PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Curso de Administração

Eduardo Henrique de Lima

A INFLUÊNCIA DO CHURRASCO DEFUMADO AMERICANO EM ANDRADAS: UMA PESQUISA DE MERCADO

Poços de Caldas
2024

Eduardo Henrique de Lima

A INFLUÊNCIA DO CHURRASCO DEFUMADO AMERICANO EM ANDRADAS: UMA PESQUISA DE MERCADO

Trabalho de Conclusão de Curso presentado ao Curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, campus Poços de Caldas, como requisito para obtenção de aprovação em Trabalho de Conclusão de Curso em Administração.

Orientadora: Profa. M.Sc. Maria Teresa Mariano

Poços de Caldas
2024

Eduardo Henrique de Lima

A INFLUÊNCIA DO CHURRASCO DEFUMADO AMERICANO EM ANDRADAS: UMA PESQUISA DE MERCADO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, campus Poços de Caldas, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof.ª M.Sc. Maria Teresa Mariano

Prof.ª M.Sc. Maria Teresa Mariano - PUC Minas (Orientadora)

Prof.ª Ma. Maria José Scassiotti de Souza – PUC MINAS (Banca Examinadora)

Dedico este trabalho à minha família, pelo amor, paciência e apoio constante em cada etapa desta caminhada.
Aos amigos que estiveram presentes, compartilhando palavras de incentivo e compreensão nos momentos mais desafiadores.
E a todos os professores e colegas que, direta ou indiretamente, contribuíram para o meu crescimento pessoal e acadêmico. Este trabalho é fruto de persistência e auxílio de todas as pessoas que estiveram ao meu lado durante essa jornada.

AGRADECIMENTOS

Esse Trabalho de Conclusão de Curso só foi possível graças ao apoio e à colaboração de diversas pessoas e instituições, às quais expresso minha mais profunda gratidão.

Aos meus pais, pelo amor, apoio incondicional e incentivo em cada etapa da minha formação.

À minha orientadora, Maria Teresa Mariano pelo direcionamento, paciência e conhecimentos compartilhados, que foram essenciais para a realização deste trabalho.

Aos professores e colegas do curso, por todas as trocas de experiências, aprendizados e momentos que tornaram esta caminhada mais leve e enriquecedora, especialmente a professora Maria José Scassiotti de Souza, por ter me auxiliando e acreditado em minhas ideias empreendedoras dentro do mundo do churrasco defumado americano.

Aos participantes e colaboradores que contribuíram para a realização deste estudo.

Por fim, àqueles que, direta ou indiretamente, estiveram ao meu lado durante esta etapa, meu mais sincero agradecimento.

“O sucesso na vida não é tanto sobre o que você faz, mas sobre como você lida com as oportunidades.”

— Jim Collins

RESUMO

O trabalho analisa a viabilidade para implementação da venda do churrasco defumado americano na cidade de Andradas, Minas Gerais, considerando aspectos culturais, econômicos e sociais. A pesquisa investigou as preferências dos moradores em relação aos tipos de carne, critérios de escolha e familiaridade com o estilo americano. Os resultados mostram que a picanha é o corte mais apreciado, seguido por costela e linguiça, enquanto a qualidade é o fator decisivo na escolha, valorizado por 83,1% dos entrevistados. Embora 52,3% desconheçam o churrasco americano, 61,5% demonstraram interesse em experimentá-lo, indicando um potencial para diversificação do mercado gastronômico local. Além disso, a análise evidenciou a importância de estratégias de adaptação para alinhar o estilo americano às tradições locais, considerando a forte conexão dos moradores com o churrasco brasileiro como evento social e cultural. A introdução do churrasco americano pode agregar valor ao mercado local, oferecendo novas experiências gastronômicas e fomentando o turismo, desde que mantidos altos padrões de qualidade. Assim, a fusão de influências internacionais e práticas locais apresenta uma oportunidade de inovação na gastronomia de Andradas, contribuindo para o fortalecimento da economia regional.

Palavras-chave: Churrasco defumado americano. Viabilidade. Pesquisa de Mercado.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo de Pessoas entrevistadas **25**

Gráfico 2: Idade dos Entrevistados **27**

Gráfico 3: Faixa de renda **27**

Gráfico 4: Frequência de Consumo **28**

Gráfico 5: Local de Consumo **29**

Gráfico 6: Tipos de Carnes Preferidas **30**

Gráfico 7: O que mais valoriza em um churrasco? **31**

Gráfico 8: Você conhece o Churrasco Defumado Americano? **32**

Gráfico 9: Motivos para escolha do Churrasco Defumado Americano **33**

Gráfico 10: Locais de Preferência **34**

Gráfico 11: Caso não conheça, gostaria de degustar? **35**

Gráfico 12: Quais cortes do Churrasco Defumado Americano você mais gosta? **39**

Gráfico 13: Qual dos seguintes nomes de empreendimentos passaria mais credibilidade na hora de adquirir produtos relacionados ao Churrasco Defumado Americano? **40**

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Vista cidade de Andradas **14**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10
1.1 Objetivos 11
1.1.1 Objetivo geral 11
1.1.2Objetivos específicos 11
1.3 Justificativa 12
2. CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE ANDRADAS 13
3. REFERENCIAL TEORICO 15
3.1 A alimentação mundial: uma reflexão sobre a história 15
3.2 Hábitos alimentares no Brasil 16
3.3 Hábitos alimentares dos Estados Unidos 17
3.4 Churrasco 18
3.5 Origem do Churrasco Gaúcho 19
3.6 Churrasco Brasileiro X Churrasco Defumado Americano 20
3.7 Origem do Churrasco Defumado Americano - American Barbecue 21
4. METODOLOGIA 25
5. RESULTADOS E DISCUSSÃO 26
5.1 Pessoas entrevistadas 26
5.2 Idade dos Entrevistados 27
5.3 Faixa de renda 29
5.4 Frequência de consumo 30
5.5 Local de consumo 31
5.6 Preferências por Tipos de Carne 32
5.7 Critérios de Escolha: Qualidade, Preço e Indiferença 33
5.8 Familiaridade com o Churrasco Americano 34
5.9 Motivos para escolha do Churrasco Defumado Americano 35
5.10 Consumo e Experiência 36
5.11 Interesse em Experimentar o Churrasco Defumado Americano 38
5.12 Quais cortes do Churrasco Defumado Americano você mais gosta? 39
5.13 Qual dos seguintes nomes de empreendimentos passaria mais credibilidade na hora de adquirir produtos relacionados ao Churrasco Defumado Americano? 40
6. CONCLUSÃO 42

REFERÊNCIAS 46

ANEXO 1 - Pesquisa sobre a influência do churrasco defumado americano em Andradas. 48

1 INTRODUÇÃO

O churrasco é uma tradição cultural enraizada, que vai além de ser uma simples forma de preparo de alimentos. A prática de assar carnes em fogo aberto remonta aos tempos dos povos indígenas sul-americanos e, mais tarde, foi aprimorada pelos gaúchos no sul do Brasil, onde ganhou características que hoje são sinônimo de hospitalidade e celebração. Este estilo de churrasco tornou-se uma marca registrada do Brasil, especialmente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, onde o fogo de chão e o espeto de metal são métodos clássicos para o preparo de cortes de carne bovina, suína e ovina. O ato de reunir amigos e familiares em torno da churrasqueira representa uma celebração da união e do prazer pela boa comida, enraizando o churrasco em eventos sociais e datas comemorativas. (Montenegro, 2018)

No churrasco, a carne é o elemento central, especialmente cortes como picanha, maminha, costela e alcatra, acompanhados de linguiça e frango. Os acompanhamentos, como farofa, arroz, salada de maionese e vinagrete, variam de região para região, mas o elemento fundamental é a simplicidade do tempero – geralmente limitado ao uso de sal grosso. O churrasco valoriza o sabor natural da carne, que é realçado pelo calor da brasa, criando uma textura suculenta e um sabor característico. Esta forma de churrasco tornou-se tão popular que ultrapassou fronteiras regionais e hoje é praticada em todo o país, com adaptações e variações locais. (Ferreira, 2020)

Nas últimas décadas, contudo, o churrasco começou a ser influenciado por outros estilos, especialmente pelo churrasco americano, conhecido como *"barbecue"* (ou BBQ). Nos Estados Unidos, o barbecue é uma prática que varia de acordo com a região, sendo o estilo de defumação lento, com molhos e temperos complexos, uma de suas características mais marcantes. Enquanto o churrasco foca no uso direto do calor das brasas, o barbecue americano, especialmente nos estados do sul como *Texas, Carolina do Norte e Tennessee*, é conhecido por defumar a carne por várias horas, conferindo sabores mais intensos e utilizando madeiras específicas, como nogueira ou carvalho, para adicionar aromas únicos. (Smith, 2013)

Essa influência americana chegou ao Brasil de diferentes maneiras, especialmente através da globalização e da disseminação de informações via internet, programas de televisão, e concursos de churrasco. Nos últimos anos, houve um aumento significativo no interesse por técnicas americanas de defumação, uso de molhos barbecue e até mesmo cortes de carne pouco comuns no churrasco tradicional brasileiro, como o *brisket* (peito bovino) e as costelas ao estilo americano. Além disso, o uso de equipamentos como defumadores e grelhas mais sofisticadas

tornou-se mais comum em eventos de churrasco, modificando a maneira como muitos brasileiros abordam a preparação da carne. (Harris, 2015)

A introdução de técnicas americanas no churrasco brasileiro, no entanto, não apagou a essência do estilo nacional, mas sim criou uma fusão de tradições que enriquece ainda mais a prática. Embora o churrasco continue valorizando o preparo simples e direto das carnes, muitos adeptos estão experimentando temperos mais complexos e novos métodos de cozimento, ampliando a experiência gastronômica. Esse intercâmbio culinário mostra como a globalização pode influenciar as tradições locais, sem necessariamente desvirtuá-las, mas sim oferecendo novas possibilidades de experimentação e evolução cultural no preparo de um dos pratos mais simbólicos do Brasil.

Penna (2005) define que o churrasco defumado americano consiste em submeter um alimento sobre a fumaça em temperatura controlada para obter textura, aroma, sabor e durabilidade. Com base nesse contexto, uma cidade no interior do Sul de Minas Gerais, com 40.553 habitantes, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022), será aceita essa diferença de sabores, texturas, aromas e durabilidade que o churrasco defumado americano proporciona em relação aos sabores de churrasco que são de conhecimento rotineiro da população?

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

- Levantar/Analisar a percepção do andradense quanto ao consumo do churrasco americano defumado.

1.1.2 Objetivos específicos

- Realizar o levantamento do público-alvo da pesquisa, identificando características demográficas e socioeconômicas dos consumidores locais de churrasco.
- Levantar a percepção dos consumidores em relação ao churrasco defumado americano por meio de uma pesquisa quantitativa, analisando fatores como aceitação, frequência de consumo e comparação com o churrasco tradicional brasileiro.
- Analisar os dados coletados para identificar tendências e padrões de consumo, além de avaliar o potencial de popularização do churrasco defumado americano na região.

1.3 Justificativa

Para o autor esse trabalho se faz muito importante devido ao prazer de realizar esse tipo de churrasco e a esperança de conseguir empreender na cidade de Andradas com essa área da alimentação. Ao decorrer de 4 longos anos, o autor está empenhado no aprimoramento de suas habilidades e preparação do churrasco defumado americano, buscando garantir a entrega de um produto com a melhor qualidade possível para os seus clientes. A paixão pela realização desse tipo de churrasco e a vontade de empreender, foram motivos que cativaram o autor a dedicar seu esforço e seu tempo para esse tema.

Para a academia, é um tema ainda pouco explorado, tornando-se diferenciado para se explorar em uma pesquisando, auxiliando futuramente possíveis novos pesquisadores que se interessem pelo tema.

Para o mercado e a sociedade, é a introdução de novos sabores dos rotineiros, servindo como um caminho para novos horizontes de negócios relacionados ao churrasco defumado americano.

2. CARACTERIZAÇÃO DA CIDADE DE ANDRADAS

Andradas é uma cidade charmosa localizada no interior de Minas Gerais, caracterizada por sua riqueza cultural, diversidade econômica e beleza natural. Com cerca de 40.500 habitantes em 2024, a cidade se destaca por seu clima ameno e desenvolvimento constante. A economia local é diversificada, abrangendo agricultura, vinicultura, pecuária e um crescente setor turístico impulsionado pelas belas paisagens naturais e pelas festividades tradicionais. (https://www.andradas.mg.gov.br/)

A história de Andradas remonta ao final do século XVIII, quando foi inicialmente habitada por fazendeiros e, mais tarde, fortemente influenciada pela imigração italiana no século XIX, que trouxe novas técnicas agrícolas e fortaleceu a produção de vinhos. Esse legado permanece, e a cidade é famosa por suas vinícolas e pela tradicional Festa do Vinho, que celebra a cultura e o trabalho dos produtores locais, atraindo visitantes de diversas regiões. (https://www.andradas.mg.gov.br/)

Culturalmente, a cidade preserva uma forte identidade mineira, mas com influências italianas que se refletem na culinária e no cotidiano dos moradores. Pratos típicos da região incluem o famoso pão de queijo e o queijo artesanal, além do tradicional churrasco, que é muito valorizado pelos moradores em encontros familiares e eventos sociais. As festividades locais, como a Festa de São Sebastião, reforçam o espírito comunitário e a rica herança cultural da cidade, além de fomentar o turismo. (https://www.andradas.mg.gov.br/)

A infraestrutura de Andradas tem se desenvolvido para acomodar tanto o crescimento econômico quanto a demanda turística. A cidade possui rodovias que facilitam o acesso de visitantes, além de uma rede de saúde em expansão e um sistema educacional que atende a população local. Além disso, a prática de esportes de aventura, como trilhas e ciclismo, ganha cada vez mais popularidade entre os visitantes e moradores, que aproveitam as belas paisagens naturais e o clima favorável da região. (https://www.andradas.mg.gov.br/)

No âmbito social, a cidade também valoriza a sustentabilidade e a alimentação saudável, com diversas iniciativas para incentivar o consumo de produtos locais e a agricultura familiar, contribuindo para a qualidade de vida dos habitantes. Andradas é conhecida pelo uso de ingredientes frescos em sua culinária e pelo cultivo de frutas, hortaliças e outros produtos agrícolas que complementam a economia local.

A cidade continua a evoluir, equilibrando o desenvolvimento econômico com a preservação das tradições culturais e o compromisso com o bem-estar de sua população. Assim, Andradas é um exemplo de como uma cidade do interior pode prosperar sem perder suas raízes,

oferecendo uma qualidade de vida acolhedora para os seus moradores e uma experiência rica e autêntica para quem a visita. (https://www.andradas.mg.gov.br/)



Figura 1: Vista cidade de Andradas

Fonte: https://www.descubraandradas.com.br/cidade

3. REFERENCIAL TEORICO

3.1 A alimentação mundial: uma reflexão sobre a história

Os hábitos alimentares ao redor do mundo estão profundamente ligados aos recursos naturais e culturais de cada região, além de serem moldados pela economia e pela disponibilidade de alimentos. A gastronomia mundial reflete uma rica diversidade de ingredientes, técnicas e costumes que variam conforme fatores como o clima, a geografia e a proximidade de fontes alimentares, como o mar. Esses fatores determinam o tipo de agricultura e pesca disponível em cada local, o que, por sua vez, influencia o que as populações consomem. (Mezomo, 1994).

A relação entre alimentação e cultura é evidente, pois os hábitos alimentares são parte integrante das tradições e identidades de diferentes sociedades. Além disso, esses hábitos sofrem a influência do poder econômico de cada região. Nos países desenvolvidos, há uma maior oferta de alimentos, muitas vezes levando a dietas ricas em calorias e com excessos. Em contraste, nos países em desenvolvimento, a falta de recursos resulta em insegurança alimentar e desnutrição, exacerbada pela pobreza e pelas dificuldades de acesso a alimentos de qualidade.

Historicamente, o comércio internacional desempenhou um papel fundamental na disseminação de alimentos e especiarias pelo mundo. As grandes navegações e a exploração de novos territórios permitiram a troca de ingredientes entre continentes, modificando profundamente as dietas locais. Alimentos trazidos da América, como o milho, a batata e o cacau, provocaram uma verdadeira revolução nos padrões alimentares europeus, enquanto a cana-de-açúcar e as especiarias do Oriente enriqueceram as mesas de várias civilizações.

A distribuição de alimentos, no entanto, é bastante desigual ao redor do mundo, criando grandes disparidades entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. Nos primeiros, há abundância de oferta alimentar, mas o consumo nem sempre é nutricionalmente adequado, podendo ocorrer excessos. Já nos países em desenvolvimento, a escassez de alimentos, aliada à falta de recursos financeiros e educativos, leva a problemas de fome e subnutrição (Monteiro, 1996; Pekkanivew, 1975).

A análise da evolução histórica dos hábitos alimentares revela as interações entre povos e culturas, bem como as influências do comércio, invasões e conquistas. Na Antiguidade Clássica, os gregos e romanos já mantinham um comércio robusto de plantas comestíveis e especiarias com o Extremo Oriente (Garcia, 1995). A Idade Média viu o comércio de

especiarias ressurgir após o domínio árabe sobre o Mediterrâneo, resultando em novos intercâmbios culturais e alimentares entre diferentes regiões do mundo (Medved, 1981).

Na Idade Contemporânea, com o avanço das descobertas técnico-científicas, os costumes alimentares passaram por significativas mudanças. Novos produtos e técnicas agrícolas, como a mecanização e a genética, permitiram uma maior produção e diversificação alimentar (Abreu, 2000). As viagens marítimas dos séculos XV e XVI também contribuíram para essa transformação, trazendo à Europa novos alimentos, como o tomate, a batata e o milho, que revolucionaram a culinária da época (Mezomo, 1994; Garcia, 1995; Ornellas, 1978).

Além das inovações tecnológicas e comerciais, o desenvolvimento urbano e a industrialização também tiveram impacto nos hábitos alimentares. A urbanização, por exemplo, facilitou o acesso a alimentos industrializados e de alta densidade energética, ao mesmo tempo que reduziu a necessidade de gasto energético, o que resultou em problemas de saúde, como obesidade e hipertensão (Comité Nacional de los Estados Unidos, 1992).

Mudanças nos hábitos alimentares podem ser observadas em diversos países, especialmente no Brasil, onde as políticas de desenvolvimento têm favorecido a adoção de um modelo de consumo baseado em padrões ocidentais. Monteiro (1996) destaca que, embora a fome extrema seja restrita a certas regiões rurais, principalmente no Nordeste, a subnutrição ainda é um problema relevante, afetando principalmente a população mais pobre.

Esses desafios, combinados com questões como a pobreza e a desigualdade na distribuição de alimentos, revelam a importância de uma compreensão global e histórica dos hábitos alimentares.

3.2 Hábitos alimentares no Brasil

Os hábitos alimentares no Brasil têm passado por grandes transformações nas últimas décadas, especialmente devido ao impacto da urbanização, das mudanças no estilo de vida e da crescente influência da globalização sobre a cultura alimentar. Nesse contexto, é importante entender como esses fatores afetam o cotidiano das famílias e a saúde da população. (Abreu, 2000)

O ambiente familiar desempenha um papel crucial na formação dos hábitos alimentares. Desde cedo, as crianças adquirem preferências alimentares a partir das opções fornecidas pelos pais e responsáveis, que são os principais responsáveis pela nutrição dos filhos nos primeiros anos de vida. Essas escolhas refletem valores culturais, crenças e aspirações da família, sendo fundamentais para a saúde e o bem-estar da criança. (Philippi, 1992)

Contudo, a partir do momento em que as crianças começam a frequentar a escola, são expostas a novos alimentos e padrões alimentares, influenciados por colegas e pela oferta de alimentos nas cantinas escolares. Isso pode gerar conflitos entre os hábitos alimentares ensinados em casa e os praticados no ambiente escolar, nem sempre saudáveis. Nessa fase, a influência dos pais ainda é relevante, mas a independência da criança em fazer escolhas alimentares começa a se desenvolver, o que torna essencial a educação alimentar. (Ornellas, 1978)

3.3 Hábitos alimentares dos Estados Unidos

No início do século XX, os Estados Unidos da América tornaram-se um destino atrativo para milhões de imigrantes em busca de melhores oportunidades de vida. Segundo Lee et al. (2014), a imagem de uma "terra de oportunidades" promovida pelos EUA contribuiu significativamente para esse grande fluxo migratório. Diversos grupos culturais minoritários encontraram espaço dentro da cultura dominante, formando o que Silva e Brandim (2008) definem como multiculturalismo. Este fenômeno resulta em identidades híbridas, conforme apontado por Canen e Xavier (2016), e está fortemente vinculado ao processo de globalização pós-Segunda Guerra Mundial, quando milhões de pessoas deixaram seus países de origem em busca de melhores condições de vida.

Essa convivência multicultural exigiu adaptações culturais, incluindo na alimentação, como observa Kittler et al. (2008). Devido à diversidade de culturas presentes nos Estados Unidos, o sistema alimentar do país foi progressivamente transformado. As quatro principais cozinhas étnicas que se destacam nesse contexto, de acordo com Lee et al. (2014), são a cozinha mexicana, italiana, asiática e africana. A imigração mexicana, por exemplo, teve um impacto significativo, especialmente nos estados do Texas, Califórnia, Arizona e Novo México. Durand et al. (2000) explicam que o grande fluxo migratório de mexicanos ocorreu principalmente entre 1910 e 1920, com a demanda por trabalhadores na agricultura e mineração. O fenômeno Tex-Mex, descrito por Martynuska (2017), é um exemplo de como a culinária mexicana foi adaptada ao paladar americano, transformando-se em um símbolo da fusão entre as duas culturas.

A imigração europeia também desempenhou um papel crucial na formação da identidade multicultural dos Estados Unidos, com destaque para a influência da cozinha italiana. Segundo Cavaioli (2008), dois grandes fluxos migratórios de italianos ocorreram entre 1880 e 1920, e depois da Segunda Guerra Mundial. A busca por uma vida digna e por um governo que respeitasse os direitos individuais foi uma das principais motivações desses

imigrantes. A gastronomia italiana, além de ser apreciada pelo sabor, tornou-se um símbolo de união familiar. Cinotto (2001) observa que, inicialmente restrita às comunidades italianas, a cozinha italiana foi amplamente incorporada pela classe média americana. Hoje, cadeias de restaurantes como o Olive Garden são um exemplo da popularidade da culinária italiana nos EUA, contando com centenas de unidades em todo o país (Statista, 2020). A pizza, em particular, tornou-se um dos pratos mais icônicos, sendo prevista como tão popular quanto os hambúrgueres nos anos 1950 (Cinotto, 2001).

A imigração asiática, principalmente de chineses e japoneses, também moldou a cultura alimentar americana. De acordo com Dunigan (2017), os primeiros imigrantes chineses trabalharam na construção de ferrovias e nas minas de ouro, enfrentando adversidades, incluindo discriminação racial. A criação do Ato de Exclusão dos Chineses em 1882, que proibiu a imigração desses trabalhadores, só foi revogada em 1943, durante a Segunda Guerra Mundial. A adaptação da culinária asiática aos gostos ocidentais, com a "americanização" dos pratos, foi essencial para sua aceitação pela população americana. Lee et al. (2014) descrevem esse processo como a introdução de mais frituras e a substituição de ingredientes não comuns no Ocidente. A culinária chinesa, inicialmente rejeitada devido a estereótipos negativos e questões sanitárias (Chen, 2017), tornou-se a gastronomia étnica mais popular nos EUA nos anos 1980, em parte por sua acessibilidade econômica e pelo exotismo que atraiu a curiosidade dos consumidores.

Assim, a formação de um sistema alimentar multicultural nos Estados Unidos reflete as complexas dinâmicas de imigração e adaptação cultural ao longo dos séculos. A interação entre diferentes tradições culinárias e o contexto sociopolítico moldou o que hoje conhecemos como a gastronomia americana multicultural. Cada grupo étnico contribuiu com ingredientes, técnicas e sabores que foram adaptados, mesclados e, eventualmente, integrados à cultura dominante, criando uma cozinha diversificada que simboliza o espírito multicultural do país.

3.4 Churrasco

O churrasco, segundo Paixão Cortes, pode ser chamado tanto de "churrasco" quanto de "assado", dependendo da região do Rio Grande do Sul. Enquanto o termo "churrasco" é mais popular em Porto Alegre e em todo o Brasil, com um enfoque comercial, "assado" predomina no interior do estado. A lógica se repete com os termos "churrasqueiro" e "assador". O estilo gaúcho de churrasco destaca-se por sua simplicidade, sem grandes complexidades no preparo, em contraste com pratos tradicionais de outras regiões e países (MACIEL, 1996).

A essência do churrasco gaúcho reflete a história e a cultura do Rio Grande do Sul, sendo uma tradição profundamente enraizada no cotidiano da região. No interior, especialmente, o churrasco preserva seu caráter comunitário, com a reunião de amigos e familiares ao redor do fogo de chão. Essa forma de preparo, que remete aos primórdios da ocupação da região, é uma parte importante da identidade cultural gaúcha.

Além disso, a prática do churrasco evoluiu ao longo do tempo, incorporando novos temperos e técnicas, sem perder a essência de simplicidade e convivência que a caracteriza. O ato de assar a carne no fogo, sem muitos artifícios, valoriza o sabor natural e a qualidade da carne, refletindo a abundância de gado na região ao longo da história.

Essa tradição, além de ser um símbolo de hospitalidade, também fortalece laços sociais, pois o churrasco não é apenas uma refeição, mas uma ocasião para encontros e celebrações. Portanto, o churrasco gaúcho não é apenas uma refeição, mas um ritual cultural que une simplicidade, sabor e convivência.

> [. . .] ele nada mais é do que carne assada sobre brasas, [mas] possui um forte valor simbólico, [sendo] uma manifestação eloquente, ou seja, uma prática cultural significativa para a sociedade riograndense, expressando julgamentos e valores bem como formas de sociabilidade e de organização grupal [. . .] (Maciel, 1996, p. 34)

O churrasco, conforme questionado por alguns, não é limitado apenas ao ato de assar e consumir a carne. Segundo Maciel (1996, p. 36), essa atividade se estende para além disso, envolvendo uma organização social ao redor do evento. O churrasco começa muito antes da carne ser colocada na grelha e envolve todo o planejamento, o convívio entre os participantes e a preparação coletiva do ambiente. Assim, ele vai além de um simples ato culinário, tornando-se uma experiência cultural e social que une as pessoas em um ritual comunitário.

3.5 Origem do Churrasco Gaúcho

O churrasco, como é conhecido hoje, não sempre ocupou o lugar de destaque na cultura gaúcha. De acordo com Penna (2005), suas primeiras referências remontam ao século XVIII, período em que gaúchos caçavam gado selvagem após a destruição dos Sete Povos das Missões. Inicialmente, a carne era consumida apenas localmente, enquanto o couro e o sebo tinham valor comercial (Maciel, 1996). O churrasco evoluiu ao longo dos anos, passando de um alimento

simples para um símbolo cultural, especialmente com a chegada dos imigrantes italianos que introduziram temperos (Penna, 2005).

O churrasco também está profundamente associado à figura do gaúcho. Conforme Meira (2002), o termo "gaúcho" surgiu em 1750 para designar indivíduos marginalizados. Com o tempo, a figura do gaúcho foi idealizada, principalmente com o surgimento do Movimento Tradicionalista Gaúcho em 1966. Este movimento ajudou a consolidar a imagem do gaúcho como corajoso e ligado a práticas como o churrasco e o chimarrão. Assim, o churrasco, antes apenas um meio de alimentação, ganhou um significado social e simbólico, destacando-se também pelo ritual de preparo.

Hoje, o churrasco é visto como uma prática coletiva, carregada de tradições e rituais, demonstrando que, mesmo com a modernidade, certos costumes alimentares não apenas sobreviveram, mas se fortaleceram com o tempo. O preparo do churrasco, mais do que o simples ato de consumir carne, reflete a identidade e a herança cultural de uma região.

3.6 Churrasco Brasileiro X Churrasco Defumado Americano

O churrasco brasileiro e o americano possuem diferenças marcantes que refletem as culturas e tradições de cada país. No Brasil, o churrasco tem origem no Rio Grande do Sul e é assado em grelhas ou espetos, predominantemente utilizando carvão. Os cortes preferidos são a picanha, maminha e fraldinha, acompanhados por farofa, vinagrete e o famoso pão de alho. Já nos Estados Unidos, o churrasco envolve cortes mais duros, como costelas e peito bovino, que são cozinhados lentamente em defumadores. O uso de molhos, especialmente o barbecue, é comum para realçar o sabor das carnes. Entre os acompanhamentos, milho, batata e saladas de repolho ganham destaque. Além disso, o churrasco americano varia de região para região, sendo mais popular no sul dos Estados Unidos. (Penna, 2005)

Enquanto o churrasco brasileiro prioriza o sabor natural da carne com temperos simples, como sal grosso, o americano explora diversas técnicas de defumação e temperos mais complexos. A evolução do churrasco no Brasil foi influenciada principalmente pelos imigrantes italianos e suas técnicas de preparo, que foram adaptadas à cultura local, tornando o churrasco um evento social tradicional no país. Nos Estados Unidos, a cultura do churrasco começou com os nativos e se desenvolveu ao longo dos anos, incorporando influências de várias regiões e estilos, como o Texano, que é um dos mais conhecidos. (Montenegro, 2018)

Ambos os estilos têm suas características únicas, e a popularidade do churrasco em ambas as nações é uma celebração do prazer de compartilhar uma refeição preparada com

paciência e dedicação. Seja na grelha ou no defumador, o churrasco é um símbolo de convivência social e apreciação pela boa comida, com sabores distintos que encantam paladares ao redor do mundo.

3.7 Origem do Churrasco Defumado Americano - American Barbecue

O American Barbecue é uma tradição culinária enraizada na cultura dos Estados Unidos, com origens que remontam às tribos indígenas da América do Norte. A técnica foi adotada e aperfeiçoada pelos colonos ingleses e africanos escravizados nos séculos XVII e XVIII, consolidando-se como parte da vida social americana. Inicialmente, esses eventos aconteciam na Virgínia e logo se expandiram para os estados do Sul, como as Carolinas, Geórgia, Tennessee e Kentucky. Além de ser uma refeição, o barbecue também tinha forte apelo social e político, especialmente antes da Guerra Civil, quando políticos os utilizavam como plataformas para se conectarem com a população, promovendo causas ou ganhando apoio. (Harris, 2015)

O legado do *American Barbecue* também está intrinsecamente ligado à escravidão nos EUA, uma vez que os africanos escravizados desempenhavam um papel crucial na criação e aprimoramento das técnicas de cozimento que deram forma ao barbecue moderno. Esses festivais, para os quais os escravizados cozinhavam, reforçavam as hierarquias sociais da época, pois enquanto produziam a comida, eram os servidos. No entanto, após a emancipação, o barbecue se tornou uma parte significativa da cultura afro-americana, servindo como um símbolo de celebração da liberdade e da união dentro dessas comunidades.

A diversidade regional do *barbecue* nos EUA é notável, com cada estado do Sul desenvolvendo variações distintas de preparo, tempero e cortes de carne. O Texas, por exemplo, é conhecido por seu foco em carne bovina, especialmente peito defumado, enquanto as Carolinas são famosas por suas carnes suínas, acompanhadas de molhos à base de vinagre ou mostarda. Cada estilo tem uma rica tradição e legado cultural, reforçando o barbecue como uma prática que atravessa classes sociais e gerações, mantendo-se um importante evento comunitário. (Moss, 2020)

Atualmente, o *American Barbecue* continua a ser um símbolo de unidade e celebração nos Estados Unidos, unindo pessoas de diferentes origens em torno de um prato comum. Seja em festivais regionais, eventos familiares ou grandes competições, o *barbecue* permanece uma tradição viva que celebra tanto a diversidade quanto a história compartilhada do país. Mesmo com o passar do tempo, a relevância social e cultural do *barbecue* segue intacta, funcionando

como uma ponte entre o passado e o presente, conectando gerações por meio da comida e da convivência. (Harris, 2015)

3.8 A importância da pesquisa de mercado

A pesquisa de mercado é uma ferramenta estratégica crucial para as organizações, pois possibilita a coleta de informações detalhadas sobre o ambiente em que operam ou planejam atuar. Através desse levantamento, as empresas podem obter insights sobre consumidores, concorrentes e fornecedores, informações essenciais para uma tomada de decisão mais precisa e eficaz. Quanto mais dados uma organização tiver sobre o mercado, melhor será sua capacidade de adaptação, inovação e competitividade.

Em um cenário onde a concorrência é intensa, a pesquisa de mercado não apenas ajuda as empresas a identificarem oportunidades, mas também a antecipar desafios e tendências que podem afetar seu desempenho. Compreender o mercado e seu dinamismo é fundamental para traçar estratégias que permitam o crescimento sustentável e a manutenção de um bom posicionamento. Essa análise do ambiente externo proporciona uma visão ampla dos padrões de consumo e das demandas emergentes, tornando-se um pilar no planejamento estratégico de qualquer negócio.

Além disso, a pesquisa de mercado facilita a análise de fenômenos e comportamentos de compra que podem ocorrer em determinados períodos ou contextos, ajudando a empresa a ajustar suas ofertas e melhorar sua comunicação com o público-alvo. Segundo Oliveira e Santos (2022), a principal função do processo é fornecer dados estratégicos que auxiliem os departamentos da organização a atingir suas metas de forma eficaz, promovendo decisões mais assertivas. Essa integração favorece o aumento do consumo, a fidelização de clientes e, consequentemente, a ampliação dos lucros. A utilização de informações bem estruturadas permite às empresas aprimorar sua competitividade e sustentabilidade no mercado.

Esse tipo de pesquisa pode ser realizado em diferentes momentos do ciclo de vida de um produto ou serviço, seja antes do lançamento, para testar a aceitação de uma nova ideia, ou após a entrada no mercado, para avaliar o desempenho e identificar possíveis melhorias. Assim, a pesquisa de mercado se torna uma aliada valiosa, capaz de guiar decisões e ações estratégicas que impactam diretamente o sucesso da organização em um mercado competitivo.

De acordo com Gomes (2005, p. 10), a pesquisa de mercado é um instrumento essencial para ampliar o entendimento do ambiente de negócios.

> Atualmente, ela está ao alcance das pequenas empresas e pode ser realizada a partir de institutos de pesquisas contratados, empresas juniores compostas por estudantes universitários ou, realizadas pelo próprio empresário e seus colaboradores. Dependendo da complexidade da pesquisa, é fundamental que se contrate uma instituição capacitada.

Uma pesquisa de mercado é uma ferramenta essencial que envolve grande complexidade, mas oferece informações valiosas para empresas que desejam entender melhor o ambiente e as necessidades dos consumidores. Quando aplicada ao contexto da instalação de novos comércios em cidades pequenas, ela se torna ainda mais estratégica, pois permite antecipar os benefícios e desafios que esses empreendimentos podem trazer para a economia e a comunidade local.

A abertura de novos comércios em pequenas cidades pode gerar impactos positivos significativos. Entre os benefícios, destaca-se a criação de empregos, o que reduz a necessidade de deslocamento dos moradores para centros urbanos maiores. Além disso, a presença de novos estabelecimentos aumenta a competitividade local, incentivando a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos aos consumidores. Outro ponto relevante é o aumento da arrecadação tributária, que pode ser direcionada a investimentos em infraestrutura e serviços públicos, como saúde e educação, promovendo o desenvolvimento local.

A diversificação de produtos e serviços também é um aspecto positivo. Ao trazer novas opções, os comércios atendem demandas antes não supridas, melhorando o acesso dos moradores a bens de consumo e serviços especializados. Esse movimento pode atrair turistas e visitantes, fomentando o setor de turismo e, consequentemente, incentivando a economia local.

No entanto, é preciso reconhecer os desafios associados à introdução de novos comércios. Um dos maiores impactos negativos recai sobre os negócios tradicionais, como pequenos comércios familiares, que podem enfrentar dificuldades para competir com grandes redes ou empresas que dispõem de mais recursos financeiros e estratégias de marketing sofisticadas. Essa competição pode levar ao fechamento de estabelecimentos históricos, afetando o tecido social e cultural das cidades.

Outro desafio é a sobrecarga da infraestrutura urbana. O aumento na demanda por transporte, saneamento e habitação pode superar a capacidade instalada, exigindo melhorias significativas para evitar gargalos que comprometam a qualidade de vida da população. Além disso, há o risco de descaracterização cultural, especialmente em comunidades com tradições fortes. Novos empreendimento podem introduzir mudanças que não se alinham às práticas e valores locais, criando um dilema entre modernização e preservação cultural.

Para que a instalação de novos comércios seja benéfica, é essencial um planejamento cuidadoso. O diálogo entre gestores municipais, empresários e a comunidade local é fundamental para alinhar os objetivos do desenvolvimento econômico com as necessidades da população. Respeitar as particularidades da cidade e adotar estratégias que valorizem os negócios locais e a cultura da região são passos importantes para garantir que os novos empreendimentos tragam mudanças positivas e sustentáveis.

Portanto, a instalação de novos comércios em cidades pequenas deve ser tratada como uma oportunidade estratégica, mas que exige um olhar atento às dinâmicas locais. Quando bem planejada, essa iniciativa pode fortalecer a economia, diversificar a oferta de produtos e serviços e promover o desenvolvimento social, garantindo o equilíbrio entre inovação e respeito às tradições.

4. METODOLOGIA

A presente pesquisa foi de caráter quantitativo e realizada como pesquisa de mercado, utilizando uma abordagem não probabilística para investigar as preferências dos moradores da cidade de Andradas em relação ao churrasco, e o churrasco defumado americano. O objetivo principal é descrever as características dessa população em termos de hábitos alimentares e culturais, além de identificar fatores que influenciam essas preferências. As pesquisas descritivas, conforme apontado por Gil (2002), buscam identificar e descrever fenômenos; nesse contexto, pretendemos compreender como o churrasco, enquanto elemento cultural, é percebido e praticado pelos habitantes locais.

A população da pesquisa é composta por aproximadamente 40.553 habitantes de Andradas, conforme o último censo. Para a coleta de dados, 68 entrevistados responderam ao questionário através do google forms, com a seleção dos participantes sendo feita de maneira intencional e por conveniência, devido ao caráter não probabilístico da amostra. A escolha dos entrevistados procurou refletir uma diversidade de perfis, representando uma variedade de preferências e hábitos da população local.

A coleta de dados foi realizada através de um questionário estruturado por meio do google formas, contendo perguntas sobre preferências em relação ao churrasco brasileiro e americano, hábitos alimentares e aspectos culturais relacionados a ambos os estilos de churrasco. As questões foram formuladas de maneira a possibilitar uma análise estatística simples e eficaz, permitindo a identificação de padrões nas respostas dos participantes.

A pesquisa contribuiu para um entendimento mais profundo das preferências alimentares dos moradores de Andradas em relação ao churrasco, oferecendo insights sobre os aspectos culturais envolvidos nessas práticas. Os resultados poderão informar futuras ações culturais e gastronômicas na região, promovendo a valorização das tradições locais e a integração de influências culturais diversas.

5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa de mercado deste trabalho teve como objetivo entender as preferências e percepções dos consumidores em relação a tipos de carne para churrasco e identificar o interesse no estilo de churrasco americano. A amostra foi composta por indivíduos de ambos os sexos e de diferentes faixas etárias, entrevistados de maneira aleatória. O estudo abrangeu perguntas sobre os tipos de carne mais apreciados, os critérios de escolha mais valorizados e a familiaridade dos participantes com o churrasco americano.

Este trabalho aborda as preferências dos consumidores brasileiros em relação ao churrasco, que é parte essencial da cultura gastronômica do país, e investiga o potencial de aceitação do churrasco americano. A introdução de novos estilos, como o churrasco americano, pode oferecer novas experiências gastronômicas e fortalecer o mercado de carnes premium. Dessa forma, compreender os critérios que orientam a escolha da carne e o interesse por alternativas internacionais pode fornecer insights relevantes para a indústria de alimentos e o setor de restaurantes.

5.1 Pessoas entrevistadas

Na análise dos dados coletados sobre a preferência por churrasco entre os entrevistados, o Gráfico 1 apresenta a distribuição de respostas divididas entre os sexos, permitindo entender melhor a proporção de homens e mulheres que participaram da pesquisa, o questionário elaborado por meio google forms, onde 68 pessoas responderam a entrevista. Esse tipo de análise é útil para explorar se existem diferenças de comportamento ou preferências relacionadas ao sexo, com o objetivo de identificar tendências ou padrões específicos no consumo de churrasco.

Gráfico 1: Preferência e Gênero



Fonte: Elaborado pelo autor

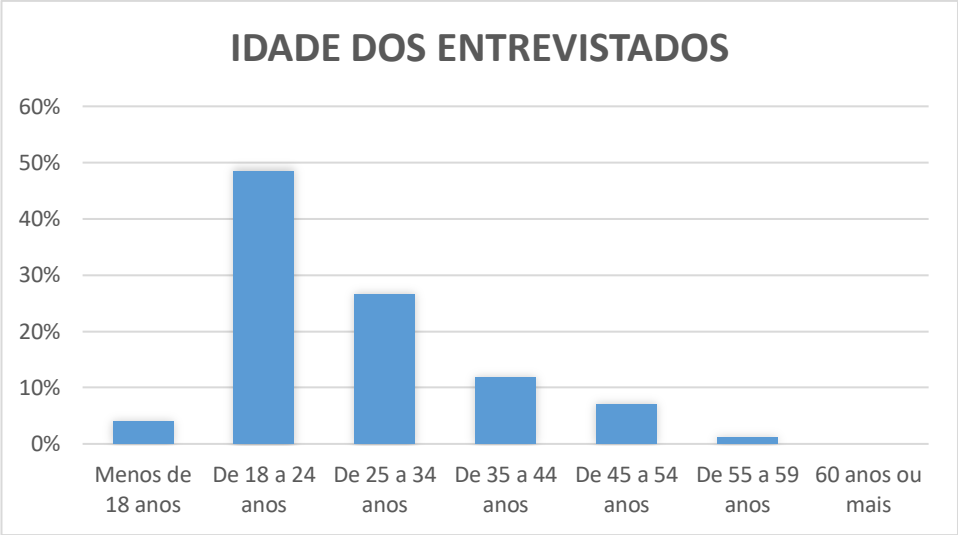
O gráfico indica que 55,9% dos entrevistados que demonstraram interesse em churrasco são homens, enquanto 44,1% são mulheres. A diferença, embora não muito grande, revela uma leve predominância masculina no gosto ou hábito de consumir churrasco entre os participantes da pesquisa.

Esse dado pode refletir questões culturais e sociais, já que, em muitas culturas, o churrasco é tradicionalmente associado ao universo masculino, seja por práticas sociais ou por representações históricas da atividade. No entanto, a proximidade entre as porcentagens de homens e mulheres sugere que o interesse por churrasco não é exclusivamente dominado por um gênero, e que o consumo pode ser visto como uma preferência relativamente equilibrada, com uma leve tendência masculina.

É importante considerar que outros fatores, como idade, localização geográfica e contexto social, poderiam também influenciar essa divisão, e uma análise mais detalhada poderia ajudar a entender melhor os fatores que contribuem para essa leve diferença.

5.2 Idade dos Entrevistados

Gráfico 2: Idade dos Entrevistados



Fonte: Elaborado pelo autor

O Gráfico 2 apresenta a distribuição etária dos entrevistados, oferecendo uma visão geral sobre a participação de diferentes faixas etárias na pesquisa. A maior parcela dos participantes (48,5%) está na faixa etária de 18 a 24 anos, o que indica um grande engajamento desse grupo com o tema abordado. Em seguida, 26,5% dos entrevistados estão na faixa de 25 a 34 anos, o que também representa uma porção significativa da amostra.

A participação na faixa de 35 a 44 anos é de 11,8%, evidenciando uma diminuição no número de participantes à medida que a idade aumenta. No entanto, os entrevistados com idades entre 45 e 54 anos, 55 a 59 anos e 60 anos ou mais somam 13,2% do total, representando um grupo menor, mas ainda relevante. Esta divisão entre faixas etárias mais altas sugere que, apesar de a maior participação ocorrer entre os mais jovens, há um interesse considerável de grupos etários mais maduros, refletindo a diversidade de opiniões ou comportamentos em relação ao tema da pesquisa.

Essa distribuição etária pode ser analisada sob diversas perspectivas, considerando fatores como o acesso a tecnologias, hábitos de consumo e influências socioculturais. A faixa etária de 18 a 24 anos, que representa 48,5% dos entrevistados, pode refletir maior familiaridade com ferramentas digitais e participação ativa em pesquisas online, dado o perfil tecnológico mais presente entre os jovens. Já a faixa de 25 a 34 anos, com 26,5% de participação, também está envolvida em tendências contemporâneas de consumo, sendo um grupo com forte presença no mercado e em decisões de compra.

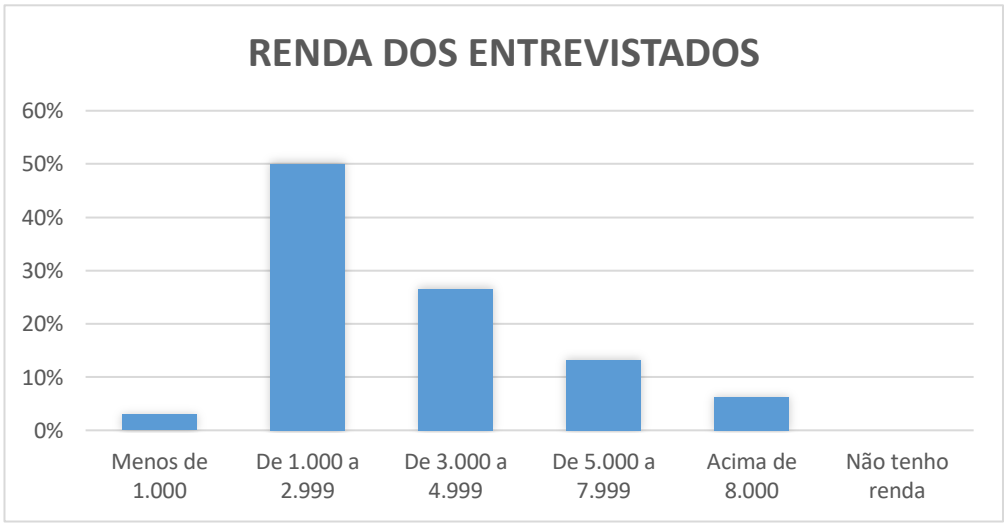
Por outro lado, a diminuição na participação nas faixas etárias mais avançadas (35 a 44 anos com 11,8% e 45 anos ou mais com 13,2%) pode estar relacionada a uma menor adesão às plataformas digitais ou a outros fatores socioculturais que influenciam o comportamento de

participação em pesquisas. Apesar disso, a presença de entrevistados com mais de 45 anos, embora menor, sugere que o tema abordado também desperta o interesse de grupos etários mais maduros, refletindo a diversidade de opiniões e comportamentos entre diferentes idades, além de evidenciar que, embora o engajamento mais expressivo venha dos mais jovens, existe um público significativo em faixas etárias variadas.

5.3 Faixa de renda

A análise de dados econômicos é fundamental para compreender as condições econômicas dos entrevistados e suas implicações em seus hábitos de consumo. Neste caso, o Gráfico 3 de distribuição de renda revela informações importantes sobre a composição econômica do público pesquisado, permitindo identificar tendências e padrões relevantes para estratégias de mercado.

Gráfico 3: Faixa de renda



Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme ilustrado no gráfico, a maior parte dos entrevistados **(**50%**)** possui uma renda mensal entre R$ 1.000 e R$ 2.999**,** caracterizando o grupo predominante na amostra. Esse dado reflete um perfil econômico médio-baixo, o que sugere a necessidade de estratégias de mercado que considerem preços acessíveis e bom custo-benefício para atender às demandas dessa faixa.

O segundo grupo é composto por indivíduos com rendimentos entre R$ 3.000 e R$ 4.999 **(**26,5%**),** representando consumidores com maior capacidade aquisitiva, mas que ainda buscam equilíbrio entre qualidade e preço nos produtos e serviços adquiridos. Por sua vez, 13,2% dos entrevistados possuem renda mensal entre R$ 5.000 e R$ 7.999**,** caracterizando um

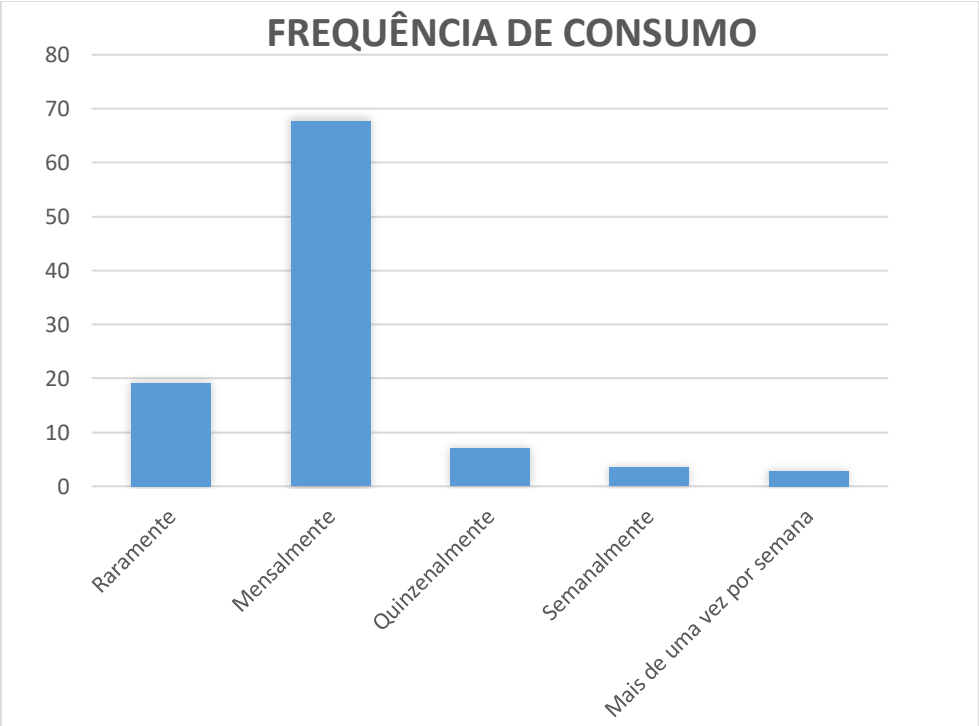
público mais receptivo a produtos premium, que podem agregar valor por meio de diferenciais como qualidade superior, exclusividade ou inovação.

Os entrevistados com renda acima de R$ 8.000 somam 6,3%**,** evidenciando um segmento de alta renda, ainda que minoritário. Este grupo apresenta um elevado potencial de consumo, especialmente em itens e experiências premium, tornando-se um alvo estratégico para empresas que atuam no segmento de luxo ou diferenciados. Por outro lado, os dados também mostram que 3% dos entrevistados têm renda inferior a R$ 1.000**,** enquanto outros 3% não possuem nenhuma fonte de renda. Esses números apontam para a existência de um público economicamente vulnerável, cuja acessibilidade a produtos de maior valor agregado é limitada, destacando a importância de ofertas mais inclusivas.

5.4 Frequência de consumo

O Gráfico 4 a seguir apresenta a frequência de consumo de churrasco entre os entrevistados, oferecendo uma visão detalhada sobre os hábitos alimentares relacionados a essa prática. A distribuição dos dados revela a regularidade com que os participantes consomem churrasco, o que pode indicar preferências e comportamentos alimentares predominantes no grupo pesquisado.

Gráfico 4: Frequência de Consumo



Fonte: Elaborado pelo autor

A grande maioria dos 68 entrevistados, ou seja, 67,6%, consome churrasco mensalmente, sugerindo que essa prática ocorre com uma frequência razoável dentro do mês, mas sem ser um hábito diário ou semanal. Uma parcela significativa, 19,1%, afirmou que consome churrasco raramente, o que indica que, embora o churrasco seja uma atividade popular, nem todos o consideram uma refeição ou evento regular.

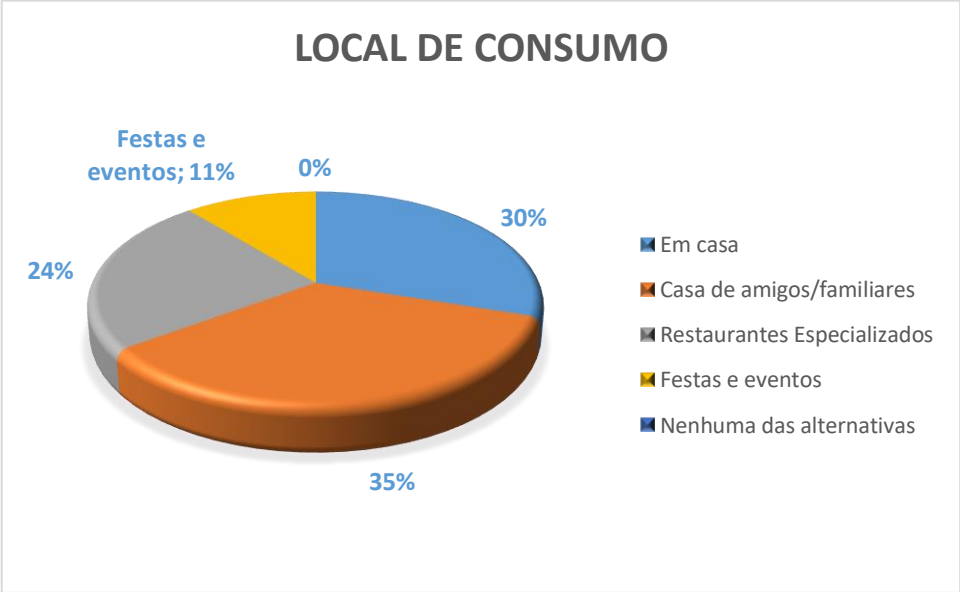
Já 7% dos participantes consomem churrasco quinzenalmente, enquanto 3,5% o fazem semanalmente, representando uma frequência um pouco mais constante. Apenas 2,8% afirmaram consumir churrasco mais de uma vez por semana, o que indica que, apesar de ser uma prática apreciada por muitos, não é necessariamente uma atividade frequente no dia a dia da maioria dos entrevistados.

Esses dados revelam que, enquanto o churrasco é uma atividade popular e apreciada, ele tende a ocorrer em intervalos regulares, com uma preferência pela frequência mensal. Isso pode refletir fatores como disponibilidade, custo ou o contexto social em que o churrasco é realizado.

5.5 Local de consumo

O Gráfico 5 revela os locais preferidos pelos entrevistados para consumir churrasco, oferecendo uma visão das preferências de consumo em diferentes contextos sociais e culturais. A análise dos dados permite compreender onde o churrasco é mais apreciado, seja em ambientes familiares, sociais ou comerciais.

Gráfico 5: Local de Consumo



Fonte: Elaborado pelo autor

A maioria dos entrevistados, 35%, afirmou que costuma consumir churrasco na casa de amigos e familiares, destacando o churrasco como uma atividade social frequentemente realizada em encontros informais e familiares. Em seguida, 30% dos participantes indicaram que preferem consumir churrasco em casa, o que sugere que o churrasco também é uma prática comum no ambiente doméstico, refletindo a convivência familiar e o prazer de preparar a refeição em um espaço pessoal.

A terceira maior resposta, com 24%, refere-se aos restaurantes especializados em churrasco, evidenciando que uma parte significativa dos entrevistados opta por consumir essa iguaria em estabelecimentos comerciais que oferecem a experiência do churrasco como atração principal. Por outro lado, 11% dos entrevistados consomem churrasco em festas e eventos, o que demonstra que o churrasco também faz parte de celebrações sociais.

Por fim, nenhum dos participantes selecionou a opção "nenhuma das alternativas", indicando que todos têm algum local onde costumam consumir churrasco. Esses dados refletem a popularidade do churrasco em diferentes ambientes, seja em casa, com amigos e familiares, ou em estabelecimentos especializados, revelando as diversas formas de aproveitar essa prática social e gastronômica.

5.6 Preferências por Tipos de Carne

Gráfico 6: Tipos de Carnes Preferidas



Fonte: Elaborado pelo autor

No Gráfico 6 é possível observar que a picanha é a carne preferida pelos consumidores, com 83,1% das menções, seguida pela costela bovina e a linguiça, enquanto outros tipos de carne foram menos mencionados. Este dado reflete uma forte preferência pela picanha,

associada a sabor, maciez e tradição nos churrascos brasileiros. A costela e a linguiça, também populares, sugerem uma preferência por cortes que são versáteis e acessíveis, sendo comuns em diversos eventos e celebrações. A popularidade da picanha e da costela indica que o mercado brasileiro valoriza cortes específicos que reforçam a experiência cultural e sensorial do churrasco.

A linguiça, com 45,6%, também aparece como uma opção bastante consumida, refletindo a versatilidade e o gosto por carnes mais simples, que complementam a refeição e são fáceis de preparar em grande quantidade. Outros tipos de carne foram mencionados por 13% dos entrevistados, indicando que há uma variedade de escolhas além dos cortes tradicionais, como frango, cordeiro ou carne de porco, dependendo das preferências pessoais ou culturais.

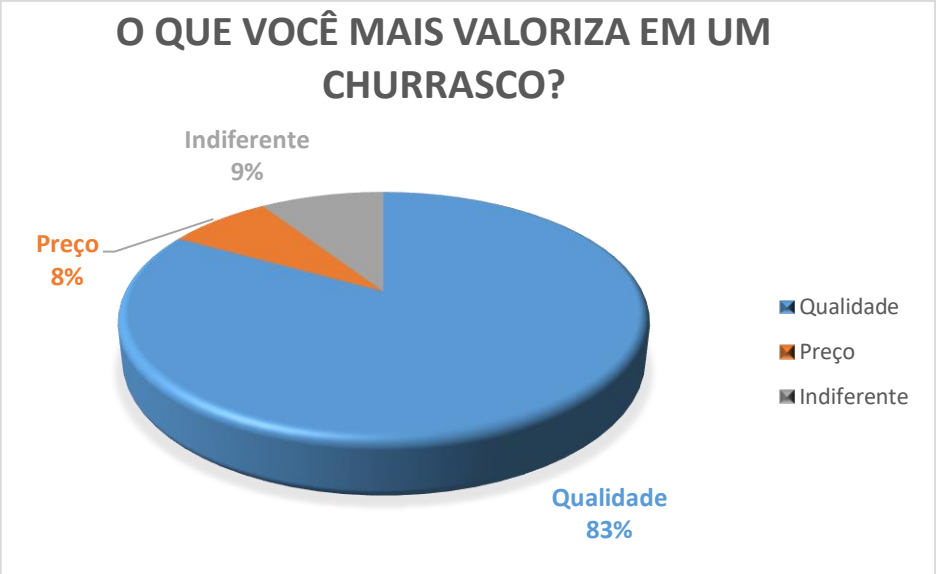
É importante salientar que os entrevistados podiam optar por mais de uma resposta, o que implica que os dados podem ultrapassar a soma de 100%. Essa possibilidade de múltiplas respostas reflete a diversidade de opiniões e preferências dos participantes, mostrando que cada faixa etária pode ter mais de um fator ou característica que influencia suas escolhas ou percepções

O fato de os entrevistados poderem assinalar mais de uma opção sugere que o churrasco é uma refeição composta por uma diversidade de carnes, refletindo a importância de uma variedade de sabores e texturas, que atendem aos gostos e preferências de diferentes grupos.

5.7 Critérios de Escolha: Qualidade, Preço e Indiferença

No Gráfico 7 analisamos os critérios de escolha dos consumidores, observou-se que a qualidade da carne foi o fator mais valorizado, sendo citada por 83,1% dos participantes. Apenas 7,7% dos entrevistados consideraram o preço como um fator importante, enquanto 9,2% declararam-se indiferentes. Esses dados revelam que o consumidor brasileiro tende a priorizar cortes de qualidade, mesmo que isso signifique um custo mais alto. Esse perfil de consumo reflete um mercado disposto a investir na qualidade, especialmente em ocasiões especiais, onde o churrasco é central, conforme é possível observar no gráfico a seguir:

Gráfico 7: O que mais valoriza em um churrasco?



Fonte: Elaborado pelo autor

Apesar da baixa renda de uma parte significativa da população, a baixa preocupação com o preço pode ser interpretada como um indicativo de que os consumidores percebem o churrasco como uma experiência cultural e sensorial que vai além do custo financeiro. A pequena porcentagem de respondentes indiferentes em relação à escolha de carne sugere uma flexibilidade no perfil de consumo, mas, de maneira geral, há uma clara preferência por carne de boa qualidade.

5.8 Familiaridade com o Churrasco Defumado Americano

A pesquisa também abordou o grau de conhecimento dos consumidores em relação ao churrasco americano. Foi explicado aos entrevistados o que caracteriza esse estilo de churrasco, incluindo a maneira como é preparado, com destaque para o processo de defumação lenta e o uso de diferentes tipos de carnes, como costelas e peito bovino. Os resultados, apresentados no Gráfico 8, revelam que 47,7% dos participantes já conheciam o churrasco americano, enquanto 52,3% desconheciam. Essa divisão quase equilibrada indica que, embora uma parte significativa da população tenha alguma familiaridade com o estilo, há um potencial considerável para a expansão e educação do consumidor a respeito do churrasco americano, abrindo caminho para a introdução e o aumento da popularidade desse estilo na região.

Gráfico 8: Você conhece o Churrasco Defumado Americano?



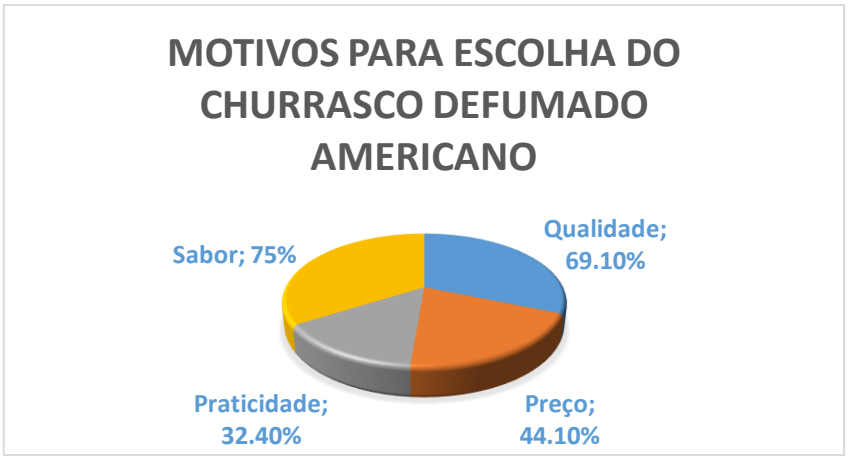
Fonte: Elaborado pelo autor

Entre os que conhecem o churrasco defumado americano, a preferência pode estar relacionada a um interesse por experiências gastronômicas internacionais ou pela busca por novos sabores e técnicas de preparo. Este dado é importante para o setor alimentício e de eventos, pois indica que existe um público aberto a explorar novos estilos de churrasco, o que pode incluir desde técnicas de defumação até cortes de carne diferentes.

5.9 Motivos para escolha do Churrasco Defumado Americano

A seguir o Gráfico 9 apresenta os principais motivos que influenciam a escolha do local ou produto para o consumo de churrasco, com base nas preferências dos entrevistados. Esses dados oferecem uma visão sobre os fatores que mais impactam as decisões dos consumidores ao escolherem onde ou o que comprar para um churrasco, levando em conta aspectos como qualidade, preço, praticidade e sabor.

Gráfico 9: Motivos para escolha do Churrasco Defumado Americano



Fonte: Elaborado pelo autor

O motivo mais citado, com 75%, foi o sabor, destacando-se como o principal fator na escolha do churrasco. Esse dado reforça a importância do sabor na experiência gastronômica, sugerindo que, para a maioria dos entrevistados, o gosto da carne é o aspecto determinante, independentemente de outros fatores como preço ou conveniência.

A qualidade, com 69,1%, também é um fator decisivo para muitos consumidores, refletindo uma preferência por carnes de melhor procedência e cortes mais refinados, que garantem uma experiência mais satisfatória e duradoura. Isso indica que os entrevistados estão dispostos a priorizar a qualidade do produto na hora de escolher o churrasco, valorizando carnes bem selecionadas e preparadas.

O preço aparece como o terceiro fator mais importante, com 44,1% dos participantes indicando sua relevância na escolha do produto. Embora não seja o critério mais determinante, ainda é uma consideração relevante para uma parte considerável dos consumidores. Esse dado sugere que, apesar de a qualidade ser o fator principal para muitos, o preço não é negligenciado, embora não seja o principal critério. Isso reflete uma percepção de que os consumidores, mesmo priorizando a experiência de qualidade, ainda consideram o custo, mas sem que isso seja um impeditivo tão forte quanto outros fatores, como a qualidade do produto. Portanto, estratégias de precificação competitiva e acessível podem ser eficazes para atrair uma base de clientes mais ampla, sem comprometer a percepção de qualidade.

A praticidade, mencionada por 32,4%, reflete a busca por conveniência, seja pela facilidade de preparar o churrasco em casa ou pela escolha de locais que ofereçam uma experiência rápida e simples. Finalmente, 2,9% dos entrevistados apontaram outros motivos, sugerindo que há uma pequena parcela de consumidores com preferências específicas que não se enquadram nas opções mais comuns.

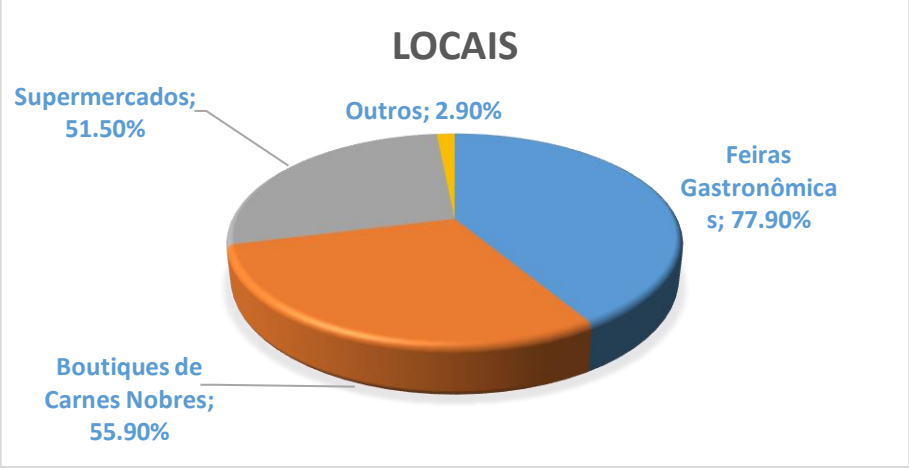
Esses dados fornecem uma visão clara de que, enquanto o sabor e a qualidade são os fatores mais importantes para os consumidores, o preço e a praticidade também têm relevância na decisão de compra, influenciando a escolha do local ou do produto para o churrasco.

5.10 Consumo e Experiência

O Gráfico 10 apresenta os locais preferidos pelos entrevistados para experimentar churrasco, fornecendo uma visão detalhada sobre os estabelecimentos mais populares para esse tipo de refeição. Vale destacar que os respondentes puderam escolher mais de uma opção, o que possibilita uma análise mais ampla sobre os diferentes contextos de consumo. A partir

desses dados, é possível entender não apenas onde os entrevistados preferem consumir o churrasco, mas também como escolhem vivenciar essa experiência gastronômica, seja em eventos especializados, como festas de churrasco, ou em locais comerciais, como restaurantes e churrascarias. Esse comportamento reflete a busca não apenas por alimentos de qualidade, mas também pela experiência social e cultural que o churrasco proporciona, destacando que o ato de consumir vai além do simples ato de se alimentar, incorporando um prazer sensorial e social significativo para os consumidores.

Gráfico 10: Locais de Preferência



Fonte: Elaborado pelo autor

O maior percentual, 77,9%, dos entrevistados afirmou que prefere experimentar churrasco em feiras gastronômicas, o que destaca a popularidade desse tipo de evento como um ambiente ideal para apreciar a variedade de cortes e estilos de churrasco oferecidos por diferentes expositores. As feiras gastronômicas oferecem uma experiência diversificada, permitindo que os consumidores experimentem diferentes sabores e preparos em um ambiente social e festivo.

A segunda opção mais citada, com 55,9%, foram as boutiques de carnes nobres. Esse dado sugere que muitos entrevistados preferem adquirir carnes de qualidade superior e consumir churrasco em locais especializados, onde podem encontrar cortes mais refinados e bem selecionados, além de um atendimento especializado que garante uma experiência mais sofisticada. Supermercados, com 51,5%, são apontados como um local de escolha para experimentar churrasco, o que indica que muitos entrevistados compram as carnes no supermercado e preparam o churrasco em casa. Isso reflete a conveniência e a acessibilidade de adquirir carnes para churrasco em supermercados, além da possibilidade de escolher entre diferentes marcas e cortes.

Por fim, 2,9% dos entrevistados mencionaram "outros" como locais para experimentar churrasco, sugerindo uma diversidade de preferências ou opções que não foram abrangidas pelas alternativas principais. Esses resultados evidenciam as várias formas de consumir churrasco, seja em eventos gastronômicos, em estabelecimentos especializados ou de maneira mais prática em supermercados.

5.11 Interesse em Experimentar o Churrasco Defumado Americano

Apesar de apenas 47,7% conhecerem o churrasco americano, uma expressiva maioria, 61,5%, demonstrou interesse em experimentar esse estilo, conforme é possível observar no Gráfico 11. Esse dado sugere que, mesmo entre os que ainda não estão familiarizados, há uma curiosidade e abertura para experimentar novos sabores. Além disso, dos participantes, 38,5% já tiveram alguma experiência com o churrasco americano, o que indica uma adesão inicial que pode ser potencializada com estratégias de marketing e eventos de degustação.

Gráfico 11: Caso não conheça, gostaria de degustar?

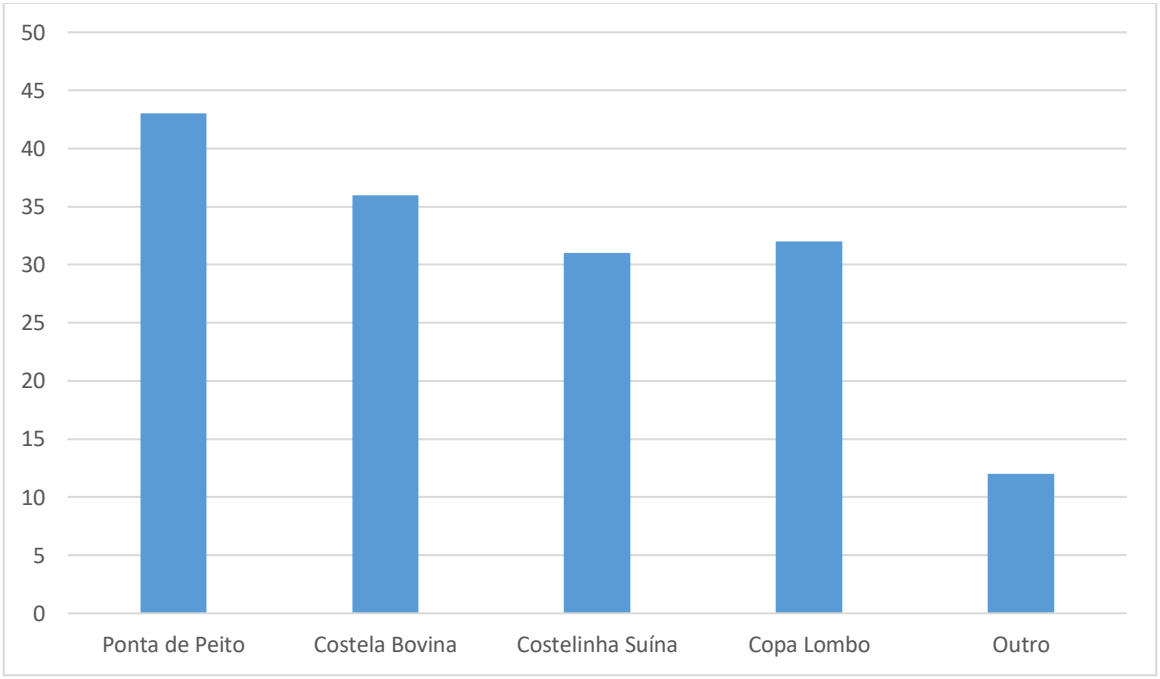


Fonte: Elaborado pelo autor

Esse interesse crescente no churrasco defumado americano pode ser explorado com o uso de ingredientes e técnicas tradicionais norte-americanas, como o uso de defumadores e molhos barbecue, que agregam um sabor diferenciado à carne.

5.12 Quais cortes do Churrasco Defumado Americano você mais gosta?

O Gráfico 12 apresenta os cortes de churrasco americano mais apreciados pelos entrevistados.



O corte mais popular é a Ponta de Peito, com 43 menções, indicando que muitos consumidores preferem essa opção, que é tradicionalmente preparada com longas horas de cozimento, resultando em uma carne macia e saborosa. A Costela Bovina segue de perto, com 36 respostas, o que reflete o gosto dos consumidores por carnes mais suculentas e de sabor marcante, muito típicas do churrasco americano.

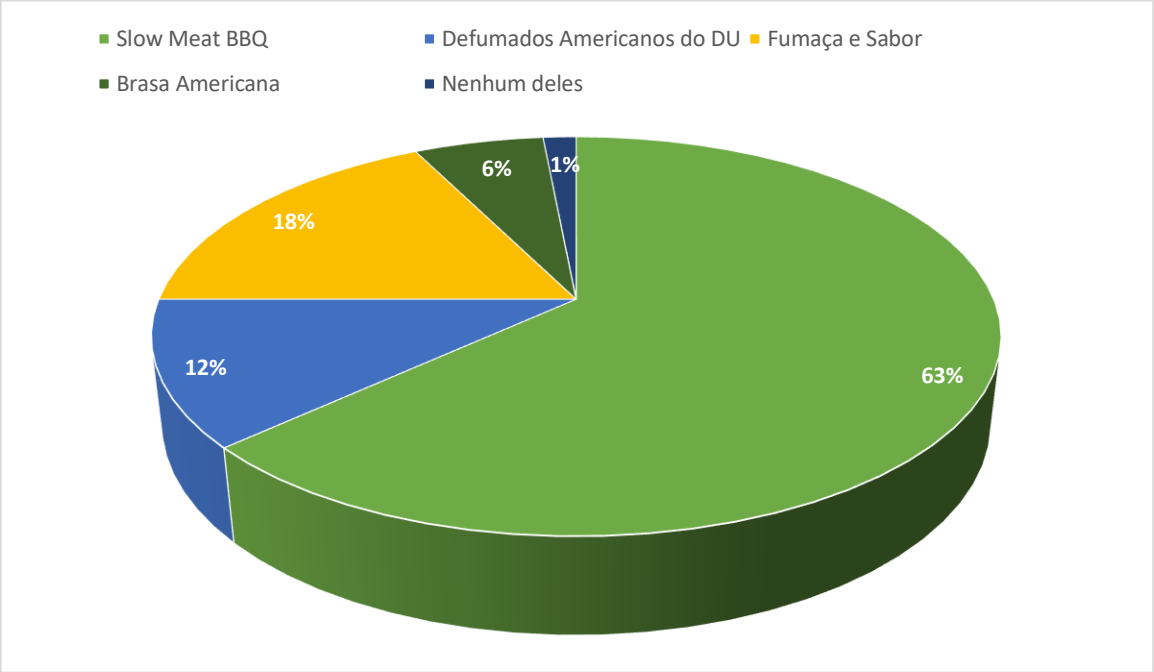
A Costelinha Suína, com 31 preferências, também é bastante apreciada, evidenciando o apelo das carnes suínas no churrasco. Já a Copa Lombo, com 32 votos, é outra escolha popular, proporcionando uma carne mais magra, mas ainda saborosa, que agrada a uma boa parte dos consumidores.

Por fim, a categoria **outro** obteve 12 respostas, sugerindo que existe um pequeno grupo de consumidores que prefere outros cortes não listados entre as opções principais.

Esses dados mostram uma clara preferência pelos cortes tradicionais do churrasco americano, como a ponta de peito e a costela, e indicam que, ao oferecer esses produtos, o negócio poderá atender bem às expectativas dos consumidores de Andradas, uma vez que esses cortes estão entre os mais procurados.

5.13 Qual dos seguintes nomes de empreendimentos passaria mais credibilidade na hora de adquirir produtos relacionados ao Churrasco Defumado Americano?

O gráfico apresenta a percepção dos entrevistados em relação aos nomes de empreendimentos que inspiram maior credibilidade para a aquisição de produtos relacionados ao churrasco americano.



Fonte: Elaborado pelo autor

A marca "Slow Meat BBQ" foi a preferida por 63,2% dos respondentes, destacando-se como a opção mais confiável e atraente para o público. Esse resultado sugere uma conexão forte entre o nome e a percepção de autenticidade e qualidade, alinhada ao conceito de "slow cooking", característico do churrasco americano. Em segundo lugar, "Fumaça e Sabor" alcançou 17,6% das escolhas, evidenciando o apreço pelos processos tradicionais de defumação e sabor marcante.

Já "Defumados Americanos do DU", com 11,8%, reforça essa mesma associação, embora com menor impacto na credibilidade percebida. As opções "Brasa Americana" e "Nenhum deles" foram menos expressivas, obtendo 5,9% e 1,5%, respectivamente, sugerindo menor conexão emocional com os consumidores.

De forma geral, os dados indicam que nomes que remetem diretamente à autenticidade, tradição e qualidade do churrasco americano possuem maior apelo junto ao público-alvo. Para

empreendedores interessados em explorar esse mercado, investir em uma identidade de marca que exalte esses valores pode ser determinante para o sucesso e a construção de confiança.

6. CONCLUSÃO

A pesquisa realizada sobre as preferências e comportamentos dos consumidores em relação ao consumo de churrasco em Andradas revela um cenário promissor para a introdução de novas opções gastronômicas, especialmente o churrasco defumado americano, dentro do contexto cultural brasileiro. Os dados coletados fornecem uma compreensão profunda das preferências, expectativas e atitudes dos consumidores em relação à carne, à qualidade e à experiência de consumo do churrasco, apontando para um mercado que valoriza tanto as tradições quanto a inovação.

Um aspecto fundamental para a compreensão do mercado andradense é a renda mensal dos entrevistados, que influencia diretamente suas escolhas e hábitos de consumo. A maior parte dos participantes (50%) pertence à faixa de renda entre R$ 1.000 e R$ 2.999, caracterizando um público de classe média baixa que prioriza o custo-benefício. Esse grupo forma a base de consumidores que pode ser atraída por estratégias que combinem qualidade e preços acessíveis. Por outro lado, 26,5% dos entrevistados estão na faixa de renda entre R$ 3.000 e R$ 4.999, representando consumidores com maior capacidade aquisitiva, mas que ainda mantêm o equilíbrio entre qualidade e preço como fator decisivo.

Além disso, segmentos mais seletos também foram identificados. Consumidores com renda mensal entre R$ 5.000 e R$ 7.999 (13,2%) e aqueles com rendimentos superiores a R$ 8.000 (6,3%) representam nichos que valorizam produtos premium. Para esses grupos, estratégias de mercado que enfatizem a exclusividade, a autenticidade e a qualidade superior podem ser mais atrativas. Por outro lado, o estudo também revelou a existência de um público economicamente vulnerável: 3% dos entrevistados possuem renda inferior a R$ 1.000, e outros 3% não têm fonte de renda. Para incluir esse segmento, é fundamental desenvolver ofertas acessíveis que ainda mantenham um padrão mínimo de qualidade.

Outro fator que vale também ser considerado é quanto aos cortes de carne, a forte preferência pela picanha, mencionada por 83,8% dos entrevistados, demonstra a importância do churrasco tradicional para os brasileiros. Esse corte, juntamente com a costela bovina (55,9%) e a linguiça (45,6%), reflete a importância da qualidade e do sabor, que são os dois fatores mais valorizados pelos consumidores ao escolherem suas carnes. De fato, 83,1% dos participantes destacaram a qualidade como o critério mais relevante na hora de escolher o produto, reforçando a ideia de que o mercado andradense é exigente e prioriza carnes de alto padrão. Isso está diretamente relacionado ao valor cultural que o churrasco representa, onde a

prática de assar carne é um evento social significativo e um símbolo de confraternização familiar e entre amigos.

A pesquisa também revela que os consumidores não estão apenas restritos ao churrasco, mas mostram interesse crescente pelo churrasco defumado americano, com 47,7% dos entrevistados afirmando conhecer esse estilo de preparo e 61,5% expressando interesse em experimentá-lo. Esses dados demonstram que, embora o churrasco continue a ser o favorito, existe uma abertura crescente para a introdução de novos estilos de preparo, como o churrasco defumado americano. Isso oferece um nicho interessante para o setor de alimentos, especialmente para restaurantes e fornecedores de carnes que buscam inovar e diversificar suas ofertas. A introdução de cortes específicos do churrasco americano, como o brisket e as ribs, pode atrair os consumidores que estão dispostos a explorar novos sabores e experiências, desde que esses produtos mantenham um padrão elevado de qualidade.

O *brisket* e as *ribs* são cortes típicos do churrasco americano, muito apreciados em várias regiões dos Estados Unidos, especialmente no Sul e no Texas, conhecidos pela tradição do barbecue.

O *brisket* é um corte retirado do peito do boi, que possui uma camada de gordura e fibras musculares, o que o torna ideal para o método de defumação lenta. Para obter um *brisket* suculento e saboroso, é necessário cozinhá-lo por várias horas a temperaturas baixas, um processo que quebra as fibras do tecido conectivo, tornando-o macio e cheio de sabor. É frequentemente temperado com uma mistura de especiarias (rub) e defumado com madeiras como carvalho ou nogueira.

As *ribs*, ou costelas, são outro corte tradicionalmente utilizado no churrasco americano, originário das costelas do porco ou, em algumas variações, do boi. No churrasco americano, as *ribs* são frequentemente preparadas com um molho barbecue, que pode ser aplicado durante o processo de defumação ou como acompanhamento ao final. A carne das *ribs* é cozida lentamente para garantir que a carne fique macia e se solte facilmente do osso, enquanto a camada de gordura proporciona sabor e suculência.

Ambos os cortes, o *brisket* e as *ribs*, são representações de técnicas de defumação lenta que conferem sabores complexos e uma textura única à carne. Esses cortes podem atrair consumidores dispostos a explorar novos sabores e experiências, desde que mantenham um alto padrão de qualidade, como é comum nas técnicas de barbecue.

A busca pela qualidade é um fator central para os consumidores, como evidenciado pela alta porcentagem (83,1%) que destacou esse aspecto como sua principal prioridade. Esse dado aponta para um mercado maduro, onde os consumidores estão cada vez mais exigentes em

relação aos produtos que consomem. A disposição dos consumidores em pagar mais por produtos de qualidade, como indicam as respostas sobre a valorização da carne, abre uma excelente oportunidade para o mercado de carnes premium, que pode explorar os aspectos de certificação, origem e técnicas especiais de preparo. Isso também representa uma oportunidade para produtores e distribuidores que podem focar em carnes nobres e artesanais, atendendo a um público que prioriza o sabor autêntico e a garantia de qualidade.

Além disso, o fato de que muitos consumidores (44,1%) mencionaram o preço como um fator relevante na escolha do produto, embora não o mais importante, sugere que as opções de churrasco premium podem ter um mercado ainda mais receptivo se forem bem-posicionadas. Ao integrar qualidade e preço justo, os estabelecimentos podem atrair um público mais amplo, que, embora aprecie carnes de alto padrão, também esteja consciente da relação custo-benefício.

Outro dado importante é a familiaridade e o interesse dos consumidores pelo churrasco americano. Embora 52,3% dos entrevistados não conheçam o estilo, o fato de 61,5% expressarem interesse em experimentá-lo mostra um potencial de aceitação significativo. Isso reflete uma tendência cultural de abertura a novas experiências gastronômicas, especialmente quando essas experiências são apresentadas de forma autêntica e de alta qualidade. A introdução de churrasco defumado americano em Andradas, portanto, pode ser bem-sucedida se for acompanhada de uma estratégia de marketing que enfatize a autenticidade, a técnica de preparo e a excelência nos cortes de carne. Eventos de degustação, promoções e campanhas educativas que apresentem o churrasco defumado americano de maneira acessível e informativa são formas eficazes de atrair consumidores e gerar curiosidade, além de estabelecer esse estilo como uma alternativa gastronômica válida e de alto valor.

A pesquisa também revela que os locais mais mencionados para experimentar o churrasco incluem feiras gastronômicas (77,9%), boutiques de carnes nobres (55,9%) e supermercados (51,5%), com o sabor e a qualidade da carne sendo os critérios mais relevantes na escolha do local. Isso implica que, além de restaurantes especializados, eventos de food trucks, feiras e outros pontos de venda onde a experiência gastronômica possa ser valorizada estão em alta. Dessa forma, estratégias que integrem esses ambientes podem ser eficazes para posicionar o churrasco defumado americano como uma alternativa dentro do mercado brasileiro, especialmente em locais onde os consumidores estão mais abertos a experimentar novos estilos de carne.

Em relação à praticidade, um fator citado por 32,4% dos entrevistados, isso indica que a conveniência de consumir churrasco de forma simples e rápida, seja em casa ou em estabelecimentos comerciais, também deve ser levada em consideração. Esse dado sugere que,

embora o sabor e a qualidade sejam os principais atrativos, os consumidores também buscam praticidade. Por isso, a introdução de cortes pré-preparados ou kits de churrasco prontos para assar pode ser uma boa estratégia para atrair um público que valoriza tanto a qualidade quanto a conveniência.

Em conclusão, os resultados da pesquisa indicam que o mercado andradense é receptivo à introdução do churrasco defumado americano, especialmente se for oferecido com ênfase na qualidade, no sabor e na autenticidade da experiência gastronômica. A pesquisa mostrou que os consumidores andradenses não apenas prezam pela tradição do churrasco, mas também estão dispostos a explorar novas opções, especialmente aquelas que agreguem valor à experiência, como cortes exclusivos e técnicas diferenciadas de preparo. Com base nesses dados, estratégias de introdução de produtos, campanhas de marketing focadas na experiência e eventos de degustação têm o potencial de criar uma demanda sólida e de longo prazo para o churrasco defumado americano em Andradas. Esse cenário cria uma excelente oportunidade para o setor alimentício expandir e diversificar suas ofertas, atendendo a um público cada vez mais exigente e aberto à inovação, sempre com foco na qualidade.

A cidade tem se destacado pelo seu forte vínculo com a produção local, como a vinicultura e a agricultura familiar, o que gera uma base sólida de consumidores que valorizam produtos frescos e de qualidade. Além disso, a presença de turistas e a tradição cultural de eventos sociais, como festas e celebrações comunitárias, indicam um público que valoriza experiências gastronômicas autênticas e inovadoras. Dentro desse contexto, o autor vê uma oportunidade estratégica de introduzir o churrasco americano na cidade, um conceito que, embora ainda pouco explorado localmente, pode agregar diversidade ao mercado e atrair consumidores em busca de novos sabores e experiências.

Com base nas tendências de consumo observadas, o autor acredita que a oferta de cortes específicos do churrasco americano, como *brisket* e *ribs*, pode ser uma excelente maneira de atrair tanto os moradores quanto os visitantes da cidade, desde que a qualidade do produto seja mantida em um nível elevado. O objetivo é não apenas introduzir um novo estilo culinário, mas também criar um ambiente social em torno da experiência gastronômica, algo que ressoe com a cultura local de socialização e celebração.

Dessa forma, a proposta de negócio se alinha às características de Andradas, ao mesmo tempo em que oferece uma alternativa inovadora que pode atrair novos públicos e contribuir para o crescimento econômico da cidade.

REFERÊNCIAS

ABREU, E.S. **Restaurante "por quilo": vale quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de Cerqueira César**, São Paulo, SP. São Paulo, 2000. [Dissertação de Mestrado - Faculdade de Saúde Pública da USP].

BOURGUERS, H. **Costumbres, praticas y hábitos alimentarios deseables y indeseables. Arch.** Latinoamer. Nutr. 38(3):767-79,1998.

CANEN, ANA, E XAVIER, GISELI P. de M. **"Multiculturalismo e Educação Inclusiva: Contribuições Da Universidade Para a Formação Continuada de Professores de Escolas Públicas no Rio De Janeiro**". Pro-Posições, 19(3), 2016,

CAVAIOLI, FRANK J**. "Patterns of Italian Immigration to the United States." Catholic Social Science Review**. 13, 2008, pp. 213-229.

CHEN, Yong. "THE RISE OF CHINESE FOOD IN THE UNITED STATES." IN: OXFORD RESEARCH ENCYCLOPEDIA OF AMERICAN HISTORY, 2017. Oxford University Press. https://oxfordre.com/americanhistory/view/10.1093/acrefore/9780199329175.001.0001/acrefore-9780199329175-e-273 Acessado em setembro 2024

CINOTTO, Simone. **Now That's Italian! Representations of Italian Food in America Popular Magazines,** 1950-2000. The Italian Academy for Advanced Studies in America. Columbia University, New York, 2001.

COMITÉ NACIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS. **La nutrición: los lazos entre alimentación, salud y dasarrolo. Washington D.C. 1992**. [Documento preparado para la Teleconferencia del Dia Mundial de la Alimentación, 16 de octubre de 1992].

DUNIGAN, Grace. "**The Chinese Exclusion Act: Why It Matters Today." Susquehanna University Political** Review. 8.1, 2017.

DURAND, Jorge, et al. "**The changing geography of Mexican immigration to the United States: 1910-1996."** Social Science Quarterly 81, 2000, pp. 1-15.

FERREIRA, P. **Churrasco: Cultura Brasileira, Influências Estrangeiras**. Revista de Antropologia Gastronômica, 7(2), 55-70. 2020

GARCIA, R.W.D. **Notas sobre a origem da culinária: uma abordagem evolutiva**. Campinas. Rev. Nutr. PUCCAMP 8(2):231 -44,1995.

GOMES, Isabela Motta. **Manual Como Elaborar uma Pesquisa de Mercado**. Belo Horizonte: SEBRAE, 2005. Disponível em: Acesso em: novembro de 2024

HARRIS, J. M. **Barbecue Nation: One Nation Under Smoke. Chicago Review Press.** (Discussão sobre o churrasco nos Estados Unidos, suas variações regionais e a influência no exterior). 2015

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Estimativas da População Residente para os Municípios Brasileiros com Data de Referência em 1º de Julho de 2022.** IBGE. Disponível em: https://www.ibge.gov.br, acesso em agosto de 2024.

KITTLER, P. G., et al., **Food and Culture. Australia**: Thomson/Wadsworth, 2008.

LEE, Jee H., et al. **Popular Ethnic Foods in the United States: A Historical and Safety Perspective**. Comprehensive reviews in food science and food safety, 13 1, 2014, pp. 2-17. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1541-4337.12044 Acessado em setembro de 2024

MACIEL, Maria Eunice. **Horizontes Antropológico da comida. 1996. Xf. Dissertação (Pós-Graduação em Antropologia Social)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul,** Porto Alegre, 1996. Disponivel em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/247430/000172574.pdf?sequence=1 Acesso em: setembro de 2024

MARTYNUSKA, Małgorzata. **"Cultural Hybridity in the USA exemplified by Tex-Mex cuisine." International Review of Social Research**, 7(2), 2017, pp. 90 - 98

MEDVED, E. **The world of food. Lexington**, Ed. Ginn and Company, 1981.

MEIRA, Paulo Ricardo. **Sonhos de um Marketing Gaudério**. 2002. Disponível em: <http://www.coletiva.net/impressaoConteudo.php? ID=77&Tipo=A>. Acesso em: setembro de 2024

MEZOMO, I.F.B. **O serviço de nutrição, administração e organização**. São Paulo, Ed. CEDAS. 1985.

MONFERRARI, Cecília Petres. **Pesquisa Quantitativa x Pesquisa Qualitativa**. 2010. Disponível em: Acesso em: novembro de 2024

MONTEIRO, CA. **A dimensão da pobreza, da fome e da desnutrição no Brasil.** In: CYRILLO, D.C. et al. Delineamento da pesquisa na nutrição humana aplicada. São Paulo, IPE/ USP, 1996.p.41-56.

MONTENEGRO, L. D. & RIPPEL, C**. A. História do churrasco: de uma tradição gaucha à gourmetização brasileira.** Revista de História da Gastronomia, 12(1), 45-67. 2018.

MOSS, Robert. **Barbecue: The History of an American Institution. The University of Alabama Press**, 2020.

ORNELLAS, L.H. **A alimentação através dos tempos**. Rio de Janeiro, MEC, 1978. (Série Cadernos Didáticos do MEC).

PENNA, Ricardo. **Alquimia do churrasco: para os amantes de carne.** Belo Horizonte: Editora Leitura, 2005.

PEKKANIVEW, M. **World food consuption patterns**. In: RECHAIGL Jr., M. Man, food and nutrition. Ohio, Ed. CRC Press, 1975. p.16-33.

PHILIPPI, ST. **Hábitos alimentares**. São Paulo, Dep. Nutrição da Faculdade de Saúde Pública da USP, 1992. (Boletim técnico n° 1).

PIOVESAN, A. **Percepção cultural e dos fatos sociais: suas implicações no campo da saúde pública.** Rev. Saúde Pública, 4(1):85-97,1970.

RUTTER, Marina; ABREU, Sertório Augusto de. **Pesquisa de Mercado**. São Paulo: Ática, 1994.

SCHLESINGER, Hugo. **Pesquisa e Análise do Mercado**. Rio de Janeiro: Lidador, 1964

SILVA, Maria José A., e BRANDIM, Maria Rejane L. **Multiculturalismo e educação: em defesa da diversidade cultural**. versão: ano I– nº I: pp. 56-61, jan./jun, 2008. Disponível em: http://www.ufpi.br/subsiteFiles/parnaiba/arquivos/files/rd-ed1ano1-artigo4_mariasilva .pdf. Acesso em setembro de 2024.

SMITH, A. F. Barbecue: **The History of an American Institution. University of Georgia Press.** (História do barbecue americano e sua disseminação global). 2013.

STATISTA. **Olive Garden, statistics and facts**. August 30, 2021.. https://www.statista.com/topics/7331/olive-garden/ Acesso em setembro de 2024

ZIEGELMANN, M. P. **O Churrasco: Trajetória, identidade e cultura alimentar no Rio Grande do Sul.** Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2016

https://www.andradas.mg.gov.br/

https://www.descubraandradas.com.br/

ANEXO 1 - Pesquisa sobre a influência do churrasco defumado americano em Andradas.

1) Você está de acordo com a A Lei Geral de Proteção de Dados (13.709/2018)?*

( ) Sim, estou de acordo

( ) Não, não estou de acordo

2) Qual seu sexo?*

( ) Masculino

( ) Feminino

( ) Outro

( ) Prefiro não dizer

3) Qual sua idade?*

( ) Menos de 18 anos

( ) De 18 a 24 anos

( ) De 25 a 34 anos

( ) De 35 a 44 anos

( ) De 45 a 54 anos

( ) 55 a 59 anos

( ) 60 anos ou mais

4) Qual sua faixa de renda?*

( ) Menos de R$1.000

( ) De R$1.000 a R$2.999

( ) De R$3.000 a 4.999

( ) De R$5.000 a R$7.999

( ) Acima de R$ 8.000

( ) Não tenho renda

5) Com que frequência você costuma consumir churrasco?*

( ) Raramente (Menos de uma vez por mês)

( ) Mensalmente (Ao menos uma vez por mês)

( ) Quinzenalmente

( ) Semanalmente

( ) Mais de uma vez por semana

6) Onde você costuma consumir churrasco?*

( ) Em casa

( ) Na casa de amigos/familiares

( ) Em restaurantes especializados

( ) Em festas/ Eventos

( ) Nenhuma das alternativas

7)Que tipo de carnes você prefere em um churrasco? * (permitido assinalar mais de uma resposta)

( ) Picanha

( ) Costela bovina

( ) Linguiça

( ) Outros

8) O que você mais valoriza em um churrasco?*

( ) Qualidade

( ) Preço

( ) Indiferente

9) Você conhece o churrasco defumado americano?*

( ) Sim, conheço

( ) Não, não conheço

10) Caso não conheça o churrasco defumado americano, gostaria de degustar?*

( ) Sim, gostaria de degustar

( ) Não, não gostaria de degustar

( ) Já experimentei antes

11) Onde você gostaria de degustar o churrasco defumado americano?*

( ) Feiras gastronômicas

( ) Boutiques de carnes nobres

( ) Supermercados

( ) Outros

12) Por quais motivos você escolheria o churrasco defumado americano? *

( ) Qualidade

( ) Preço

( ) Praticidade

( ) Sabor

( ) Outro

13) Em que momento você desfrutaria do churrasco defumado americano?*

( ) Confraternização com amigos

( ) Reunião de família

( ) Sozinho

( ) Restaurantes especializados

( ) Outros

14) Quais cortes do churrasco defumado americano você mais gosta?*

( ) Ponta de Peito

( ) Costela Bovina

( ) Costelinha Suína

( ) Copa Lombo

( ) Outro

15) Qual dos seguintes nomes de empreendimentos passaria mais credibilidade na hora de adquirir produtos relacionados ao churrasco defumado americano?

( ) Slow Meat BBQ

( ) Defumados Americanos do Du

( ) Fumaça e Sabor

( ) Brasa Americana

( ) Nenhum deles