




## CERRADO, PANTANAL Y HOSTELERÍA EN CAMPO GRANDE, M.S.

*CERRADO, PANTANAL AND HOSPITALITY IN CAMPO GRANDE, M.S.*

Líbini Suelen Bial da Silva Pache – UFMS \*<sup>1</sup>

Lilian da Silva Paiva – UFMS \*<sup>2</sup>

Guilherme Garcia Velasquez – UFMS \*<sup>3</sup>

Palavras-Clave	Resumen
<p>Hostelería; Fruta nativa del cerrado; Fruta nativa del Pantanal; Consumo de fruta nativa; Plato regional.</p> <div data-bbox="165 1267 403 1525" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"><p>ISSN 2594-8407</p><p>Licenciada por <b>Creative Commons</b> Atribuição Não Comercial/Sem Derivações / 4.0/</p></div>	<p>El Cerrado constituye aproximadamente una cuarta parte del territorio brasileño y posee una vegetación abundante, con cerca de 12.000 especies vegetales catalogadas. En cuanto al Pantanal, también está formado por especies de otras regiones de Brasil y Sudamérica, pero el número de especies es menor que en el Cerrado. Buscando responder sobre el uso de frutas nativas del Cerrado y del Pantanal en el menú de desayuno de los hoteles de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, el objetivo principal del estudio fue identificar cuáles frutas nativas de estos dos biomas son utilizadas en los menús de desayuno de los hoteles de la capital del estado de Mato Grosso do Sul, Campo Grande. A través de la revisión bibliográfica y la recolección de datos en un sesgo cualitativo, la investigación se ocupó de interrogar a los hoteles de Campo Grande, registrados y activos en la Asociación Brasileña de la Industria Hotelera-ABIH-MS, con respecto a sus servicios de desayuno. De ellos, 27% participaron de la encuesta, entre los cuales fue posible constatar que las frutas más comunes ofrecidas en el desayuno son: Jabuticaba, Guavira, Jatobá, Bocaiuva, Jenipapo y Pequi, mientras que otros platos típicos como Saltenha, Chipa y Sopa Paraguaya también resultaron formar parte de la mayoría de los menús locales. La mayor dificultad encontrada por estos hoteles para ofrecer platos con frutas nativas ha sido el acceso a las frutas regionales y, en segundo lugar, la falta de interés de los turistas por las frutas. La valorización del patrimonio como refuerzo de la identidad de un determinado espacio geográfico a través de elementos locales es muy importante y, por lo tanto, este trabajo intenta demostrar la relevancia de la valorización a través del uso, de las frutas del Cerrado y del Pantanal en el desayuno de los hoteles de Campo Grande, M.S.</p>



Keywords	Abstract
<p><i>Hospitality;</i> <i>Cerrado's native fruits;</i> <i>Pantanal's native fruit;</i> <i>Native fruit consumption;</i> <i>Regional dish.</i></p> <div data-bbox="156 936 405 1272" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>Submetido em:</b> 11/04/2023 <b>Aprovado em:</b> 05/10/2023 <b>Publicado em:</b> 27/05/2023</p> <p><b>Editor:</b> Izac Bonfim</p> </div>	<p><i>The Cerrado constitutes approximately a quarter of the Brazilian territory and has abundant vegetation, with about 12,000 catalogued plant species. Pantanal is also made up of species from other regions of Brazil and South America, but the number of species is smaller than in the Cerrado. Seeking to answer whether there is use of native fruits from Cerrado and Pantanal in the breakfast menu of hotels in Campo Grande, Mato Grosso do Sul, the main objective of the study was to identify which native fruits from these two biomes are used in the breakfast menus of hotels in the capital of the state of Mato Grosso do Sul, Campo Grande. Through literature review and data collection in a qualitative-quantitative perspective, the research dealt with the questioning of hotels in Campo Grande, registered and active in the Brazilian Association of the Hotel Industry-ABIH-MS, regarding their breakfast services. Of these, 27% participated in the survey, among which it was possible to confirm that the most common fruits offered at breakfast are: Jaboticaba, Guavira, Jatobá, Bocaiuva, Jenipapo and Pequi, while other typical dishes such as Saltenha, Chipa and Sopa Paraguaya also turned out to be part of most of the local menus. The greatest difficulty encountered by these hotels in offering dishes with native fruits has been the access to regional fruits and, secondly, the lack of interest of tourists in fruits. The valorization of heritage as a reinforcement of the identity of a certain geographic space through local elements is very important and, therefore, this work attempts to demonstrate the relevance of the valorization through the use of fruits from the Cerrado and the Pantanal in the breakfast of hotels in Campo Grande, M.S.</i></p>

Como Citar:  
 Pache, L. S. B. S.; Paiva, L. S. & Velasquez, G. G. (2023). Cerrado, pantanal y hostelería en Campo Grande, M.S. *Ateliê do Turismo*. 7 (1 ). 238-259.  
<https://doi.org/10.55028/at.v7i1.18352>



## INTRODUCCIÓN

La valorización cultural y social, como refuerzo de la identidad de un determinado espacio geográfico a través de elementos locales es muy significativa. La alimentación tiene fuerte relevancia en la promoción de las identidades y concomitantemente del turismo en una región, por ser una herramienta muy influyente y apreciada.

En relación al turismo y específicamente a este trabajo, buscamos identificar el uso y consumo de frutas nativas del Cerrado y Pantanal de Mato Grosso do Sul y la oferta de platos elaborados con estas frutas nativas en los desayunos de los hoteles de la capital Campo Grande.

Es necesario observar el tema, considerando que el resultado permitirá la comprensión y difusión del conocimiento sobre los principales frutos de estas regiones y su uso culinario, fortaleciendo la cultura local.

La oferta de elementos alimenticios típicos, como el uso de frutas típicas en los servicios alimentares de hoteles, por ejemplo, contribuye para el rescate las culturas locales y regionales, lo que oportuna una experiencia más rica para los turistas/visitantes.

El acto de comer, además de ser una necesidad fisiológica, es sobre todo un acto cultural. Por lo general, los individuos intentan comer productos que les aporten significado y sentido (DaMatta, 2001), (Contreras & Gracia, 2011). Lo mismo ocurre cuando se está de paso en un destino diferente de aquel en el que se vive.

Así, pensar en el mercado hotelero como una herramienta para potenciar la oferta cultural es importante para el sector turístico. El estado de Mato Grosso do Sul, en Brasil, tiene tres biomas distintos. El Bioma Mata Atlántica en su porción sur; el Bioma del Cerrado en su región central (porción más grande) y el Pantanal en su región nortenoeste hacia la frontera con Paraguay, Bolivia y el estado de Mato Grosso. Son os biomas Cerrado y Pantanal aquellos estudiados en esta pesquisa.

El Cerrado constituye aproximadamente una cuarta parte del territorio brasileño y es rico en vegetación, con unas 12.000 especies vegetales catalogadas. El Pantanal cuenta con especies brasileñas y sudamericanas, pero en menor número que el Cerrado. Entre las especies de estos biomas destacan los frutos, que la población local utiliza habitualmente en la preparación de sus platos.

Siendo el objetivo del presente trabajo identificar cuales frutos nativos de los biomas Pantanal y Cerrado son utilizados en el desayuno de los hoteles de la capital del Estado de Mato Grosso do Sul, se buscó responder a la pregunta problema del estudio, que es: ¿Existen usos de frutas nativas del Cerrado y Pantanal en la hostelería de Campo Grande-MS?

De esa manera, a través de un estudio de revisión bibliográfica y la recolección de datos en una perspectiva cuali-cuantitativo, la investigación se ocupó de interrogar a los



hoteles de Campo Grande, registrados y activos en la Asociación Brasileña de la Industria Hotelera-ABIH-MS, con respecto a sus servicios de desayuno.

El presente estudio puede contribuir a concienciar a los empresarios hoteleros locales de que la experiencia del alojamiento va más allá de los servicios ofrecidos en las habitaciones del hotel. La experiencia del viaje también está impregnada de cuestiones culturales locales. Así pues, la investigación contribuirá a que los empresarios del sector comprendan que la comida de sus establecimientos puede servir de elemento de conexión entre el turista/visitante y la cultura local.

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los procesos sociales representan las diversas formas en que los individuos y los grupos se relacionan entre sí, la forma en que interactúan y establecen relaciones sociales. El conjunto de estos procesos se denomina estructura social, un sistema dinámico donde, a través de las relaciones, es posible captar diferentes disposiciones y significados que, en los alimentos, revelan los sistemas culinarios y reflejan las permanencias y rupturas de los patrones estructurales, identificando lo que aporta significado e identidad cultural (Oliveira; Vanzella; Brambilla, 2019).

El sistema culinario se construye históricamente no sólo por la necesidad biológica de comer. También está vinculado al sentimiento de pertenencia. La cocina se define como "el arte de cocinar", una actividad que acompaña la relación que las distintas generaciones mantienen con los alimentos. La memoria y el patrimonio de la sociedad en la que vivimos demuestran numerosas posibilidades de reflexión en esta dimensión cultural, expresión de la propia cultura, producción de conocimiento (Oliveira; Vanzella; Brambilla, 2019).

Mintz (2001, p.31) describe que: "El comportamiento relativo a la alimentación se vincula directamente con el sentido de nosotros [...] y esto parece ser cierto para todos los seres humanos". En este sentido, Simon, Etges y Minasi (2015), demostraron la importancia y la influencia de la cultura, bajo la mirada de la gastronomía regional, considerando la relación entre lo global y lo regional con la alimentación, la gastronomía y el turismo.

Es importante mencionar que en los cambios promovidos por el desarrollo del capitalismo, se evidencian fuerzas homogeneizadoras que actúan en diferentes territorios, capaces de producir tendencias a la estandarización, es decir, en las formas de procesamiento de las actividades productivas y económicas, en las costumbres y hábitos cotidianos de las personas.

Se pueden establecer segmentos turísticos a partir de los elementos de identidad de la oferta y de las características y variables de la demanda. Esta es una estrategia



para consolidar rutas y destinos, así como para la innovación de productos turísticos, a través de la valorización y caracterización de los diversos elementos que dan identidad a la oferta turística local.

La comida puede asumir diferentes papeles para un viajero. Para algunos turistas, el acto de comer durante el viaje exploratorio es rutinario, por lo que entiende que en algún momento será necesario hacer una comida, teniendo un papel puramente funcional (fisiológico). Sin embargo, para otros turistas, comer es muy importante, convirtiéndose en un momento especial, para lo cual se busca probar platos típicos de la cocina local y asistir a entidades gastronómicas donde la comida será diferenciada, resultando en una experiencia turística (Fagliari, 2005, citado por Garcia; Zottis; Bonho, 2015).

De esta forma, el turismo prioriza las particularidades de las expresiones de la cultura, buscando la calidad de los atractivos.

Según Lavandoski, Brambilla y Vanzella (2019), el conocimiento gastronómico viene ganando espacios significativos en las discusiones académicas y ha sido visto como un elemento importante para comprender los simbolismos y costumbres de una sociedad. Las tradiciones alimentarias de una ciudad pueden ser vistas como un atractivo turístico, posibilitando el turismo gastronómico, de tal forma que el destino puede utilizar elementos de comidas y bebidas locales para divulgar la localidad, a través de campañas publicitarias.

La particular variedad alimentaria existente en Brasil proporciona experiencias a los turistas, a pesar de una cierta inclinación a estandarizar el consumo, las especies regionales permanecen arraigadas en las costumbres, especialmente en los hábitos populares (Montanari, 2008).

Entre las comidas, cabe decir que el desayuno se considera la primera y principal comida del día y su importancia, según los expertos en nutrición, radica en que los alimentos de esta comida son el primer combustible del día. Después de todo, tras varias horas de ayuno, el cuerpo necesita alimento.

Además, no comer al comienzo del día puede generar un bajo nivel de glucosa en la sangre, un hecho que puede causar efectos en el cuerpo como mareos y náuseas, resultado de esta falta de nutrientes en el cuerpo (Brasil, 2014).

El uso de frutas nativas para el desayuno puede ser caracterizado como gastronomía local, al destacar y promover frutas presentes y características en una determinada región.

Brasil es uno de los países más ricos del mundo en términos de cultura y su pluralidad étnica lo garantiza. Así, es fácil comprender la relevancia de estudiar las características de los alimentos de las regiones del Pantanal y el Cerrado.

El Cerrado brasileño cubre aproximadamente  $\frac{1}{4}$  del territorio nacional. Dado su tamaño y distribución geográfica, el estado de Mato Grosso do Sul (MS) presenta una gran heterogeneidad de clima, suelo, fauna y flora. El clima varía entre los períodos

secos y lluviosos. Su suelo antiguo y profundo, bien drenado y de relieve ondulado, provoca una baja fertilidad natural. A pesar de ello, sorprende por ofrecer una gran variabilidad de especies, pudiéndose observar más de cuarenta tipos fisonómicos en su extensión, entre ellos el cerradão, el campo limpio, el campo sucio, la vereda, el bosque de galería y el bosque calcáreo. De todas las sabanas, el Cerrado es la más rica en especies vegetales, con cerca de 11.000 de ellas. Este bioma tiene un gran potencial alimentario y su infinidad de frutos autóctonos tiene gran importancia para la fauna silvestre (Rodrigues, 2004).

### **Imagen 1**

*Mapa de los biomas de Brasil*



Fuente: Autor desconocido, 2020.

Existe en el Cerrado una plétora de frutos nativos importantes para la vida silvestre y selvática, así como para el mantenimiento de este bioma relevante para el país. Según Avidos y Ferreira (2000), el cultivo de frutales nativos del cerrado a escala comercial puede evitar los riesgos de su extinción, aumentar los ingresos de los agricultores y proporcionar alimentos sanos a la población.

El Pantanal, a su vez, está formado por biomas de otras regiones de Brasil y América Latina, - como el Cerrado, la Amazonia y el Chaco, - y debido a este vasto recurso, es posible encontrar allí diversas frutas con sabores distintos y alto valor nutritivo, ricas en fuentes de vitaminas, minerales, proteínas, entre otros.




Según Pott y Pott (2004), las operaciones en el Pantanal en busca de información sobre plantas útiles para consumo alimentario y uso medicinal en la región del Pantanal, llevaron al conocimiento de algunas de estas especies comestibles disponibles en este bioma. En su publicación, se presentaron decenas de frutos que se disfrutaban a partir del consumo de su semilla, yema, hoja y tallo, pulpa, rizoma, palmito y nuez.

Como demostraron Pott y Pott (2004), los frutos del Pantanal, junto con los del Cerrado, pueden consumirse y utilizarse en su totalidad, desde la semilla hasta el rizoma. Dadas las características del ambiente, la influencia del clima y del suelo, la oferta de frutos nativos ocurre en diferentes épocas del año, hecho que permite su consumo constante y para diversos fines. He aquí algunas de ellas, en orden alfabético según la siguiente tabla, entre otras.

**Tabla 1**




*Frutas del Pantanal y sus características*

<b>Fruto</b>	<b>Ilustración</b>	<b>Breves características del fruto</b>
<b>Acuri/Bacuri</b>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/mu3sd9za">https://tinyurl.com/mu3sd9za</a></p>	Nuez y pulpa comestibles; la savia brota del tallo cortado.
<b>Araticum</b>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/24bebtbw">https://tinyurl.com/24bebtbw</a></p>	Fructificación: marzo-mayo; borde de campos arbustivos y cerrados, en arena.


<p><b>Bocaiúva/ Macaúba</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/yck7hsky">https://tinyurl.com/yck7hsky</a></p>	<p>Palmera con tallo densamente espinoso, fruto amarillo-marrón con pulpa blanca y amarillenta.</p>
<p><b>Buriti</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/mtdk8ucz">https://tinyurl.com/mtdk8ucz</a></p>	<p>Fructificación: de agosto a febrero. Común en zonas inundadas. La pulpa contiene carotenoides, proteínas y grasas.</p>
<p><b>Cumbaru/ Baru</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/yvyf3k3w">https://tinyurl.com/yvyf3k3w</a></p>	<p>Nuez tostada parecida al cacahuete, muy nutritiva; cae en la estación seca; también se utiliza como medicina.</p>



<p><b>Fedegoso</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/s3tmbz9v">https://tinyurl.com/s3tmbz9v</a></p>	<p>Café de semillas fedegoso tostado, sustituye al verdadero café; se utiliza como medicamento.</p>
<p><b>Guavira</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/27p3rx4e">https://tinyurl.com/27p3rx4e</a></p>	<p>Rica en vitamina C y con alto valor nutritivo; de color verde y amarillento y carne amarillenta, presenta numerosas semillas.</p>
<p><b>Ingá</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/2v27ub6e">https://tinyurl.com/2v27ub6e</a></p>	<p>Florece al borde de los ríos y corixos; madura en época de lluvias; fruto comestible y para medicina.</p>
<p><b>Jabuticaba</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/2s4xhfrm">https://tinyurl.com/2s4xhfrm</a> Foto: Paulo Robson de Souza</p>	<p>Fuente de hierro para adultos y niños.</p>

<p><b>Jatobá</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/3u9em9cn">https://tinyurl.com/3u9em9cn</a></p>	<p>Comestible, con un fuerte olor.</p>
<p><b>Jenipapo</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/4uzew5ub">https://tinyurl.com/4uzew5ub</a></p>	<p>Fruto marrón de piel fina, blanda, suelta, arrugada y marchita. Rica en fibra y vitaminas, de uso doméstico, terapéutico y medicinal, puede consumirse al natural o en forma de zumo, licor y dulces.</p>
<p><b>Laranjinha-de-Pacu</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/2s4xhfrm">https://tinyurl.com/2s4xhfrm</a> Foto: Paulo Robson de Souza</p>	<p>Es la fruta más común en la región del Pantanal y también sirve de cebo para los peces.</p>

<p><b>Mangaba</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/6szm6usa">https://tinyurl.com/6szm6usa</a></p>	<p>Fructifica gran parte del año, madura cuando cae; verde es tóxica, pero puede tomarse para madurar.</p>
<p><b>Pequi/Piqui (<i>Caryocar brasiliense</i> C ambess)</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://portalefood.com.br/gestao">https://portalefood.com.br/gestao</a></p>	<p>Tiene carotenoides, grasas y cobre. Carne comestible, blanda y sabrosa.</p>
<p><b>Pindó/Jerivá (<i>Syagrus romanzoffia na</i>)</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/5ehsafus">https://tinyurl.com/5ehsafus</a></p>	<p>Contiene betacaroteno, fibra e hidratos de carbono.</p>

<p><b>Pitanga</b></p>	 <p>Fuente: <a href="https://tinyurl.com/kj4yvmy">https://tinyurl.com/kj4yvmy</a></p>	<p>Fruto de la temporada de lluvias; de octubre a enero; comestible y utilizado como medicina.</p>
-----------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Pott; Pott; Sobrinho (2004) y Damasceno Jr.; de Souza (2010).

Entre las frutas mencionadas, se puede destacar una de las más populares en el estado como la Guavira (*Campomonesia adamantium*), planta nativa declarada a través de la Ley nº 5.082/2017, como fruta símbolo de Mato Grosso do Sul.

Otra fruta popular en el Pantanal y el Cerrado es la Bocaiuva, una palmera importante para la fauna nativa, pero también ampliamente consumida por los seres humanos. La harina de Bocaiuva es un elemento importante en la gastronomía. Es el ingrediente utilizado para hacer pasteles, helados, batidos, entre otros. Además, el aceite de su almendra puede utilizarse en cosmética (Avidos; Ferreira, 2000).

Según Feldens (2015), además de las mencionadas, también destaca la naranjapacu (*Pouteria glomerata*). Su sabor es ácido, similar al característico del tamarindo, aunque tiene una fragancia agradable, suave y dulzona. Se puede comer cruda y su pulpa se utiliza en zumos, helados, gelatinas y jarabes.

El Jatobá (*Hymenaea courbaril*), también popular entre los pantaneiros, es una fruta de corteza dura y pardusca. Su pulpa se caracteriza por un polvo verde de fuerte olor. Tanto la corteza como el polvo de Jatobá pueden ser consumidos (Feldens, 2015).

## ASPECTOS METODOLÓGICOS

El uso de frutas en la alimentación permite la valorización de la cocina regional y ha abierto espacios en los centros urbanos para la inserción de nuevos sabores, que agradan el paladar de brasileños y extranjeros.

Así, teniendo en cuenta lo presentado, surgió la pregunta problema de la investigación: "¿Existe el uso de frutas nativas del Pantanal y del Cerrado en el menú de los servicios de desayuno de los hoteles de Campo Grande?".



El presente estudio utilizó una revisión bibliográfica, realizada a través de una búsqueda en la base de datos Scielo, en artículos de turismo, ecología y gastronomía, así como en trabajos relacionados con el tema propuesto, con el fin de levantar informaciones y conocimientos capaces de fundamentar la discusión de los datos recolectados. Para el análisis, se utilizaron artículos publicados entre los años 2000 y 2021, en lengua portuguesa y con los descriptores: Frutos do Pantanal; Frutos do Cerrado; Culinária Típica.

En una perspectiva cuali-cuantitativa, se realizó un cuestionario con el objetivo de llevar a cabo una investigación con una lista de establecimientos en Campo Grande-MS, que fuera capaz de responder a la pregunta problema de la investigación.

Según Godoy (1995), la investigación cuantitativa "atribuye valores numéricos a enunciados u observaciones, buscando verificar por medio de estadísticas, posibles relaciones entre variables". La investigación cualitativa, en cambio, se interesa por cuestiones amplias, de acuerdo con el desarrollo del estudio, busca datos descriptivos sobre personas, lugares y procesos interactivos, buscando comprender los fenómenos de acuerdo con la perspectiva de los sujetos.

Para el estudio en cuestión, los datos analizados se obtuvieron a través de las respuestas al cuestionario creado a través de la plataforma "Formularios" de Google, enviado a los hoteles de Campo Grande que ofrecían el servicio de desayuno a sus huéspedes. El cuestionario se estructuró de la siguiente manera: En la primera sesión, se buscó reconocer al encuestado, recogiendo datos como el nombre del hotel y la persona responsable de rellenar el cuestionario (siendo dicha información confidencial). En la sesión siguiente, el cuestionario utilizó 11 preguntas, caracterizadas por aspectos objetivos y subjetivos. En un primer momento, la pregunta cerrada buscaba caracterizar qué tipo de dieta se ofrecía en el establecimiento, en secuencia cuáles, entre las frutas presentadas en la pregunta, se servían en el menú del alojamiento. Después, una secuencia de tres preguntas abiertas se refería a platos dulces y salados elaborados con frutas nativas, seguida de preguntas objetivas sobre bebidas típicas preparadas con frutas nativas.

También en relación con las preguntas objetivas, los participantes debían marcar la respuesta que mejor se ajustara a las afirmaciones realizadas, como por ejemplo: con qué frecuencia el hotel probaba nuevas recetas con frutas típicas; en qué comida, aparte del desayuno, se utilizaban las frutas y qué otros platos regionales ofrecía el establecimiento. En caso contrario, se intentó identificar la razón por la que no ofrecían productos con frutas nativas y las dificultades que se les atribuían.

La selección de los hoteles cuestionados se basó en el registro de establecimientos asociados a la Asociación Brasileña de la Industria Hotelera, unidad Mato Grosso do Sul (ABIH/MS).

Actualmente, la ABIH-MS tiene 24 hoteles registrados en el municipio de Campo Grande/MS. Sin embargo, sólo 22 están actualmente en actividad. El cuestionario sobre



el uso de los frutos nativos del Pantanal y del Cerrado fue enviado a los 22 hoteles en cuestión, y sólo 6 de ellos (correspondientes al 27%) completaron la encuesta. El enlace con el formulario fue enviado a las direcciones de correo electrónico actualizadas y activas de los administradores o gestores de las posadas entre el 14 de octubre de 2021 y el 20 de octubre de 2021, con un plazo máximo de respuesta del 25 de octubre de 2021, para procesar los datos recogidos y proceder a la encuesta.

## RESULTADOS Y DISCUSIONES

Antes del inicio de la presentación de los resultados, se considera que la baja adhesión en la participación de la investigación en cuestión, sugiere el hecho de que se trata de un período aún limitante para la industria hotelera, en vista de los impactos sufridos por el sector durante el período de la pandemia COVID-19.

Cabe destacar que todos los responsables de las veintidós empresas fueron contactados directamente antes del envío del cuestionario, y todos garantizaron unánimemente su participación en el estudio.

En vista de la realidad encontrada, se puede inferir que los hoteles listados tienen, hasta cierto punto, una baja motivación para contribuir con estudios científicos, y que no consiguen medir beneficios financieros directos, a corto plazo, invirtiendo en insumos relacionados con frutas nativas a ser incluidas en los menús de los hoteles.

Sin embargo, es conocida la importancia de la investigación académica para demandas que pueden impactar directamente en el desempeño de empresas y atracciones turísticas dentro de un estado, valorizando el potencial nativo existente en él.

Para subsidiar la importancia de la investigación científica y desafiar esta baja adhesión, Fernandes (2011) mostró que en Brasil, el turismo gastronómico se destaca cada vez más no sólo por el sesgo científico, sino también por el económico.

Dado el vasto territorio que posee el país, es común identificar platos que difieren de una localidad a otra.

En este sentido, el turismo gastronómico es una alternativa utilizada para reforzar la identidad local y valorar las diferencias entre culturas. Además, especialmente para los hoteles, la comida también se convierte en un atractivo comercial. La oferta de menús compuestos por alimentos regionales hace, sobre todo, del alojamiento una experiencia, algo atractivo desde el punto de vista turístico.

Estando el estudio ligado en mayor medida a los servicios de desayuno de la hostelería de Campo Grande-MS, es importante mencionar que dicha comida es la primera del día y corresponde a cerca del 30% (treinta por ciento) del valor energético total de la dieta de una persona, ya que es la primera comida después de horas de sueño,



sirviendo como soporte energético del organismo para soportar las tareas diarias (Dorazio, 2016).

Así, esta comida es ofrecida por los hoteles con el fin de crear a los turistas y visitantes, una experiencia por lo menos acogedora, siendo incluida o no en el valor de la estancia. De los 6 (seis) hoteles participantes, todos sirven desayuno, sólo 1 (uno) sirve almuerzo y 2 (dos) de los establecimientos sirven cena. Tales datos muestran la importancia de estudiar y entender cómo ofrecer las frutas típicas de la región, especialmente en la primera comida del día.

Interrogados sobre la oferta de frutas regionales típicas en sus desayunos, 5 (cinco) de 6 (seis) hoteles informaron que sí, lo que representa el 83,3% de los hoteles. Dichos establecimientos mencionaron que servían y siguen sirviendo frutas regionales en sus menús. Así, las tradiciones alimentarias de una ciudad pueden ser vistas como una atracción turística, posibilitando el turismo gastronómico y la valorización de la identidad local.

En Brasil, hay una innumerable variedad de frutas, que complementan la mesa de los habitantes de una parte a otra del país, cada región con sus particularidades, y es difícil encontrar a alguien que las haya probado todas (Freixa y Chaves, 2008).

Aunque 1 (uno) de los 6 (seis) hoteles que participaron en la investigación mencionó que no sirve ninguna fruta típica en su menú de desayuno, se evidenció que los demás ofrecen frutas típicas del Cerrado y del Pantanal en diferentes comidas.

Sólo 1 (uno) de los 6 (seis) hoteles que participaron en la investigación mostró que ofrece Jatobá-do-Cerrado, Guavira, Pequi, Jenipapo, Melão caipira y Mango a sus huéspedes. Aunque es una fruta popular en la región, el Mango se cultiva desde hace más de 5 mil años y procede de Asia.

Aún en la oferta de frutas típicas, la Jabuticaba es la fruta más popular entre ellas y se sirve en 4 (cuatro) de los 6 (seis) hoteles. La Bocaiuva y el Maní se sirven en 2 (dos) hoteles, lo que corresponde a 1/3 (un tercio) de los hoteles estudiados.

Avidos y Ferreira (2000) destacan la Guavira como una de las frutas más populares de la región. Sin embargo, sólo 1 (un) hotel participante en la encuesta informó ofrecer la fruta. Es la fruta símbolo del estado de Mato Grosso do Sul, rica en vitamina C y con alto valor nutritivo (Avidos; Ferreira, 2000).

El Jatobá/Jataí, también popular entre los habitantes del Pantanal, sólo se ofrece en uno de estos hoteles. La Bocaiuva, típica del Cerrado es otro alimento servido de forma tímida, en 2 (dos) de estos establecimientos.

De las frutas nativas que se sirven frescas en el desayuno, 2 (dos) hoteles las sirven: uno de ellos afirmó que "dependiendo de la temporada" se sirven en su alojamiento algunas frutas como Guavira, Jabuticaba, Bocaiuva, Amendoim, Melão caipira y Mango. Un segundo alojamiento afirmaba servir mango fresco durante el desayuno en todas las épocas del año.



Los árboles de mango crecieron primero en el continente asiático, pero ahora están presentes en todo el mundo, especialmente en la región del Pantanal debido al suelo profundo, permeable y bien drenado (Silva & Gomes, 2004). Los otros cuatro hoteles que participaron en la investigación, en cambio, informaron de que no servían fruta fresca en el desayuno, lo que se debe principalmente a "la falta de proveedores adecuados y de logística de entrega".

En cuanto a la oferta de platos dulces preparados con frutas nativas para el desayuno, 3 (tres) de los hoteles que respondieron demostraron ofrecer en sus establecimientos.

En los hospedajes, estos platos consisten principalmente en pasteles, como Bocaiuva, Jenipapo y pastel de Jatobá. Otro plato popular en esta comida es la mermelada de Jabuticaba, servida en el 50% de estos alojamientos.

Según Avidos y Ferreira (2000), los frutales nativos de Jabuticaba ocupan un lugar importante en este ecosistema y son muy populares. Sus frutos tienen alto contenido de azúcares, proteínas, vitaminas, sales minerales y pueden ser consumidos frescos o en forma de jugos, licores, helados, jaleas, etc.

Según Pott y Pott (2004), se cree que el uso de ciertas frutas nativas del Cerrado, en industrias caseras y artesanales, ya iniciadas, en forma de confituras, "mermeladas", jaleas, sultanas, jugos, etc., encuentran mercado.

Así, se cree que si hubiera una forma más fácil de encontrar estos productos industrializados, aumentaría el consumo por parte de los turistas, el conocimiento de los hosteleros y, en consecuencia, la oferta de los mismos, como una jalea ya preparada y embotellada.

El conocimiento de la identidad territorial demuestra la importancia de la comida con la cultura local, que a menudo es un factor decisivo en la promoción del turismo.

Sobre platos salados preparados con frutas típicas del Cerrado y Pantanal y servidos en el desayuno, sólo 1 (uno) de los 6 (seis) hoteles demostró poner a disposición de sus huéspedes. El hotel sirve la propia fruta pequi como plato salado.

Así, fue posible observar que ninguno de los hoteles sirve en el desayuno bebidas preparadas con frutas típicas de las áreas investigadas, demostrando una oportunidad para generar nuevos estudios sobre las razones que llevan a la dificultad de ofrecer estas bebidas típicas, además de la oportunidad de promover y aumentar la oferta de estos alimentos.

Al ser cuestionados sobre la frecuencia con que el hotel prueba recetas con frutas nativas, buscando entender la perspectiva de estas empresas sobre el uso de frutas nativas, se evidenció que 2 (dos) de los hoteles siempre prueban nuevas recetas, mientras que otros 2 (dos) esporádicamente se aventuran en algo nuevo y 2 (dos) de ellos se mantienen tímidos afirmando que nunca han probado recetas.

Según Simon, Etges y Minasi (2015), existe un debate reflexivo sobre la relación entre alimentación, cocina típica y turismo, como elementos potenciales para el





fortalecimiento de las identidades territoriales, constituyentes del patrimonio cultural regional y como elementos importantes para la conformación del aspecto regional, como fuerza contra homogeneizadora. El uso frecuente de un determinado alimento también promueve la identidad cultural, ya que añade significado y valor a las rutinas diarias de los consumidores. Al preservar el patrimonio cultural y valorar la identidad, el área local establece una conexión con la dinámica global y, a través del turismo, refuerza de forma local los lazos con su cultura.

En cuanto a la pregunta "¿Hay otras comidas además del desayuno en las que se utilicen frutas nativas?", se observó que sólo uno de ellos mencionó ofrecer el Pintado ao Urucum durante las cenas, mientras que los otros cinco negaron utilizar frutas nativas en otras comidas.

Acerca del "plato principal" preparado con frutos nativos, apenas 1 (un) de los hoteles evidenció ofrecer en su menú algo tan típico. El plato se llama Nhecolândia (nombre de una de las subregiones del Pantanal), que se prepara con "carne de teta" soleada, con salsa a base de rapadura flambeada en agua ardiente (cachaça) y farofa preparada con la nuez Bocaiuva, un fruto que proviene de una palmera que tiene un tallo densamente espinoso, cuyo fruto es de color amarillo-marrón con pulpa blanca y amarillenta. Es un fruto de la región del Cerrado, bien conocido por los habitantes locales, pero poco utilizado en los hoteles de Campo Grande, siendo utilizado in natura en apenas 2 (dos) de los 6 (seis) participantes en el estudio.

Para los 5 (cinco) establecimientos que justificaron la no producción de platos con frutas nativas, respondieron al cuestionario de la siguiente manera: 3 (tres) de los 5 (cinco) hoteles encuestados, asociaron principalmente a la dificultad de acceso a las frutas nativas, mientras que 2 (dos) afirman que se debe a la falta de interés de los turistas en las frutas.

Sin embargo, a diferencia de lo que creen estos dos hoteles, García, Zottis y Bonho (2015) destacan que los servicios de alimentación en el turismo constituyen uno de los aparatos turísticos más importantes, llamado "turismo gastronómico", que es la actividad en la que el turista tiene en su viaje el propósito de entrar en contacto con la cultura local a través de la cocina.

La gastronomía es un arte extraordinario y proporciona experiencias gustativas que ofrecen información sobre la cultura de una determinada región. Para los hoteles, el valor de la entrada no es una justificación para no ofrecer tales producciones, ni sugieren otra razón, además de la dificultad de acceso y la falta de interés de los turistas.

Es posible analizar la alimentación y decir que el hecho de haber crecido en lugares específicos, rodeados de personas con hábitos y creencias particulares, traduce lo que aprendemos sobre gastronomía y que esto se inserta en una serie de materiales culturales heredados históricamente. La comida y el acto de comer asumen así una posición central en el aprendizaje social debido a su carácter vital y esencial, aunque rutinario (Lavandoski; Brambilla; Vanzella, 2019).



En esta investigación también se presentan otros platos típicos, que pueden o no ser producidos a partir de frutos del Pantanal o del cerrado y que imprimen la cultura local. Todos los hoteles que participaron en la investigación ofrecen platos regionales. Entre los platos ofrecidos en estos hoteles están principalmente la Sopa Paraguaya en 6 (seis) hoteles, la Saltenha en 1 (uno) y la Chipa también en sólo 1 (uno).

Se trata de alimentos elaborados con ingredientes distintos a las frutas típicas estudiadas, pero que como dijeron Simon, Etges y Minasi (2015), demostraron la importancia e influencia de la cultura, desde la perspectiva de la gastronomía regional.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

El presente estudio presentó el Cerrado y el Pantanal, dos biomas con abundante flora, cuyas áreas corresponden a gran parte del territorio nacional. Cabe destacar que también están formados por especies de otros biomas de Brasil. Son ecosistemas muy diversificados, con una gran variedad de frutos sabrosos que se pueden consumir frescos o procesados, la mayoría de los cuales son ricos en vitaminas, grasas, fibras, flavonoides y tienen un alto potencial antioxidante. Sin embargo, el conocimiento de la población sobre los beneficios proporcionados por el consumo, potencial económico y aplicación tecnológica de estas frutas es aún poco profundo, todos estos factores implican en la baja promoción, difusión y consumo (Soares et al. 2019).

A través de estudios de antropólogos, se comprende la importancia y la influencia de la cultura ante la gastronomía regional, integrando alimentación, gastronomía y turismo regional y global. En esta perspectiva, la fuerte interacción como elemento potencial para el fortalecimiento de las identidades territoriales, puede constituir un patrimonio cultural regional y permite concluir que: identificar los frutos típicos de los biomas Cerrado y Pantanal ofrecidos a los turistas, promueve las tradiciones alimentarias de una ciudad o región como atractivo turístico, incentivando el turismo gastronómico.

Por lo tanto, al preservar el patrimonio cultural y valorizar la identidad, lo local establece conexión con la dinámica global y a través de la actividad turística, además de fortalecer los lazos de los residentes con su cultura.

A partir del momento en que los frutos nativos del Pantanal y del Cerrado comienzan a ser comercializados y valorizados, estas especies pasan a ser más protegidas y, consecuentemente, más reconocidas y valorizadas por la población. Esto pone de relieve la importancia de la actividad extractiva para estas especies y la gestión forestal del Cerrado y el Pantanal de forma sostenible, llamando la atención sobre un turismo más responsable.

Esta investigación mostró que, entre las frutas regionales, las más ofrecidas en el desayuno de los hoteles de Campo Grande/MS son: Jabuticaba, Guavira, Jatobá,



Bocaiuva, Jenipapo, Pequi y Mango (no regional), mientras que otros platos típicos como Saltenha, Chipa y Sopa Paraguaia también forman parte de la mayoría de los menús locales. En otras palabras, el estudio logró su objetivo al identificar las frutas regionales utilizadas, así como otros elementos culturales empleados en los platos ofrecidos en los establecimientos estudiados.

Así, se observa que la cadena hotelera de Campo Grande no prioriza en la gastronomía/cocina local las particularidades de las expresiones culturales, buscando siempre la calidad a través de menús estandarizados. Sin embargo, es posible observar que la oferta unánime de platos típicos como la Sopa Paraguaya (que no proviene de frutas típicas) en estos hoteles muestra que existe demanda por el consumo de alimentos regionales, siempre que estén bien estructurados y ofrecidos.

Según la encuesta, la mayor dificultad encontrada por estos hoteles para ofrecer platos con frutas nativas ha sido el acceso a las frutas nativas, es decir, no hay conocimiento sobre los proveedores de frutas frescas o procesadas (harinas, pulpas). En segundo lugar, los hoteles afirman que esta dificultad se debe a la falta de interés de los turistas por la fruta, aunque sí por otros platos regionales, una afirmación un tanto contradictoria.

Para conocer las demandas relacionadas con las frutas del Cerrado, es necesario realizar estudios más específicos, entrevistas con los residentes de estos biomas y con responsables de establecimientos turísticos, buscando comprender mejor la demanda de los visitantes.

Sin embargo, a través de esta investigación, se puede inferir que los datos recogidos pueden no ser confiables en relación a las características de la industria hotelera, de forma generalizada en Campo Grande. Con relación a la baja oferta de frutas típicas, se puede decir que es un objeto de investigación muy interesante y promisorio, considerando la necesidad de crear posibilidades para que los establecimientos ofrezcan frutas típicas para los diferentes perfiles de turistas y visitantes.

Este estudio tuvo como factor limitante la baja adhesión y participación de los hoteles, ya que de los veintidós hoteles cuestionados, sólo seis proporcionaron respuestas, totalizando 27% (veintisiete por ciento) de participación de la hotelería de Campo Grande en esta encuesta. Se puede suponer que los datos recolectados pueden no ser confiables en relación a las características mayoritarias de los hoteles de Campo Grande, ya que la baja adhesión a la encuesta puede demostrar una posible falla en relación a la realidad local.

Así, se puede concluir que los hoteles regionales tienen una vasta oferta potencial, y si aún no la utilizan, pueden presentar, en el desayuno, platos representativos de la comida local, con el beneficio de divulgar la materia prima regional, además de promover la identidad culinaria, y esta es también una oportunidad para valorizar al pequeño productor rural.



## REFERENCIAS

- Avidos, M. F. D.; Ferreira, L. T. (2000, julho-agosto). Frutos dos Cerrados: Preservação gera muitos frutos. *Biociência & Desenvolvimento*. [online]. 3(15), 36-41. <https://tinyurl.com/myz4ytrm>
- Brasil. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. (2014). Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira. [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf).
- Contreras, J.; Gracia, M. (2011). *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz.
- Damasceno Júnior G.A; De Souza, P.R (orgs.). (2010). *Sabores do Cerrado & Pantanal: receitas e boas práticas de aproveitamento*. Campo Grande: UFMS.
- DaMatta R. (2001). *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco.
- Dorazio, B. (2016). *A importância do café da manhã*. G1. <https://g1.globo.com/sp/presidente-prudente-regiao/blog/nutricao-pratica/post/importancia-do-cafe-da-manha.html>.
- Feldens, A. (2015). *Frutos nativos do cerrado e pantanal são pauta de pesquisas científicas*. ECOA – Ecologia e Ação. <https://ecoa.org.br/frutos-nativos-do-cerrado-e-pantanal-sao-pauta-de-pesquisas-cientificas/>.
- Fernandes, F. C. (2011). *Segurança alimentar e culinária regional como fatores de turismo sustentável: Análise do destino Porto de Galinhas - PE, Brasil*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Pernambuco]. Universidade Federal de Pernambuco. <http://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/2862>.
- Freixa, D.; Chaves, G. (2008). *Gastronomia no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro: Senac Nacional.
- Garcia, R. K. O.; Zottis, A. M.; BONHO, D.V. (2015, agosto). A gastronomia e seu uso turístico: a contribuição do projeto de extensão “turismo e gastronomia: unindo sabores e saberes” para a valorização do patrimônio cultural imaterial. *Gestão e Desenvolvimento*. 12(2). 67-82. <http://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/327>.
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *RAE - Revista de Administração de Empresas*. 35(2). 57-63. <http://www.scielo.br/j/rae/a/wf9CgwXVjpLFVgpwNkCgnc/?format=pdf&lang=pt>.
- Lavandosk, J.; Brambilla, A.; Vanzella, E. (2019). *Alimentação e turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural*. Editora do CCTA.



- Lody, R. Comer é pertencer. In: 1ª Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, Brasília, DF. Coletânea de palestras. Brasília, 2004.
- Mintz, S. (2001). Comida e antropologia: uma breve revisão. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. 16 (47). 31-41. <http://www.ufpb.br/gcet/contents/documentos/repositorio-gcet/livros/serie-alimentacao-e-cultura/alimentacao-turismo-criatividade-ecperiencia-e-patrimonio-cultural.pdf/view>.
- Montanari, M. (2008). *Comida como cultura*. Trad. Letícia M. de Andrade. São Paulo: Senac.
- Oliveira, M. A. S. A.; Vanzella, E.; Brambilla, A. (2019). *Processos Sociais: sistemas culinários em contexto de deslocamentos, construções de identidades, memórias e patrimônios*. Alimentação e Cultura. João Pessoa: Editora do CCTA.
- Pott, A.; Pott, V. J.; Sobrinho, A. A. B. (2002, novembro, 23, 26). *Plantas para sobrevivência no Pantanal*. IV SIMPAN: Sustentabilidade Regional. Corumbá. <http://https://www.cpap.embrapa.br/agencia/simpan/sumario/palestras/ArnildoPott.PDF>
- Rodrigues, E. T. (2001). Frutos do Cerrado: A influência dos frutos do cerrado na diversificação da gastronomia. *Projeto de pesquisa do curso de Pós-Graduação em Gastronomia e Segurança Alimentar do Centro de Excelência em Turismo. Brasília*. <http://bdm.unb.br>.
- Silva, M. S. L.; Gomes, T. C. A. (2004). Embrapa Semiárido. *Cultivo da Mangueira*. [http://www.cpatia.embrapa.br:8080/sistema\\_producao/spmanga/manejo.htm#](http://www.cpatia.embrapa.br:8080/sistema_producao/spmanga/manejo.htm#).
- Simon, E. L.; Etges, V. E.; Minasi, S. M. (2015, dezembro). A Gastronomia Regional e o Turismo como Elementos Fortalecedores da Identidade Cultural Frente à Tensão entre o Global e o Regional. *Cenário*. 3(5).153 – 171. <http://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/15223>.
- Soares, C. M. S. *et al.* (2019). Tipologia do consumidor de frutos do cerrado. *Revista Desafios - Revista Interdisciplinar Da Universidade Federal Do Tocantins*. 6(Especial), 134-139.
- Brasil. Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. (2021). Website do Projeto Sabores do Cerrado & Pantanal. *Valorização de Plantas Alimentícias do Pantanal e Cerrado*. <http://sabores.ufms.br/indice-de-frutos/4>.



---

## INFORMAÇÃO (ÕES) DO (S) AUTOR (ES)

- \*1 Bacharela em Turismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail:
- \*2 Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Ceará (UFCE). Professora do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). E-mail: [camila.benatti@uems.br](mailto:camila.benatti@uems.br)
- \*3 Doutor em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Professor do Curso de Turismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). E-mail: [guilherme.velasquez@ufms.br](mailto:guilherme.velasquez@ufms.br)

## REVISTA CIENTÍFICA ATELIÊ DO TURISMO – VINCULADA A



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE MATO GROSSO DO SUL**