

# TEMPERO BAIANO: ANÁLISE DO SETOR DE RESTAURANTES NA CIDADE DO SALVADOR

PAULO PATRÍCIO COSTA<sup>1</sup>  
NOELIO DANTASLÉ SPINOLA<sup>2</sup>

## Resumo

Este texto apresenta a análise de um segmento importante do setor de serviços que não frequenta usualmente as páginas dos estudos acadêmicos. Trata-se do comércio/serviços de alimentação. Ou seja: os restaurantes. Ao destacar a relevância do setor terciário para economia nacional, traz uma abordagem sobre o nascimento do *restaurateur* da napoleônica Paris do século XVIII, e faz uma análise qualitativa a partir de dados estatísticos pesquisados em base de informações da RAIS/CAGED/SEI e IBGE<sup>3</sup> sobre a participação do segmento empresarial de restaurantes no mercado nacional, regional e estadual. Para delinear a situação econômica do setor empresarial de restaurantes de Salvador, constrói um *ranking* comparativo entre as praças de maior destaque gastronômico, efetuando o levantamento do volume de estabelecimentos ativos e promovendo cruzamentos de dados de população, PIB, renda *per capita*, empregabilidade, rentabilidade e formação educacional dos trabalhadores do setor. Entre as 10 principais capitais com maior expressão gastronômica, acaba fazendo uma comparação direta com Porto Alegre, responsável pelos melhores indicadores de empregabilidade no setor nacional.

**Palavras-chave:** Serviços; Comércio de Alimentos; Restaurantes; Salvador; Desenvolvimento Urbano.

## Abstract

This paper presents the analysis of an important segment of the service sector that usually does not attend the pages of academic studies. This is the trade / food services. That is, the restaurants. By highlighting the relevance of the tertiary sector to national economy, an approach brings about the birth of the Napoleonic Paris restaurateur of the eighteenth century, and makes a qualitative analysis of statistical data from respondents on the basis of information from RAIS / CAGED / SEI and on IBGE the participation of the business segment of restaurants in the national market, regional and state levels. To delineate the economic situation of the business sector of restaurants in Salvador, builds a comparative ranking among the most prominent gastronomic squares, making the lift-

ing of the volume of active establishments and promoting cross-checks of population, GDP, per capita income, employment, profitability education and training sector workers. Among the 10 leading gastronomic capitals with the highest expression, just making a direct comparison with Porto Alegre, which has the best indicators of employability in the sector nationally.

**Key words:** Services, Food Shops, Restaurants, Salvador; Urban Development

**JEL Classification:** L80; L81; L66; R11.

## Introdução

Ontologicamente os serviços existem como atividade desde os primórdios da humanidade. Afinal, se educar é um serviço, foram prestadores de serviços vultos ilustres como Buda e Confúcio, Zoroastro e Jesus Cristo e, entre outros, todos os filósofos gregos a partir de Sócrates

<sup>1</sup> Administrador de Empresas. Mestrando em Desenvolvimento Regional e Urbano pela Universidade Salvador (Unifacs).

<sup>2</sup> Economista. Doutor em Geografia – Análise Regional, pela Universidade de Barcelona (ES). Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano (PPDRU) da Universidade Salvador – UNIFACS.

<sup>3</sup> **RAIS** – Relação Anual de Informações Sociais/**CAGED** – Cadastro Geral de Emprego e Desemprego/**SEI** – Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia/**IBGE** - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.



“ A globalização, impulsionada pelo “salto” no ritmo das mudanças nos sistemas de transportes e nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) conduziram a notáveis avanços nos sistemas organizacionais, respondendo pelo esgotamento das estratégias tradicionais de produtividade e pela busca por uma diferenciação competitiva. ”

a Aristóteles ou médicos como o prolixo egípcio Imhotep (que também era arquiteto e engenheiro) e o grego Hipócrates o mais famoso do ramo, conhecido como o pai da arte de curar. E porque não citar a prostituição uma das mais antigas profissões do mundo, aqui no Brasil incluída na Classificação Brasileira de Ocupação (CBO) como a profissão 5198-05, profissional do sexo?

Somente para os economistas nas suas discussões sobre a Teoria do Valor ou as Contas Nacionais é que os serviços primitivamente não foram reconhecidos, como foi o caso dos Fisiocratas e parcela expressiva dos *Clássicos*.<sup>4</sup>

A visão dos clássicos a respeito dos serviços e do seu papel na dinâmica econômica está relacionada fundamentalmente às diferentes concepções a respeito do processo de geração de valor na economia. Especificamente, é um debate entre,

de um lado, a teoria do valor-trabalho, aqui representada por Marx e Smith, cuja ótica de análise está voltada para os aspectos de oferta, em que a produção industrial é o “*hard core*” do sistema econômico —, sobrepondo-se a toda e qualquer atividade intangível como é o caso das atividades de serviço —; e, de outro lado, a teoria do valor-utilidade, aqui representada por Say, Mill e Walras, baseada numa ótica de análise voltada essencialmente para os aspectos de demanda, em que as diferenças técnico-produtivas entre as diversas atividades econômicas —, sejam elas de produção de bens ou de serviços —, não são critérios de definição do caráter produtivo e da relevância econômica das atividades no sistema econômico. (MEIRELLES, 2006, p.120)

O setor serviços, integrante do terciário da economia, uma classificação oriunda dos estudos da econometria, ainda na primeira metade do século XX, é hoje, em todo o mundo, a atividade econômica mais significativa em termos de participação na formação dos produtos internos brutos.

Segundo Kuznets (1983, apud MEIRELLES, 2008, p.23 - 35), a evolução histórica da participação do setor de serviços no produto nacional e na mão-de-obra empregada ao longo dos séculos XIX e XX pode ser dividida em dois períodos distintos: entre 1800 e 1950, período em que o crescimento econômico é liderado pela indústria; e o período pós 1960, a partir do qual os serviços passam a ganhar forte expressão econômica. Meirelles (2008, p.25) afirma que:

[...] a partir da segunda metade do século, o setor de serviços iniciou uma trajetória de crescente participação no produto total das economias desenvolvidas, atingindo no final do período, uma participação média de 65% do produto total. Em contrapartida, a indústria ganhou relativa estabilidade, situando-se num patamar entre 20% e 30% de participação. A agricultura, por sua vez, manteve a tendência de queda,

inaugurada no século anterior, porém, verificou-se uma estabilização a partir dos anos 80, com uma participação média em torno de 3% do produto total.

No Brasil, segundo divulgação do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas – IPEA (2010) os Serviços já empregam 13 milhões de pessoas. Ou seja: um em cada dois empregos criados no Brasil em 2009 foi no setor de serviços. E é nesse segmento da economia que se encontra o campeão das vagas na última década, a categoria dos empregados na área de turismo. Ao todo, os serviços empregam quase tanto trabalhadores quanto o comércio e a indústria somados.

Com o advento da *sociedade pós-industrial* assiste-se em todo o mundo, inclusive em países emergentes como o Brasil, o desenvolvimento intenso das ciências e das tecnologias em geral. A globalização, impulsionada pelo “salto” no ritmo das mudanças nos sistemas de transportes e nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) conduziram a notáveis avanços nos sistemas organizacionais, respondendo pelo esgotamento das estratégias tradicionais de produtividade e pela busca por uma diferenciação competitiva. Tudo isto resultou no incremento dos serviços e na conseqüente passagem do estágio da produção em massa para a *mass customization* e a especialização flexível.

Os serviços passam a ser na sociedade pós-industrial a estrela da economia onde se destaca a importância do capital humano e do capital social – ou relacional derivado da intensa busca por uma nova concepção e visão das empresas, objetivando a criação e extração de valor. São estes capitais que vão potencializar a força dos recursos não materiais (intangíveis).

A conceitualização de serviços tem dado margem a muita polêmica tendo em vista a circunstância destes

<sup>4</sup> Esta discussão foge ao escopo deste trabalho. Uma visão mais ampla pode ser obtida em Meirelles, 2006.

englobarem uma grande variedade de atividades.

Meirelles (2008, p. 32) apresenta uma definição bastante resumida e extremamente objetiva desta atividade. Para ela, **serviço é única e exclusivamente trabalho, mais especificamente trabalho em processo**. A prestação de serviços revela sua natureza contratual na própria etimologia da palavra. Etimologicamente, prestação corresponde à ação de satisfazer, do latim *praestatione*. Do ponto de vista jurídico, prestação é o ato pelo qual alguém cumpre a obrigação que lhe cabe, na forma estipulada no contrato.

Complementarmente se pode considerar que **os serviços constituem atividades de produção de bens intangíveis, frequentemente de consumo imediato e não esto-cáveis**.

Téboul (2002, p. 7) busca uma definição simples citando a revista inglesa *The Economist* que, numa nota de *humour* tipicamente britânico, afirma representar um serviço **“toda coisa vendida no comércio e que não seja possível deixar cair em cima do pé!”**

Existem diversas classificações para a atividade de serviços, va-

riando das acadêmicas até aquelas adotadas pelos organismos oficiais como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e a Secretaria da Receita Federal (SRF). A despeito de se trabalhar neste texto com a classificação oficial, visto que ela é quem vale para as instituições de fomento, far-se-á referência a algumas abordagens acadêmicas como a de Meirelles (2008, p.33) que baseada na sua definição de serviços, anteriormente exposta, classifica os diferentes serviços de acordo como o processo de trabalho desenvolvido. Esta classificação é demonstrada sinteticamente no Quadro 1.

Por seu turno, Corrêa e Caon (2002, p.75) apresentam uma tipologia dos serviços “com base nos contínuos de volume e variedade/customização do serviço”. Estes autores introduzem o conceito de “pacote de valor” em substituição à usual denominação de produtos. Isso porque, segundo eles, na venda de muitos produtos estão embutidos serviços que compõem o seu valor total.

Outra classificação importante dos serviços refere-se àqueles prestados às empresas e que são intensivos em conhecimento. São

conhecidos nos meios de consultoria como KIBS (da sua denominação original *Knowledge-intensive Business Services*). O ponto de partida para o debate com este termo KIBS está no texto de Miles *et al* (1995), intitulado *Knowledge-intensive Business Services: Users, Carriers and Sources ifInnovation*. Nesse trabalho, seus autores discutem a importância do setor de serviços para a economia a partir da centralidade que um grupo de atividades definido como KIBS passa a ter nos últimos anos. Os autores tratam a ideia de conhecimento e tecnologia a partir dos KIBS, bem como avançam no debate sobre KIBS e inovação (tanto a inovação deles mesmos como seu peso em outros setores) nas recomendações de políticas públicas para o desenvolvimento destas atividades. Os KIBS são definidos por eles como serviços às empresas que fornecem funções de informação e conhecimento. (MILES et al., 1995, p. 24). Para os autores, são serviços que dependem fortemente de conhecimento profissional (cientistas, engenheiros, técnicos e experts de todos os tipos), e alguns deles estão envolvidos em mudanças tecnológicas, especialmente relacionadas a tecnologias da informação.

**Quadro 1 – Classificação dos serviços segundo os processos econômicos.**

PROCESSO	TIPO DE SERVIÇO	EXEMPLOS
Trabalho puro	<b>Serviço puro</b> Consiste em realizar um trabalho único e exclusivo. O resultado do processo de trabalho é o próprio trabalho, não há necessariamente um produto resultante.	Serviços domésticos; Serviços de entretenimento e lazer; Serviços de consultoria; Serviços de assistência técnica; Serviços de pesquisa e desenvolvimento de produtos; Serviços de saúde e educação; Serviços governamentais de defesa e segurança, etc.
Transformação	<b>Serviço de transformação</b> Consiste em realizar o trabalho necessário à transformação de insumos e matérias-primas em novos produtos.	Serviços de alimentação; Serviços decorrentes da terceirização de etapas do processo de transformação.
Troca e circulação	<b>Serviço de troca e circulação</b> Consiste em realizar o trabalho de troca e circulação, seja de pessoas, bens (tangíveis ou intangíveis), moeda, etc.	Serviços bancários; Serviços comerciais; Serviços de armazenamento e transporte; Serviços de comunicação; Serviços de distribuição de energia elétrica, água, etc.

Fonte: Meirelles (2008, p.33)

O IBGE a partir de 2007 adotou a Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, o que levou a alterações em suas pesquisas econômicas e ensejou o início de uma nova série continuada de dados. Os sete segmentos apresentados a seguir, nas tabelas do IBGE/CNAE se desdobram em 44 divisões, 123 grupos, 230 classes e 306 subclasses que representam o total das atividades do setor serviços consideradas como atividades econômicas. A Pesquisa Anual de Serviços – PAS do IBGE (2009) investiga as atividades descritas em divisões e classes da CNAE 2.04 relacionadas ao segmento de serviços.

1. **Serviços prestados às famílias** – serviços de alojamento; serviços de alimentação; atividades culturais, recreativas e esportivas; serviços pessoais; e atividades de ensino continuado.
2. **Serviços de informação e comunicação** telecomunicações; tecnologia da informação; serviços audiovisuais; edição e edição integrada à impressão; e agências de notícias e outros serviços de informação.
3. **Serviços profissionais, administrativos e complementares** – serviços técnicos profissionais; alugueis não imobiliários e gestão de ativos intangíveis não financeiros; seleção, agenciamento e locação de mão de obra; agências de viagens, operadores turísticos e outros serviços de turismo; serviços de investigação, vigilância, segurança e transporte de valores; serviços para edifícios e atividades paisagísticas; serviços de escritório e apoio administrativo; e outros serviços prestados principalmente às empresas.
4. **Transportes, serviços auxiliares dos transportes e correio** – transporte ferroviário e metro

ferroviário; transporte rodoviário de passageiros; transporte rodoviário de cargas; transporte aquaviário; transporte aéreo; armazenamento e atividades auxiliares dos transportes; e correio e outras atividades de entrega.

5. **Atividades imobiliárias** – compra e venda de imóveis próprios; intermediação na compra, na venda e no aluguel de imóveis.
6. **Serviços de manutenção e reparação** – manutenção e reparação de veículos automotores; manutenção e reparação de equipamentos de informática e comunicação; e manutenção e reparação de objetos pessoais e domésticos.
7. **Outras atividades de serviços** – serviços auxiliares da agricultura, pecuária e produção florestal; serviços auxiliares financeiros, dos seguros e da previdência complementar; e esgoto, coleta, tratamento e disposição de resíduos e recuperação de materiais.

É de se observar que no âmbito do Sistema Estatístico, a PAS tem por objetivo fornecer informações dos segmentos produtivos **não financeiros** para o Sistema de Contas Nacionais. Por motivos não explicados pelo IBGE, exclui também, os serviços de saúde e contempla parcialmente a área educacional.

Atentando especificamente para as nossas peculiaridades regionais podemos considerar a seguinte estrutura para os serviços:

- a) Serviços tradicionais: serviços pessoais (jurídicos, educação, médicos especialistas, dentistas, cabeleireiros, cafés, restaurantes, oficinas);
- b) Serviços modernos: serviços prestados às empresas (tecnologia da informação (TI), centros de pesquisa, consultorias seniores)

- c) Casos atípicos: grandes equipamentos de serviços de massa (hotéis, hospitais, parques de recreação)

Santos (1979) considerava o espaço urbano dividido em dois circuitos, um superior e outro inferior, onde se situam, respectivamente, as atividades de alta e baixa-renda. O circuito superior originou-se diretamente da modernização tecnológica e seus elementos mais representativos hoje são os monopólios. O essencial de suas relações ocorre fora da cidade e da região que os abrigam e tem por cenário o país ou o exterior. O circuito inferior, formado de atividades de pequena dimensão e interessando principalmente às populações pobres, é, ao contrário, bem enraizado e mantém relações privilegiadas com sua região.

Os serviços prestados pelo circuito inferior sustentam a economia urbana de cidades como Salvador, ocupando parcela majoritária da sua população que opera em grande parcela na informalidade. São serviços oferecidos pela população de renda baixa, culturalmente herdados ou fruto da oportunidade de mercado, tais como:

- Serviços domésticos
- Serviços autônomos de manutenção e reparos
- Serviços de costura e confecções diversas
- Serviços de beleza
- Serviços religiosos (notadamente os afro)
- Serviços de biscate
- Serviços de transporte e segurança
- Serviços de alimentação

O quadro seguinte fornece uma informação mais detalhada da distribuição dos serviços.



**Quadro 2 Distribuição e peculiaridade dos serviços**

	Circuito Superior	Circuito Inferior
Tecnologia	capital intensivo	trabalho intensivo
Organização	burocrática	primitiva
Capitais	importantes	reduzidos
Emprego	reduzido	volumoso
Assalariado	dominante	não-obrigatório
Estoques	grande quantidade e/ou alta qualidade	pequena quantidade
Preços	fixos (em geral)	qualidade inferior submetidos à discussão entre comprador e vendedor ( <i>haggling</i> )
Crédito	bancário institucional	pessoal não-institucional
Margem de lucro	reduzida por unidade, mas importante pelo volume de negócios (exceção produtos de luxo)	elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios
Relações com a clientela	impessoais e/ou com papéis	diretas, personalizadas
Custos fixos	importantes	desprezíveis
Publicidade	necessária	nula
Reutilização dos bens	nula	frequente
<i>Overhead capital</i>	indispensável	dispensável
Ajuda governamental	importante	nula ou quase nula
Dependência direta do exterior	grande, atividade voltada para o exterior.	reduzida ou nula

Fonte: Santos (1979, p. 34)

O segmento de restaurantes no contexto de serviços

A literatura não é clara em relação ao enquadramento do setor de restaurantes como sendo industrial ou de serviços, visto que este segmento envolve muita transformação em seu composto produtivo. Não obstante a classificação industrial para o segmento de restaurantes é imediatamente desconsiderada visto que os processos de transformação não podem ser enquadrar sob muitos aspectos ao da indústria. Contudo na divisão comércio *versus* serviços é mais complexa de se estabelecer uma divisão conceitual delimitadora. O misto serviços/comércio ou comércio/serviços, como queiram, define melhor a atividade de restaurante, visto que as duas atividades coexistem e completam-se.

Na PAS o IBGE considera o setor de acordo com a CNAE 2.0 nas categorias agregadas 56.1-Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas e serviços ambulantes de alimentação; e 56.2 - Serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada.

Classificações a parte, na prática quando um consumidor/cliente procura um restaurante, busca satisfazer uma necessidade, que pode ser definida segundo Limeira (2003, p. 4) como um estado de carência e privação sentido por uma pessoa, que provoca a motivação para o consumo. A necessidade inata é inerente à natureza humana e não se esgota. A necessidade adquirida é derivada do ambiente cultural e social e pode ser esgotada. Ocorre que estas necessidades, no aspecto alimentar são intangíveis, e podem variar muito de acordo com o poder de compra e a condição social de cada consumidor, que somente os serviços podem atender (conveniência, status, satisfação de desejos, socialização, mimos, etc.), além das necessidades básicas (MASLOW, 1954). Maslow esclarece ainda que a necessidade é moldada por um **desejo** que “é a *vontade que os indivíduos têm de satisfazer as suas*

“As necessidades moldadas por desejos serão atendidas essencialmente na ação da prestação de serviços, pois embora o segmento de restaurantes ofereça um composto significativo de venda de produto acabados (comércio), o atendimento é formatado...”

*necessidades de uma determinada maneira”.*

As necessidades moldadas por desejos serão atendidas essencialmente na ação da prestação de serviços, pois embora o segmento de restaurantes ofereça um composto significativo de venda de produto acabados (comércio), o atendimento é formatado pelos desejos intangíveis da procura/preferência sentida pelo consumidor. Assim, somente será possível a sua plena satisfação no diferencial de serviços. Os institutos de pesquisa têm, basicamente, o mesmo entendimento.

Segundo Spang (2003) na França, tradicionalmente vinculada à comida, o moderno termo **restaurante** era traduzido, por volta do Século XVIII como *restaurater* que transmitia a idéia de restauração. Isto porque era um hábito popular os fregueses sentarem-se em suas mesas e pedir em um caldo (o *consumê*) para “restaurar as forças”. No final daquele século o

<sup>5</sup> Vinde a mim, vós que trabalhais, e restaurarei vosso estomago.

<sup>6</sup> Preparo composto com vários ingredientes ensopados à base de um tipo de carne.

“  
O surgimento dos restaurantes no Brasil acompanha o período da urbanização, na medida em que o ato de alimentar-se ao longo do dia foi se tornando cada vez mais difícil de ser praticado em casa. As jornadas de trabalho, as distâncias maiores entre o local de trabalho...”

restaurante passou a ser visto como um **espaço social urbano**. Até então quando se falava em restaurante, à idéia que se tinha era a de restaurar.

Ainda segundo Spang, em torno de 1765, um parisiense conhecido por Boulanger abriu seu estabelecimento, nele colocando a seguinte legenda: *venid ad me ommis qui stomacho laboratis, ego restaurado vos*,<sup>5</sup>. Seu caldo um *regoût*<sup>6</sup>, tinha o poder de reestabelecer as forças das pessoas debilitadas.

Em 1782, Antoine Beauvilliers fundou o primeiro restaurante, nos moldes atuais. Chamava-se “Grande Taverne de Londres”, localizado na Rua de Richelieu, em Paris. Permaneceu 20 anos sem rival (PITTE, 1998).

O surgimento dos restaurantes no Brasil acompanha o período da urbanização, na medida em que o ato de alimentar-se ao longo do dia foi se tornando cada vez mais difícil de ser praticado em casa. As jornadas de trabalho, as distâncias maiores entre o local de trabalho e a residência, o tráfego intenso das cidades levaram as pessoas a fazerem refeições fora de

casa. É a mesma necessidade prática que fazia, no passado, com que os restaurantes fossem construídos à beira das estradas, em casas de pouso, locais onde viajantes e passantes paravam para restaurar as forças. (MELO, 2009).

A chegada da corte portuguesa ao Brasil, em 1808, com seus hábitos europeus, e exigências próprias do seu paladar, impulsionou o surgimento dos restaurantes no país. A abertura dos portos (com a possibilidade de importação de novos ingredientes e especiarias) também teve sua parcela de contribuição para o desenvolvimento do setor. Foi na Corte, no Rio de Janeiro, que apareceram os mais importantes restaurantes, instalados em hotéis, e também como estabelecimentos independentes, chamados de leiterias ou confeitarias. O mais antigo do Rio de Janeiro ainda em funcionamento é o Bar Luiz, fundado em 1887, na Rua da Carioca. Outro ícone da cidade em atividade fica na Rua Gonçalves Dias é a Confeitaria Colombo, de 1894 e grande tradição cultural.

Melo (2009) afirma que em 1881 foi fundado o restaurante italiano O Carlino (Rua Vieira de Carvalho – centro de São Paulo), impulsionado pela imigração italiana, oferecendo no cardápio massas, pizza e vinho.

Brillat-Savarin (1825, p.279) em seu livro *A fisiologia do gosto*, diz que: *Restaurateur é aquele cujo comércio consiste em oferecer ao público um festim sempre pronto, e cujos pratos são servidos em porções a preço fixo, a pedido dos consumidores*. Savarin analisa com admiração o empreendedor (anônimo) que concebeu o primeiro restaurante comercial moderno da seguinte forma:

“...poucos já pararam para pensar que o homem que criou o primeiro restaurante deve ter sido um gênio

e um profundo observador da natureza humana.” p.279[...] “Enfim, apareceu um homem de tino que percebeu que uma causa tão ativa não podia permanecer sem efeito; que, reproduzindo-se a mesma necessidade diariamente as mesmas horas, os consumidores iriam em massa até lá, onde teriam certeza de satisfazer agradavelmente essa necessidade”.[...] “Esse homem pensou ainda em muitas outras coisas fáceis de adivinhar. Ele foi o criador dos restaurantes, e estabeleceu uma profissão que chama a fortuna sempre que exercida com boa-fé, ordem e habilidade.” (BRILLAT-SAVARIN, 1825, p.280)

Dos tempos de Savarin pra cá, vários modelos de restaurantes apareceram, muitas variáveis econômicas foram acrescentadas ao setor; o caldo da sua complexidade tornou-se substancialmente espesso; as técnicas de produção, que vão da semente posta na terra até o cafezinho junto com a conta na mesa do restaurante, foram exaustivamente reinventadas; a profissionalização do trabalho e do empreendedor foram intensamente lapidadas; os seus recursos foram universalmente ampliados; e o gosto ficou cada vez mais diversificado, com público dia-a-dia mais exigente.

Atualmente seria quase impossível imaginar a vida moderna sem a conveniência e a disponibilidade dos *restaurateur*. Para a economia é indispensável, pelo prazer que proporciona aos amantes de boa mesa, pelo seu valor econômico motriz de emprego e renda; pelo desenvolvimento.

Os serviços de alojamento e alimentação<sup>7</sup> não ocupam uma posição de destaque na formação do PIB baiano. Com uma participação equivalente a 3,1% em 2009 não reflete o potencial turístico do Estado e da cidade do Salvador, tendo mantido praticamente estagnada esta posição no período de 2002/2009.

<sup>7</sup> A RAIS, CAGED e SEI, só oferecem informações quantitativas num limite de desagregação de dados que incorpora o setor hoteleiro (*Serviços de alojamento e alimentação*).

**Tabela 1 – Índice de participação setorial no PIB do Estado da Bahia 2002-2009**

Ranking	Tipo de Atividade	Ano							
		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Indústria de Transformação	15,9	15,8	16,5	16,9	15,8	14	13,1	13,2
2	Administração, saúde e educação públicas	16,3	16,1	15,2	15,8	17	16,6	16,9	16,9
3	Comércio/serviços manutenção e reparação	10,5	11,3	11,6	11,1	11,5	13,4	13,8	13,8
4	Atividades imobiliárias e aluguel	9,6	9,4	8,9	8,4	8,5	8,2	8,6	8,2
5	Construção Civil	7,2	6,4	7	8,2	7,4	7	7,2	7,5
6	Agricultura e Exploração Florestal	8,1	7,9	8,6	6,5	5,8	6,8	6,6	5,8
7	Transportes, armazenagem e correio	4,1	4,3	3,9	4,3	4,6	4,5	5,1	4,8
8	Financeira, seguros e previdência	4,9	3,9	3,4	3,8	3,9	4	3,6	4
9	Serviços prestados às empresas	3,1	3,6	3,9	3,8	3,9	4,9	4,1	4
10	Eletricidade e gás, água, esgoto limpeza urbana	4,4	5,2	5,5	5,4	5,4	5,4	5,4	3,9
11	<b>Serviços de alojamento e alimentação</b>	<b>2,4</b>	<b>2</b>	<b>2,2</b>	<b>3</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>3,1</b>
12	Saúde e educação mercantis	3,8	3,7	3,5	3	3,2	3,1	3	2,9
13	Serviços às famílias e associativos	2,1	1,9	1,9	2	2,3	2,2	2,1	2,2
14	Serviços de informação	2,8	3,2	2,8	2,9	2,9	2,7	2,5	2,1
15	Pecuária e Pesca	2,4	2,7	2,3	2,1	2,1	1,8	1,9	1,9
16	Serviços Domésticos	1,2	1,1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4
17	Indústria Extrativa Mineral	1,3	1,4	1,7	1,7	2,1	1,8	2,3	1,1
	<b>Total</b>	-	-	-	-	-	-	-	<b>100</b>

Fonte IBGE/SEI

Observa-se, contudo, nos dados colhidos na RAIS, à existência de uma forte correlação entre os dados do adensamento populacional e os do segmento de restaurantes em todo o País. Assim assumiu-se a hipótese de que este segmento de Salvador possa ser analisado através da comparação com os seus congêneres do mercado nacional e do mercado interno baiano.

Em termos nacionais o estado da Bahia ocupava o 7º lugar no *ranking* dos estabelecimentos ativos em 2010, com 6.266 restaurantes, refletindo uma participação de 4,14 no quantitativo do País.

**Tabela 2 - Ranking de estabelecimentos, segundo a divisão de: restaurantes, serviços de alimentação e bebidas - Brasil – 2010.**

Ranking	Unidade Federal	Total	Part. % País
1	São Paulo	48.603	32,11
2	Minas Gerais	17.749	11,73
3	Rio de Janeiro	14.013	9,26
4	Rio Grande do Sul	12.137	8,02
5	Paraná	11.457	7,57
6	Santa Catarina	9.498	6,27
7	<b>Bahia</b>	<b>6.266</b>	<b>4,14</b>
8	Distrito Federal	4.021	2,66
9	Goiás	4.014	2,65
10	Pernambuco	3.600	2,38
11	Outros	19.999	13,21
	Brasil	151.393	100,00

Fonte: IBGE/RAIS

Segundo a RAIS o mercado baiano possui 6.266 restaurantes, sendo que a sua capital Salvador, com 2.619 estabelecimentos, absorve 41,80% do total.

De modo geral as cidades com maior número de restaurantes seguem a lógica do adensamento populacional característico da natureza econômica do setor. Contudo algumas alterações podem ocorrer pela forte presença de outros fatores que influenciam a demanda de serviços, como a população flutuante que amplia sazonalmente a procura vez que atraída pelo grau de centralidade das cidades que exercem uma força gravitacional em relação aos centros periféricos e outros mais distantes em função da sua natureza e peculiaridades (centro político, administrativo e jurídico, centro de negócios, turismo, educação, saúde etc.). A cultura e os hábitos consolidados com o suporte do nível da renda *per capita* constituem outro elemento atracional que se contrapõem à regra meramente quantitativa.

A geografia também exerce a sua influência. Cidades que não são litorâneas – não possuem praias – tendem a possuir mais restaurantes. A praia constitui uma alternativa de lazer acessível para todas as camadas da população e nela prospera um comércio de alimentos ao ar livre, normalmente informal que afasta a população dos restaurantes. Este é o caso, em termos nacionais, de cidades como Belo Horizonte, Brasília, Curitiba e Porto Alegre todas com menor adensamento populacional e que superam Salvador (a 3ª capital mais populosa do Brasil com 2.668.405 habitantes em 2010 segundo o IBGE) em número de restaurantes.

Os fatores precitados são válidos também ao nível municipal, tomando-se por base o impacto da atividade turística e da periferização habitacional. O primeiro impacta pela população flutuante e o segundo pela tendência da construção da 2ª residência e fuga da moradia no congestionado centro urbano. Na

Bahia, Porto Seguro é um exemplo categórico da primeira tendência ao confrontar o fato de estar na 13ª posição em termos populacionais, e ocupar a 3ª posição no *ranking* dos restaurantes. Lauro de Freitas, conurbado a Salvador, espelha o segundo caso, por ser o 9º em população, e ocupar o 5º lugar no total de restaurantes ativos do estado. Neste caso específico ainda constitui fator locacional aspectos de disponibilidade e custo espacial.

**Tabela 3 - Restaurantes, serviços de alimentação e bebidas, nos principais municípios da Bahia – 2010**

Ranking	Município	Total	Part. % Estado
1	Salvador	2.619	41,80
2	Feira de Santana	380	6,06
3	Porto Seguro	289	4,61
4	Vitoria da Conquista	238	3,80
5	Lauro de Freitas	181	2,89
6	Ilhéus	173	2,76
7	Itabuna	168	2,68
8	Camaçari	129	2,06
9	Juazeiro	93	1,48
10	Barreiras	90	1,44

Fonte: RAIS

Entre todos os fatores que impactam sobre a localização e instalação de restaurantes está a disponibilidade de recursos, ou seja: a renda da população.

Considerando que a alimentação fora do lar, em linhas gerais, representa um custo maior que a refeição doméstica, este hábito terá maior força cultural entre as sociedades com melhor condição econômica e social, devido ao seu impacto nos orçamentos familiares e, obviamente, o setor empresarial de restaurantes terá maior desenvolvimento nas localidades de maior renda.

Salvador é uma metrópole classificada como extremamente pobre, em termos nacionais. E esta pobreza consegue barrar impulsos positivos decorrentes dela ser um centro turístico de grande projeção além de exercer fortes efeitos gravitacionais no território estadual. É o que se pretende demonstrar a seguir.

O quadro 3 elaborado em 2012, pela Comissão para Definição da Classe Média no Brasil da Secretaria de Estudos Estratégicos da Presidência da República, apresenta uma síntese das classes de rendimento do País.

**Quadro 3 – Brasil – Classes de Renda Familiar (2012)**

Classe	Renda Familiar média (R\$/mês)
Extremamente pobre	227,00
Pobres, mas não extremamente	648,00
Vulnerável	1.030,00
Baixa classe média	1.540,00
Média classe média	1.925,00
Alta classe média	2.813,00
Baixa classe alta	4.845,00
Alta classe alta	12.988,00

Nota: Valores expressos em R\$ de abril de 2012

Fonte: Estimativas produzidas com base na Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD).



Na cidade do Salvador a população que compõe os extratos que vão da extrema pobreza até a média classe média soma 1.699.144 pessoas (64% da população total da cidade). Com uma renda familiar que vai até R\$ 1.925,00 é válido supor que estas pessoas não possuem condições de freqüentar restaurantes.

Assim sendo, se compararmos a distribuição social da renda de Salvador com a de Porto Alegre, (Tabela 4) pode-se inferir que o grau de desigualdade entre as duas capitais contribui, independente de outros fatores, para que esta supere consideravelmente aquela em termos do número de restaurantes.

**Tabela 4 - População residente, partic. e variação per., por classe social – Salvador X Porto Alegre – 2010.**

Classes Sociais	Salvador - 2010		Porto Alegre - 2010	
	População	Part. %	População	Part. %
Extremamente Pobre	225.441	8,4	47.682	3,4
Pobre	196.018	7,3	41.214	2,9
Vulnerável	477.875	17,9	119.573	8,6
Baixa Classe Média	396.797	14,9	139.013	9,9
Média Classe Média	403.283	15,1	184.887	13,2
Alta Classe Média	342.384	12,8	226.856	16,2
Baixa Classe Alta	381.818	14,3	357.429	25,6
Alta Classe Alta	244.789	9,2	281.576	20,1
<b>Total</b>	<b>2.668.405</b>	<b>100,0</b>	<b>1.398.230</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Demográfico: dados da amostra, 2000/2010.

Nota 1: Classe Social conforme a Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, SAE/PR.

Nota 2: População residente: exclusive parcela com renda domiciliar per capita nula.

Na capital gaúcha entre a população classificada como extremamente pobre e a média classe média existem 532.369 pessoas (38,07% da população total da cidade). Nesta a classe alta, de modo geral, representa 45,7% da população total enquanto em Salvador este número é de 23,5%.

O valor social do trabalho é um principio tratado desde o artigo 1º e 170 da Constituição Federal, até uma vastidão de literatura na área dos recursos humanos. Seu exame conceitual não cabe no reduzido espaço deste trabalho. Mas pode-se dizer que existe uma grande relação entre este valor e a satisfação obtida pelo trabalhador no exercício do trabalho. Ressaltadas algumas exceções e patologias, pode-se dizer que quanto maior o salário, maior a satisfação do trabalhador e, para ele, maior o valor social do trabalho. Isto tem reflexo direto na qualidade do trabalho desempenhado. Quanto mais satisfeito

está o trabalhador, mais receptivo estará para o treinamento e o aprendizado assim como para dispensar um bom tratamento aos usuários dos seus serviços. Quando o valor social do trabalho é baixo, não lhe pesa muito a perda pela demissão. Tudo isto aqui é dito para acentuar que em Salvador o valor social do trabalho é muito baixo. Não fossem elementos culturais<sup>8</sup> que contribuíram para certa docilidade e bom-humor dos “serviçais” baianos o tratamento dispensado aos clientes nos restaurantes da capital baiana seriam muito piores.

Na Tabela 5, que reflete o ranking nacional dos municípios em relação aos salários pagos pelos restaurantes, vemos que Salvador despenca da tabela das 10 principais cidades, indo ocupar a 17ª posição no ranking nacional geral. A cidade que melhor

remunera é Porto Alegre, que chega a pagar mais que o dobro dos salários de Salvador.

**Tabela 5 - Rendimento médio dos trabalhadores formais nos restaurantes, serviços de alimentação e bebidas – Capitais – 2010.**

Ranking	Capital	Vínculo Ativo
1	Porto Alegre	1.405,49
2	São Paulo	915,36
3	Florianópolis	874,71
4	Cuiabá	796,88
5	Vitória	785,31
6	Rio de Janeiro	762,78
7	Brasília	770,24
8	Curitiba	797,41
9	Goânia	759,20
10	Belo Horizontes	725,56
...	...	...
<b>17</b>	<b>Salvador</b>	<b>675,52</b>

Fonte: IBGE

Quando se busca entender o baixo desempenho do segmento empresarial de restaurantes em Salvador e a qualidade ruim dos seus serviços, percebe-se claramente como o valor social do trabalho para o empregado é muito baixo. Para ele, perdê-lo não significa um grande prejuízo, afinal através dele não consegue um grau razoável de satisfação das suas necessidades e expectativas pessoais e como a regra de pagar mal é uniforme no segmento, o *turnover* é intenso. O recrutamento também se faz nas classes de renda mais baixa da população. O baiano, de modo geral, vê com bastante preconceito as atividades ligadas aos serviços de alimentação consideradas próprias das classes de baixa renda. Por isto mesmo, no cruzamento de dados salariais com o grau de instrução, considerando a média salarial paga para os trabalhadores sem curso superior, o segmento de restaurantes de Salvador cai ainda mais, ocupando a 19ª posição no ranking nacional de capitais. O primeiro, sob esta ótica de análise, continua sendo a capital gaúcha.

<sup>8</sup> Não cabe aqui um estudo sociocultural e antropológico do povo baiano. A respeito ver Spinola (2004)

**Tabela 6- Rendimento médio do trabalhador dos restaurantes, serviços de alimentação e bebidas segundo o grau de instrução – Capitais – 2010.**

Capital	Analfabeto	Ensino Fundamental Incompleto	Ensino Fundamental Completo	Ensino Médio Incompleto	Ensino Médio Completo	Educação Superior Incompleta	Educação Superior Completa	Total
1 Porto Alegre	678,02	802,75	809,94	875,20	1.009,86	4.319,29	6.037,42	1.405,49
2 São Paulo	867,22	926,49	899,12	874,38	872,79	1.392,14	2.122,58	915,36
3 Florianópolis	777,30	826,29	850,09	789,73	882,39	1.035,09	1.324,39	874,71
4 Curitiba	686,50	743,92	760,96	741,16	822,32	1.041,85	1.456,12	797,41
5 Cuiabá	804,10	755,18	738,72	842,54	775,53	996,62	1.411,56	796,88
6 Vitória	778,82	739,40	786,72	754,81	776,08	1.047,45	1.363,05	785,31
7 Brasília	652,48	743,86	725,74	721,54	767,86	1.051,64	1.940,16	770,24
8 Rio de Janeiro	675,05	735,19	729,18	715,19	753,87	1.241,96	1.990,67	762,78
9 Goiânia	703,76	693,48	739,04	758,54	764,24	843,65	1.184,21	759,20
10 Porto Velho	671,74	717,39	732,42	718,46	733,17	694,55	1.393,16	734,24
... ..	...	..	...	...	...	...	...	...
19 Salvador	664,28	652,20	659,80	605,67	672,81	916,68	1.698,22	675,52

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) – Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), 2010. Dados sistematizados

Ao proceder-se uma análise com recorte da empregabilidade nos postos de trabalho ocupados por trabalhadores com nível superior e assumindo-se que a escolaridade influencie na qualidade do serviço prestado, observa-se um grande hiato na qualidade da mão de obra empregada entre as duas capitais. Enquanto a soma dos postos de trabalhos ocupados por profissionais de nível superior em Porto Alegre fica em aproximadamente 60% do total de vínculos ativos, no segmento empresarial de Salvador é menor que 10% da massa trabalhadora. Registre-se, como uma consequência natural que Porto Alegre tem mais trabalhadores ganhando salários acima de R\$ 10 mil (282 trabalhadores) do que toda a soma de empregados de nível superior empregados em Salvador (245 trabalhadores), onde o rendimento máximo se concentra em até R\$ 4,8 mil.

É bem verdade que Porto Alegre em termos de remuneração aos trabalhadores do setor de restaurantes, está muito acima da média nacional, superando inclusive a cidade de São Paulo.

**Tabela 7 – Comparativo de rendimentos Salvador/Porto Alegre**

Trabalhadores com nível superior / Restaurantes	Salvador		Porto Alegre	
	Absoluto	Partic %	Absoluto	Partic %
Rendimentos entre R\$ 268,88 a 1.165,94	105	4,0	113	4,12
Rendimentos entre R\$ 1.165,94 a 4.754,99	127	4,8	572	20,83
Rendimentos entre R\$ 4.754,99 a 9.839,47	11	0,4	671	24,44
Rendimentos entre R\$ 9.839,47 a 30.177,40	2	0,1	282	10,27
Total ativo com Nível Superior	245	9,4	1638	59,65
Total Geral Absoluto	2619	100,0	2746	100,00

Fonte: IBGE/RAIS

Fazendo uma análise de indicadores síntese entre Porto Alegre e Salvador, em relação à ocupação de postos de trabalho por trabalhadores com nível superior temos a seguinte tabela comparativa:

**Tabela 8 – Comparativo Porto Alegre / Salvador**

	Porto Alegre- RS	Salvador-BA
Mínimo:	R\$ 268,68	R\$ 172,97
Máximo:	R\$ 30.177,40	R\$ 16.850,00
Desvio Padrão (9):	3.944,17	1.706,94
Média Aritmética Simples(10):	R\$ 6.037,42	R\$ 1.698,22
Ocorrências(11):	1.638	245
Estoque de Trabalhadores	22.962	22.480
Número Estabelecimentos Ativos	2.619	2.746
População estimada 2010	1.436 mi	4 mi
Renda per capita / Posição no ranking	R\$ 26.312,45 (4 <sup>a</sup> )	R\$ 10.948,50 (10 <sup>a</sup> )

<sup>9</sup> **Desvio Padrão:** Estabelece a distribuição média dos rendimentos. Medida de dispersão. Quanto menor o indicador significa que os rendimentos são mais homogêneos.

<sup>10</sup> **Média Aritmética** = Massa Salarial / Numero absoluto de trabalhadores ativos

<sup>11</sup> **Ocorrências** de trabalhadores com nível superior

Salvador supera Porto Alegre apenas em população. Dado que, numa análise mais crítica, não reflete em nenhuma vantagem, exceto pelo o fato de que, talvez, com uma população menor o quadro sotero-politano seria ainda pior. No comparativo direto entre Porto Alegre e Salvador, a capital gaúcha leva vantagem em todos os indicadores. Assim, enquanto Salvador dispõe de 2.619 restaurantes para uma população total de 2.668.405 habitantes, uma relação de 1.019 habitantes por restaurante, Porto Alegre dispõe de 2.746 restaurantes para 1.398.230 habitantes, ou seja, uma relação de 509 habitantes por restaurante. O dobro da flexibilidade de atendimento baiana. Coincidentemente a renda per capita, de Porto Alegre é mais que o dobro da de Salvador, o que significa que o seu mercado é mais favorável para o segmento de restaurantes em comparação com o de Salvador. Embora Porto Alegre seja significativamente menor em população que Salvador e possuindo um número superior de restaurantes, emprega menos trabalhadores no segmento. Esta situação indica que os porto-alegrenses conseguem ser mais produtivos e obter melhores resultados com um volume de capital humano menor que o sotero-politano. Certamente o valor social do capital para estes empregados é melhor, implicando diretamente em melhor qualidade dos serviços.

### Considerações finais

Para que o mercado empresarial de restaurantes de Salvador venha a oferecer um serviço de restaurantes que corresponda à sua condição de 3ª metrópole mais populosa do Brasil, e a sua posição de importante cidade turística do País é necessário que uma verdadeira revolução ocorra na estrutura urbana da cidade e no segmento em especial.

O mercado empresarial de restaurantes de Salvador até que oferece uma boa oferta de postos de trabalho, em comparação com a média nacio-

nal e regional, mas o problema está na qualidade deste emprego, que se situa na 19ª posição em termos de valor da remuneração do setor o que se reflete na prestação dos serviços pela sua mão de obra muito mal qualificada. É baixíssimo o volume de empregados com nível superior.

Embora faltem informações importantes como o faturamento setorial, percebe-se que o segmento de restaurantes de Salvador sofre uma estagnação no seu ritmo de crescimento, que conseqüentemente a leva a perder espaço na participação e na relevância nacional do setor.

Duas amostras significativas dos restaurantes e respectivas especialidades existentes na cidade do Salvador são apresentadas pela Emtursa, e pela revista *Veja – Salvador*. Na análise das informações contidas nestas fontes observa-se que a cozinha regional (nordestina, baiana e de frutos do mar) perde espaços a olhos vistos. Os restaurantes de “comida a quilo” vêm aumentando exponencialmente seu quantitativo explorando o crescimento *do business service* na cidade. As cozinhas italiana, gaúcha, oriental e internacional são majoritárias. Este fato decorre das transformações por que passa a cidade do Salvador a partir dos últimos 30 anos com a instalação dos parques industriais químico/petroquímico e automobilístico na sua periferia.

O afluxo considerável de técnicos e operários e outras categorias profissionais oriundas das regiões Sul e Sudeste e o retorno de migrantes reciclados que antes partiram para o Sudeste em busca de novas oportunidades, segundo a SEI, tem contribuído para modificar os hábitos e costumes da cidade, abalando inclusive as suas venerandas tradições culturais. Salvador vai aos poucos se distanciando da sua cultura afro e também vai perdendo a sua criatividade musical transformando-

-se num grande dormitório dos trabalhadores industriais forâneos, que remunerados em patamares superiores aos pagos à grande massa local de peões, ditam as modas e as preferências, habilmente farejadas pelo mercado. Como diria Octávio Mangabeira a seu respeito: “Salvador é uma péssima mãe, mas uma excelente madrastra”.

Existe, é claro, um grupo seletivo de bons restaurantes típicos, mas existem muitos problemas a merecer cuidados, notadamente no que se refere à culinária típica baiana que, além de enfrentar a concorrência das outras cozinhas, chegadas com o cosmopolitismo da velha capital baiana, padece de deficiências (na qualidade dos pratos e no padrão dos serviços) que são resultantes dos estrangulamentos no suprimento de insumos, da entrada e saída no setor de pequenos empresários sem capacitação gerencial e da falta de mão-de-obra qualificada.

A pesquisa realizada pela equipe do Gecal<sup>12</sup>, em 2011, identificou uma queixa comum entre os comerciantes desse ramo de negócios quanto à baixa qualidade do fornecimento de insumos, falta de padronização e escassez dos produtos, preços altos, descontinuidade no suprimento e falta de profissionalismo. Aqueles que possuem maiores recursos importam os produtos que processam da região Sudeste, como é o caso de frutos do mar e carnes. Os de menor porte adquirem seus insumos na Bahia, em mão de intermediários que os importam do interior de estado e de outras regiões do país. O fato é que as deficiências de abastecimento constituem um elemento importante na elevação dos preços dos produtos finais.

A taxa de mortalidade dos negócios é considerável, dada à inconsistência e infidelidade da clientela, normalmente muito exigente e atraída pelo fenômeno da moda.

<sup>12</sup> Grupo de Estudos da Economia Cultural de Salvador - GECAL

O setor carece de um cadastramento rigoroso e de um programa de assistência técnica que deveria envolver os organismos de fomento da Prefeitura e do Estado.

Uma medida muito importante consistiria no estabelecimento de um selo de qualidade e um guia anual de restaurantes típicos que funcionaria como uma referência para os turistas (principalmente) e um mecanismo para estimular a busca de qualidade pelo setor.

## Referências

BRILLAT - SAVARIN, Jean-Anthelme. **Fisiologia do Gosto** – São Paulo: Cia da Letras, 2009.

BOLETIM IPEA N° 172(2010). Serviços já empregam 13 milhões de pessoas. Disponível em: <[www.ipea.gov.br/sites/000/2/.../12/.../Mailing368.htm](http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/.../12/.../Mailing368.htm)>. Acesso em: 26 set 2010.

CORREA, Henrique L; CAON, Mauro. **Gestão de Serviços**. São Paulo: Atlas, 2002.

FISCHER, A. G. (1939). Production, primary, secondary and tertiary. **Economic Record**, June.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2009). Pesquisa Nacional de Serviços – PAS 2009, Rio de Janeiro: IBGE. (v. 11).

KUZNETS, S. **Crescimento Econômico Moderno**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Coleção Os Economistas)

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. Administração das comunicações de marketing. In: DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MASLOW, Abraham. **Motivation and Personality**. NY: Harper, 1954.

MEIRELLES, Dimária Silva e Limeira. O conceito de serviços. **Revista de Economia Política**, v. 26, n. 1, p. 119-136 jan./mar. 2006.

MEIRELLES, Dimária Silva e Limeira. Serviços e desenvolvimento econômico: características e condicionantes. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**: ano 10, n. 17, jan. 2008.

MELO, Josimar. **Guia Josimar Melo 2009**. São Paulo: DBA, 2009.

MILES, Ian; KASTRINOS, Nikos. **Knowledge-Intensive Business Services: Users, Carriers and Sources of Innovation**. Manchester: University of Manchester, 1995.

PITTE, Jean-Robert. Nascimento e expansão dos restaurantes. In: \_\_\_\_\_. **História da alimentação**. Direção de Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari. Tradução de Luciano Vieira Machado e Guilherme J. F. Texeira]. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. 885p

SANTOS, Milton. **O espaço dividido**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1979.

SPANG, Rebeca L. **A invenção do restaurante**. Tradução de nota assessoria Rebeca L. Spang. Rio de Janeiro: Record, 2003. 391p.

TEBOUL, J. A. **A era dos serviços: uma nova abordagem de gerenciamento**. São Paulo: Qualitymark, 2002.

VIDIGAL, Tania Maria. Administração das comunicações de marketing. In: DIAS, Sérgio Roberto (Coord.). **Gestão de marketing**. São Paulo: Saraiva, 2002.



# UNIFACS

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

Programa em Sistemas e Computação  
(Mestrado Acadêmico e Mestrado Profissional)

[www.unifacs.br](http://www.unifacs.br)  
Tel.: (71) 3273-8528