

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

## - FRENTE DA GASTRONOMIA

### MINEIRA -

Dezembro/ 2014

## Planejamento Estratégico – Frente da Gastronomia Mineira

### 1. APRESENTAÇÃO

Mesmo a Gastronomia Mineira sendo um dos principais traços da cultura do Estado, é recente o destaque e a importância que a mesma vem tendo em âmbito estadual e também nacional.

Resultado do trabalho de décadas, iniciado por tantos, muitas vezes considerados “sonhadores” e que hoje vem convergindo em ações concretas e se traduz em iniciativas que colocam a Gastronomia como setor estratégico para o desenvolvimento econômico de Minas Gerais.

A Gastronomia envolve muito mais do que o preparo de receitas e consumo. Em pesquisa recente realizada pelo INDG (2012), foi identificada a seguinte cadeia produtiva da Gastronomia Mineira:

<b>Produto</b>	<b>Produtor</b>	<b>Distribuição</b>	<b>Consumidor final</b>
Agricultura e Pecuária (Alimentos e bebidas <i>in natura</i> )	Produção de Bebidas e Alimentos (Alimentos e bebidas artesanais e industrializados)	Supermercados, atacadistas, mercados municipais, feiras, bares, restaurantes e hotelaria	População local, turista interno e externo

Minas Gerais apresenta números relevantes para o setor, como 12,4% da concentração das indústrias de alimentos e bebidas de todo o País. O turista que vem à Minas Gerais, segundo dados da Pesquisa de Demanda realizada pela Setes/MG, tem na Gastronomia a principal imagem do Estado, pautada pelos itens queijo, pão de queijo e cachaça, com total de 33% (dados de 2014).

Tais números vem demonstrando que promover ações e desenvolver atividades da Gastronomia Mineira, significa que, além de promover cultura, valorizar modos de fazer e saberes, trata-se da criação de novas oportunidades de negócios e geração de emprego e renda.

Nesta linha, a partir de uma articulação conjunta, em 2012 Minas Gerais confirmou sua participação no evento Madrid Fusión 2013, principal evento do setor realizado em Madri/Espanha. Um trabalho coletivo e coordenado entre Chef’s de cozinha, Governo de Minas Gerais (Secretarias de Turismo e Cultura), Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, Sistema Fecomércio e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, fez com que a Gastronomia Mineira configurasse junto aos principais representantes da Gastronomia mundial, iniciando ali seu processo de internacionalização. Minas Gerais foi para o mundo.

A partir daí, surgiram outras oportunidades, como eventos de turismo para promoção de Belo Horizonte como sede dos jogos da Copa do Mundo FIFA 2014 em que a Gastronomia Mineira também foi apresentada, a participação na Feira do Livro de Frankfurt e a promoção também em eventos nacionais.

A partir daí o tema passou a contar com participação mais efetiva do Governo do Estado e também de muitas instituições, culminando no início de 2013, com o anúncio da criação da Superintendência de Gastronomia, fazendo com que Minas Gerais passasse a ser o primeiro Estado brasileiro a incluir em sua estrutura orgânica um espaço voltado para o tema.

A Gastronomia Mineira vem alcançando um patamar que envolve mais do que a produção de receitas e a oferta de bares e restaurantes. Assim, se torna tema em diversas instituições, seja com foco no registro e levantamento histórico, como é feito pelo IEPHA e IPHAN, seja no avanço dos cursos de Gastronomia que vem ocorrendo no Brasil, o mesmo acontecendo em Minas Gerais. Seja pelo aumento e/ou reconhecimento do impacto em geração de renda, emprego do setor de alimentos, bebidas, o resgate de produtos e ingredientes tradicionais, alvos de releituras e intervenções que mesclam tradição e contemporaneidade trazida por diversos profissionais entre tantos outros fatores.

Observou-se que, existiam diversas iniciativas desconexas e que, sendo realizadas de forma conjunta, compartilhada, teriam não só melhores resultados, como contribuiriam para a economia de recursos, sejam financeiros, humanos ou de tempo. Atividades estas realizadas em diversos âmbitos, desde debates de políticas públicas, formas de monitoramento, fiscalização e tributação, seja em termos de capacitação e oferta de produtos e roteiros turísticos, fomento ao empreendedorismo, etc.

Neste cenário, nasceu a proposta de organizar um grupo que reunisse representantes das diversas instituições (públicas, privadas e terceiro setor), formadores de opinião, empreendedores, profissionais e pesquisadores do tema no Estado de Minas Gerais.

Foi então lançada, por iniciativa do Sistema Fecomércio e Deputado Estadual Agostinho Patrus, com apoio da Secretaria de Estado de Turismo e Esportes, a Frente em Defesa da Gastronomia Mineira. Grupo que nasceu com a proposta de debater temas referentes ao setor de maneira a promover seu desenvolvimento e sua constante valorização em Minas Gerais e no Brasil.

## 2) Princípios Norteadores

A Frente em Defesa da Gastronomia Mineira foi inspirada em iniciativas de outros países que trabalham com a Gastronomia enquanto setor estratégico para o desenvolvimento econômico.

Algumas das instituições pesquisadas foram:

- Associação Peruana de Gastronomia – APEGA

Responsável pelo Festival Mistura e pela campanha Cozinha Peruana Patrimônio Cultural da Humanidade e pela “Lima, Capital Gastronômica da América”. Sob a sua atuação, o Peru ganhou o prêmio Melhor Destino Culinário do Mundo em 2012, 2013 e 2014 (World Travel Awards – Oscar do Turismo). Recebe mensalidade de sócios individuais e corporativos.

- Eurotoques – Comunidade Europeia

Organização internacional com 3.500 cozinheiros artesãos, de 18 países. Fundada em 1986, em Bruxelas, por nomes como Paul Bocuse e Juan Mari Arzak. Objetiva valorizar os produtos sazonais e defender a produção artesanal. Atua junto a instituições europeias, com foco em legislação e políticas públicas para a gastronomia.

- Sopexa – França.

Agência de benchmark para o mercado internacional, especializada em comida, vinho e estilo de vida. Trabalha com 26 agências visando posicionar internacionalmente os produtos franceses.

Desta forma, a proposta para Frente em Defesa da Gastronomia Mineira foi iniciada da seguinte forma:

O que é: Coletivo de pessoas e de instituições que se unem para agir colaborativamente em defesa da gastronomia mineira.

Como atuar: *Advocacy* (apoio público em defesa de uma causa ou proposta) junto aos poderes consituídos e ao mercado e Integração em rede das agendas de gastronomia.

Objetivo: Fomentar e promover ações estratégicas em rede de maneira a dar visibilidade para a causa, ter influência no ambiente político gerando impactos significativos nas tomadas de decisão em prol do setor.

Estabeleceu-se que o grupo é formado por ação voluntária, não terá personalidade jurídica e terá na articulação, comunicação, influência e geração de informações seus focos de atuação.

### 3) Metodologia

Acordou-se que o grupo se reunirá uma vez por mês, para debater os temas e trazer assuntos para a pauta que tangem o setor e a cadeia produtiva da gastronomia.

Desde sua criação foram então realizadas 07 reuniões (junho à dezembro de 2014) que tiveram como objetivo:

- Estabelecer o *modus operandi* do grupo e critérios para adesão e participação.
- Definição dos focos de atuação dos participantes.
- Identificar oportunidades, gargalos, pontos fracos e fortes para desenvolvimento do setor.
- Ordenar, comunicar e promover iniciativas e propostas coletivas para valorização e promoção do setor.
- Instalação da Secretaria Executiva da Frente e dos subgrupos para desenvolvimento das atividades.

Logo, o grupo decidiu que a Frente deveria atuar em 03 temas:

- Identificação, Valorização e Proteção dos Produtos e Modos de Fazer Tradicionais de Minas Gerais.
- Advocacy, defesa da Gastronomia Mineira.
- Promoção da Gastronomia Mineira

Para tal, estabeleceu-se que a Frente deveria ter a seguinte composição:

Coordenador: Representante com perfil articulador e estrategista com acesso facilitado às instituições públicas e privadas. Para atuar como uma referência para assuntos da FDGM, especialmente na relação com os meios de comunicação e demais setores de interesse. Coordenador escolhido em plenária: Deputado Agostinho Patrus

Secretaria Executiva da Frente: Grupo de representantes que atuam na definição de agenda, pautas, informes, comunicação e fomento às atividades da Frente. Representantes escolhidos em plenária: Euler Costa (Portal Sabará), Márcia Martini (Chefe de Gabinete do Dep. Agostinho Patrus), Zoroastro Passos (Chef de cozinha e membro fundador da AMIGA), Marina Simião (Superintendente de Gastronomia) e Mônica Alencar (Técnica do Sebrae/MG).

Para cada foco de atuação foi criado um grupo de trabalho, do qual, voluntariamente, os membros da Frente escolhem participar, não havendo problemas em eleger mais de um, e também, sem restrição aos números de participantes. Em plenária, foram escolhidos 2 coordenadores por subgrupo.

Após a definição destes temas, em virtude do ano eleitoral, o grupo decidiu elaborar um documento de apresentação e defesa do setor à ser encaminhado aos candidatos ao Governo do Estado de Minas Gerais de maneira a apresentar o setor e indicar a existência de um grupo ativo e articulado para atuação no mesmo.

Esta foi então a primeira entrega do grupo, que se encontra anexa à este documento. O momento seguinte foi de desenvolver o planejamento estratégico da Frente em Defesa da Gastronomia Mineira, de maneira a estabelecer desafios, formas de atuação e responsabilidades a partir de 2015.

Os trabalhos nesta fase foram coordenados por técnicos do Sebrae/MG, responsáveis pelo desenvolvimento de Planos Estratégicos para os diversos projetos do Sebrae/MG e que, a partir da metodologia Project Model Canvas, desenvolveu de forma coletiva a proposta final que segue descrita no corpo deste documento.

#### 4) Cronograma

Ação	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<b>Lançamento da Frente em Defesa da Gastronomia Mineira</b>								
<b>Realização das Reuniões Mensais</b>								
<b>Oficinas de Planejamento Estratégico</b>								
<b>Validação e Avaliação 2014</b>								

#### 5) Planejamento Estratégico Frente em Defesa da Gastronomia Mineira

O planejamento estratégico da Frente se deu em 04 momentos. O primeiro foi a apresentação do tema e da metodologia a ser trabalhada aos participantes da Frente, pela equipe técnica do Sebrae/MG.

Posteriormente foi realizada a primeira oficina de planejamento que, por possuir restrição no número de participantes priorizou inicialmente: Secretaria Executiva, Coordenadores dos Subgrupos e as vagas sobressalentes foram preenchidas por aqueles que tinham disponibilidade para a data.

O resultado da oficina foi apresentado, em um terceiro momento, em plenária para todos os participantes e foi alvo de ajustes, contribuições, correções e outros esclarecimentos.

Por fim, o resultado foi repassado à todos, neste documento final elaborado para últimos ajustes, compartilhamento de responsabilidades e atuação por todos os participantes.

Assim, o resultado dos trabalhos realizados entre a primeira exposição do tema, até a terceira fase, está exposto nas próximas páginas e foi validado na última reunião do corrente ano, realizada em 16 de dezembro.

Planejamento Estratégico pela Metodologia PMCanvas – Frente da Gastronomia Mineira

Objetivo Smart: Consolidar a FGM como referência em prol do desenvolvimento da Gastronomia de Minas no território Nacional até 2016 e internacional até 2018.

Justificativa:

- Identificar e valorizar a cadeia produtiva da gastronomia de Minas Gerais.
- Alinhar e difundir o discurso da importância da gastronomia.
- Alcançar a legitimidade, através de decretos, leis e outras soluções que propiciem o desenvolvimento da Gastronomia Mineira.

Público Alvo: Instituições, públicas e privadas relacionadas às políticas públicas, fiscalização e tributação. Bem como relacionadas por produção de insumos, transformação, distribuição, prestação de serviços, pesquisa científica e histórica, formação e qualificação profissional, assim como imprensa especializada, com interesse direto e indireto na valorização da gastronomia mineira.

Membros Efetivos: Deputado Estadual Agostinho Patrus, Sistema Fecomércio, Secretaria de Estado de Turismo e Esportes de Minas Gerais, Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa do Estado de Minas Gerais, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Câmara dos Dirigentes Lojistas, Centro Universitário UNA, Secretaria de Estado de Cultura, Sindicato das Indústrias de Cerveja e Bebidas em Geral de Minas Gerais, Associação Mineira de Gastronomia, Empresa Municipal de Turismo – Belotur, Portal Chef a Chef, Foodie Brasil, Associação dos Festivais Gastronômicos, Minas Plan, Faculdades Promove, Movimento Slow Food (Minas Gerais), Instituto Mani, Exportaminas, Conspiração Gastronômica.

Parceiros:

Instituições, profissionais e formadores de opinião direta ou indiretamente ligados à Gastronomia em âmbito estadual à exemplo: Sindicato das Indústrias de Buffet, AMIS,

Emater, Epamig, IMA, EPAMIG, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Secretaria de Estado de Agricultura e Pecuária, Secretaria de Estado de Saúde, Secretaria de Estado de Educação, Agências de Receptivo Turístico, Federação das Associações de Circuitos Turísticos de Minas Gerais, Associação Mineira dos Municípios, Associação das Cidades Históricas de Minas Gerais, Instituto Estrada Real, Vigilância Sanitária e outros a serem identificados pelos membros.

Parceiros Potenciais: Instituições, profissionais e formadores de opinião direta ou indiretamente ligados à Gastronomia em âmbito nacional e internacional à exemplo: Ministério do Turismo, Ministério da Agricultura, Ministério da Cultura, Ministério da Pesca, Embratur, Instituto ATA, SENAR, órgãos de fomento e financiamento, Associação Peruana de Gastronomia – APEGA, Instituto Paulo Martins, Revista Prazeres da Mesa, e outros a serem identificados pelos membros.

Premissas para desenvolvimento da Frente em Defesa da Gastronomia:

- Apoio político e empresarial.
- Pró-atividade e voluntariado dos membros participantes.
- Formalização da participação dos representantes das instituições integrantes da Frente da Gastronomia Mineira.
- Somatório das forças de cada instituição para facilitar a execução das ações propostas.
- Estabelecer a atividade turística como setor de convergência para as atividades da Gastronomia.
- Promoção e desenvolvimento da gastronomia exercida de forma inclusiva valorizando os saberes e recursos do território das comunidades locais.
- Promoção da gastronomia fundamentada na ecogastronomia e no desenvolvimento sustentável.

Foco Estratégico: Construção e Consolidação da Frente da Gastronomia Mineira<sup>1</sup>.

Construção	Consolidação
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilizar os atores da Frente para sua importância, bem como agregar outros atores ainda não participantes.</li> <li>- Articular o debate de Políticas Públicas para a valorização da Gastronomia Mineira</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Defesa da Gastronomia Mineira</li> <li>- valorizar o modo de fazer como diferencial da nossa Gastronomia e promover o Resgate, Proteção e Valorização da Gastronomia Mineira.</li> <li>- Promoção da Gastronomia Mineira,</li> </ul>

<sup>1</sup> Foi acordado que o nome do grupo será Frente da Gastronomia Mineira, sendo retirada a palavra “defesa” que passa a configurar como umas das ações necessárias para a consolidação do grupo, sendo assim, foco de trabalho de todos na execução das ações contidas neste Planejamento Estratégico.



-	<p>seus produtos, modos de fazer, e detentores dos modos de saber e fazer comunidades, produtores e profissionais com foco em competitividade nos mercados interno e externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gastronomia estabelecida como atrativo turístico diferenciado de Minas Gerais no mercado Nacional e Internacional.</li> <li>- Consolidar a cadeia produtiva da Gastronomia Mineira como gerador de negócios, trabalho e renda.</li> <li>- Estimular o empreendedorismo.</li> </ul>
---	---

Ações: Foram elencadas diversas atividades a serem realizadas pelo grupo. Após a apresentação das mesmas, validação e acréscimo de outras, estabeleceu-se o seguinte:

O quê?	Porque?	Para que?	Como?	Quando?	Quanto?	Quem?
<b>CONSTRUÇÃO</b>						
Formalizar a Mudança de nome do Grupo	Retirar a palavra Defesa	A defesa é foco de atuação, mas o uso da palavra na nomenclatura pode atribuir fraqueza ao grupo.	Votação em plenária	Dez/2014	Voluntariado das instituições envolvidas	Membros
Criar matriz de responsabilidades da Frente	Definir papéis e responsabilidades para todos os membros	Organização do grupo e melhor desenvolvimento dos trabalhos	Reunião da Secretaria Executiva e colaboração dos membros através de meio eletrônico	Jan/ 2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Secretaria Executiva
Criar logomarca e identidade visual do Grupo	A Frente precisa ter uma assinatura e uma identificação próprias	Atribui mais seriedade e organização ao grupo.	Atuação de uma das entidades ou profissionais membros do grupo	Mar/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Daniela Martins, Cindra Gomes e Júlio Palhares
Uso Site <a href="http://www.gastronomiamg.com.br">www.gastronomiamg.com.br</a> como veículo de comunicação utilizado pelo grupo.	Site já construído sob gestão e reponsabilidade da SETES/MG. Já conta com	Espaço virtual para promover a gastronomia mineira e as diversas ações realizadas pela Frente e	Alimentação do site com informações, eventos e demais dados da gastronomia	Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Superintendência de Gastronomia e Membros do Grupo Promoção

Frente da Gastronomia Mineira – Planejamento Estratégico 2015-2018

	domínio próprio e apoio para manutenção.	seus membros	mineira			
<p>Manutenção e uso da logomarca “Minas Estado da Gastronomia” nas atividades da Frente e dos membros.</p> <p>Importante: Desvincular sua ligação com o Governo do Estado de Minas Gerais para que a mesma não tenha seu uso suspenso em períodos eleitorais.</p>	<p>Logomarca de domínio público que deve ser utilizada por todos os membros da Frente em suas diversas atividades e projetos.</p>	<p>Promover a identidade gastronômica de Minas Gerais e tornar-se referência em qualidade de produtos, eventos, profissionais, etc.</p>	<p>Uso correto da logomarca em produtos, eventos e outras formas de identificação.</p>	<p>Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015</p>	<p>Voluntariado das instituições envolvidas</p>	<p>Superintendência de Gastronomia e Membros do Grupo Promoção com apoio do Grupo Advocacy</p>
<p>Elaborar Plano de Comunicação da Frente</p>	<p>Nivelar e padronizar informações referentes à Frente a serem compartilhadas e repassadas pelos membros e para os membros</p>	<p>Promover o grupo e as ações realizadas de maneira a posicionar-se como importante esfera de atuação no setor gastronômico</p>	<p>Criar uma estratégia de comunicação que envolva desde elaboração de documentos até a sugestão de pautas e contribuições aos mais diversos veículos de comunicação</p>	<p>Jan a Mar/2014</p>	<p>Voluntariado das instituições envolvidas</p>	<p>Liderança do Grupo de Promoção das Assessorias de Imprensa das entidades associadas e veículos de comunicação membros da Frente.</p>
<p>Pesquisa e Levantamento de Dados da Gastronomia Mineira</p>	<p>Ampliar e difundir informações e temas referentes à Gastronomia Mineira.</p>	<p>Incentivar a produção de informações e dados.</p>	<p>Elaborar um plano de trabalho que foque no Incentivo à produção acadêmica e científica em torno da Gastronomia.</p>	<p>Mar/2015 à Mai/2015</p>	<p>Orçamentos já previstos pelas entidades.</p>	<p>Grupo Produto</p>
<p>Identificação e Inclusão de</p>	<p>Ampliar e envolver cada</p>	<p>Valorizar o setor</p>	<p>Identificar instituições e</p>	<p>Ação permanente</p>	<p>Voluntariado das</p>	<p>Grupo Advocacy</p>

Frente da Gastronomia Mineira – Planejamento Estratégico 2015-2018

O quê?	Porque?	Para que?	Como?	Quando?	Quanto?	Quem?
<b>CONSTRUÇÃO</b>						
Seminário de Políticas Públicas e Gastronomia	Identificar, debater e divulgar gargalos e oportunidades das políticas públicas em torno da Gastronomia	Promover mudanças de forma colaborativa e que apoiem o desenvolvimento do setor	Solicitar participação em reuniões das Comissões de temas afins junto à ALMG (turismo, cultura, agricultura, comércio, etc.) e promover um Seminário Legislativo	Fev a Dez/ 2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Grupo Advocacy
Atrair a realização de prêmios e eventos específicos de valorização e promoção da gastronomia.	A realização de premiações é uma estratégia que coloca em voga profissionais, destinos e produtos da gastronomia.	Projetar a Gastronomia Mineira em âmbitos nacional e internacional.	Estabelecer uma proposta de captação de eventos e premiações gastronômicas. Por exemplo, a premiação da revista Prazeres da Mesa que ainda não acontece no Estado.	Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015	A serem definidos por demanda	Grupo de Promoção
Identificar e promover ações de Identificação Geográfica	Elencar e conhecer produtos de produção mineira	Promover seus diferenciais e valorizar suas produções	Elaboração de projetos específicos, fomento à pesquisa. Verificar dados do Movimento Slow Food – Projeto Arca do Gosto	Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Grupo de Produtos
Reuniões estratégicas com outras	Apresentar a Frente e conhecer	Ampliar a atuação da Frente e os	Identificar temas, agendas e	Ação permanente a ser	Voluntariado das instituições	Grupo Advocacy

Frente da Gastronomia Mineira – Planejamento Estratégico 2015-2018

esferas de poder público e/ou privado	ações de impacto na gastronomia mineira	ganhos para o setor	propostas em destaque	iniciada em Jan/2015	envolvidas	
Promover intercâmbio de atividades com outros territórios nacionais e/ou internacionais	Promover troca de conhecimento, experiências e boas práticas entre instituições	Promover a gastronomia mineira e identificar possibilidades de cooperação nacional e internacional	Estabelecer convênios entre as instituições membros da Frente e instituições identificadas, à exemplo da APEGA – Peru.	Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Grupo Advocacy
Criar e promover Calendário de Eventos Gastronômicos de Minas Gerais	Promover e dar conhecimento à datas e eventos realizados em Minas Gerais	Evitar coincidência de datas e perda de público nos eventos.	Inserção do hotsite da Gastronomia	Ação permanente a ser iniciada em Jan/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Grupo Produtos.
Criação do Código de Ética da Gastronomia de Minas	Estabelecer parâmetros e compartilhar formas de atuação no setor	Promover a Gastronomia Mineira com parâmetros éticos	Elaboração de texto baseado nas atividades da Frente e seus membros	Ago à out/2015	Voluntariado das instituições envolvidas	Secretaria Executiva

Resultados Esperados:

- Legitimidade da Frente da Gastronomia Mineira estabelecida.

Orçamento: A ser estimado por cada uma das instituições participantes da Frente. A Frente não possui orçamento próprio.

Linha do Tempo:

- Prazo deste Planejamento Estratégico: 2015 – 2018.
- Revisão e Ajustes: 01 vez a cada 12 meses.

6) Acordos e Ajustes Finais:

O Planejamento em questão norteará as atividades da Frente nos próximos anos. Assim, ficam estabelecidos os seguintes pontos para a realização dos trabalhos da Frente:

- As reuniões da Frente acontecerão todas as primeiras segundas-feiras do mês, logo, para 2015 ficam estabelecidas as seguintes datas:

Datas: 02 fevereiro, 02 março, 06 abril, 04 maio, 08 junho, 06 julho, 03 agosto, 31 agosto (em virtude do feriado de 07 de setembro), 05 outubro, 09 novembro (em virtude do feriado de 02 de novembro) e 07 dezembro.

- Novos membros:

Flávio Dornas fará parte da Secretaria Executiva, substituindo o Zoroastro Passos.

Vani Pedrosa compartilhará a coordenação do grupo de Produtos com Cássio e Tânea Romão.

- Grupos:

A partir de janeiro os grupos deverão se organizar e iniciar atividades para colocar em prática as ações previstas neste plano. Serão encaminhados a todos os participantes os contatos e a indicação de grupos (para aqueles que já o fizeram) para facilitar a comunicação. As datas e periodicidade de reuniões dos grupos serão definidas pelos seus coordenadores em acordo com os integrantes.

Cada grupo deverá estabelecer suas metas e plano de ações. Ressalta-se que as atividades previstas neste plano são lideradas, em sua maioria, por algum grupo, mas não restringe os demais de contribuições e auxílios quando necessários.

## 7. Conclusões

A Frente da Gastronomia Mineira se pauta pelo desenvolvimento de um trabalho coletivo focado na promoção da gastronomia mineira em sua completude, seja nos aspectos de gestão, tributação e políticas públicas, seja na formação, valorização de produtos e modos de fazer, ou ainda na promoção e apresentação de seus produtos, profissionais e destinos turísticos no Brasil e no exterior.

É parte importante das atividades em desenvolvimento pela Superintendência de Gastronomia o apoio e participação das atividades desenvolvidas pela Frente. Desta forma, será acrescida neste documento, pesquisa prévia realizada para levantamento de dados e informações de projetos em andamento na ALMG que tratam de Gastronomia e temas afins para conhecimento de todos os membros.

O cenário de transição da gestão pública, visto o encerramento da gestão 2010/2014, traz novos desafios e novas oportunidades para a Gastronomia Mineira. Assim, está também neste documento cópia do arquivo entregue aos candidatos ao Governo de Minas Gerais, com as demandas elencadas pelo grupo.

A Gastronomia Mineira é uma das expressões culturais do Estado. Tendências recentes demonstram diversas possibilidades a partir da valorização dos setores criativos, à exemplo da Gastronomia, no desenvolvimento econômico de diversos

territórios. Minas Gerais está se posicionando de forma inovadora e a Gastronomia desponta como uma possibilidade real para a maior parte dos territórios mineiros.

Os desafios são muitos, por isso, a atuação coletiva e planejada dos atores deste setor se faz cada vez mais necessária. Espera-se que este seja um primeiro esboço norteador e que em alguns anos Minas Gerais possa colher louros já alcançados por outros países e se tornar exemplo e que a Frente da Gastronomia Mineira alcance os resultados buscados e as metas elencadas, sendo também referência em articulação e atuação coletiva.

## **ANEXO I – Documento enviado aos candidatos ao Governo de Minas Gerais**

AO

Exmo. Sr. Candidato ao Governo do Estado de Minas Gerais

Em virtude das eleições do ano de 2014 e a candidatura de vossa excelência ao cargo de Governador do Estado de Minas Gerais, a Frente em Defesa da Gastronomia Mineira – FDGM, por meio de seus integrantes, signatários deste documento apresenta um breve histórico de sua formação e atuação, os dados sócio-econômicos da cadeia produtiva da gastronomia e expõe suas sugestões e reivindicações para a defesa e desenvolvimento desta atividade, ora encaminhadas aos candidatos ao Governo de Minas a fim de que possam apresentar o seu programa de governo para as questões aqui levantadas.

### **SOBRE O SETOR GASTRONÔMICO**

A gastronomia é uma atividade que impacta a economia de forma linear e em cadeia, partindo da produção agropecuária, passando pela logística, distribuição, manipulação e transformação de alimentos e bebidas até a prestação de serviços de alimentação de forma direta, além de ser fator gerador de emprego no segmento de hospitalidade, sendo atrativo fundamental para o turismo. Além disso, é expressivo gerador de empregos formais e serve como alternativa de renda para artesãos, quitandeiras e agricultores familiares em todo o Estado.

Em pesquisa realizada pela SETES/MG em 2012, o turista que veio à Minas Gerais teve 22% dos seus gastos direcionados ao setor de bares e restaurantes, sendo que 24% destes turistas tem na gastronomia a principal imagem de Minas, representada pelos ícones do queijo e pão de queijo como principais referências. Logo, fica claro que, ao identificar estas novas tendências e observar a gastronomia mineira como um diferencial competitivo, Minas Gerais passa a contar com uma estratégia singular de posicionamento turístico e um nova oportunidade de desenvolvimento territorial.

O setor turístico vem experimentando, desde o ano 2000, uma mudança nas tendências de consumo. Diminui-se cada vez mais o interesse por produtos e destinos massificados, que permitem pouca ou nenhuma interação com a cultura local e passa a existir um movimento crescente de procura por experiências únicas, pautadas pela cultura local, permitindo que o turista torne-se cada vez mais protagonista de sua viagem. Nesta linha, ganham destaque as manifestações culturais, festivais e festas típicas e claro, a gastronomia.

### **O QUE VEM ACONTECENDO**

Desde 2012, Minas Gerais então passou a atuar de maneira mais estratégica para o desenvolvimento do setor. No final de Dezembro deste mesmo ano, a Lei nº 20.577 foi sancionada no Estado de Minas Gerais, instituindo o dia 05 de julho de cada ano, como o Dia da Gastronomia Mineira e também por Lei Estadual de 2001, a dia 20 de maio é o dia Estadual da Cachaça.

Destacam-se também iniciativas para a internacionalização da gastronomia mineira, através da participação no Madrid Fusión 2013, primeira vez em que um Estado representa a gastronomia de um país no principal evento gastronômico mundial, eventos de promoção turística no Uruguai e Argentina em parceria com a Embratur, fechando o ano de 2013 com a apresentação da gastronomia mineira no espaço “Cozinhando com Palavras” da Feira do Livro de Frankfurt. Em paralelo, foram realizados os 1º e 2º Salão da Gastronomia Mineira, a criação da Superintendência de Gastronomia, órgão que dá projeção ao setor e trata a gastronomia enquanto política pública, iniciativa pioneira do Estado, não encontrada em nenhuma outra unidade da federação e oficializada através do decreto nº 46.579 de 14 de agosto de 2014 e a criação da CASA DA GASTRONOMIA MINEIRA, em fase de planejamento e captação de recursos para sua instalação no Circuito Cultural Praça da Liberdade.

Além disso, Minas Gerais vem se destacando no setor pelo despontar de diversos chefs de renome nacional e internacional, pela realização de vários diversos festivais gastronômicos de grande expressividade, a exemplo do Festival Cultura e Gastronomia de Tiradentes, Brasil Sabor, Comida de Buteco, Prato da Casa e Festival de Cultura e Gastronomia de Araxá. Iniciativas até então congregadas sob um mesmo “guarda-chuva”, a marca “Minas Gerais O Estado da Gastronomia” que permite, em um slogan, demonstrar a importância do setor e todo seu potencial para gerar negócios e desenvolvimento para o Estado de Minas Gerais.

Criada em maio de 2014, a Frente em Defesa da Gastronomia Mineira - FDGM tem por objetivo reunir esforços em prol da defesa, valorização e promoção da Gastronomia Mineira nos mais diversos âmbitos. Hoje, a FDGM reúne instituições públicas e privadas, à exemplo do Sistema Fecomércio, Secretaria de Estado Turismo e Esportes, Sebrae/MG, Secretaria de Estado de Cultura, Conspiração Gastronômica, Abrasel/MG, entre outras além de profissionais e formadores de opinião ligados à gastronomia mineira, instituições de ensino e pesquisadores do tema que, de forma conjunta e articulada decidiram por atuar diretamente a partir de três diretrizes iniciais: Advocacy, Promoção da Gastronomia Mineira e Identificação, proteção e valorização dos modos de fazer e produtos tradicionais da gastronomia mineira. Ou seja:

- **Advocacy:** realização de apoio público em defesa de causa ou proposta baseada em ações estratégicas, apoiadas a partir de um grupo mobilizado em rede que fomenta a visibilidade à causa de maneira a influenciar o ambiente



político na tomada de decisões em prol da mesma. Torna-se uma maneira de atuar em bloco para que a força de cada uma das pessoas e instituições que compõe essa frente possam se somar a daí facilitar a execução das ações propostas.

- Identificação, Valorização e Proteção dos Produtos e Modos de Fazer Tradicionais de Minas Gerais: Trata-se do debate, reflexão e demais temas referentes à legislação, proteção de saberes e modos de fazer tradicionais, identificação e valorização de produtos em desuso ou em esquecimento.
- Promoção da Gastronomia Mineira: ações e iniciativas que tenham como alvo a promoção da gastronomia mineira, seus produtos, modos de fazer e profissionais. Tais ações devem envolver desde atividades junto aos eventos gastronômicos no Estado, fora dele, em âmbito nacional e/ou internacional, como ainda a inserção de produtos e profissionais mineiros junto ao setor gastronômico, turístico e cultural.

## PRODUTOS, NÚMEROS E POTENCIAL

Para defender e proteger a economia de Minas, deve-se olhar para os setores de economia, que engloba a Agricultura e Pecuária, a Indústria de Alimentos e Bebidas, e o Turismo - que envolve hospedagem, bares e restaurantes, e que fazem parte da cadeia gastronômica, tendo forte impacto sobre o PIB mineiro. Em 2011 eles totalizaram US\$441,39 bilhões de dólares, o que corresponde a 19,9% do PIB Brasileiro e foi cinco vezes maior que o PIB do setor Petroquímico.

Ressalta-se que Minas Gerais concentra 12,4% das indústrias de alimentos e bebidas e 10% das empresas de alimentação fora do lar do país, sendo a capital, Belo Horizonte, a cidade que possui mais bares e restaurantes per capita do Brasil, números que levaram-na a conquistar o título de “Capital Nacional dos Bares e Restaurantes”.

Apenas o segmento de alimentação fora do lar, reúne 105.600 empresas, gerando 630.000 empregos diretos e movimentação financeira em torno dos 22 bilhões de reais a cada ano, segundo dados da IPC Marketing Editora e ABRASEL.

Nosso Estado destaca-se pela cultura histórica de sua tradição culinária e pela busca constante de inovação em produtos que colocam Minas Gerais como referência nacional quando ao assunto é o conjunto de cafeterias, bares e restaurantes que os servem e a gastronomia e seu diferenciado universo de ingredientes, como pratos, bebidas, receitas, modos de fazer, e etc., como alguns exemplos abaixo destacados:”

## QUEIJO DE MINAS

Tombadas pelo IEPHA como patrimônio imaterial, com destaque para os fabricados

nas regiões do Serro, Serra da Canastra e Serra do Salitre, são queijos de fabricação artesanal no modo de fazer que transpõem o século XVIII e perduram até os dias atuais e, por isso, muito valorizados no mercado, pelas suas características peculiares do processo de fabricação, como o coalho, pingo, fermentação, corte da massa, salga e maturação. Segue anexo o mapa atualizado do queijo Minas artesanal e suas regiões produtoras que empregam 9789, produzem: 32.896 toneladas/ano. Já o setor como um todo, gera 29.367 no Estado de Minas Gerais.

## CAFÉ

Se Minas fosse um país, seria o maior produtor mundial de café. Para se ter uma ideia, no ano-safra 2012/2013, uma em cada cinco xícaras de café consumidas no mundo saiu de Minas Gerais. O grão é cultivado em 607 dos 853 municípios do Estado, sendo a principal atividade econômica em 340 municípios com destaque para os cafés Gourmets, principalmente os do Cerrado mineiro, Matas de Minas e do Sul de Minas

## CERVEJAS ARTESANAIS

Dentro do momento expressivo da cerveja artesanal que ocorre no Brasil, Minas desponta como vanguarda, sendo considerada a “Bélgica brasileira”, pela qualidade, ousadia e criatividade de suas cervejas, reconhecidas com relevantes premiações internacionais. As cervejarias artesanais mineiras representam o que há de mais moderno, utilizando tecnologia de ponta, sustentabilidade, agregando uma carga histórica, turística e cultural ao contexto gastronômico brasileiro, além de estar implantando uma forte vocação na educação por meio de atividades de ensino. Minas Gerais entrou no circuito internacional de cervejas, sendo a sede da South American BeerCup no corrente ano, e ainda ser o território da cervejaria vencedora das medalhas de ouro e prata, da World Beer Cup 2014, a cervejaria Wälls.

## CACHAÇAS

Minas Gerais abriga o maior número de cachaças de alambique do país, contextualizando uma cadeia produtiva significativa e gerando divisas para o Estado. A cadeia produtiva da cachaça movimentou 7 bilhões de reais anualmente no Brasil e 1,8 bilhão em Minas Gerais e 240.000 empregos diretos e indiretos no Estado, com 9000 produtores. A Cachaça simboliza e representa nosso país como autêntica bebida nacional, reconhecida em todo o mundo. Forte personagem da gastronomia mineira é um produto com um terroir marcante de várias partes do território mineiro e o Município de Salinas e municípios em seu entorno é hoje a 2ª. Indicação Geográfica de Produção de cachaça do Brasil e a primeira de Minas. A cachaça é patrimônio cultural de Minas Gerais por Lei Estadual e bebida nacional do Brasil, por Decreto Federal e pesquisa realizada em 2010 pelo Centro de Indústrias de São Paulo colocou a cachaça em 20. lugar entre os produtos que mais tem a cara brasileira, perdendo

para a o petróleo da Petrobrás apenas e ficando o Café em terceiro lugar. Como Petróleo e Café tem em praticamente em todo o mundo, a cachaça é o produto que mais tem a cara brasileira. É de Minas, também, a feira pioneira, a maior e a mais importante do Brasil : Expocachaça - Feira e Festival Internacional da Cachaça. Finalmente, vale destacar, pela importância , que a cachaça Famosinha de Minas, de Papagaios (MG), envelhecida em amburana, madeira brasileira, ganhou a maior Medalha do Concurso Mundial de Bruxelas, disputando com mais de 800 destilados de todo o mundo, é de se destacar, ainda, que mais de 50% das medalhas das cachaças participantes do evento vieram para as cachaças mineiras.

### REIVINDICAÇÕES E NECESSIDADES DO SETOR

Diante da exposição anterior, a Frente em Defesa da Gastronomia Mineira apresenta suas sugestões e reivindicações para a defesa e desenvolvimento da gastronomia em nosso Estado:

1. Elaborar e implementar políticas públicas intersetoriais que promovam, apoiem e potencializem o desenvolvimento da gastronomia mineira, e que sejam articuladas entre as diferentes Secretarias de Estado do Governo de Minas que tenham competências afetas à matéria;
2. Abrir linhas de financiamento para o setor da gastronomia, que alcance e dê oportunidades aos pequenos agricultores, empresários e empreendedores;
3. Elaborar e implementar de políticas públicas que incentivem e democratizem a distribuição e comercialização de produtos da gastronomia mineira; que facilite a comercialização de alimentos e bebidas produzidos de forma artesanal (como o queijo, produtos preparados em tacho ou panelas de cobre, licores e etc.), bem como a proteção aos modos de fazer como bens imateriais do Estado, dando visibilidade às marcas da gastronomia mineira frente aos produtos que invadem o mercado;
4. Envolver as dez macrorregiões do Estado de Minas, por meio dos órgãos e entidades ligados aos setores da gastronomia mineira, para que possam levantar dados consistentes sobre a gastronomia local, e por meio destas informações, debater sobre a importância desta atividade econômica, criar e aplicar ações de proteção, valorização e comercialização de produtos a fins;
5. Promover Minas como o “Estado da Gastronomia”, por meio de seus produtos, modos de fazer e tradições, divulgando nossa cultura culinária em eventos nacionais e internacionais da área de gastronomia, ao mesmo tempo pactuar a criação agenda consolidação e permanentes nesta área;

6. Criar selos de origem e certificados para identificação e proteção de produtos da tradicional culinária mineira, com o reconhecimento de produtos de terroirs e os microterroirs, a exemplo dos cafés gourmets, cachaças, vinhos, queijos, doces, os modos de fazeres como o leitão a pururuca, feijão tropeiro, tutu mineiro, frango caipira, pé-de-moleque, quitandas, quitutes e etc. e alimentos in-natura e orgânicos, a fim de agregar valor a estes produtos, incentivar e fomentar sua comercialização e de proteger em relação a similares não-mineiros;
7. Rever a lista de produtos sujeitos à substituição tributária, um dos fatores que agravam a situação dos altos preços atualmente cobrados pelos bares e restaurantes de Minas Gerais, fazendo com que a gastronomia mineira perca em competitividade em relação a outros Estados da Federação;
8. Mapear, identificar, resgatar e promover ingredientes esquecidos da culinária mineira e que não estão na cadeia produtiva, implementando ações que estreitem e facilitem a troca destes conhecimentos resgatados e que fortaleçam o relacionamento entre as diferentes áreas de alimentos, em todos os municípios produtores de Minas, com as de serviços gastronômicos, salvaguardando estes ingredientes e, por conseguinte as tradições da culinária mineira;
9. Democratizar e distribuir o saber gastronômico mineiro, proporcionando incentivos à difusão do conhecimento por meio de cursos, publicações, livros, aulas, etc., e aproximação com os meios acadêmicos no tema proposto e a inclusão do tema gastronomia na educação de forma transversal, seja através da merenda, seja na exemplificação de atividades das disciplinas de matemática, história, etc., nas escolas de nível básico e médio do ensino público para defesa de nossas tradições culturais e a criação de pólos regionais de ensino gastronômico, visando qualificar mão de obra para fabricação de produtos e atendimento ao público consumidor;
10. Propor ações que facilitem e possibilitem a obtenção do CNPJ, de estabelecimentos no segmento de bares e restaurantes de Minas Gerais, para retirar da irregularidade mais de 65% dos que ainda não possuem.
11. Criar um edital de apoio a eventos, pesquisa, projetos de capacitação e qualificação e publicações da gastronomia mineira gerido pela Secretaria de Turismo e Esportes.
12. Criar a cadeira de gastronomia em conselhos e fóruns constituídos pelas diversas Secretarias de Governo pertinentes, a exemplo das de Agricultura,

Turismo e Cultura, possibilitando a ampla discussão da temática na estrutura administrativa do governo.

13. Apoiar as instituições ligadas à gastronomia na captação de recursos de órgãos de financiamento e fomento nacionais e internacionais para a proposição de programas de apoio ao desenvolvimento do setor;
14. Possibilitar a manutenção do slogan/marca “Minas o Estado da Gastronomia” para que seja representante do Estado de Minas em diferentes eventos, possa ser usado como selo de identificação de produtos diversos dentro deste programa.
15. Consolidar e manter a “Casa da Gastronomia” no Circuito Cultural Praça da Liberdade, como um espaço de referência da gastronomia em nosso estado, destinado aos diversos públicos.

Diante ao exposto e que se apresentam para o momento como importantes ações em defesa da Gastronomia Mineira, despedimo-nos no aguardo de Vossa Excelência pronta manifestação em relação à apresentação do Plano de Governo do Estado de Minas que contemple as questões aqui apresentadas.

Esperamos contar com sua adesão às nossas propostas, subscrevendo-as.

Colocamo-nos ao dispor de Vossa Excelência.

Respeitosamente assinam:

Membros da Frente em Defesa da Gastronomia Mineira

**ANEXO II – Pesquisa de Projetos de Lei em trâmite na ALMG**