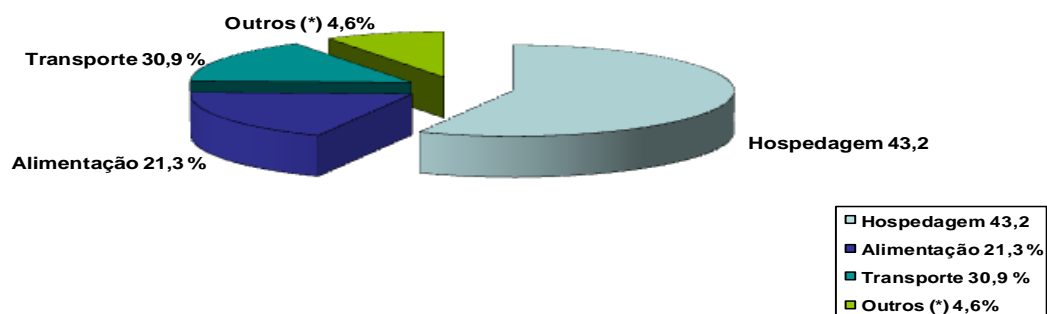
**TABELA 2 – Distribuição do gasto médio dos participantes**

Quantidade de Eventos	% do Gasto Médio Total
Hospedagem	43,2
Alimentação	21,3
Transporte	30,9
Outros (*)	4,6
TOTAL	100,0
Gasto médio per capita em R\$	325,27
Gasto médio per capita em US\$	156,8

Fonte: Pesquisa FBC&VB / SEBRAE / CTI – maio / 2001

Nota: (\*) Lazer, compras, estacionamento, comunicação, e cópias reprográficas.

**GRÁFICO I – Distribuição do gasto médio dos participantes dos eventos por dia (em %)**



Fonte: Pesquisa FBC&VB / SEBRAE / CTI – maio / 2001(adaptado)



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Em geral, este tipo de turista prefere serviços mais especializados que geram maior gasto, sendo conseqüentemente uma clientela disputada em todo o mundo. Todavia, isto também, requer dos destinos turísticos uma infra estrutura moderna e um atendimento com qualidade e eficiência, pois o turista de eventos e negócios é exigente e exige uma mão-de-obra qualificada para atendê-lo.

No rastro da expansão deste seguimento turístico, em Pernambuco, o impacto econômico vem crescendo, no ano de 2007 o Estado recebeu 3,6 milhões de turista, onde o turismo de eventos e negócio teve uma participação no PIB do Estado, de 10,61% (por cento), a cidade de Recife vem aumentando seus esforços, através de planejamento para aumentar o fluxo turístico e para se tornar um reconhecido pólo do turismo de eventos e negócios da região do Nordeste.

Nesta perspectiva, este trabalho busca analisar o papel do Nordeste Culinária para promover o desenvolvimento do turismo e a capacitação dos profissionais do setor de alimentos. O conhecimento destas etapas nos permitirá apontar as preferências e inclinações deste evento, objetivos e percepções futuras na elaboração de próximas edições, as quais poderão coagir melhorias e contribuir para o conhecimento do “Nordeste Culinária” em âmbito nacional e até mesmo internacional.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **1.2 O Mercado do setor de Alimentos**

O ano de 2008, foi afetado por uma crise econômica mundial, que gerou uma queda na produção de diversas indústrias, o que não afetou a indústria de alimentos e bebidas, pois segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentação – ABIA, a indústria de alimentação teve no ano de 2008, um crescimento na sua produção de 4,18% (por cento) e um aumento de 1,8% (por cento), nas vendas diretas.

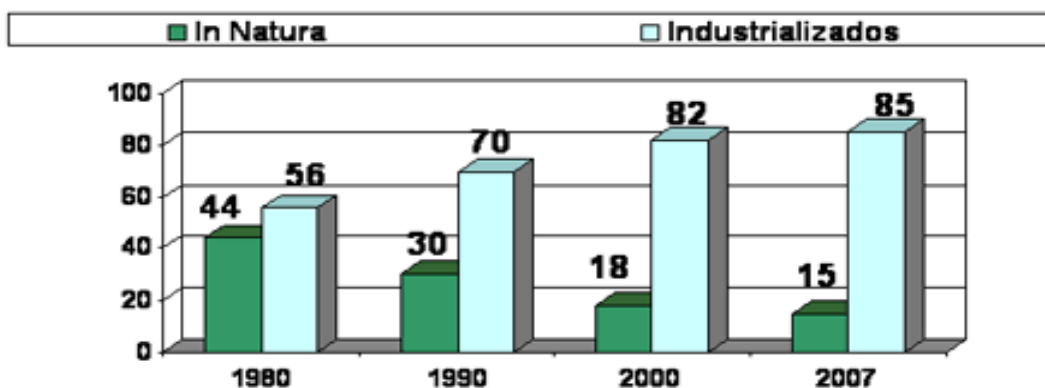
Conforme a Confederação Nacional da Indústria – CNI, as indústrias de alimentos teve participação de 33% (por cento), em 2008, no PIB brasileiro e gerou 37% (por cento) de empregos diretos.

O setor de alimento, especificadamente, o Food Service, que fornece mercadorias, produtos e serviços aos estabelecimentos que trabalham com alimentos industrializados ou congelados, preparam e fornecem alimentos fora de lar aos consumidores. Este seguimento tem participação de 22% (por cento) das vendas do setor, o que possibilita um crescimento em expansão, o que vem acontecendo nos últimos anos, como mostra o gráfico:



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## GRÁFICO 2 : Distribuição percentual do consume de alimentos



FONTE: ABIA

O crescimento do fornecimento de alimentos fora do lar é de 12,4% (por cento) ao ano, sendo distribuído a restaurantes, padarias, lanchonetes, bares, fast food, etc.

Na pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro Geográfico e Estatístico - IBGE, consta que em 2008, o setor empregou diretamente 17.026 (dezessete mil e vinte seis), profissionais na região Nordeste e que o estado de Pernambuco realizou no mesmo ano, 2.196 (dois mil cento e noventa e seis) empregos diretos, impulsionando a economia local.

O setor gastronômico fatura 2,4% (por cento) do Produto Interno Bruto – PIB brasileiro, sendo responsável por 8% (por cento) dos empregos diretos no país, representando quase 6 milhões de pessoas.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

### **1.3 Objeto de estudo**

Um evento direcionado ao setor de alimentos, que promove três dias de capacitação e de comercialização de produtos, equipamentos e serviços, denominado Nordeste Culinária, que ao mesmo tempo procura disseminar a culinária e a gastronomia nordestina.

Compreendendo seus benefícios para a capacitação dos profissionais, a geração de empregos e de renda para a cidade, a promoção do Estado, principalmente da cidade que estará sediando, e das empresas que participam para consolidar seus produtos no mercado.

### **1.4 Histórico do Nordeste Culinária**

Visando a atualização e a instrução de todos, no que diz respeito as novas tendências do ramo da culinária e da gastronomia, foi proposto pelos representantes da Associação da Culinária de Alagoas, a realização de um evento que beneficiasse os profissionais e possíveis interessados no ramo culinário, onde fossem apresentadas as novas tendências do mercado e ao mesmo tempo, estariam mobilizando economicamente o setor.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Observando esta necessidade de informação, Simone Muniz, Técnica em Nutrição e Dietética, Gestora em alimentos, idealizou um encontro voltado à cultura nordestina, em parceria com Wanderson Adriano Medeiros, empresário, Bacharel em Administração e chef de cozinha, procuraram realizar um encontro não apenas informativo, mas sim, um evento que delineasse as riquezas do Nordeste, juntamente com o potencial econômico. Onde foi licenciada a realização do evento pela Associação da Culinária de Alagoas – ACAL, nas três últimas edições, com um preceito de envolver as Associações de outros estados.

Assim nasceu o Nordeste Culinária, um evento com dimensão de médio porte, onde sua ampliação ocorrerá através do planejamento das próximas edições, a realização será com data móvel, fixado apenas em um período, em que o fluxo turístico da cidade esteja em baixa, com tudo, proporcionar aos profissionais e aos estudantes do seguimento, conhecimentos técnicos e científicos, ao mesmo tempo promovendo a cultura local.

**TABELA 3 – Perfil do evento**

<b>Dimensão</b>	<b>Médio Porte</b>
<b>Data</b>	<b>Móvel</b>
<b>Perfil dos participantes</b>	<b>Profissionais e estudantes</b>
<b>Objetivo</b>	<b>Promoção e Informação</b>

Fonte: Fornecido pelo idealizador



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **2. OBJETIVO DO ESTUDO**

O objetivo deste estudo é mostrar a importância do Nordeste Culinária para o setor de alimentos, conseguindo dimensionar a sua importância para o desenvolvimento econômico, cultural e social para a região do Nordeste, especificadamente a cidade em que estará sendo realizado. Com isso, é possível mensurar o número de participantes, que se capacitarão com as palestras e aulas técnicas, como também a geração de empregos diretos e indiretos, podendo ainda, identificar as empresas que estão ligadas ao evento direta ou indiretamente, além de avaliar o fluxo turístico gerado.

Possibilita aos organizadores e realizadores analisarem seus pontos fortes e fracos, ajudando na avaliação e na política de ações traçadas para a realização das próximas edições do Nordeste Culinária.

### **2.1 Objetivo específico**

Sintetizar os dados, dimensionando os impactos econômicos gerados durante a sua realização, levando em conta seus benefícios para a sociedade.

Analisar o crescimento do evento durante os três anos de realização, como também, sua estatística para a próxima edição.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

### **3. METODOLOGIA DO ESTUDO**

Foi usado como referência dados de pesquisas do setor de turismo de eventos e negócio e do Nordeste Culinária 2007, 2008 e 2009. Na primeira parte, foi analisadas as informações de fontes bibliográficas, seguido de publicações sobre o desenvolvimento da atividade turística e do mercado industrial, comércio e serviços do setor de A&B. Levando em consideração as políticas adotada no Brasil, enfatizando o Nordeste, que através de suas políticas públicas está acelerando seu crescimento.

Depois, foi feito um levantamento dos dados dos três últimos anos do Nordeste Culinária, sendo realizado na cidade de Maceió, pela Associação da Culinária de Alagoas – ACAL, no Centro Cultural e de Exposição Ruth Cardoso.

### **4. OBJETIVO DO NORDESTE CULINÁRIA**

O Nordeste Culinária foi projetado de acordo com as necessidades do mercado e na intenção de atualizar as pessoas que trabalham em algum seguimento da culinária e da gastronomia, através das palestras e das aulas técnicas, Possui como um dos principais objetivos a troca continua de informações, no âmbito da diversificação gastronômica e culinária, ajudando na assimilação de novas formas e técnicas de preparação e criação.



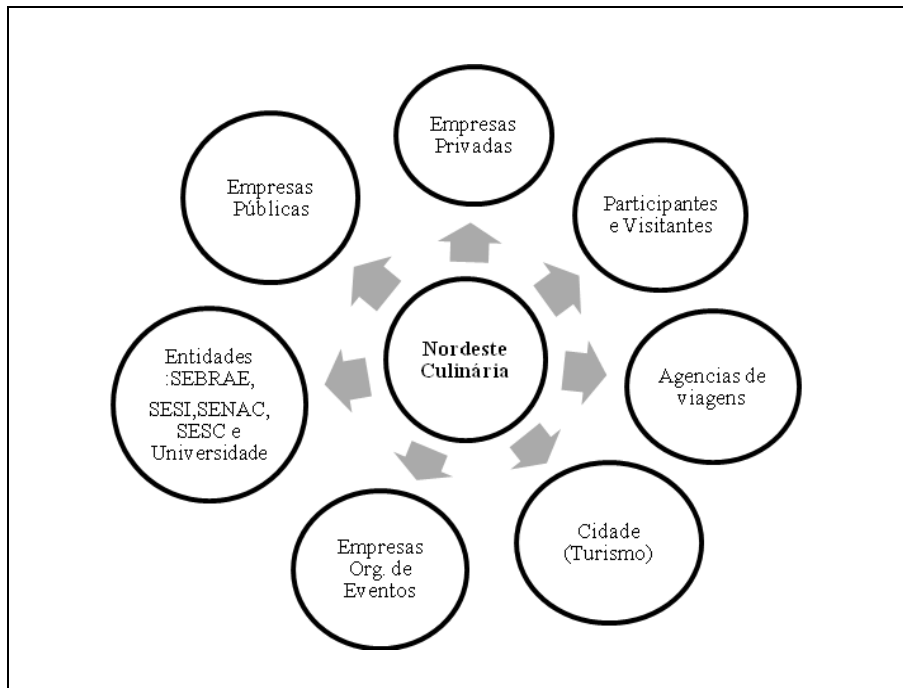
*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Na intenção de agregar valores e oferecer um produto que alcance um público maior, é realizada uma mostra comercial de produtos e serviços do setor de alimentos, onde as empresas podem estar interagindo em um espaço pequeno, em um curto período de tempo, para um número significativo de possíveis clientes e consumidores.

Durante a realização há apresentações culturais, distribuídas nos três dias de evento, sendo uma apresentação diária, totalizando três apresentações que caracterizam a cultura da cidade onde está sendo realizado.

Propagar a sua realização para atrair visitantes e participantes de todos os estados do Brasil, em um período em que há uma diminuição do fluxo turístico na cidade, utilizando a infra estrutura e os atrativos oferecidos pela mesma, além de disseminar a cadeia produtiva do turismo de eventos, com suas ações proporcionar a geração e a captação de emprego e renda para a comunidade local.

**FIGURA 2 - Cadeia produtiva do Nordeste Culinária**



Fonte: Dados da pesquisa.

#### **4.1 Objetivo específico**

Proporcionar aos participantes três dias de capacitação, com profissionais qualificados no mercado, com uma programação de 17 (dezesete) aulas que envolvem palestras e aulas técnicas, totalizando 24 (vinte e quatro) horas de informações para o público participante, que inclui profissionais da área da Gastronomia, Administração hoteleira, Administração de empresas, Gestores de bares e restaurantes, Técnicos em alimentos, Nutrição, Turismo, Engenharia em



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Alimentos, Instrutores de culinária, Cozinheiros, Profissionais liberais e admiradores da área.

Aumentar a demanda turística da cidade que irá sediá-lo, realizando o evento uma semana depois do feriado da Semana Santa, época em que a rede hoteleira tem diminuído a ocupação de seus leitos.

#### **4.2 Resultados alcançados**

- ✓ Durante os três anos de realização do Nordeste Culinária, houve a capacitação de 872 (oitocentos e setenta e dois), participantes entre profissionais e estudantes;
- ✓ Através de um plano de mídia e das Associações locais, o evento recebeu participantes de todos os estados do Brasil, tendo como público maior a região do Nordeste;
- ✓ Durante o evento ocorre uma mostra comercial, que nos últimos anos, reuniu 90 (noventa) empresas do setor de alimentos, onde 60% (por cento) destas empresas participam das edições anteriores do Nordeste Culinária e os outros 40% (por cento) são novas captações;
- ✓ A mostra comercial recebeu, nos últimos três anos, 16.440 (dezesesseis mil e quatrocentos e quarenta), visitantes;
- ✓ Possibilitou 145 (cento e quarenta e cinco) empregos diretos e 435 (quatrocentos e trinta e cinco) empregos indiretos.

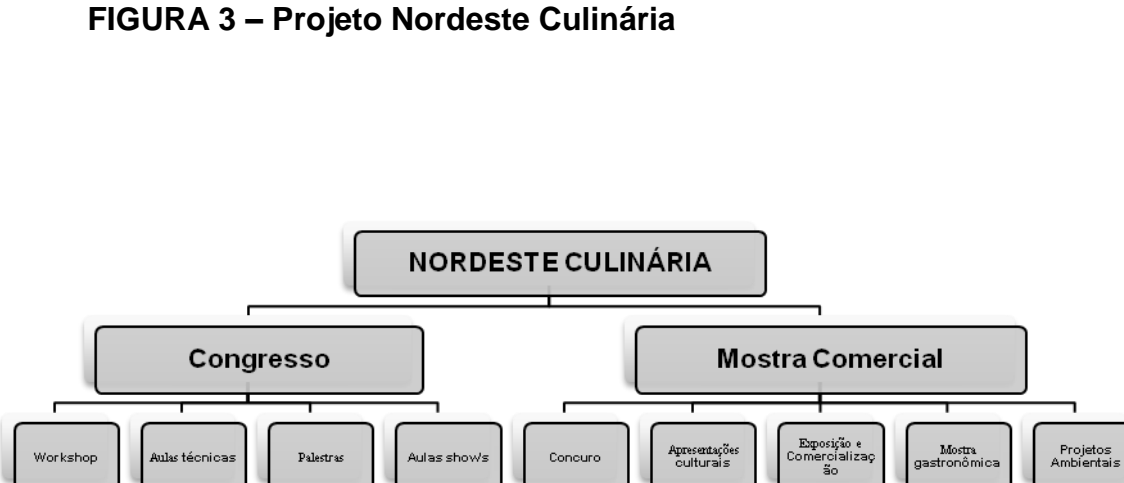


*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## 5. METODOLOGIA DO EVENTO

O Nordeste Culinária é planejado em torno dos seus objetivos, implantando, incentivando e conscientizando a preservação do Meio Ambiente, a prática da Sustentabilidade dos recursos naturais e a inclusão dos deficientes físicos no mercado de trabalho.

O projeto está dividido em dois seguimentos, um é o Congresso, com palestras, aulas técnicas, workshop, e o outro é a Mostra Comercial, com concursos, mostra gastronômica, exposição e comercialização, apresentação cultural e projetos ambientais, como mostra abaixo:



Fonte: Fornecido pelos organizadores.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

O método adotado para a sua concretização está dividido em quatro etapas, na qual a primeira é o Planejamento, que tem duração de dois meses, a segunda é a Captação, que tem duração de três meses, a terceira é a Promoção, que tem duração de quatro meses, e a quarta e última etapa é a Realização, que tem a duração de um mês e envolve o período de pós-evento.

**FIGURA 4 – Etapas do projeto Nordeste Culinária**



Fonte: Fornecido pelos organizadores.

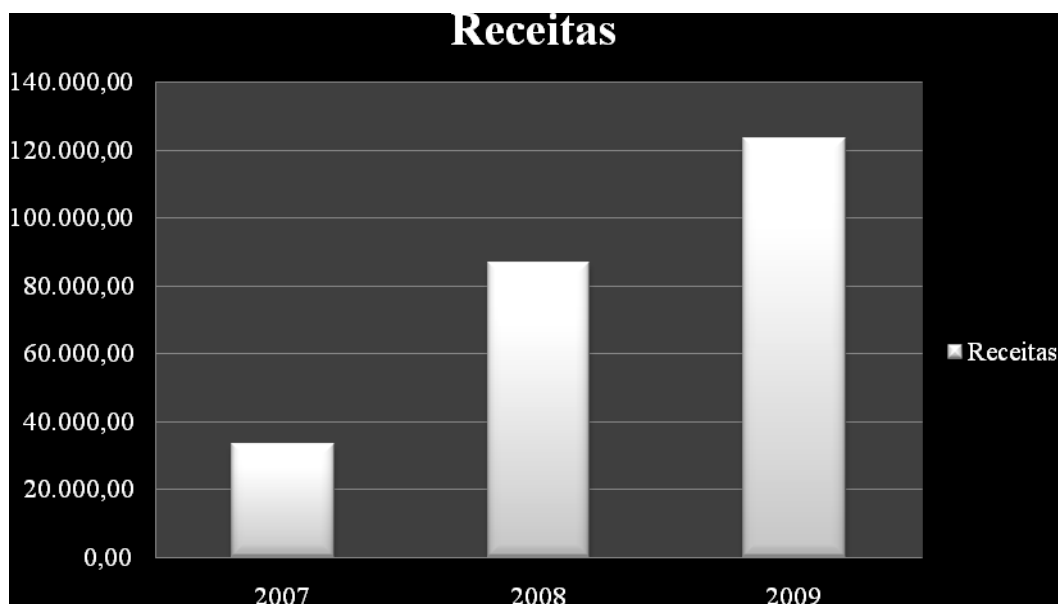


*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## 6. ANÁLISE DOS DADOS DAS TRÊS ÚLTIMAS EDIÇÕES DO EVENTO

Conforme as informações coletadas o evento gerou em 2007 (dois mil e sete), uma receita de R\$ 33.500,00 (trinta e três mil e quinhentos reais), no ano de 2008 (dois mil e oito), houve uma receita de R\$ 86.935,00 (oitenta e seis mil e novecentos e trinta e cinco reais), em 2009 (dois mil e nove), e receita foi de R\$ 123.250,00 (cento e vinte e três mil e duzentos e cinquenta reais), observe o gráfico:

**GRÁFICO 3 – Receitas geradas pelas últimas edições**



FONTE: Dados da pesquisa



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

O Nordeste Culinária teve um aumento da sua receita em 2008 (dois mil e oito) de 59,6% (por cento), e no ano de 2009 (dois mil e nove), o aumento foi de 42% (por cento), e que 20% (por cento) do capital dos três anos foram repassados ao governo, em forma de tributos.

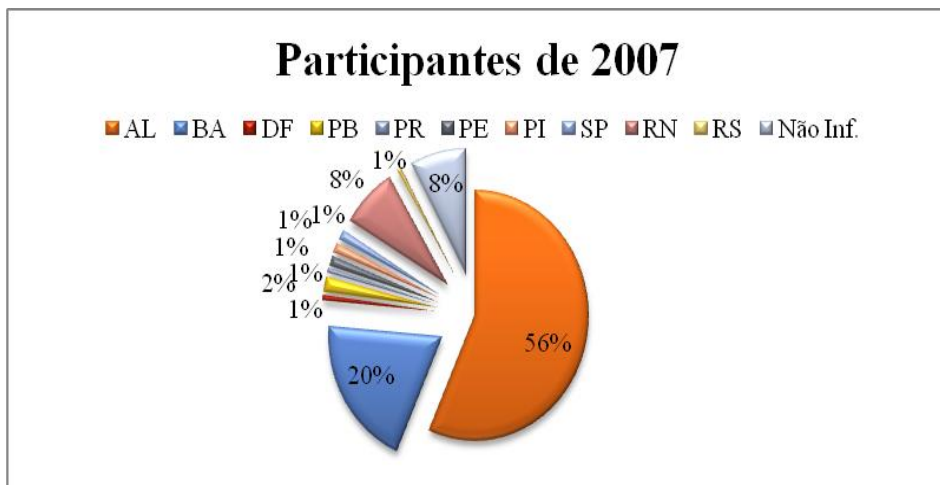
Como gerador de emprego e renda, no ano de 2007 (dois mil e sete), foram gerados 44 (quarenta e quatro) empregos diretos e 132 (cento e trinta e dois) empregos indiretos, em 2008 (dois mil e oito), foram gerados 49 empregos diretos e 147 (cento e quarenta e sete) empregos indiretos e em 2009 (dois mil e nove), foram gerados 52 (cinquenta e dois) empregos diretos e 156 (cento e cinquenta e dois) empregos indiretos.

Durante a realização do evento no ano de 2007 (dois mil e sete), houve a participação de 212 (duzentos e doze), participantes no Congresso e 2.720 (dois mil e setecentos e vinte e) visitantes, de diversos estados do Brasil, sendo a maioria representante dos estados do Nordeste, como mostram os gráficos:



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**GRÁFICO 4 - Número de participantes por estados em 2007, (em %)**



FONTE: Dados da pesquisa

**GRÁFICO 5 : Número de participantes por região em 2007, (em %)**



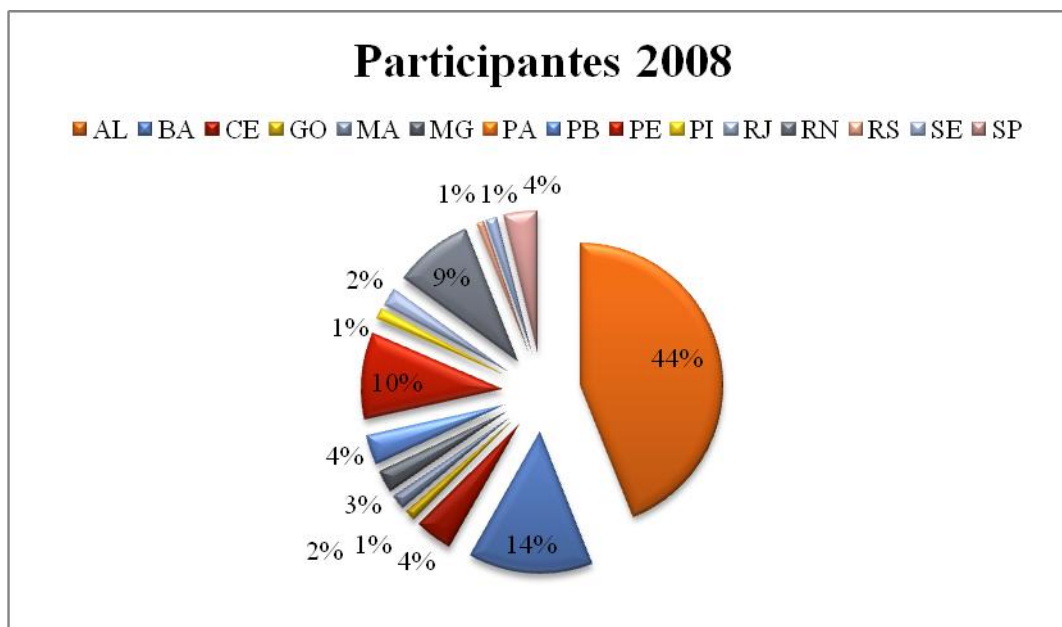
FONTE: Dados da pesquisa



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Em 2008 (dois mil e oito) participaram do Congresso 356 (trezentos e cinquenta e seis) pessoas, confirmando a participação em maior número, os estados do Nordeste e 5.850 (cinco mil e oitocentos e cinquenta) visitantes, observe o gráfico abaixo:

**GRÁFICO 6 - Número de participantes estados em 2008, (em %)**

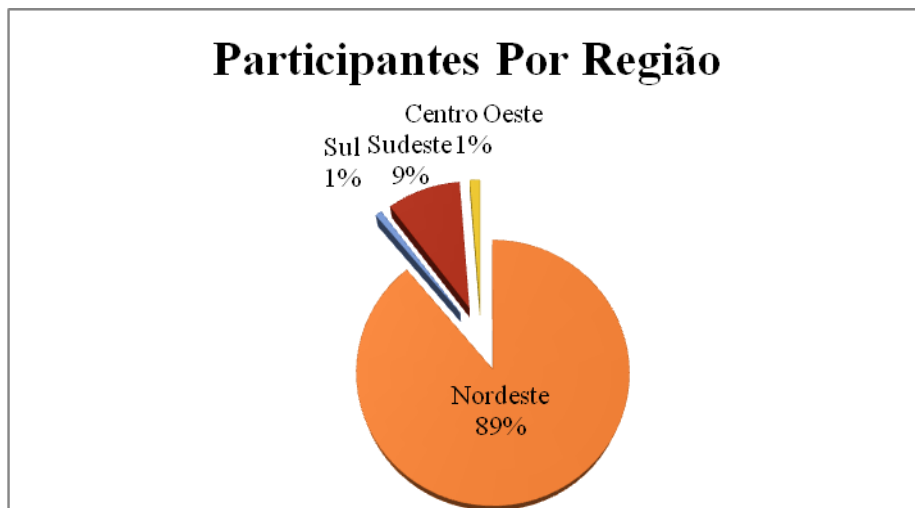


FONTE: Dados da pesquisa

**GRÁFICO 7 : Número de participantes por região em 2008, (em %)**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*



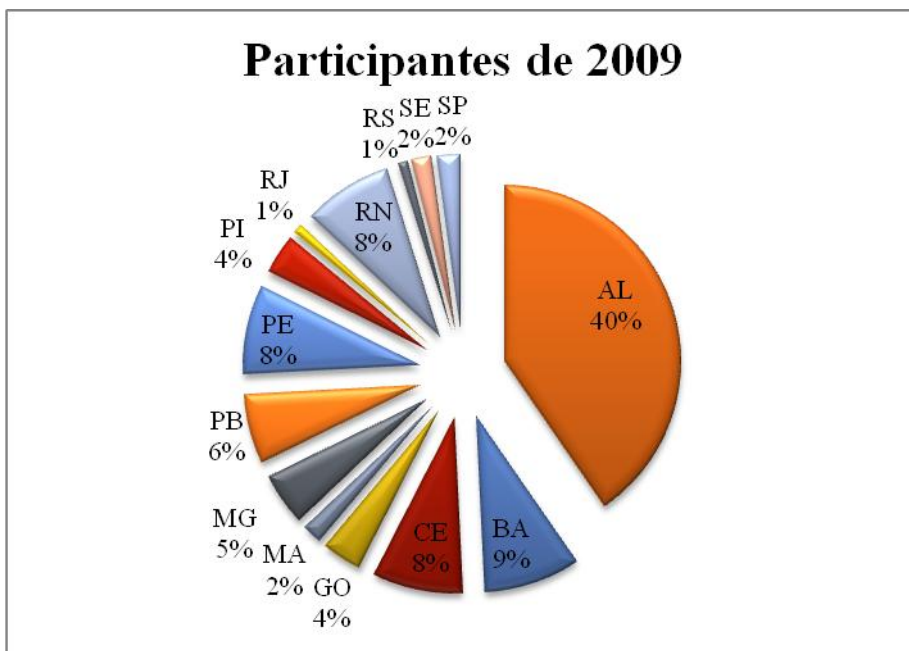
FONTE: Dados da pesquisa

Na última edição houve a participação de 314 (trezentos e quatorze), inscritos no Congresso, sendo participantes de diversas áreas do setor de alimentos e 7.870 (sete mil oitocentos e setenta), visitantes. Observe a participação distribuída no gráfico:

**GRÁFICO 8 - Número de participantes por estados em 2009, (em %)**

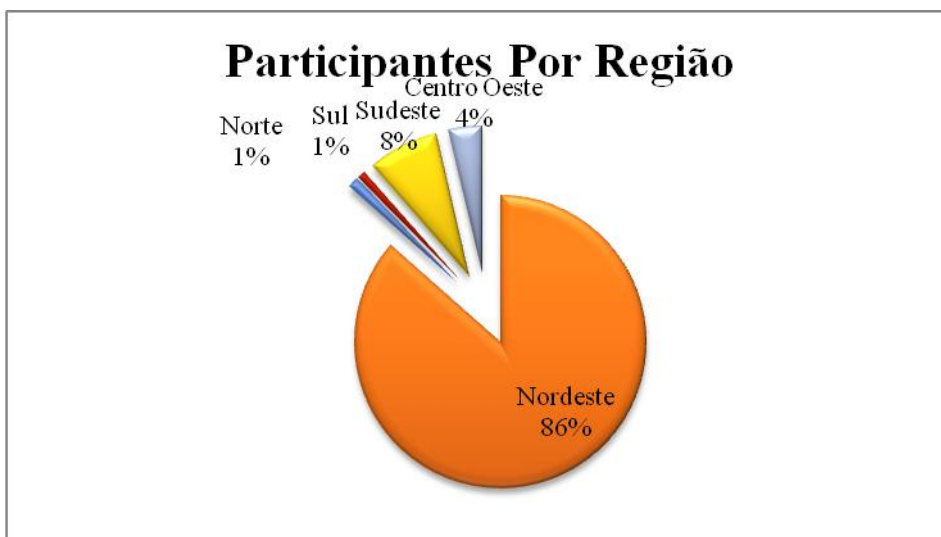


Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...



FONTE: Dados da pesquisa

**GRÁFICO 9 : Número de participantes por região em 2009, (em %)**



FONTE: Dados da pesquisa



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Os participantes do Nordeste Culinária 2007, 2008 e 2009, possuem um perfil característico, que foi formatado, através dos dados colhidos durante o evento e das pesquisas de campo, mostrando que 83% (por cento) dos participantes do Congresso, são do sexo feminino, ficando 17% (por cento) participantes masculinos. Constatou-se que 26% (por cento) dos inscritos foram estudantes, sendo os 74% (por cento) dos inscritos, profissionais do setor.

Na primeira edição, houve a participação de 20 (vinte) empresas locais e de outros estados brasileiros, que consolidaram suas marcas, no mercado alagoano e que ofereceram produtos, equipamentos e serviços do setor de alimentação, na segunda edição, participaram da mostra comercial do Nordeste Culinária 26 (vinte e seis) empresas, possibilitando um aumento de 30% (por cento), em 2009 (dois mil e nove) participaram 44 (quarenta) empresas, levando a um aumento no número de empresas, entre os anos de 2008 e 2009, de 69% (por cento), considerando que 35% (por cento), das empresas que estiveram no Nordeste Culinária 2009, participaram das edições anteriores.

## **6.1 Síntese da pesquisa com os dados do evento**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

Os dados do evento mostram números significativos e de crescimento, ratificando a necessidade do Mercado desse seguimento, por isso, foi feita uma estimativa de crescimento, através da média percentual dos anos anteriores.

**TABELA 4: Dados comparativos (em %) com estimativa para 2010**

DESCRIÇÃO	2008	2009	2010
Participantes	<b>+ 76,4%</b>	<b>-11,8%</b>	<b>+32,3%</b>
Visitantes	<b>+115,4%</b>	<b>+34,8%</b>	<b>+75%</b>
Expositores	<b>+30%</b>	<b>+69%</b>	<b>+49,5%</b>

FONTE: Dados da pesquisa

## 6.2 Resultados da análise dos dados obtidos

- ✓ Estiveram presentes nas edições do Nordeste Culinária 60,1% (por cento) dos Estados brasileiros, com participação dos nove Estados do Nordeste.
- ✓ Dos expositores presentes na última edição, 22,5% (por cento) foram empresas locais e os 77,5% (por cento) dos expositores eram representantes de outros Estados.
- ✓ Constatou-se, através do opinário de 2009, uma aceitação de 93% (por cento)



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## **7. BENEFÍCIOS GERADOS PELO NORDESTE CULINÁRIA**

Para a realização de cada edição do Nordeste Culinária é feito uma avaliação técnica, científica e cultural, correspondente aos benefícios gerados e aos impactos econômicos, sociais e ambientais.

### **7.1 A cidade que sedia o evento**

Pesquisas mostram que a atividade de turismo de eventos e negócios, está em expansão, por isso, o incentivo a essa prática é de fundamental importância, pois proporciona benefícios e minimizam os impactos ambientais, causados pelo turismo de lazer.

- Disponibiliza empregos temporários para o setor de serviços;
- Divulga a cidade, enfatizando seus atrativos e sua cultura;
- Aumenta o fluxo turístico em baixa temporada;
- Estrutura a cidade para promover outros encontros;
- Aumenta a entrada de divisas para o Estado, aumentando seu Produto Interno Bruto;
- Proporciona uma possibilidade de retorno dos turistas a cidade sede, devido á imagem positiva que a realização de um evento normalmente proporciona;



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

- O gasto médio do turista de eventos e o tempo de permanência no destino é maior que o turista de lazer;
- Transforma a cidade sede em pólo de debates técnicos - científico ou sociais, geralmente com foco na mídia;
- Favorece aos habitantes da cidade sede, através de atualização profissional.

## **7.2 As empresas participantes**

A integração dos países e o avanço tecnológico, induzem as empresas a estarem sempre em contato direto com o público, possibilitando a expansão do Mercado consumidor, atingindo o Mercado interno e externo. Levando-se em consideração a Mostra Comercial do Nordeste Culinária, as empresas se dispõem de:

- Estarem em contato direto com um número significativo de pessoas, em um curto período de tempo;
- A consolidação da sua marca;
- A exposição de novos produtos;
- A captação de novos clientes;



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

### **7.3 Ao público participante**

A participação em congressos, seminários, workshops, feiras e outros, induzem aos participantes a obterem mais conhecimentos da área que desejaram atuar ou que já estejam atuando. Eles terão uma visão de como se encontra o mercado e as tendências do setor que está sendo explorado. A oportunidade de conhecer profissionais da área, assim como, a obtenção de informações sobre conhecimentos técnicos, científicos e culturais, que serão transmitidos por profissionais especializados.

Toda as informações e análise dos dados fazem do Nordeste Culinária uma referência, no âmbito de eventos que fomentam a culinária e a gastronomia, tendo como foco o Nordeste brasileiro.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

POSTADO POR DEMÉTRIO VIEIRA AZEVEDO ÀS [09:00](#) [0](#)  
[COMENTÁRIOS](#)

**Quarta-feira, 11 de Abril de 2007**

**[Comendo no Centro de Convenções](#)**

Hoje começa o Nordeste Gastronomia, no Centro de Convenções de Maceió. Este blog estará presente!

POSTADO POR DEMÉTRIO VIEIRA AZEVEDO ÀS [10:25](#) [2](#)  
[COMENTÁRIOS](#)

Assinar: [Postagens \(Atom\)](#)

**Quinta-feira, 12 de Abril de 2007**

**[Comendo no Centro de Convenções](#)**

É verdade mesmo!

Enfim, uma trupe cheia de talento e coragem tomou a iniciativa de sozinhos, organizar e fazer acontecer um evento Gastronômico que tem tudo, tudo mesmo para crescer, colocando Maceió no mapa dos grandes acontecimentos da Culinária Brasileira.

Estou falando do Nordeste Gastronomia, que está acontecendo agora mesmo meu caro leitor, no Centro de Convenções de Maceió, uma iniciativa da ACAL - Associação da Culinária de Alagoas, entidade fundada a 01 ano, tendo como objetivo promover a troca de informações entre os Profissionais da Gastronomia, criando soluções para todos com o aperfeiçoamento das rotinas de trabalho.



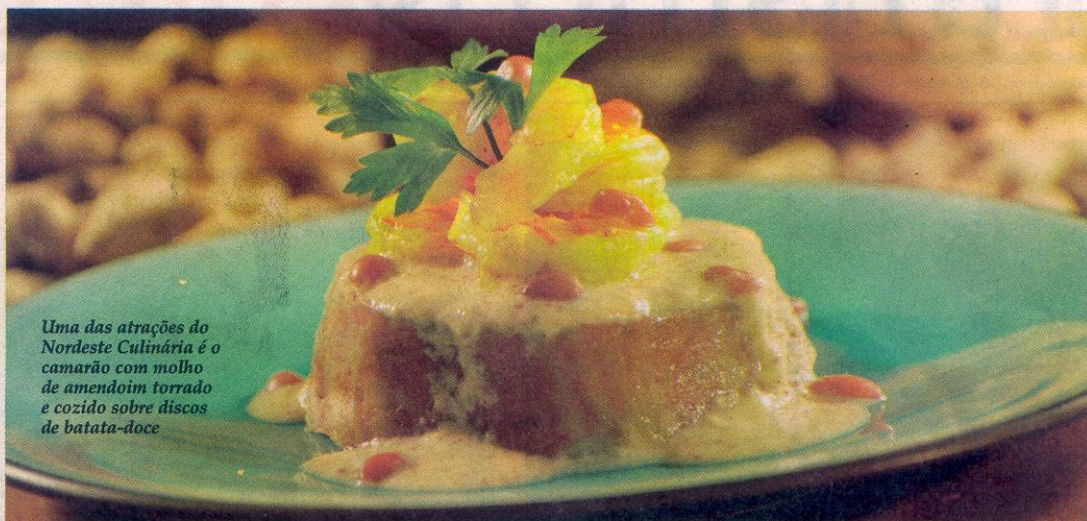
*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*



A ACAL é presidida pela muito competente Simone Muniz, Profissional de larga experiência Gastronômica, com excelente formação acadêmica. Vale ressaltar que a equipe do "Sabores Aéreos" foi muito bem recebida no evento.

O congresso oferece diversas oficinas nas mais diversas áreas a exemplo de Chocolateria, Folhados, Receitas Nordestinas, Frutos do Mar entre outras delícias que serão cuidadosamente trabalhadas (no final raspa-se o prato obviamente)!

Um aspecto interessante é que além das oficinas onde os congressistas estarão literalmente colocando a mão na massa, ou socando o sabugo (como preferir) serão ministradas palestras de fundamental importância para a reciclagem dos Profissionais, desde a história do chocolate (passando pelas plantações de cacau), a qualidade no atendimento aos clientes, até aos cuidados com a higiene e manuseio dos alimentos.



Uma das atrações do Nordeste Culinária é o camarão com molho de amendoim torrado e cozido sobre discos de batata-doce

## Nordeste culinária reúne chefs estrelados

**C**amarão com molho de amendoim torrado e cozido sobre discos de batata-doce. Esta é uma das delícias da aula-show do chef Wanderson Medeiros - leia-se Carne do Sol do Pícuí -, que promete arregimentar profissionais, amantes e até leigos que desejem apreciar as novidades saborosas que serão apresentadas no Nordeste Culinária, que será realizado nos dias 27, 28 e 29 deste mês, no Centro Cultural e de Exposições de Maceió.

Para o chef Wanderson Medeiros, o evento - que está na sua segunda edição - já é um sucesso porque ensina várias técnicas de preparo de alimentos, além das novidades. "Contamos os nossos segredos para o público, principalmente para as pessoas que desejam aprender a cozinhar", conta Wanderson.

Os rolinhos de tilápia com alho poro e regados com molho cítrico são outra aula-show do chef Wanderson Medeiros. Mas, além das estrelas alagoanas, o Nordeste Culinária, este ano, conta com mais uma participação de peso: o chef pernambucano e presidente da Associação

da Boa Lembrança, César Santos.

A aula do pernambucano será no auditório principal do Nordeste Culinária, onde César mostrará a sua receita de baião de dois mergulhado no litoral pernambucano; como sempre, uma surpresa de combinações e sabores tipicamente nordestinos.

César Santos começou cedo na cozinha, participou de vários cursos no Senac/PE e se destacou rapidamente por seu rigor culinário e boa comunicação. Em 1992 abriu, em Olinda, o Oficina do Sabor, o seu próprio restaurante,

com cardápio rico em receitas nordestinas com os toques do chef.

O chef pernambucano é reconhecido nacionalmente através de publicações e eventos dos quais participou, sendo convidado para representar a gastronomia brasileira em países como Estados Unidos, Itália, Portugal e Emirados Árabes; neste último teve a oportunidade de preparar o jantar que seria servido no encontro entre o presidente Lula e o sheik da cidade de Dubai, capital árabe, onde os pratos foram queijo frescal à

pedra de buíque, tapioca do chef e minigratinados de macaxeira com charque.

"Ficamos muito felizes com a confirmação do César Santos. Temos certeza de que os congressistas do Nordeste Culinária 2008 vão se encantar e aprender muito com a aula dele", afirma Simone Muniz, presidenta da Associação da Culinária de Alagoas, realizadora do congresso. Outro nome bem cotado no evento é o do chef e consultor parabaiano Carlos Ribeiro, que promete revelações saborosas.

Baião de dois mergulhado no litoral pernambucano, do chef César Santos, será apresentado no Nordeste Culinária



TURISMO

## Nordeste Culinária mostra as novas tendências da gastronomia regional

Evento, de 28 a 30 de abril, é fruto de parceria entre a prefeitura de Maceió e a iniciativa privada

O camarão ao leite de coco é uma tradição alagoana, mas o fruto do mar ao molho cremoso de amendoim sobre discos de batata-doce representa a nova tendência da gastronomia regional e será um dos temas da 3ª edição do Nordeste Culinária, que será realizado de 28 a 30 de abril, no Centro Cultural e de Exposições Ruth Cardoso.

O evento é uma realização da Associação da Culinária de Alagoas e conta com o apoio da Secretaria Municipal de Promoção do Turismo, Indústria e Comércio (Semptur), do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares, do Senai, do Senac, da Evviva, de Alexandre Bispo e do restaurante Carne do Sol do Picuí, com o patrocínio da Harald.

O Nordeste Culinária é um encontro entre culinaristas, empresários, chefs, profissionais, técnicos, estudantes e interessados na área de alimentos e bebidas. O evento, considerado um dos mais importantes do Nordeste brasileiro, tem como objetivo divulgar a culinária nordestina, aquecer o mercado gastronômico e contribuir para o desenvolvimento dos profissionais do setor.

Uma das novidades deste ano será a aula-show sobre gastronomia orgânica, com a consultora Carmelita Quintella, que produz alimentos saudáveis na sua fazenda, em Pilar. O Nordeste Culinária contará, também, com outros nomes experientes na gastronomia alagoana, como André Generoso, Jorge Bandeira, Gustavo Rocha,

Wanderson Medeiros, Thiago Maia, Simone Muniz, Marília Alves, além de chefs renomados do Brasil. O evento, além de mostrar as novas tendências da gastronomia nordestina, é um espaço para novos aprendizados nas áreas de confeitaria, panificação, novas tecnologias e alimentos seguros, reunindo expositores de toda a cadeia produtiva.

Para a secretária da Semptur, Cláudia Pessôa, o Nordeste Culinária é uma oportunidade de aperfeiçoamento dos profissionais na área de alimentos e bebidas e, ao mesmo tempo, uma promoção da gastronomia de Maceió. “A gastronomia de Maceió é uma referência, além de ser rica e diversificada. Já estamos

promovendo o Nordeste Culinária nos eventos e feiras de turismo e, com certeza, vai entrar para o calendário da cidade com muito sabor e aromas”, disse Cláudia Pessôa.

Já os representantes da Associação da Culinária de Maceió, Wanderson Medeiros e Simone Muniz, consideram a parceria com a Semptur um passo importante para o fortalecimento do evento. “Maceió tem ótimos restaurantes e chefs reconhecidos nacionalmente. O Nordeste Culinária é mais uma oportunidade para o turismo gastronômico em Maceió”, destacou Simone Muniz. ▮



Carne do sol desfiada





*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

## *NORDESTE CULINÁRIA – PERNAMBUCO 2010*

*Eventos estão se firmando como sinônimo de sucesso, sendo este um excelente meio de divulgação que proporciona a troca de experiências que pode levar ao enriquecimento do conhecimento e conseqüentemente a comercialização. Assim se traduz o Nordeste Culinária: atualização e capacitação no mercado de alimentos, através de palestras, aulas técnicas, aulas show, oficinas, concursos e muitas outras atividades gastronômica e cultural com especialistas e chef`s renomados.*



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*



*Praça de alimentação*

*Amostra culinária nordestina*

*Exposição Cake designer*

*Concursos panificação e confeitaria*

*Parceiros institucionais*

*Programa workshop*

*Exposição da indústria e do comércio de alimentos*



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

*Os profissionais da cozinha atuam em diversos ramos do setor alimentício. Desde instrutores em empresas a consultores e até empresários; Somos Chefs, técnicos, estudantes, pesquisadores e viciados em alimentos e bebidas, somos apreciadores da arte, degustadores, curiosos;*

*A ARTE CULINÀRIA é muito mais abrangente:*

- *Arte = conjunto de prescrições de um ofício ou profissão; saber ou pericia em fazer uma coisa; dom; habilidade; jeito; maneira; modo.*
- *Culinária = arte de cozinhar.*

*O evento já é um dos mais importantes no nordeste brasileiro e tem como objetivo divulgar a culinária nordestina, aquecer o mercado gastronômico e contribuir para o desenvolvimento dos profissionais do setor.*

*Idealizamos, e encontramos parceiros e esta fidelização permitiu mais uma edição em Maceió com o propósito de consolidar e melhor estruturar o evento para então se torna itinerante, o nordeste reunido, interagindo e capacitando, todos contribuindo para a consolidação deste valor cultural chamado culinária – arte de cozinhar.*

*Contando a história de um povo através dos sabores, dos segredos da mão de quem faz ou desenvolvendo industrialmente os alimentos para supri as necessidades dos demais afazeres da vida; gerando sempre grande impacto em nossa cultura. A arte culinária é sobretudo uma das fontes de energia que necessitamos cultivar e desenvolver.*



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

*Números:*

	<i>2007</i> <i>Maceió</i>	<i>2008</i> <i>Maceió</i>	<i>2009</i> <i>Maceió</i>	<i>2010</i> <i>Recife</i>
<i>Participantes congressistas</i>	212	356	314	400
<i>Expositores</i>	20	26	44	50
<i>Participação:</i>				
<i>Nordeste</i>	72%	88%	79%	
<i>Outras regiões</i>	28%	12%	21%	
<i>Carga horária</i>	24h	36h	30h	24h



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*



### *Perfil dos Visitantes:*

*Cargos – são engenheiros de produção, Chef de cozinha, auxiliares de produção, instrutores de culinária, gerentes comerciais, sócios proprietários, engenheiros de alimentos, gerentes de produção, gerentes de marketing, representantes, supervisores, estudantes, consultores entre outros.*

*Comércio, Indústria e serviços – Restaurantes, distribuidores, padarias, varejistas, lanchonetes, pizzarias, buffet, confeitaria, indústrias de alimentos, de embalagens, ingredientes, matérias primas, equipamentos, utensílios, serviços em geral e consultores.*

### *180 Empregos diretos e indiretos:*

*Envolvimentos profissionais como instrutores de culinária, auxiliar de cozinha, chef de cozinha, nutricionistas, Garçons, segurança, limpeza, fotógrafos, montadores, carregadores, recreadores, starf, recepcionistas, entre outros.*



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

**Turismo:**

*Pernambuco foi eleita pelos participantes e patrocinadores como melhor destino para 2010, visto que seu potencial comercial gastronômico é relevante e seu apelo cultural um excelente atrativo turístico.*

*O Nordeste Culinária vem se destacando por ser uma oportunidade de alavanca seu negócio.*

***Nordeste Culinária,***

***Uma mistura de cores e sabores que vai encantar você.***

**12 a 14 de Abril de 2010**

**No Centro de convenções Pernambuco**

Consulte já nosso site [www.nordesteculinaria.com.br](http://www.nordesteculinaria.com.br) e veja como participar.

**Contatos:**

**Simone Muniz**

**(82) 9949-0270**

**REFERÊNCIAS**



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*

BRASIL é o 7º em turismo de eventos no mundo. **Gazeta de Alagoas**, Maceió, p.8, 12 abr. 2007.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2001.

DIMENSIONAMENTO ECONÔMICO DO SETOR DE EVENTOS NO BRASIL, 2001, São Paulo. **Resultado de pesquisa...** São Paulo: SEBRAE / FBC&VB / CTI, 2001.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos**: teoria e prática. 1ª ed. São Paulo: Thomson, 2003.

OLIVEIRA, Valmir Martins de. Turismo de negócios e eventos no desenvolvimento do município de Guarulhos. **Revista Turismo em Análise [da] Universidade de São Paulo**. São Paulo: ECA/USP, v. 11, n. 1, p. 60-69, maio 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SENAC. Eventos **Oportunidade de novos negócios**. 4ª ed. São Paulo: Ed. Senac Nacional, 2004.

SILVA, Alessandro da. **O turismo de eventos**. 2004. 73 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação Tecnológica) — Centro de Educação Tecnológica de Alagoas – CEFET/AL, Maceió, 2004.

SILVA, F. P. S. **Turismo em rede**. Salvador: FacTur Bahia, 2000.

SOUZA, Eliane Alves de. Relações interorganizacionais no setor de turismo. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 25-34, jan./jun. 2006.

ZANELA, Luiz Carlos. Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas, 2003.



*Uma mistura de cores e sabores  
que vão encantar você...*