

## **Aplicativo e Selo Tripceci**

**Edvar Fernandes Batista- Cefet/RJ-Campus Nova Friburgo**

**Bruna Fernandes Guebel- Cefet/RJ-Campus Nova Friburgo**

### **1. Introdução**

No contexto atual faz-se necessário discutir a importância da preferência pelo turismo cultural como expressão de cultura e de identidade através da gastronomia. O movimento econômico que gera a gastronomia no mundo cria um grau elevado de interesse pela comida, gerando apego por pratos típicos.

A globalização nas diversas informações que também chegou à cozinha, e desse modo buscam-se novos conhecimentos através da experiência turística para saborear culturas. Nesse sentido acredita-se que a gastronomia como patrimônio local poderia ser incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração destes produtos. Dessa maneira ocorre o desenvolvimento sustentável da atividade e considera-se que o desenvolvimento do turismo cultural é promovido devido à sua capacidade de gerar receitas e empregos no lugar em que se desenvolve.

De acordo com Schutler (2003) a dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la “ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural.” O uso turístico do patrimônio faz com que a gastronomia adquira cada vez mais importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas. Por conseguinte é importante enfatizar que o ato de comer é um dos principais meios de socializar os indivíduos desde os primórdios. Desse modo, o conceito de alimentação implica tanto os processos nutritivos e a regulação e o controle dietético, como o marco cultural e social em que se localizam esses comportamentos e normas alimentares.

A alimentação cumpre com uma função biológica ao fornecer ao corpo as substâncias indispensáveis para sua subsistência. Visto que o aumento de pessoas que possuem restrições alimentares vem crescendo, como a intolerância ao glúten e faz com que esses indivíduos fiquem restritos e com receios de irem a certos destinos turísticos, pois a sua estrutura ainda não está preparada para receber esse perfil de público. Essa dificuldade foi percebida através do grande número de indivíduos que fazem a dieta sem glúten.

Além dos portadores, hoje em dia é a nova “moda nutricional” onde todos que querem a barriga negativa entram nos hábitos dos celíacos. Unindo esses aspectos, este trabalho tem por objetivo desenvolver um aplicativo que reunirá em destinos turísticos todos os estabelecimentos que estarão aptos para receber os celíacos. Esse aplicativo reunirá todos os estabelecimentos que aderiram à consultoria e a partir dele os turistas poderão encontrar os lugares, informações turísticas e avaliação do serviço.

O estabelecimento ganhará um selo de certificação para ser um ponto referencial no meio turístico. Para a composição deste projeto da criação do aplicativo e o selo de qualidade aos estabelecimentos turísticos, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e documental em livros, revistas, artigos, *sites*, *blogs*, que discutem sobre a intolerância alimentar e muitas vezes relatam a dificuldade dos celíacos em viajarem.

O projeto tem por objetivo prestar consultoria e elaborar um aplicativo e selo de qualidade nos estabelecimentos onde a gastronomia está presente, para certificar aos intolerantes ao glúten que o determinado local está qualificado e preparado para recebê-lo.

## **2. Turismo e suas considerações**

O turismo está fortemente presente no desenvolvimento de vários países, mas, a sua questão, muitas vezes não é entendida pela maioria das pessoas que relaciona o conceito de “Turismo” apenas como um deslocamento e viagens. Hoje se avalia que as viagens ocupam quarenta por cento do tempo livre de um indivíduo.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT) Turismo pode ser definido como: Fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se trasladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24h horas e menos que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados. (OLIVEIRA, 2000).

Há várias definições de Turismo de diversos autores, evidenciando a amplitude e a dimensão existentes sobre o tema que a cada ano alcança uma dimensão mais complexa em virtude de diferentes setores envolvidos.

De acordo com Beni (2001) o Turismo constitui-se num fenômeno sociocultural de profundo valor simbólico para os sujeitos que o praticam. O sujeito turístico consome a atividade por intermédio de um processo tribal, de comunhão, de realização, de testemunho, em um espaço e tempo tanto real quanto virtual, desde que possível de convivência. A compreensão do

turismo pressupõe, contudo, o conhecimento do lazer já que um é uma manifestação do outro. E isso constitui a característica principal do turismo de massa nas sociedades modernas.

As pessoas usam boa parte do tempo livre viajando para algum lugar com finalidades diversas e ali permanecem por motivos que, basicamente não têm ligações com seu trabalho. Entretanto, a atividade turística é bem mais complexa e congrega vários setores econômicos, servindo hoje em dia muitas vezes como único meio de gerar divisas para determinadas localidades. Por isso faz-se necessário um maior entendimento sobre a atividade para que se possa conseguir utilizá-la como agente revitalizador dos espaços, sejam eles naturais ou não.

Segundo Boullón (2002) desde que o turismo alcançou a importância que tem atualmente, seu conhecimento analítico foi-se concretizando lentamente, não como produto de um trabalho de pesquisa sistemática, mas como resultado de uma série de estudos e ensaios individuais que ainda não conseguiram constituir um corpo teórico. O valor simbólico perpassado pela comunicação tátil desse fenômeno reproduz-se ideologicamente quando o turismo comunga de sentimentos, reproduzindo pela diversão, e quando há a possibilidade de materialização do imaginário, por vezes individual em societal.

Beni (2001) também define com base no Sistema de Turismo – SISTUR, em que permite conceituar três grandes conjuntos que são: relações ambientais, organização estrutural e ações operacionais.

### **2.1. Turismo gastronômico**

A gastronomia está vinculada ao prazer proporcionado pela comida e se ocupa mais especificamente das técnicas, abrangem a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e todos os aspectos culturais associados.

De acordo com Miró (2004), o conceito de gastronomia mostra no princípio o alimento como meio de sobrevivência, e com o passar dos anos, como expressão de modo de vida. Nesta trajetória as sociedades e os homens que a compõem também evoluem, assim, o homem que necessitava de comida para sobreviver se transforma para a busca de alimentos culturais, por vivenciar uma experiência, uma história contida em cada prato.

O Turismo Gastronômico é uma forma de traduzir as raízes culturais de uma região. Através dela, consegue mostrar a história e a cultura do local. Perante o mundo da gastronomia, o que faz o local ser chamativo é possuir uma identidade, possuir algo diferente e agradável para oferecer ao turista. Partindo desse princípio, surgiu à necessidade de análise da gastronomia, que é um dos principais elementos que compõem o turismo. É um importante atrativo

cultural, pois faz parte da cultura de determinados locais, além de estar presente nos meios de hospedagens, nos meios de transportes dentre outros aspectos.

A sensação e o prazer de conhecer e saborear algo novo quando se viaja é um chamariz de determinados destinos, com isso algumas regiões turísticas criam roteiros gastronômicos para que os turistas possam ter mais opções, por conseguinte, conhecerem a cultura, a história e tradição em torno da comida.

Segundo Azambuja (2001), a gastronomia está ligada ao prazer, dessa forma, o homem sente curiosidade de conhecer outra cultura e uma das formas para isso ocorrer é através da alimentação. Ao conhecer novas culturas, alimentos e sabores, o turista sente a necessidade que esse momento seja um evento especial, demonstrando a importância dos rituais gastronômicos, tornando a gastronomia o motivo principal para conhecer determinados destinos.

De acordo com Tramontin (2008), a gastronomia em determinados locais tem conservado suas características originais, já em outros, sofre modificações com o acréscimo de novos costumes, novos ingredientes e principalmente, novas tecnologias. A culinária de um povo está ligada a sua cultura e ao seu modo de vida.

Para Schutler (2003), as principais motivações para apreciar a gastronomia são aqueles prazeres que vem através da alimentação durante a viagem, fora da rotina cotidiana, conhecendo um novo sabor. Entende-se que os turistas procuram apreciar o momento da viagem associando prazeres e sabores que se tornam um atrativo a mais ao local.

De acordo com Corner (2006), através do turismo gastronômico, aumentam os postos de trabalho em restaurantes, bares, lanchonetes e ambulantes e observa-se que isto ajuda na economia local e na vida econômica da população daquela região específica.

Segundo Furtado (2004) e Barroco (2008), quando o turismo encontra-se aliado a gastronomia torna-se um atrativo e um produto turístico, logo, podem ampliar as oportunidades para a comunidade, e várias possibilidades para o crescimento de uma determinada região. Em termos globais, o movimento econômico gerado pela gastronomia movimenta o setor turístico, sejam em circuitos de vinhos, chocolates, queijos entre outros.

Neste sentido, a busca da comida típica gera um diferencial para destinos que podem estar menos preparados em estrutura física e, conseqüentemente, renda para a população em geral. Neste aspecto, é muito importante que as cidades turísticas estabeleçam seu prato típico ou

que criem algo que possa atrair os turistas, pois se tornarão conhecidas por sua gastronomia e cultura.

Ignarra (2003) corrobora que a gastronomia típica é bastante valorizada pelo turista, que procura sempre os restaurantes indicados como representativos da culinária tradicional local, assim, é preciso capacitar os restaurantes populares típicos para atendê-los, sem perder suas características naturais.

A gastronomia é importante desde a chegada até a partida do turista, não só pelo ato de se alimentar, mas também para diferenciar os destinos, sobretudo, porque adquire um aspecto relevante na percepção de valor do turismo. Marca experiência e memória da viagem e na satisfação do consumidor, relacionada à expressão da cultura dos povos.

A oferta gastronômica encontra-se condicionada por imaginários coletivos, entre comer e beber bem, mas também pela forma de quando e com quem se bebe e come. Os turistas além de consumirem gastronomia, querem outros elementos como paisagem, cultura e identidades locais.

### **3. As questões do glúten**

De acordo com a Federação Nacional das Associações de Celíacos do Brasil, a FENACELBRA, o glúten é o nome dado à proteína presente no trigo, no centeio, na cevada e no subproduto da cevada que é o malte. A parte tóxica do glúten para o celíaco é chamado de prolamina, que corresponde a cinquenta por cento (50%) da proteína do glúten que não se dissolve na água e que é solúvel no etanol. Todo um cenário histórico desencadeou que o glúten gerasse tantas consequências negativas, como resume o professor Alessio Fasano, em 2012, a uma entrevista dada ao Congresso Internacional, Nutrição Especializada e Expo sem glúten, (COINE).

Segundo Fasano, dois componentes estão se unindo para criar a tempestade perfeita. Primeiro os grãos que se comem hoje mudaram drasticamente. Na época de nossas bisavós, o trigo continha quantidades muito baixas de glúten e era colhido uma vez por ano. Agora são projetados grãos para aumentar substancialmente a produtividade e conter características, como maior elasticidade. O ser humano está suscetível às consequências deste aumento de glúten nos grãos e isso se aplica à prevalência da doença celíaca, que aumentou quatro (4) vezes nos últimos quarenta anos (40), é a tendência acedente que se vê em todas as doenças autoimunes.

O trigo é o cereal que contém glúten. Ele sempre está presente na culinária internacional, ou seja, é característico de todo o mundo, pois dá as massas textura, consistência e elasticidade. O glúten está presente em massas, como pão, macarrão, pizza, molho e biscoitos, mas não é um carboidrato e sim uma proteína. O glúten tem a função de deixar a massa mais elástica para ser trabalhada e resistente, além da textura macia. Outra função importante é ajudar no crescimento desses alimentos, pois essa substância ajuda a formar uma camada protetora que não deixa o gás carbônico, formado durante a fermentação, escapar.

Geralmente o glúten é associado apenas às massas, porém está presente em muitos alimentos. Quem não tiver uma informação precisa poderá ingerir a proteína sem saber ao certo. Pode estar em bebidas alcoólicas, como cerveja, que provem de malte e trigo, uísque, vodca, em alimentos industrializados que por ventura usam os mesmos maquinários para alimentos que contém glúten, contaminando assim todos os outros.

Um exemplo claro disso é a aveia que originalmente não contém glúten, mas tem traços da proteína, pois quase sempre é processada, armazenada e transportada com o trigo. Além dos alimentos, remédios e cosméticos também podem conter a proteína, sendo usado como emulsificante ou estabilizantes. Contudo, nesses produtos, não precisam ser informados em sua embalagem se contém ou não.

Os portadores da doença celíaca, originada pelo glúten, precisam ler atentamente a rótulos de medicamentos, cosméticos e através de seus componentes verificarem se tem ou não a substância. Dos alimentos que não contém glúten destacam-se o arroz, milho, quinoa e sorgo, a soja, o feijão, a lentilha, o grão de bico, a ervilha, o amendoim, a mandioca, semente de amaranto e girassol, batata, inhame. Além de frutas e suas respectivas farinhas.

### **3.1 As dificuldades dos celíacos**

Embora seguir uma dieta estritamente isenta de glúten possa parecer fácil, na prática evidencia-se uma série de dificuldades na manutenção da mesma, seja por dificuldade de encontrar os produtos nos mercados, atrativos turísticos, meios de hospedagens e outros, além de ser uma mudança radical em todo hábito de pessoas que convivem com os celíacos, seja no ambiente familiar quanto o social.

A preocupação do celíaco é com o gerenciamento de suas vidas no que diz respeito a não ter escolhas quanto ao que comer ter um trabalho duplo ao preparar refeições e também sempre está atento ao alimento que irá consumir.

Já Lamontagne, citado por Casemiro (2006), em seu estudo que também mostrou diversas preocupações do celíaco, entre as quais: ser obrigado a ler todos os rótulos alimentares, ter que comer pão sem glúten, planejar, tirar férias, ser capaz de comer com a família e amigos, falta de variedade na dieta deles e o medo de que suas crianças desenvolvam a doença.

Segundo Newman, citado por Casemiro (2006), em um estudo feito em Nova York sobre a doença celíaca e o impacto na qualidade de vida, os celíacos relataram que manter uma dieta sem glúten tinha um impacto negativo em seu cotidiano. O impacto negativo foi relatado por oitenta e dois por cento (82%) dos pacientes em relação a viagens, sessenta e sete por cento (67%) relataram que a dieta sem glúten influenciava negativamente na vida da família e oitenta e seis por cento (86%) se referiram ao impacto de jantar fora como impacto negativo.

Justamente com o objetivo de minimizar as dificuldades para seguir uma dieta isenta de glúten é que surgiram as Associações de celíacos, dentre elas a Federação Nacional das Associações de Celíacos no Brasil (FENACELBRA), que tem como objetivo de acordo com o artigo 20 de seu estatuto “a integração, coordenação e representação a nível nacional e internacional, das entidades filiadas voltadas ao atendimento, orientação e a defesa dos direitos e interesses dos celíacos.”.

No Brasil, em virtude das dificuldades para garantir a prática da dieta isenta de glúten, foi promulgada, em mil novecentos e noventa e dois (1992), a Lei Federal número 8.543, que determina a impressão da advertência contém glúten nos rótulos e os que não contêm glúten, também precisam informar isso nas embalagens, garantindo assim, mais confiança aos celíacos. Na Europa e nos Estados Unidos, contém em suas embalagens o símbolo internacional de não contém glúten, representado por um trigo “cortado”, caracterizando o alimento como sem glúten.

Segundo Schutler (2003) há fatores genéticos hereditários relacionados com a intolerância a certos alimentos. Entre eles cabe mencionar três: de caráter biológico, que definem a ausência de determinados alimentos na dieta de diferentes culturas: a intolerância à lactose, à sacarose e ao glúten. No entanto, o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade.

Partindo de elementos similares, distintas culturas preparam sua alimentação de diversas formas. Essa variedade na preparação dos pratos está condicionada pelos valores culturais e códigos sociais a partir dos quais as pessoas se desenvolvem. No ato da alimentação o homem biológico e o homem social ou cultural estão estreitamente ligados e reciprocamente implicados, já que nesse ato pesa um conjunto de condicionamento múltiplo, unido mediante

interações complexas: condicionamentos e regulações de caráter bioquímico, termodinâmico, metabólico ou psicológico; pressões de caráter ecológico; modelos socioculturais, preferências e aversões individuais ou coletivas; sistemas de representações ou códigos (prescrições e proibições, associações e exclusões); “gramáticas culinárias”. Tudo isso influi na escolha, na preparação e no consumo de alimentos.

#### **4. Plano de negócio do aplicativo e selo tripceli**

O projeto será criado pela empresa GB Consultoria, em que irá prestar consultoria nos equipamentos turísticos, como restaurantes, hotéis, aeroportos, dentre outros estabelecimentos gastronômicos que fornecem comida aos turistas, com objetivo de torná-los um comércio que contenham a certificação sobre informar nos cardápios a descrição se contém ou não contém glúten nos alimentos, a fim de proporcionar aos portadores de doença celíaca segurança, com a finalidade de não causar um constrangimento maior, principalmente ao que refere à saúde e bem estar.

Essa consultoria será feita por um turismólogo, que irá analisar a demanda turística do local, se o estabelecimento está bem equipado, se possui uma cozinha ampla e com utensílios separados para a preparação dos alimentos de clientes celíacos e não celíacos, para não ocorrer à contaminação cruzada.

Também analisará os profissionais que trabalham no estabelecimento, visando seu bom atendimento, informação sobre o assunto, receptividade. O nutricionista ficará responsável pela parte do cardápio, analisando as informações nutricionais para introduzir nas especificações dos pratos se contém ou não glúten, além de dar dicas e receitas e pratos.

Depois de realizada a consultoria, o estabelecimento será cadastrado no aplicativo TripCeli, que será uma parceria com uma empresa especializada em *designer* e conhecimento de *software*, a *App Design*. O aplicativo traz uma nova visão da interação turista e estabelecimentos turísticos, apresenta recursos extremamente importantes, para a boa impressão que o local deve trazer ao visitante. Esse aplicativo contará com os estabelecimentos que contratará a GB Consultoria, ajudando assim os celíacos na hora da viagem.

No aplicativo tudo será detalhado, local, cardápio e bebidas sem glúten, trazendo comodidade, conforto, segurança e garantia para os turistas, pois um dos aspectos mais importantes para



um turista é o bem estar e a satisfação. Além de ter um grupo de compartilhamento, com depoimentos de turistas que foram aos restaurantes e as suas avaliações.

Ao passar por essas duas etapas, o comércio irá receber um selo de certificação que será dado de acordo com as avaliações dos clientes, feitas no aplicativo.

De acordo com Beni (1990), o elemento objetivo do fenômeno traduz-se pelo equipamento receptivo e fornecimento dos serviços para a satisfação das necessidades do turista, a que se denomina de Empresa Turística.

Segundo Schutler (2003) a alimentação é um processo consciente e voluntário que se ajusta a diferentes normas segundo cada cultura, e no qual o ser humano é socializado desde o seu nascimento. Desse modo, o conceito de alimentação implica tanto os processos nutritivos comportamentos e normas alimentares.

Acerca que o turismo é uma das práticas mais crescente do mundo e a alimentação um ato de necessidade básica, surgiu à ideia da criação da empresa.

A sensibilidade ao glúten é hereditária e se manifesta naquelas sociedades que se desenvolveram no âmbito das áreas onde se cultivavam cereais, particularmente o trigo. As pessoas que apresentam uma marcada intolerância a alguns cereais (trigo, aveia, centeios e cevada – TACC) estão recebendo mais atenção a cada dia que passa. No entanto, o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade. Partindo de elementos similares, distintas culturas preparam sua alimentação de diversas formas. Essa variedade na preparação dos pratos está condicionada pelos valores culturais e códigos sociais a partir dos quais as pessoas se desenvolvem. (SCHLUTLER,2003)

A GB Consultoria estará localizada em seu escritório comercial, localizada na cidade de Duas Barras, estado do Rio de Janeiro e utilizará o espaço para a realização online, de seus atendimentos. Será criado um plano de negócios para a consultoria, criação do aplicativo e o selo de qualidade, TripCeli, tendo como modelo a cartilha "Como Elaborar um Plano de Negócio", do SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

De acordo com Salim *et. al.*, (2001), plano de negócio é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados financeiros. Conforme Dornelas (2001), o plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto no lançamento de novos empreendimentos quanto no planejamento de empresas maduras.

#### **4.1 Manual da Marca**

A TripCeli é o nome dado ao aplicativo e ao selo de qualidade que a empresa GB Consultoria irá qualificar os estabelecimentos. O nome veio da junção de viagem em inglês (trip) e da palavra Celíaco (Celi), deixando subtendido o sentido do aplicativo e selo, viagem para celíacos.

A seguir, encontra-se a figura 01 do selo e do aplicativo, que são bem semelhantes para poder ter um poder maior de assimilação e propagação pelos clientes.

Figura 01: Selo TripCeli



Fonte: Elaborado pelos autores

O design foi criado com o objetivo de ter uma imagem leve e simples e que o selo remetesse ao aplicativo e vice-versa. O aplicativo irá conter em sua tela inicial, a opção da escolha do local turístico.

Depois de selecionado, irá conter as informações de estabelecimento como telefone, facebook, instagram, opções de cardápio, a média de preço, como chegar ao local, pontos turísticos da cidade, os comentários dos clientes e suas avaliações. Ele será feito para ser usado em smartphones e tablets. Na figura 02 abaixo está a representação do ícone do aplicativo.

Figura 02: Ícone do Aplicativo



Fonte: Elaborado pelos autores

## 5. Conclusão

No contexto atual faz-se necessário discutir a importância da preferência pelo turismo cultural como expressão de cultura e de identidade através da gastronomia. Cada vez mais o turista quer experimentar as comidas típicas de determinada região e por muita das vezes isso é um dos principais motivos de escolha de determinados destinos turístico.

Contudo, vale ressaltar que esse turista não é “igual” a todos os outros. Existe um elevado número de indivíduos que merecem e desejam receber atenção especial no aspecto gastronômico visto que necessitam obter uma alimentação diferenciada devido à doença celíaca.

Porém, é notória a dificuldade que os portadores de doença celíaca sofrem ao planejarem suas viagens e idas a bares e restaurantes, por exemplo. Apesar dos produtos informarem se contém ou não glúten há pouca criatividade e diferencial por parte dos estabelecimentos ou até mesmo a informação por meio de sites se é possível obter alimentos e bebidas sem glúten em determinado local.

Dessa maneira, viu-se a necessidade de dar um atendimento e melhorar a informação para esse grupo de pessoas. Com isso houve o objetivo de implantar o projeto da GB Consultoria visando dar orientações e diretrizes para receber melhor esse perfil de turistas, com a finalidade de atender todo seu conforto e bem estar durante a prática do turismo.

Tudo isso traz um aspecto positivo a atividade turística no geral, conseqüentemente aumentando sua demanda e tornando uma prática de acessibilidade a todos. O uso da

tecnologia para transmitir as informações dos estabelecimentos e conseqüentemente, a criação de uma comunidade que terá um público específico, no caso os celíacos, faz com que o aplicativo tenha credibilidade e seja referência no ramo gerando um movimento maior nos estabelecimentos.

Por fim, este trabalho visa à melhora na qualidade de vida das pessoas celíacas, sendo esta qualidade relacionada diretamente com o turismo. Um atendimento personalizado, no qual o indivíduo\cliente esteja satisfeito gera um ciclo de mais renda, mais satisfação com o serviço oferecido e um aumento no campo turístico levando à expansão da atividade.

## **Referências**

**AZAMBUJA, M. A. Gastronomia como produto turístico**, In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org). Turismo Urbano. São Paulo: Contexto, 2001.

**BARROCO, L. M.; BARROCO, H. E. A Importância da Gastronomia como Patrimônio Cultural no Turismo Baiano**. Revista Eletrônica Turydes, V.1, Nº 2, 2008.

**BENI, Mário Carlos. Sistema de turismo -SISTUR: Estudo do turismo face à moderna teoria de sistemas**. Turismo em Análise. São Paulo: ECAfUS, 1990.

**BENI, Mário Carlos. “A política do turismo”**. IN: **TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (ORG.) Turismo, como aprender, como ensinar**. São Paulo: Senac, 2001.

**BOULLÓN, Roberto C.; Planejamento do espaço turístico**. Tradução: Josely Vianna Baptista, Bauru, SP: EDUSC, 2002.

**CASEMIRO, Jaciara Macho. Adesão à Dieta sem Glúten por Pacientes Celíacos em Acompanhamento no Hospital Universitário de Brasília**. Brasília, 2006.

**CORNER, D. M. R. A Gastronomia como atrativo no turismo cultural In: IV Seminário da pesquisa em turismo do MERCOSUL**. Caxias do Sul, RS: 7 e 8 JUN. 2006.

**DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier, 2001, 10ª tiragem.

**Federação Nacional dos Celíacos:** Disponível em: <<http://www.portalworldcruises.com/2012/12/fenacelbra-reconhece-trabalho-da-msc.html>> Acesso em: 13/09/2016.

**FURTADO**, Fábio Luiz. **A Gastronomia como Produto Turístico**. Revista Turismo, 2004.

**IGNARRA**, Luiz. Renato. **Fundamentos do Turismo**, 2ª. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

**MIRÓ**, M.; Karu Reko. **Antropología Culinaria Paraguaya. Asunción**, Paraguay: 2004. negócios. Rio de Janeiro: Ed.Elsevier, 2004, 10ª tiragem.

**OLIVEIRA**, A. e **CUNHA**, S. **La importancia de la gastronomía en el turismo**. Estudios y Perspectivas en Turismo, 2000.

**OLIVEIRA**, Christian Dennys Monteiro de. **Festas Populares Religiosas e suas dinâmicas espaciais**. 2007.

**OMT**. Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

**Plano de negócios** <Disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)>. Acesso em: 20 /10/2016.

**SALIM**, Cesár Simões; **HOLCHMAN**, Nelson; **RAMAL**, Cecília Andrea; **RAMAL**, Silvina Ana. **Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso**. Rio de Janeiro; Elsevier; 2001.

**SCHUTLER**, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Coleção ABC do Turismo, Aleph, 2003.

**TRAMONTIN**, R. G. M. **Culinária Tropeira e suas potencialidades no turismo dos campos gerais do Paraná: Uma análise nos municípios Castro, Lapa e Bitagi**. Cultura-Revista de Cultura e Turismo ano2-nº2 jul/2008.