



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA

CINTIA MENEZES DA SILVA

**O CAFÉ DA MANHÃ COMO EXPERIÊNCIA DE HOSPITALIDADE: UM ESTUDO  
DE CASO SOBRE O PÃO DE QUEIJO E A CONSTRUÇÃO DA BRASILIDADE EM  
UMA REDE HOTELEIRA DO DISTRITO FEDERAL**

Orientador(a): Profa. Dra. Juliana de Andrade  
Rocha Gonçalves

BRASÍLIA-DF  
2026



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA

CINTIA MENEZES DA SILVA

**O CAFÉ DA MANHÃ COMO EXPERIÊNCIA DE HOSPITALIDADE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PÃO DE QUEIJO E A CONSTRUÇÃO DA BRASILIDADE EM UMA REDE HOTELEIRA DO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Tecnologia em hotelaria do Instituto Federal de Brasília, Campus Riacho Fundo como parte da exigência para obtenção do título de tecnólogo.

Orientador(a): Profa. Dra. Juliana de Andrade Rocha Gonçalves

BRASÍLIA-DF

2026

Silva, Cintia Menezes da .

O CAFÉ DA MANHÃ COMO EXPERIÊNCIA DE HOSPITALIDADE:  
Um estudo de caso sobre o pão de queijo e a construção da brasilidade em  
uma rede hoteleira do Distrito Federal / Cintia Menezes da Silva ; orientação  
Juliana de Andrade Rocha Gonçalves. — Riacho Fundo, DF: 2026.  
60 f. : il. color. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Hotelaria) — Campus  
Riacho Fundo, Instituto Federal de Brasília, Riacho Fundo, DF, 2026.  
Orientador(a): Juliana de Andrade Rocha Gonçalves.

1. Café da Manhã . 2. Brasilidade . 3. Hotelaria . 4. Hospitalidade . 5.  
Pão de queijo . I. Gonçalves, Juliana de Andrade Rocha , orient. II. Instituto  
Federal de Brasília. III. Título.

CINTIA MENEZES DA SILVA

**O CAFÉ DA MANHÃ COMO EXPERIÊNCIA DE HOSPITALIDADE: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PÃO DE QUEIJO E A CONSTRUÇÃO DA BRASILIDADE EM UMA REDE HOTELEIRA DO DISTRITO FEDERAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Tecnologia em Hotelaria, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília - IFB, Campus Riacho Fundo como parte da exigência para obtenção do título de tecnólogo.

Aprovado em 17 de junho de 2026

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Juliana de Andrade Rocha Gonçalves  
Orientadora

---

Profa. Ma. Naiara Denicolo  
Avaliador 01

---

Profa. Dra. Elisângela Aparecida Nazário Franco  
Avaliador 02

Dedico este trabalho com muito carinho, aos meus pais e, de forma especial aos meus irmãos, Soraya e Clayton, que forma minha base, meu apoio e minha força nos momentos mais desafiadores desta jornada.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, por sua infinita bondade e misericórdia, por ter guiado meus passos ao longo desta caminhada acadêmica.

À minha mãe, Maria do Socorro, minha eterna gratidão. Obrigada por tanto amor incondicional, pelos conselhos, pelo apoio constante e, principalmente, por suas orações. Sua fé inabalável, sua força e sua dedicação foram fundamentais em todos os momentos da minha vida.

À minha orientadora, Dra. Juliana de Andrade, agradeço por ter aceitado me orientar nesta jornada. Sou grata por sua positividade, dedicação ao ensino, incentivo e valiosas orientações ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Sua experiência e seus conhecimentos na área foram fundamentais para construção desta pesquisa.

À Professora Ma. Naiara Denicolo, minha sincera gratidão por toda a atenção, acolhimento e generosidade ao longo do curso. Seu abraço acolhedor, sua alegria contagiante, seus conselhos, sua sabedoria e seu carinho fizeram tanta diferença em minha vida, especialmente quando eu mais precisei. Obrigada por todo ensinamento e aprendizado.

À Professora Dra. Jammilly Brandão, deixo meu mais profundo agradecimento. Faltaram palavras para expressar minha gratidão por tudo o que fez por mim. Sua dedicação à docência e sua forma humana de acolher os estudantes marcaram minha vida de maneira especial.

À Professora Ma. Rejane de Araújo, por sua alegria contagiante, forma e dedicação ao ensino. Obrigada por estar sempre disposta a ouvir e acolher. Tenho uma admiração e carinho especial por você. Seu comprometimento, sua garra e seu amor pelo ensino são exemplos que levarei para vida.

A todos os demais professores, agradeço pelos conhecimentos compartilhados, pela dedicação ao ensino e pela contribuição significativa para minha formação acadêmica e pessoal, cada ensinamento recebido foi fundamental para construção desta trajetória.

Aos meus colegas do curso Superior de Tecnologia em Hotelaria, e a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram, incentivaram e acreditaram em mim durante esta caminhada, deixo meu agradecimento. Em especial, às minhas parceiras, Juciane e Cleide, obrigada por todo o carinho, companheirismo, partilhas, risadas e pela amizade construída ao longo desses anos.

“Não vos esqueçais da hospitalidade, pela qual alguns, sem o saberem, hospedaram anjos”

— Hebreus 13:2

## RESUMO

O presente trabalho analisa o papel do café da manhã como experiência de hospitalidade na hotelaria brasileira, como foco na representação simbólica do pão de queijo como elemento identitário da brasilidade. Parte-se do entendimento de que a hospitalidade ultrapassa a dimensão operacional do serviço e se constitui como fenômeno relacional e cultural, no qual o alimento atua como mediador entre anfitrião e hóspede. A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, e foi desenvolvida em três unidades de uma rede hoteleira localizada no Distrito Federal. A coleta de dados combinou observação direta, entrevista semiestruturada com o chef de cozinha responsável pelas unidades e análise documental de materiais institucionais e plataformas digitais, sendo o material tratado por meio de análise de conteúdo. Os resultados indicam que, embora o pão de queijo esteja presente no café da manhã das três unidades, sua oferta ocorre de forma operacional e naturalizada, sem valorização explícita de sua dimensão histórica, cultural e simbólica. Conclui-se que a hotelaria investigada reproduz uma padronização da brasilidade, mas do que uma estratégia deliberada de valorização cultural, evidenciando um espaço significativo para que a gastronomia nacional seja conscientemente explorada na construção de experiências de hospitalidade mais autênticas.

**Palavras-chave:** Café da Manhã; Brasilidade; Hotelaria; Hospitalidade; Pão de queijo.

## ABSTRACT

This study analyzes breakfast as a hospitality experience in the hotel industry, focusing on the symbolic representation of Brazilian *pão de queijo* (Brazilian cheese bread), as an element of Brazilianness and Brazilian food identity. It starts from the understanding that hospitality goes beyond the operational dimension of service provision, constituting a relational, cultural, and symbolic phenomenon in which food acts as a mediator between host and guest. The research is characterized as qualitative, exploratory, and descriptive in nature, having been developed in three units of the same hotel chain located in the Federal District. Data collection combined direct observation during the breakfast service, a semi-structured interview with the head chef responsible for the units, and documentary analysis of institutional materials, digital menus, and content analysis, considering categories related to hospitality, sensory experience, cultural identity and food symbolism. The results indicate that although cheese bread is present at breakfast in the investigated units and recognized as an essential item of the buffet, its offering occurs in a predominantly operational and symbolic dimension. In conclusion, the studied hotels.

In conclusion, the three units of same hotel reproduce a standardized “Brazilianness” which reflects a service routine rather than a strategy to use Brazilian gastronomy to create conscious experiences of hospitality, belonging, and authenticity.

**Keywords:** Breakfast; Brazilianness; Hotel industry; Hospitality; Brazilian cheese Bread.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Figuras

Figura 1- Fatores de hospitalidade percebidos pelos clientes.....	18
Figura 2 - Preparação dos Alimentos do Hotel B.....	34
Figura 3- Preparação dos Alimentos do Hotel B.....	34
Figura 4- Identificação dos alimentos no buffet do Hotel B.....	35
Figura 5 - Identificação dos alimentos no buffet do Hotel B.....	35
Figura 6 -Buffet de café da manhã do Hotel A.....	36
Figura 7 -Buffet de café da manhã do Hotel A.....	36
Figura 8- Buffet de café da manhã do Hotel B.....	36
Figura 9 -Buffet de café da manhã do Hotel B.....	36
Figura 10-Buffet de café da manhã do Hotel C.....	37
Figura 11- Buffet de café da manhã do Hotel C.....	37
Figura 12- Ambiente do Restaurante do Hotel A.....	38
Figura 13- Ambiente do Restaurante do Hotel A.....	38
Figura 14-Ambiente do Restaurante do Hotel B.....	38
Figura 15- Ambiente do Restaurante do Hotel B.....	38
Figura 16- Ambiente do Restaurante do Hotel B.....	38
Figura 17-Ambiente do Restaurante do Hotel B.....	39
Figura 18- Presença do pão de queijo no buffet do Hotel A.....	41
Figura 19- Presença do pão de queijo no buffet do Hotel B.....	41
Figura 20- Presença do pão de queijo no buffet do Hotel C.....	42
Figura 21 Divulgação do serviço de Café da manhã do Hotel A.....	44
Figura 22-Celebração de data comemorativa na plataforma digital do Hotel B.....	44
Figura 23- Divulgação do serviço de café da manhã do Hotel C.....	45
Figura 24- Avaliações de Clientes em Sites.....	45
Figura 25- Avaliação do Hóspede sobre o café da manhã.....	46
Figura 26 – Agradecimento do Hotel B pela Avaliação.....	46

### Gráficos

Gráfico 1- Preferência de Viajantes Brasileiros na Hospedagem.....	22
--	----

### Quadros

Quadro 1- Presença do pão de queijo em ranking gastronômico internacional.....	23
Quadro 2 – Registro de planejamento da produção do café da manhã.....	59
Quadro 3 – Categorias de Análise utilizadas na interpretação dos dados.....	32

## LISTA DE TABELAS

### **Tabelas**

Tabela 1- Descrição dos fatores da hospitalidade.....	19
---	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Hospitalidade .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 Café da manhã como experiência de hospitalidade .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Pão de queijo símbolo da culinária brasileira .....</b>	<b>22</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Contexto da Pesquisa .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Caracterização do local .....</b>	<b>27</b>
<b>3.3 Técnicas de Coleta de Dados .....</b>	<b>29</b>
<b>3.4 Análise dos dados .....</b>	<b>30</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>32</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>47</b>
<b>5.1 Recomendações práticas para a hotelaria.....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>55</b>
<b>APÊNDICE B- TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM CHEF DE COZINHA.....</b>	<b>56</b>
<b>APÊNDICE C- Listagem de itens para produção do café da manhã. ....</b>	<b>58</b>
<b>ANEXO A – Cardápio digital do Hotel C .....</b>	<b>59</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Receber bem é um dos princípios que sustentam a hotelaria. A hospitalidade é considerada como um dos elementos fundamentais desse setor, manifestando-se na arte de acolher, de mostrar generosidade e no cuidado com o hóspede.

Castelli (2016, p.4) afirma que “o ambiente amistoso, acolhedor, hospitaleiro de um hotel constitui fator atrativo e decisivo para muitos viajantes”. Compreende-se, portanto, que a hospitalidade assume proporção estratégica nos meios de hospedagem, pois a capacidade de transformar o acolhimento em experiência de bem-estar influencia diretamente a percepção de valor e a decisão de escolha do cliente.

Na hotelaria contemporânea, o gesto de hospitalidade se desenvolve desde a entrada do hóspede, com o atendimento na recepção, até as experiências gastronômicas vividas ao longo da hospedagem. Para Valduga (2019), hospitalidade, alimentação e prestação de serviços constituem elementos interligados da experiência hoteleira.

Os meios de hospedagem assumem, então, a responsabilidade de transformar suas atividades em experiências memoráveis e únicas para os hóspedes. Não basta cuidar da estrutura física do local: é preciso estabelecer um acolhimento verdadeiro, para que o hóspede se sinta de fato bem recebido.

Camargo (2004, p. 40) reitera que “pessoas que viajam necessitam de acolhimento, envolvimento, e a hospitalidade torna-se um tema caro à economia moderna”. Tal afirmação evidencia que, no contexto atual, a hospitalidade ultrapassa a dimensão meramente operacional do setor de serviços e passa a ocupar papel estratégico na construção de vínculos simbólicos entre anfitrião e hóspede.

O mesmo autor ressalta que “a oferta do alimento delimita e concretiza o ato da hospitalidade, ainda que este alimento seja simbólico” (Camargo, 2004, p. 53). A alimentação ocupa, assim, posição central no ritual do acolhimento. Aquilo que é servido supera a função de nutrir e passa a comunicar cuidado, generosidade, identidade e intenção.

Por esse olhar, o café da manhã nos meios de hospedagem deixa de ser compreendido apenas como um serviço complementar incluído na diária e passa a ser entendido como um momento privilegiado de interação e construção de significado. Em consonância com esse entendimento, Wilkins, Merrilees e Herington

(2007) afirmam que “a qualidade do café da manhã é relevante para a formação da qualidade do serviço em hotéis” (*apud* Nascimento; Barbosa; Ferreira, 2025, p. 8).

Em muitos casos, o alimento representa o primeiro contato sensorial do hóspede com o destino e com as expressões culturais locais. Aromas, sabores, texturas e modos de apresentação compõem uma narrativa capaz de reforçar a identidade regional e nacional, contribuindo para uma experiência de acolhimento pautada na qualidade, no cuidado e na autenticidade.

Surge, então, a reflexão sobre até que ponto o café da manhã nos meios de hospedagem é realmente utilizado como estratégia de hospitalidade e valorização cultural ou se, em muitos casos, constitui apenas uma reprodução de práticas padronizadas associadas à operação do serviço.

Ao propor o título deste trabalho, *O café da manhã como experiência de hospitalidade: um estudo de caso sobre o pão de queijo e a construção da brasilidade em uma rede hoteleira do Distrito Federal* direciona-se à reflexão para um elemento emblemático da culinária brasileira: o pão de queijo.

A questão norteadora deste estudo é: Como o café da manhã hoteleiro, tendo o pão de queijo como elemento simbólico, pode configurar-se como uma experiência de hospitalidade capaz de comunicar a cultura e a identidade brasileira nos meios de hospedagem?

O objetivo geral deste trabalho é analisar o papel do café da manhã enquanto experiência de hospitalidade na hotelaria brasileira, com foco na representação cultural e simbólica do pão de queijo como elemento identitário da brasilidade, a partir de um estudo de caso em uma rede hoteleira do Distrito Federal.

Para alcançar esse propósito, foram definidos os seguintes objetivos específicos: (a) compreender a relação entre hospitalidade e alimentação no contexto da hotelaria; (b) analisar o papel simbólico do pão de queijo na construção da identidade cultural brasileira; (c) investigar como o café da manhã é estruturado nos meios de hospedagem; e (d) identificar de que forma elementos da gastronomia nacional contribuem para a experiência de acolhimento oferecida aos hóspedes.

Este estudo busca ampliar a compreensão da hospitalidade para além do aspecto técnico do serviço, reconhecendo-a como um acontecimento cultural simbólico que expressa tradições e valores regionais. Além disso, busca valorizar práticas gastronômicas no café da manhã que fortalecem o vínculo entre o hóspede e o hotel, ampliando o conceito de acolhimento na hotelaria contemporânea.

Para compreender essa dinâmica na prática, será realizada uma pesquisa de campo em uma Rede de Hotéis, por meio de entrevista semiestruturada com o Chef de cozinha responsável pelas unidades e análise documental, buscando identificar como o café da manhã é estruturado e de que forma elementos da gastronomia brasileira, especialmente o pão de queijo, são incorporados à experiência de hospitalidade oferecida aos hóspedes.

A escolha do pão de queijo como objetivo central justifica-se por sua relevância cultural, simbólica e mercadológica no contexto da hospitalidade brasileira. Amplamente reconhecido como um dos principais ícones da cultura alimentar do país, o pão de queijo, originário do estado de Minas Gerais, ultrapassou sua regionalidade e consolidou-se como símbolo nacional, sendo associado a práticas de acolhimento, convívio e partilha.

Dória (2009) observa que determinados alimentos deixam de representar apenas sua origem regional e passam a ser reconhecidos como símbolos da identidade coletiva de um povo.

Cabe salientar que sua presença nas mesas de café da manhã em meios de hospedagem é expressiva e praticamente onipresente em diferentes categorias de hotéis, do segmento econômico ao luxo. Tal recorrência não é aleatória: o pão de queijo atende simultaneamente a critérios de aceitação sensorial, versatilidade operacional e forte apelo identitário.

Sua oferta comunica ao hóspede uma intenção clara de valorização da cultura local e nacional, materializando o ato da hospitalidade por meio do alimento, conforme discutido por Camargo (2015), ao afirmar que o alimento concretiza simbolicamente o acolhimento.

O pão de queijo remete ao ambiente familiar, ao café servido na cozinha, à recepção afetiva e à partilha. Ao ser incorporado ao café da manhã hoteleiro, ele atua como mediador simbólico entre o espaço comercial e a experiência de acolhimento, aproximando o hóspede de uma vivência percebida como autêntica e culturalmente situada.

Ademais, o crescimento do turismo gastronômico torna esta escolha ainda mais pertinente, uma vez que a gastronomia tem se tornado cada vez mais um fator determinante para muitos viajantes que buscam experiências relacionadas à identidade cultural do lugar visitado.

O trabalho está organizado em cinco seções, sendo que a primeira corresponde à presente introdução; a segunda aborda o referencial teórico, discutindo o conceito de hospitalidade e sua aplicação, a simbologia do café da manhã e do pão de queijo como expressões culturais e identidade brasileira; a terceira apresenta os resultados e discussões da pesquisa; a quarta contempla os procedimentos metodológicos utilizados no estudo; e, por fim, a quinta expõe as considerações finais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Hospitalidade**

Falar sobre hospitalidade é dizer sobre encontros. É refletir sobre a arte de receber e acolher um visitante que está de passagem temporária no local, proporcionando uma experiência que ultrapassa o simples atendimento. Tal entendimento é reforçado por Castelli ao informar que “A hospitalidade consiste na ação voluntária de praticar os atos de receber, de hospedar, se alimentar, de entreter e de despedir-se dos hóspedes” (Castelli, 2016, p.4).

O ato de hospedar não está limitado somente à oferta de serviços prestados, mas constitui uma relação humana que está marcada pelo cuidado, troca e atenção às necessidades do visitante. Segundo Camargo (2004, p.4):

O hotel não é anfitrião. É impessoal. São as pessoas que lá trabalham os verdadeiros anfitriões. Estes trazem a chamada cor local, na postura, nos gestos, nas palavras, etc. As grandes redes e cadeias hoteleiras e de restaurantes imaginam, às vezes, estilos de hospitalidade artificiais, padronizados por necessidade administrativa e às vezes até mesmo em nome da qualidade.

A partir desse ponto de vista do autor compreende-se que a hospitalidade é construída com base no encontro entre pessoas, e não somente na prestação de um serviço. Quando um cliente procura um local para se hospedar ou até mesmo passeio, eles encontram-se em situações de deslocamento e vulnerabilidade simbólica, até mesmo porque não tem a certeza de como serão recebidos nesses locais, por isso que o acolhimento humano assume esse papel primário na construção de uma experiência agradável.

A etimologia da palavra hospitalidade explica a complexidade que existe nas relações que envolvem o ato de acolher. Segundo Ferro e Bastos (2024), o termo tem origem no latim “hospitalitas”, derivado de “hospes”, palavra que compreendia simultaneamente o anfitrião e o hóspede. Esses dois elementos evidenciam uma relação marcada pela reciprocidade e alternância de papéis entre quem recebe e

quem é recebido. Os autores citados destacam também que a hospitalidade envolve relações de poder, negociação e equilíbrio entre o acolhimento e convivência com o outro, reforçando o caráter social, cultural e relacional.

Na literatura aponta que a hospitalidade possui raízes históricas, estando presente desde as primeiras formas de organização, como reitera Walker (2002, p.4):” A ideia de hospitalidade é tão antiga quanto a própria civilização. Seu desenvolvimento, desde o antigo costume de dividir o pão com um estranho de passagem até as complexas operações dos multifacetados.”

Nos dias atuais, essa prática sobressai ao conceito básico de atendimento ao cliente, pois as expectativas evoluíram e, hoje, proporcionar experiências memoráveis vai além da simples troca de bens e serviços. Camargo (2015, p.47) ressalta que: “a hospitalidade analisa a relação interpessoal como resgate, a troca do calor humano num ambiente social cada vez mais inóspito”, o que o valor é encontrado na experiência emocional e não somente na função prática.

Atualmente, o que torna a hospitalidade algo notável é a relação com fidelização com os clientes. Gerar experiências e momentos memoráveis por meio do atendimento personalizado traz fluidez à percepção de valor dos serviços prestados. Os hóspedes já não buscam somente serviços fundamentais e sim vivenciar lembranças agradáveis estabelecendo uma conexão emocional com o local escolhido durante sua hospedagem.

A experiência na hospitalidade tornou-se uma ferramenta poderosa para transformar serviços semelhantes em ofertas distintos e específicos no campo da hotelaria, já que os hóspedes estão cada vez mais exigentes e atentos à qualidade dos serviços oferecidos. Algo afirmado por Campos (2008, p. 14):

Uma experiência só será bem percebida, bem vivida se o indivíduo for capaz de interagir de forma direta com o local, com as pessoas, com o espaço e com a cultura do lugar visitado. Ao se sentir parte desse espaço e usufruí-lo, o turista se torna mais sensível e vulnerável para filtrar o que ele julga agradável ou não.

Cabe salientar que a hospitalidade não está limitada apenas à prestação de tarefas técnicas, mas abrange vivências autênticas, criativas e significativas com o indivíduo. Ao proporcionar experiências que valorizam a cultura, o espaço e as pessoas, o acolhimento hospitaleiro contribui para que o cliente se torne mais sensível e aberto a novas percepções, tornando assim a hospedagem em uma experiência única.

A hospitalidade pode ser compreendida a partir de diferentes atributos que influenciam a percepção dos clientes em ambientes de serviços. Morrison (2004) destaca que essa prática se manifesta em diferentes aspectos que estruturam a relação direta entre o anfitrião e o hóspede, a qual não está limitado somente às características tangíveis do atendimento, mas abrange também elementos relacionais e emocionais. Essa compreensão permite explorar a hospitalidade como um fenômeno multidimensional, composto por fatores que atuam em conjunto na construção da experiência do cliente.

A experiência de hospitalidade é construída por diferentes dimensões que contribuem para a sensação de bem-estar dos clientes e acolhimento. Conforme evidenciam Gama, Margutti e Wada (2025, p.2) “a hospitalidade é percebida em situações em que existem relações especiais; quando há personalização; quando percebem comportamentos que vem direto do coração; durante uma recepção calorosa e; quando o conforto é percebido”. A integração desses fatores, influencia diretamente a experiência do cliente em ambientes de serviços.

A Figura 1, apresenta os principais fatores que compõem a hospitalidade percebida pelos clientes, destacando a relação entre esses elementos na construção da experiência em serviços. Percebe-se a presença da personalização, a recepção calorosa, as relações especiais, as atitudes genuínas e o conforto. Esse conjunto de aspectos demonstram que a hospitalidade não se limita à prestação de serviços, mas envolve a construção de vínculos e percepções que influenciam diretamente a satisfação do cliente.

*Figura 1 Fatores de hospitalidade percebidos pelos clientes*



Fonte: Elaboração Própria, com base em Gama, Margutti e Wada (2025).

Para uma compreensão mais detalhada dos fatores apresentados, a Tabela 1 descreve os elementos da hospitalidade segundo Gama, Margutti e Wada (2025), detalhando as características associadas a cada elemento. Os dados reforçam que a hospitalidade se configura como um fenômeno multidimensional.

*Tabela 1- Descrição dos fatores da hospitalidade*

<b>Fator</b>	<b>Descrição</b>
<b>Personalização</b>	Refere-se ao tratamento em que o cliente se sente importante, sendo reconhecido por informações pessoais, com respeito, contato visual e atenção durante o atendimento, valorizando aspectos emocionais do serviço.
<b>RECEPÇÃO CALOROSA</b>	Relaciona-se ao momento inicial de acolhimento, por meio de atitudes como saudações calorosas, abertura de portas e oferta de alimentos ou bebidas, visando surpreender e criar entusiasmo no cliente.
<b>RELAÇÃO ESPECIAL</b>	Envolve a construção de um relacionamento próximo entre anfitrião e cliente, baseado em interesse genuíno pelo bem-estar, tratando-o como amigo e indo além de uma relação meramente comercial.
<b>ATITUDES GENUÍNAS</b>	Refere-se a comportamentos espontâneos, emocionais e autênticos, demonstrando interesse verdadeiro em agradar e satisfazer as necessidades do cliente.
<b>CONFORTO</b>	Relaciona-se às condições físicas e psicológicas do ambiente, envolvendo infraestrutura, limpeza, segurança e sensação de bem-estar, tranquilidade e acolhimento durante a permanência do cliente.

Fonte: Elaboração Própria, com base em Gama, Margutti e Wada (2025).

A partir da descrição apresentada, observa-se que cada fator desempenha um papel específico na construção da hospitalidade percebida. Na hotelaria, esses fatores se manifestam especialmente em momentos de interação direta como o hóspede, como no café da manhã, contribuindo para construção de uma experiência de acolhimento e bem-estar.

Já a brasilidade, no campo da hospitalidade, relaciona-se às formas de acolher e estabelecer relações interpessoais. Valores como cordialidade, proximidade e convivência manifestam-se tanto no atendimento quanto nas práticas alimentares oferecidas aos hóspedes, reforçando elementos culturais associados à experiência da hospitalidade brasileira.

A alimentação ultrapassa sua função biológica e passa a representar elementos culturais, afetivos e identitários presentes nas experiências de hospitalidade.

Conforme Montanari (2013), a comida constitui uma importante expressão cultural dos povos, reunido práticas, tradições e significados compartilhados socialmente.

## **2.2 Café da manhã como experiência de hospitalidade**

O café da manhã, ou desjejum é reconhecido como uma das refeições principais do dia, por corresponder ao primeiro momento de consumo alimentar após o período noturno. O termo “desjejum” é utilizado como sinônimo de café da manhã, sendo definido como o “rompimento do jejum involuntário mantido durante o sono” (Trancoso; Cavalli; Proença, 2010, p. 859).

Na hotelaria, o café da manhã possui uma representação muito importante, sendo cada vez mais percebido pelos hóspedes como um dos principais momentos de contato com os serviços oferecidos pelo hotel. Além de atender uma necessidade básica, essa alimentação inicial do dia tem uma influência diretamente na percepção de qualidade, conforto e hospitalidade vivenciada pelo cliente.

Nascimento, Barbosa e Ferreira (2025), destacam que a qualidade percebida do serviço de café da manhã em hotéis está associada à variedade e qualidade dos alimentos, ao atendimento e à organização do serviço. De forma complementar, Cunha, Venzke e Jomori (2022), relatam a importância da adequação nutricional dos alimentos ofertados, evidenciando que a composição do buffet influencia tanto a satisfação quanto a experiência alimentar do hóspede. Pode-se dizer, portanto, que o café da manhã vai muito além de um serviço configurando-se como peça fundamental e estratégico na hotelaria.

A prática da hospitalidade, materializada de refeição matinal, agrega à imagem do meio de hospedagem a dimensão de acolhimento, tornando-se um elemento marcante da experiência. Para Bomfim (2015, p.26) “o café da manhã se tornou uma tradição da hotelaria brasileira, pois são poucos os meios de hospedagem que não servem a primeira refeição como regalia incluída no pacote da hospedagem”. O café da manhã ultrapassa, assim, a função alimentar e se consolida como um diferencial cultural e competitivo da hotelaria contemporânea.

Davidson (1993 *apud* Bomfim, 2015 p.26) destaca que a alimentação desempenha papel fundamental na construção da imagem do destino turístico, influenciando diretamente a escolha dos visitantes. Esse entendimento se aplica aos serviços de alimentação hoteleira, especialmente ao café da manhã, por ser, na

maioria dos meios de hospedagem, a principal refeição oferecida e, muitas vezes, o primeiro contato alimentar do hóspede com o destino. Autores como Nascimento, Barbosa e Ferreira (2025) ressaltam que o café da manhã é um serviço que influencia de forma direta na decisão do cliente em ficar hospedado, conforme o trecho:

Uma pesquisa realizada pelo site Hotéis.com, por exemplo, indicou que o café da manhã é um dos itens mais relevantes para os clientes no momento de escolha do hotel. Isto porque, segundo a pesquisa, 98% dos viajantes reforçam a importância de se hospedarem em um empreendimento que ofereça um bom café do amanhã (Nascimento; Barbosa; Ferreira, 2025, p.3).

Percebe-se que o café da manhã não se restringe à dimensão nutricional, mas assume o papel estratégico na experiência do hóspede. Não se trata somente da oferta do alimento, é sim da construção da identidade, qualidade percebida e valorização cultural do meio de hospedagem.

Consolida-se como elemento determinante na decisão do cliente e na fidelização ao estabelecimento, reforçando a hospitalidade como diferencial competitivo.

Fortalecendo essa perspectiva, reportagem publicada no portal Equipotel, baseada em dados de pesquisa da Booking.com<sup>1</sup>, 68% dos brasileiros entrevistados afirmam preferir começar o dia com uma boa refeição quando estão hospedados, superando outros atributos de hospedagem, como o ar condicionado no quarto 61%, equipe profissional e solícita 57%, Wi-Fi gratuito 50% e atendimento no idioma do hóspede 48%, conforme ilustrado no Gráfico.

---

<sup>1</sup> Foi realizado contato da Autora do TCC por e-mail com a equipe responsável pela divulgação da pesquisa da [Booking.com](https://www.booking.com), por meio da representante da empresa responsável pela comunicação institucional, com o objetivo de obter dados complementares sobre a quantidade total de participantes da pesquisa. Em resposta, foi informado que não seria possível disponibilizar informações adicionais além das já publicadas.

Gráfico 1 - Preferência de Viajantes Brasileiros na Hospedagem



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da Booking.com (2023)

O Gráfico 1 demonstra que a alimentação matinal assume papel relevante na experiência do hóspede, superando inclusive atributos tradicionalmente associados ao conforto e à infraestrutura dos hotéis. O café da manhã pode ser compreendido não apenas como um serviço complementar, mas como um momento de acolhimento e da construção da experiência de hospitalidade no ambiente hoteleiro.

A excelência no serviço de café da manhã é um pilar estratégico que molda a percepção de valor na hotelaria, integrando alimentos saborosos ao atendimento humano. Como destacam Nascimento, Barbosa e Ferreira (2025, p.6) afirmam que “as redes hoteleiras que detêm mais clientes são aquelas que buscam satisfazer as necessidades dos hóspedes, melhorando constantemente a qualidade do serviço.” Portanto, investir na variedade gastronômica e na cortesia é essencial para consolidar a vantagem competitiva hoteleira.

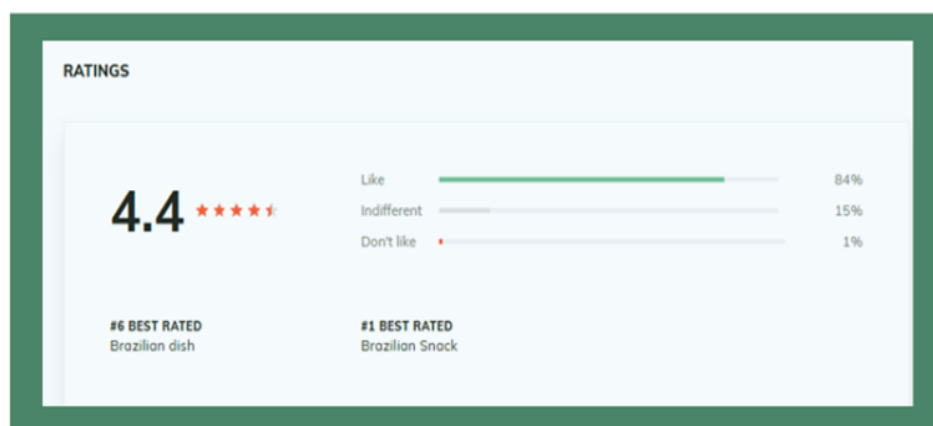
### 2.3 Pão de queijo símbolo da culinária brasileira

O pão de queijo consolidou-se como um dos alimentos mais representativos da culinária brasileira, mantendo uma forte relação a cultura mineira e alcançando reconhecimento em diferentes regiões do país e também com grande destaque internacional. Ocupa papel simbólico na identidade alimentar brasileira, marca sua presença no panorama gastronômico nacional.

A presença desse produto para além do território nacional tem sido observada em diferentes momentos de divulgação da gastronomia brasileira. Durante a realização da Copa do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil, houve um esforço para apresentar ao público internacional produtos típicos da culinária nacional, momento em que o pão de queijo ganhou maior visibilidade e ampliou sua circulação em mercados estrangeiros (National Geographic Brasil, 2024)

Esse reconhecimento internacional também pode ser observado em plataformas digitais especializadas em gastronomia, como o TasteAtlas<sup>2</sup>. Neste guia, o pão de queijo apresenta média de avaliação de 4,4 pontos em uma escala de cinco, como predominância positiva entre os usuários. No Quadro 1, os dados indicam que aproximadamente 84% das avaliações classificam que gostam do alimento, enquanto apenas 1% demonstram rejeição, evidenciando elevado nível de aceitação.

*Quadro 1- Presença do pão de queijo em ranking gastronômico internacional*



Fonte: Adaptado de TasteAtlas, 2025.

Segundo informação fornecida pela própria plataforma, ao final de 2025 o banco de dados reunia aproximadamente 453.720 avaliações válidas distribuídas entre 11.781 pratos catalogados, demonstrando a amplitude do sistema de avaliação utilizado (TasteAtlas, 2026).

Dados divulgados pelo portal Brasilturis (2024) fortalecem essa percepção ao indicar que o pão de queijo ocupa posição de destaque entre os alimentos mais

<sup>2</sup> É uma plataforma internacional colaborativa que reúne informações sobre gastronomia mundial, baseada em avaliações de usuários e curadoria digital, devendo ser compreendida como fonte de caráter informativo e não estritamente científica.

simbólicos da cultura nacional, especialmente no contexto do café da manhã em hotéis. Sua presença frequente no setor hoteleiro demonstra que sua valorização não é somente afetiva, mas principalmente estratégica.

A preferência dos clientes pelo produto está diretamente relacionada às suas características sensoriais, que desempenham papel fundamental na percepção do consumidor. Conforme apontam estudos na área de tecnologia de alimentos, atributos como a textura, sabor e aroma influenciam significativamente a aceitabilidade do produto, sendo determinantes para sua preferência. (DARIVA, 2017).

Já a combinação entre crocância externa e maciez interna, está associada ao sabor e ao aroma característico, contribui para a formação de experiências alimentares positivas, frequentemente relacionadas a sensações de conforto e memória afetiva.

Pereira *et al.* (2004) apresentam a composição do pão de queijo com base na fécula de mandioca, conhecida como polvilho, principal ingrediente responsável por sua estrutura e expansão durante o preparo. O uso do polvilho doce ou azedo confere leveza e elasticidade à massa, características essenciais para a formação do produto final.

A presença do queijo especialmente o tipo minas ou meia cura<sup>3</sup>, desempenha papel fundamental na consistência e no sabor, contribuindo para a formação de uma massa moldável e para o desenvolvimento das características físicas do pão de queijo durante o forneamento (Pereira *et al.*, 2004).

No que se refere à origem histórica do pão de queijo, sua produção surgiu no século XVIII. Conforme aponta Dariva (2017, p.10) “Alguns relatos descrevem que nessa época, as fazendas mineiras, já existia o costume de servir aos senhores o pão acompanhado de café.” A oferta de alimentos já integrava as práticas sociais da época, reforçando a relação entre alimentação e acolhimento.

Os relatos históricos indicam ainda que a limitação da farinha de trigo levou à substituição desse ingrediente pelo polvilho derivado da mandioca, amplamente disponível na região (ABIP, [s.d.]). Esse processo histórico evidencia como práticas

---

<sup>3</sup> Queijo meia cura refere-se a um tipo de queijo que passa por um período intermediário de maturação, apresentando menor teor de umidade em relação aos queijos frescos e textura mais firme, além de sabor mais acentuado, características que contribuem para o desenvolvimento da estrutura e do aroma em preparações como o pão de queijo.

alimentares se desenvolvem a partir de adaptações às condições sociais, geográficas e econômicas, transformando-se gradualmente em elementos simbólicos da cultura.

De acordo com a publicação do portal PensarAgro (2023), o pão de queijo deixou de ser apenas uma tradição mineira para tornar-se negócio global que gira em torno de indústrias, redes de franquias e exportações. Seu crescimento demonstra capacidade de adaptação às dinâmicas de mercado, mantendo o apelo artesanal e afetivo.

Compreende-se, assim, que o pão de queijo reúne elementos históricos, culturais, tecnológicos além de apresentar expansão no mercado tornando-se aceito como símbolo da culinária brasileira. Sua trajetória mostra como práticas alimentares podem transformar-se em patrimônio, articulando memória, identidade e hospitalidade.

No que se refere à hospitalidade e experiência com o uso do pão de queijo nos meios de hospedagem desempenha um papel importante na percepção do hóspede. De acordo com o Ministério do Turismo, a oferta de alimentos regionais influencia diretamente na escolha do hotel, pois contribui para a vivência cultural do destino visitado (Brasil, 2022). O pão de queijo assume, então, uma posição favorável como um elemento de acolhimento e identidade.

O oferecimento do pão de queijo no café da manhã ou em momentos de recepção comunica valores de proximidade, tradição e conforto. Quando inserido no café da manhã hoteleiro, o pão de queijo atua com mediado simbólico entre o visitante e o destino: seu aroma pode remeter à cozinha caseira, sua textura reforça a ideia de preparo cuidadoso e seu sabor transmite sensação de proximidade.

A brasilidade, no contexto da hotelaria, do turismo e da gastronomia, pode ser compreendida como um conjunto de elementos culturais, simbólicos e identitários que expressam modos de viver, acolher e alimentar característicos da cultura brasileira. Ela se manifesta por meio de práticas cotidianas, sabores e tradições culinárias e gestos de acolhimento que reforçam o sentido de pertencimento e identidade cultural.

Para Hall (2015), as identidades culturais são construções sociais e históricas em constante transformação, produzidas a partir das representações e práticas compartilhadas pelos grupos sociais. Assim, a brasilidade não representa uma identidade fixa ou homogênea, mas um conjunto vivo de referências culturais que se consolidam e se renovam ao longo do tempo.

Na hotelaria e no turismo, essa construção assume papel estratégico ao possibilitar que os meios de hospedagem e serviços turísticos comuniquem autenticidade e diferenciação por meio da valorização de referências culturais nacionais. Gastal (2005) destaca que o turismo contemporâneo está diretamente relacionado à busca por experiências culturais e simbólicas capazes de aproximar o visitante das identidades locais. Na gastronomia, a brasilidade revela-se especialmente nos alimentos e preparações que carregam memórias afetivas, tradições regionais e práticas alimentares compartilhadas socialmente.

Cascudo (2011) afirma que a alimentação constitui uma das expressões mais importantes da cultura de um povo, pois reúne história, hábitos e modos de vida transmitidos entre gerações. Assim, alimentos tradicionais como o pão de queijo ultrapassam sua função nutricional e passam a representar elementos de identidade cultural e pertencimento.

A oferta de alimentos constitui uma das expressões mais significativas da hospitalidade, pois envolve acolhimento e construção de experiências compartilhadas (Lashley; Morrison, 2004). O pão de queijo ultrapassa, portanto, a função nutricional e assume papel estratégico na construção de uma hospitalidade que comunica brasilidade por meio da gastronomia, reunindo em único alimento os valores de identidade, pertencimento e acolhimento que caracterizam a cultura brasileira.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 Contexto da Pesquisa**

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, foi desenvolvida com o objetivo de compreender o café da manhã hoteleiro como experiência de hospitalidade, considerando seus aspectos simbólicos, culturais e sensoriais, com destaque para a presença do pão de queijo.

A abordagem qualitativa mostrou-se adequada por permitir compreender percepções, experiências e significados atribuídos ao objeto estudado, especialmente em pesquisas que envolvem aspectos subjetivos relacionados à hospitalidade e à alimentação. Segundo Minayo (2016), a pesquisa qualitativa trabalha com significados, valores, experiências e interpretações presentes nas relações humanas e sociais.

O caráter exploratório possibilitou maior aproximação com o tema estudado, possibilitando compreender aspectos relacionados ao café da manhã hoteleiro enquanto experiência de hospitalidade e elemento de representação cultural. Conforme Gil (2026), esse tipo de abordagem busca proporcionar maior familiaridade com o problema investigado.

A natureza descritiva, por sua vez, possibilitou observar, registrar e analisar características presentes no ambiente pesquisado, como a organização do buffet, a apresentação dos alimentos e elementos associados à experiência do hóspede. Segundo Marconi e Lakatos (2021), estudos dessa natureza têm como finalidade observar, registrar e descrever características de determinado fenômeno sem interferir na realidade investigada.

A escolha dessa abordagem justifica-se pela necessidade de compreender a hospitalidade para além da prestação de serviço, considerando o café da manhã como um espaço de acolhimento, experiência e representação cultural nos meios de hospedagem.

### **3.2 Caracterização do local**

A pesquisa foi realizada em uma rede hoteleira composta por três unidades de hotéis classificadas como quatro estrelas<sup>4</sup> em seus materiais institucionais e plataformas de divulgação, localizadas no Distrito Federal. Duas unidades situam-se na região administrativa de Águas Claras e uma na região de Samambaia.

Por razões éticas e de confidencialidade, optou-se por não identificar nominalmente os estabelecimentos, tratados de forma anonimizada ao longo da pesquisa como Hotel A, Hotel B e Hotel C.

A cidade de Águas Claras teve seu desenvolvimento iniciado em meados da década de 1990 e foi reconhecida como região administrativa do DF somente em maio de 2003, após sua separação da cidade de Taguatinga. O nome da região vem de um córrego que nasce ali mesmo e abastece o Lago Paranoá. Segundo dados da mesma

---

<sup>4</sup> A referência à classificação “quatro estrelas” baseia-se nas informações divulgadas pelos próprios estabelecimentos em seus canais institucionais. O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), instituído pelo Ministério do Turismo por meio da Portaria nº 100/2011, passou por processo de reformulação e suspensão ao longo dos anos.

pesquisa, a população local ultrapassa 120 mil habitantes (PDAD,2024), refletindo o intenso processo de crescimento urbano vivenciado pela localidade.

No fim dos anos 1980, surge a cidade de Samambaia com o objetivo de atender ao avanço populacional do Distrito Federal e à crescente necessidade de moradia na região. Com o passar do tempo, foi se consolidando como uma das regiões administrativas mais habitadas do DF, caracterizada por bairros residenciais, comércio ativo e com grande movimentação de pessoas no dia a dia (Administração Regional de Samambaia, [s.d]).

Dados da Pesquisa Distrital por Amostragem de Domicílios, a cidade abriga mais de 220 mil habitantes (PDAD,2024), número que revela o quanto Samambaia cresceu e ganhou peso no cenário urbano do DF. Com tanta gente circulando e uma demanda constante por serviços, é natural que a busca por hospedagem na área também tenha aumentado.

O Hotel A foi inaugurado em setembro de 2020, contando com 27 unidades habitacionais <sup>5</sup> e localização em torno de 9km do Aeroporto Internacional de Brasília Presidente Juscelino Kubitschek. O empreendimento oferece café da manhã gratuito, restaurante à la carte 24 horas, academia, estacionamento e Wi-fi gratuitos, além de acessibilidade por meio de elevador e rampa de acesso, atendendo diferentes perfis de hóspedes.

Já o Hotel B foi implementado em maio de 2022, dispondo de 39 unidades habitacionais e fácil acesso a diferentes pontos da cidade. Sua localização fica a aproximadamente 6,8 km do Taguatinga Shopping e 21 km do Aeroporto Internacional de Brasília. Por pertencer à mesma rede hoteleira, o empreendimento oferece serviços similares das demais unidades pesquisadas.

No Hotel C, seu lançamento ocorreu em agosto de 2023, com 45 unidades habitacionais, situadas a aproximadamente 9 km do Taguatinga Shopping e 10 km do Aeroporto Internacional de Brasília. Com os mesmos serviços dos demais hotéis.

A escolha dessa Rede de hotéis, justifica-se pela sua atuação consolidada no setor hoteleiro e pela oferta do serviço de café da manhã, considerado um dos principais momentos de interação entre o hóspede e o empreendimento. Destaca-se, ainda, a presença do pão de queijo.

---

<sup>5</sup> Conforme o art.24 do Decreto n 7.381/2010, unidade habitacional é o espaço destinado à utilização pelo hóspede, composto por dormitório e demais instalações necessárias à hospedagem.

### 3.3 Técnicas de Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada por meio de três técnicas complementares: observação direta, entrevistas semiestruturadas e análise documental. Não foram realizadas intervenções clínicas, experimentais ou procedimentos que envolvam riscos físicos, psicológicos, morais ou sociais. Assim, à luz das diretrizes éticas estabelecidas pelo Comitê de Ética em Pesquisa do IFB e em consonância com a Resolução CNS nº 510/2016, especialmente no que se refere a pesquisas de opinião, o estudo enquadra-se nas condições de dispensa de apreciação ética pelo CEP.

A observação direta ocorreu nos dias 6 e 7 de maio de 2026, durante visitas aos hotéis participantes da pesquisa. Foram observados aspectos relacionados à ambientação do espaço, organização do buffet, apresentação dos alimentos, identificação dos itens servidos e composição estética do café da manhã.

A entrevista semiestruturada foi realizada com o Chef de Cozinha responsável pelas unidades pesquisadas. Em razão de indisponibilidade da agenda do entrevistado nos dias em que as visitas aos hotéis foram realizadas, optou-se pela realização da entrevista remotamente, por meio de áudio on-line, como alternativa viável para garantir a participação do profissional na pesquisa.

O entrevistado assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A). O roteiro previamente elaborado continha perguntas relacionadas ao planejamento do café da manhã, definição do cardápio, organização do buffet, percepção da experiência do hóspede, presença de elementos culturais e importância do pão de queijo no contexto da hotelaria.

Entrevistas semiestruturadas, segundo Creswell e Creswell (2021), permitem maior flexibilidade ao pesquisador e favorecem o aprofundamento das respostas, uma vez que possibilitam adaptações durante a conversa conforme o desenvolvimento das falas dos participantes. Esse tipo de entrevista permite que o pesquisador siga um roteiro previamente elaborado, mas também explore novas questões e percepções que surgem ao longo da interação.

A pesquisa documental, conforme Gil (2026), permite utilizar diferentes registros e materiais como fonte de investigação, possibilitando compreender informações e interpretações relacionadas ao tema estudado. Os materiais

pesquisados contribuíram para entender como os hotéis divulgam seus serviços e constroem a experiência oferecida aos hóspedes.

Embora a pesquisa tenha sido realizada em três unidades hoteleiras pertencentes à mesma rede, é importante destacar que os empreendimentos estão localizados em regiões administrativas distintas do Distrito Federal e apresentam características próprias quanto à estrutura física, ambientação, organização do espaço e dinâmica de atendimento no café da manhã.

A presença de um mesmo chef de cozinha responsável pelas unidades foi considerada metodologicamente pertinente, uma vez que esse profissional concentra informações sobre o planejamento, a padronização e a operacionalização do serviço nas três unidades pesquisadas.

Durante a pesquisa de campo, a autora esteve presencialmente nos hotéis no período de funcionamento do café da manhã, realizando observação direta dos ambientes, dos buffets, da disposição dos alimentos e da presença do pão de queijo no serviço. No entanto, o acesso a outros profissionais da equipe foi limitado pela dinâmica operacional dos estabelecimentos e pela disponibilidade institucional no momento da coleta. Também não foi aplicada pesquisa com hóspedes, uma vez que os hotéis optaram por preservar a rotina do serviço, evitando qualquer possibilidade de interferência, constrangimento ou incômodo aos clientes durante a experiência de café da manhã.

Dessa forma, a pesquisa assume caráter exploratório e qualitativo, buscando compreender o fenômeno a partir da triangulação entre observação direta, entrevista com o responsável técnico pela cozinha e análise documental dos materiais institucionais e digitais dos hotéis.

### **3.4 Análise dos dados**

Para o tratamento dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), que se organiza em três fases fundamentais: a pré-análise, a exploração do material e o tratamento dos resultados.









A pré-análise corresponde ao momento em que foi realizada a organização do material coletado e a leitura inicial das entrevistas e documentos reunidos. A exploração de material seria a leitura aprofundada dos dados, identificação dos trechos mais significativos e organização das informações dentro das categorias

temáticas e os tratamentos dos resultados envolveu a interpretação dos dados obtidos e sua relação como referencial teórico utilizado na pesquisa. O uso dessa metodologia permitiu a organização e interpretação das informações em categorias temáticas.

As categorias de análise foram definidas com base no referencial teórico, sendo elas: hospitalidade, compreendida como o conjunto de práticas de acolhimento e atendimento oferecidas ao hóspede; experiência sensorial, entendida como as percepções despertadas pelos alimentos por meio do sabor, aroma, textura e apresentação visual; identidade cultural, relacionada à presença de elementos regionais e tradicionais na composição do cardápio; e o simbolismo alimentar, que diz respeito ao significado social e cultural atribuído a determinados alimentos, como destaque para o pão de queijo como elemento representativo da brasilidade no contexto hoteleiro entendida aqui como a expressão da identidade e da cultura brasileira por meio da gastronomia.

Com base na análise de conteúdo proposta por Bardin, os dados obtidos por meio da observação direta, da entrevista semiestruturada e da análise documental foram organizados em quatro categorias temáticas: hospitalidade, experiência sensorial, identidade cultural e simbolismo alimentar. Essas categorias permitiram relacionar os elementos observados no campo às falas do entrevistado e ao referencial teórico do estudo, conforme apresentado no Quadro 3 que segue:

Quadro 3 – Categorias de Análise utilizadas na interpretação dos dados.

 Categoria de análise	 Evidências observadas na pesquisa de campo	 Evidências da entrevista com o chef	 Interpretação analítica
 Hospitalidade	Organização do buffet, disposição dos alimentos, ambientação dos restaurantes, cuidado com apresentação e funcionamento do serviço de café da manhã	O chef relatou preocupação em compreender as expectativas dos hóspedes e adaptar o café da manhã a previsão de ocupação e os perfis de consumo.	A hospitalidade aparece associada à qualidade de serviço, ao cuidado operacional é a busca por acolhimento durante a experiência do café da manhã.
 Experiência Sensorial	Presença de variedade de preparações, apresentação visual dos alimentos, organização estética do buffet e elementos relacionados ao aroma, sabor, textura e conforto do ambiente.	O café foi descrito como parte importante da hospedagem, sendo valorizado pelos hóspedes em função da variedade e da expectativa criada em torno do serviço.	A dimensão sensorial está presente na experiência, especialmente pela variedade e apresentação dos alimentos, mas ainda é pouco explorada como narrativa internacional de hospitalidade.
 Identidade Cultural	Presença do pão de queijo nas três unidades pesquisadas, compondo o repertório alimentar do café alimentar brasileiro.	O chef afirmou que o pão de queijo é “um item essencial no café da manhã do brasileiro.”	A identidade cultural brasileira aparece de forma naturalizada, por meio da presença de um alimento reconhecido como familiar, cotidiano e representativo da alimentação nacional.
 Simbolismo Alimentar	O pão de queijo foi observado como item recorrente no buffet das três unidades, sem contextualização histórica ou destaque específico.	O chef afirmou que o pão de queijo “não pode faltar” no café hoteleiro.	O pão de queijo funciona como símbolo de brasilidade e acolhimento, mas sua potência cultural ainda não é explorada de modo consciente pelos hotéis investigados.

Fonte: Elaboração própria (2026).

A organização das categorias evidencia que o café da manhã, embora estruturado prioritariamente como serviço operacional, apresenta elementos capazes de comunicar acolhimento, brasilidade e pertencimento. No entanto, os dados também indicam que essa dimensão simbólica ainda é pouco explorada de forma planejada pelos meios de hospedagem analisados.

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O resultado dos dados foi construído a partir das observações realizadas durante as visitas aos hotéis pesquisados, da entrevista semiestruturada realizada com o chef de cozinha responsável pelas três unidades hoteleiras e da análise de materiais institucionais divulgados pelos empreendimentos, como redes sociais, cardápios e imagens do buffet.

A presença recorrente do pão de queijo nas três unidades pesquisadas permite observar um contraste entre a dimensão operacional e a dimensão simbólica da hospitalidade. De um lado, o alimento é reconhecido pela equipe como item

indispensável do café da manhã hoteleiro, o que revela sua consolidação no repertório alimentar associado à experiência de hospedagem no Brasil.

De outro, sua oferta ocorre de forma naturalizada, sem que sejam identificadas estratégias explícitas de contextualização histórica, cultural ou afetiva. Assim, o pão de queijo atua como marcador de brasilidade, mas não necessariamente como dispositivo consciente de hospitalidade cultural.

Essa constatação indica que há espaço para transformar sua presença no buffet em experiência mais intencional de acolhimento, por meio de recursos simples de mediação cultural, tais como identificação dos alimentos, comunicação de sua origem, valorização de ingredientes regionais, formação da equipe de atendimento e uso das plataformas digitais para apresentar a narrativa gastronômica associada ao café da manhã.

A interpretação dos dados buscou compreender como o café da manhã é apresentado enquanto experiência de hospitalidade, considerando aspectos relacionados ao acolhimento, à experiência sensorial, à identidade cultural e ao simbolismo alimentar no contexto da hotelaria contemporânea.

Os relatos do entrevistado demonstraram preocupação dos hotéis em adaptar o serviço às necessidades dos hóspedes, especialmente em relação às restrições alimentares e diferentes perfis de consumo, revelando atenção e cuidado na organização do café da manhã.

No período em que ocorreu a pesquisa de campo, nos dias 6 e 7 de maio de 2026, observou-se também uma preocupação com a organização do buffet e apresentação visual dos alimentos, fatores que contribuem diretamente para a percepção de qualidade do serviço oferecido.

Além das informações obtidas durante a entrevista, foram analisados registros utilizados pela cozinha no planejamento da produção do café da manhã, contendo listagem de preparações e organização com a variedade alimentar e com a organização do serviço realizado diretamente pela equipe.

Uma das questões abordadas como o entrevistado foi como era realizado o planejamento do café da manhã, especialmente em relação a definição do cardápio, ele informou que:

O planejamento do nosso café, ele é determinado no dia anterior. Às produções são feitas e na noite anterior ao café da manhã, e o cardápio é definido de acordo com a quantidade de hóspedes, que tem a previsão que é repassado da recepção para a cozinha. (Chef entrevistado, 2026).

Percebe-se, na fala do entrevistado, que o planejamento e a definição do cardápio constituem estratégias voltadas à organização, variedade e qualidade do serviço de café da manhã oferecido aos hóspedes.

O entrevistado explicou que existe previamente uma lista com 50 itens disponíveis para produção, dos quais são selecionadas cerca de 10 preparações para compor o serviço do dia seguinte. A partir dessa definição, a equipe da cozinha organiza a produção dos alimentos que serão disponibilizados no buffet.

O Apêndice (Quadro 2), evidencia a listagem de preparações utilizadas no planejamento da produção do café da manhã. Já as Figuras 2 e 3 demonstraram os alimentos preparados no setor da cozinha antes de serem disponibilizadas no restaurante, enquanto as Figuras 4 e 5 apresentaram a identificação dos itens expostos no buffet do café da manhã.

Figura 2 e 3 - Preparação dos Alimentos do Hotel B



Fonte: Acervo da autora (2026)

Figura 4 e 5 Identificação dos alimentos no buffet do Hotel B



Fonte: Acervo da autora (2026)

Ao ser questionado sobre a importância do café da manhã na construção da experiência do hóspede, o entrevistado relatou:

O café da manhã é uma parte bem importante com relação à hospedagem porque o hóspede já fica interessado quando se tem o café da manhã incluso na hospedagem. Eles perguntam, e quais as variedades que a gente tem, que é feito, então eles descem já sabendo, e o que vão encontrar no nosso café da manhã. E a gente procura também, né! fazer uma entrevista breve com eles sobre o que ele esperava a mais do café, para saber o que ele queria comer e não tinha. (Chef entrevistado, 2026).

Percebe-se, na fala do entrevistado, preocupação da equipe em compreender as expectativas e preferências dos hóspedes em relação ao café da manhã oferecido. Essa postura vai ao encontro do que Campos (2008) aponta sobre hospitalidade, ao considerar que a experiência do cliente não está limitada apenas à prestação do serviço, mas também às necessidades do visitante.

A busca por identificar preferências alimentares e compreender expectativas dos hóspedes demonstra características relacionadas à personalização do atendimento e ao cuidado durante a experiência de hospedagem, como destacam Gama, Margutti e Wada (2025). Esses aspectos contribuem para a construção de percepções positivas sobre o serviço oferecido, fortalecendo a relação entre hospitalidade, acolhimento e satisfação do cliente.

As imagens registradas durante a pesquisa de campo evidenciaram organização visual dos buffets, variedade de preparações e disposição planejada dos

alimentos nas unidades analisadas, conforme apresentado nas Figuras 6,7,8,9,10 e 11.

Figura 6 e 7 – Buffet de café da manhã do Hotel A



Fonte: Acervo da autora (2026)

Figura 8 e 9 – Buffet de café da manhã do Hotel B



Fonte: Acervo da autora (2026)

Figura 10 e 11– Buffet de café da manhã do Hotel C



Fonte: Acervo da autora (2026)

Para além da composição do buffet, os ambientes destinados ao café da manhã também representaram características distintas relacionadas à organização, iluminação, circulação e disposição do mobiliário.

Essas percepções aproximam-se das discussões propostas por Castelli (2016) e Gama, Margutti e Wada (2025) sobre hospitalidade e conforto, considerando que a experiência do hóspede também é influenciada pelas características físicas e sensoriais do ambiente.

No restaurante do Hotel A, observou-se um ambiente organizado e esteticamente agradável. No entanto, o espaço mostrou-se mais compacto, com mesas e cadeiras posicionadas próximas umas das outras. A iluminação mais baixa e a ventilação limitada transmitiram sensação de ambiente mais fechado, favorecendo uma permanência mais breve dos hóspedes durante o café da manhã. Figura 12 e 13.

Figura 12 e 13 – Ambiente do Restaurante do Hotel A



Fonte: Site do Hotel A pesquisado (2026)

O restaurante do Hotel B apresentou ambiente amplo, visualmente acolhedor e também organizado, transmitindo sensação de conforto e permanência mais prolongada aos hóspedes durante o café da manhã, conforme apresentado nas Figuras 14 e 15.

Figura 14 e 15– Ambiente do Restaurante do Hotel B



Fonte: Site Hotel B pesquisado (2026)

Durante a pesquisa de campo, foi possível observar o espaço destinado ao café da manhã do Hotel C, localizado no terraço do empreendimento. No local, foi possível perceber algumas características relacionadas à disposição do mobiliário, à circulação de ar e à presença mais intensa de iluminação natural, proporcionando um ambiente visualmente mais aberto e agradável durante a realização das refeições. Figura 16 e 17.

Figura 16 e 17 – Ambiente do Restaurante do Hotel C



Fonte: Site do Hotel B pesquisado (2025)

As observações realizadas não tiveram como objetivo estabelecer diferenciações entre os hotéis analisados, mas compreender como determinados aspectos do ambiente podem contribuir para percepção de conforto, acolhimento e bem-estar durante a experiência do hóspede.

Nota-se que essas observações se aproximam das discussões já abordadas em relação ao fator conforto na hospitalidade, compreendido pelas condições físicas e psicológicas do ambiente, envolvendo aspectos relacionados à sensação de tranquilidade, acolhimento e satisfação durante a permanência do cliente.

A visita aos empreendimentos buscou também compreender como os elementos culturais podem estar presentes no serviço de café do amanhã oferecido aos hóspedes. Nesse sentido, a entrevista semiestruturada contribuiu para a compreensão de percepções relacionadas à cultura alimentar, identidade brasileira e à presença de preparações associadas às experiências alimentares vivenciadas pelos clientes.

Ao ser questionado sobre a valorização de elementos da cultura local no café da manhã, o entrevistado relatou que “Com relação a cultura local, e, como a gente trabalha com hóspedes do Brasil inteiro a gente procura, e, usar uma cultura alimentar bem variada com relação ao país não especificamente com uma cultura local (Chef entrevistado, 2026).

A fala do Chef evidencia preocupação em oferecer variedade alimentar capaz de atender diferentes perfis de hóspedes, considerando a diversidade cultural presente entre os clientes hospedados. Embora o entrevistado não tenha destacado especificamente a valorização de elementos regionais em sua fala, foi percebido a presença de preparações associadas à cultura alimentar brasileira, especialmente no contexto do café da manhã ofertado nos hotéis pesquisados.

Uma das perguntas relacionadas sobre a possibilidade de o café da manhã transmitir uma identidade cultural brasileira ao hóspede, o entrevistado afirmou que “Sim, eu acredito que o café da manhã pode transmitir a identidade cultural brasileiro ao hóspede” (Chef entrevistado,2026).

A percepção apresentada pelo entrevistado aproxima-se das discussões tratadas por Bomfim (2015), ao considerar que o café da manhã ultrapassa a função exclusiva alimentar, envolvendo também aspectos relacionados à experiência gastronômica e à satisfação do cliente. Embora o chef de cozinha não tenha destacado a valorização específica de elementos regionais, os relatos evidenciam a presença de preparações associadas aos hábitos alimentares vivenciados no cotidiano brasileiro, contribuindo para a experiência do hóspede durante a hospedagem.

Durante a entrevista, buscou-se compreender qual o papel do pão de queijo no cardápio do café da manhã oferecido pelos hotéis pesquisados. O entrevistado disse que “O pão de queijo não precisa nem falar, né! O pão de queijo é um item essencial no café da manhã do brasileiro, né! Principalmente na hotelaria. É um item que não pode faltar.” (Chef entrevistado,2026).

Nota-se que a fala do entrevistado evidencia que o pão de queijo ocupa posição consolidada no café da manhã hoteleiro, sendo percebido como um alimento indispensável dentro da composição do buffet. Embora não tenha aprofundado aspectos históricos ou simbólicos relacionados ao alimento, sua percepção demonstra como o pão de queijo já se encontra incorporado ao cotidiano alimentar e à experiência gastronômica oferecida nos meios de hospedagem.

Observando os relatos do entrevistado, percebeu-se que a presença do pão de queijo no buffet dos hotéis pesquisados estava mais relacionada à padronização do serviço do que à valorização de seus aspectos culturais.

Durante a pesquisa de campo percebeu-se que o pão de queijo esteve presente nas três unidades visitadas, reforçando sua inclusão como preparações recorrentes no serviço de café da manhã hoteleiro, conforme apresentado nas Figuras 18,19 e 20.

Figura 18 – Presença do pão de queijo no buffet do Hotel A



Fonte: Acervo da autora (2026)

Figura 19 – Presença do pão de queijo no buffet do Hotel B



Fonte: Acervo da autora (2026)

Figura 20 – Presença do pão de queijo no buffet do Hotel C



Fonte: Acervo da autora (2026)

Em relação às características presentes no pão de queijo, como aroma, sabor e textura, a literatura o apresenta como símbolo da culinária brasileira e elemento associado à identidade cultural. Durante a entrevista e a observação direta realizadas nos empreendimentos pesquisados, verificou-se que o alimento esteve presente no buffet do café da manhã.

O pão de queijo pode ser compreendido como um patrimônio alimentar brasileiro, pois reúne memória, tradição, identidade regional e práticas culturais compartilhadas. Sua popularização em diferentes regiões do país demonstra como um alimento tradicional pode representar a cultura de um povo e fortalecer vínculos afetivos e identitários. Valorizar o pão de queijo significa também reconhecer a importância dos saberes culinários tradicionais e da preservação de ingredientes presentes na cultura alimentar brasileira. Sua permanência na mesa dos brasileiros revela que a alimentação vai além da nutrição, constituindo também expressão de cultura, história e pertencimento.

A análise da entrevista e das práticas observadas identificou estratégias explícitas de contextualização gastronômica ou valorização cultural formalmente estruturadas pelos hotéis. Ainda assim, a presença recorrente do pão de queijo no café da manhã evidencia sua atuação simbólica como marcador de identidade alimentar brasileira. Mesmo incorporado de forma naturalizada ao serviço hoteleiro, o alimento comunica sentidos de acolhimento, tradição e brasilidade, funcionando como

elemento de aproximação cultural tanto para hóspedes nacionais quanto para turistas estrangeiros.

A fala do chef, ao afirmar que “o pão de queijo é um item essencial no café da manhã do brasileiro” e que “é um item que não pode faltar”, evidencia que sua presença nos hotéis pesquisados ultrapassa a dimensão funcional de um simples alimento do buffet. A recorrência do pão de queijo nas três unidades observadas demonstra sua consolidação como elemento simbólico da hospitalidade na hotelaria brasileira, compondo não apenas a experiência alimentar, mas também sentidos associados ao acolhimento, à memória afetiva e à identidade nacional. Sua onipresença no café da manhã hoteleiro revela como determinados alimentos se tornam marcadores culturais naturalizados, capazes de comunicar brasilidade mesmo sem uma contextualização formal por parte dos empreendimentos.

O pão de queijo assume papel representativo dentro da experiência de hospedagem, funcionando como um dos principais elementos gastronômicos associados à ideia de receber “à brasileira”, especialmente por remeter ao ambiente doméstico, ao café compartilhado e às tradições alimentares do país.

Ao ser perguntado se considerava o café da manhã como um diferencial competitivo para o hotel, o entrevistado afirma:

Sim, o café da manhã ele é um diferencial sem dúvida alguma na hora da escolha do hotel, tanto é que a maioria dos hotéis, nas plataformas, e, são colocados fotos e vídeos da montagem do café da manhã para que possa influir na escolha do hóspede de um hotel para outro (Chef entrevistado,2026).

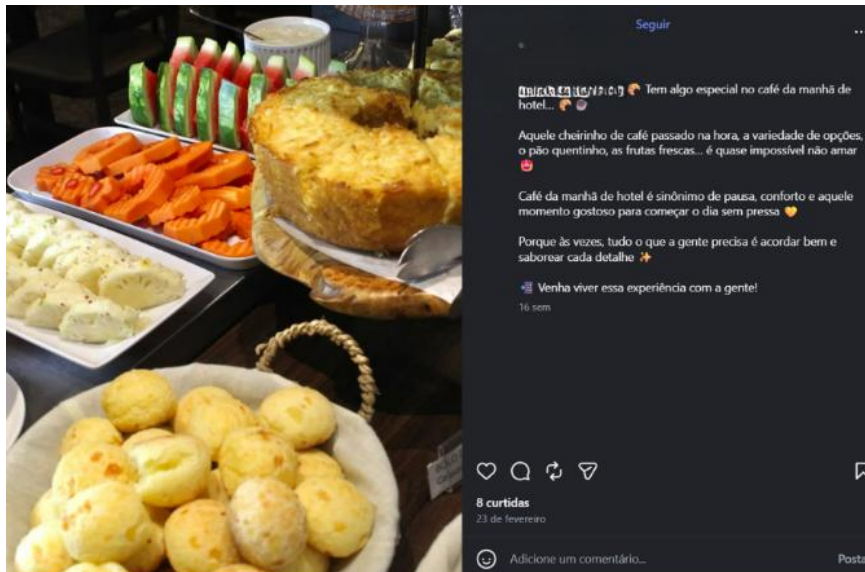
Observou-se, a partir da fala do entrevistado, que as plataformas digitais são utilizadas pelos empreendimentos como estratégia de divulgação do café da manhã e influência na escolha dos hóspedes.

Os hotéis pesquisados utilizam o café da manhã não apenas como serviço alimentar, mas também como elemento de valorização da experiência de hospedagem e fortalecimento da atratividade do empreendimento. As publicações realizadas nas plataformas digitais evidenciaram preocupação com a apresentação visual dos alimentos, organização do buffet e transmissão de experiências relacionadas ao acolhimento e bem-estar dos hóspedes.

Embora as publicações evidenciassem aspectos relacionados ao acolhimento, conforto e apresentação visual de serviço, não foram identificadas estratégias explícitas de valorização cultural dos alimentos ofertados no café da manhã.

Além disso, as publicações apresentavam elementos comunicacionais que buscavam aproximar emocionalmente o hóspede das experiências gastronômicas oferecidas, especialmente por meio de mensagens relacionadas, à celebração de datas comemorativas, conforto e descanso, conforme apresentado nas Figuras 21, 22 e 23.

Figura 21- Divulgação do serviço de café da manhã do Hotel A



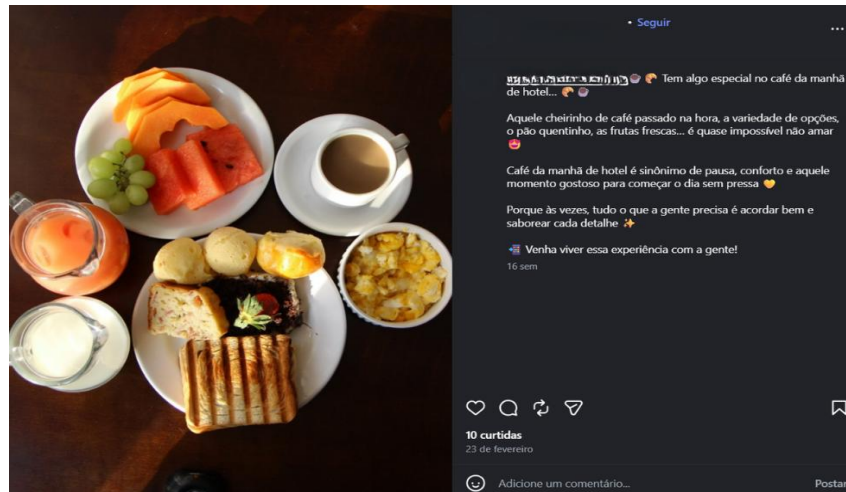
Fonte: Rede Social do Hotel A (2026)

Figura 22 – Celebração de data comemorativa do Hotel B



Fonte: Rede Social do Hotel B (2025).

Figura 23- Divulgação do Serviço de Café da manhã Hotel C



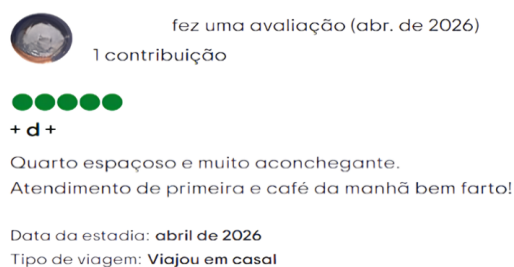
Fonte: Rede Social do Hotel C (2026)

A presença desses materiais demonstrou também a existência de uma estratégia em apresentar os serviços gastronômicos oferecidos para além do café da manhã, como o serviço de quarto (*room service*), bar e restaurante com refeições rápidas e lanches, conforme apresentado no Anexo A.

Ao perguntar sobre a existência de feedback dos hóspedes em relação ao serviço de café da manhã, o entrevistado afirmou que “Sim, o feedback dos hóspedes, ele é quase que diário, né! Tanto diretamente junto aos colaboradores ou até mesmo na recepção, quanto na avaliação nas plataformas.” (Chef entrevistado, 2026).

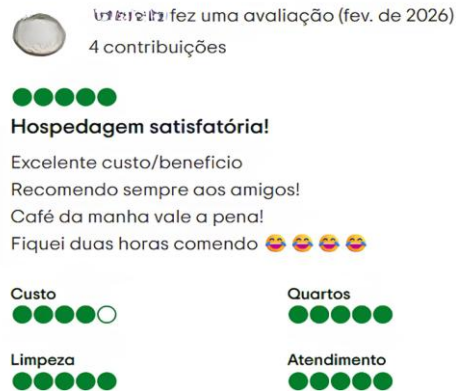
Durante a análise documental realizada na pesquisa, foram identificados registros de avaliações positivas relacionadas ao café da manhã, agradecimento pela avaliação e experiência de hospedagem divulgadas nas plataformas digitais e no próprio site institucional dos hotéis, conforme apresentados nas Figuras 24, 25 e 26.

Figura 24- Avaliação do Hóspede



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/> (2026)

Figura 25- Avaliação do Hóspede sobre o café da manhã



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br/> (2026)

Figura 26 – Agradecimento do Hotel B pela Avaliação



Fonte: Site do Hotel B pesquisado (2025)

Os resultados obtidos demonstraram que o café da manhã ocupa papel importante não apenas na rotina operacional dos hotéis, mas também na construção da percepção de qualidade do serviço pelos hóspedes. Os feedbacks ditos pelo entrevistado, em conjunto às avaliações identificadas nas plataformas digitais, deixam claro como a experiência gastronômica está diretamente relacionada à satisfação e à imagem percebida do hotel.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permitiu compreender que o café da manhã, no contexto da hotelaria investigada, ultrapassa sua função operacional e se configura como um momento estratégico de construção da experiência de hospitalidade. Tal constatação está alinhada à perspectiva de que a hospitalidade não se restringe à prestação de serviços, mas se manifesta como um fenômeno relacional e simbólico, no qual o alimento desempenha papel central na mediação entre anfitrião e hóspede.

A observação do ambiente e das práticas adotadas no serviço de café da manhã revela que elementos como organização do espaço, apresentação dos alimentos e interação da equipe contribuem diretamente para a percepção de acolhimento. Esses achados dialogam com os fatores de hospitalidade descritos por Gama, Margutti e Wada (2025), especialmente no que se refere à personalização, recepção calorosa e conforto, reforçando a natureza multidimensional da experiência.

Ao analisar a presença do pão de queijo no serviço, observa-se uma dualidade relevante. Por um lado, o produto está amplamente presente, sendo reconhecido como item recorrente e valorizado no café da manhã hoteleiro. Por outro, sua inserção nem sempre ocorre de forma intencional ou estratégica, mas muitas vezes como prática padronizada, incorporada ao serviço sem reflexão sobre seu potencial simbólico.

Percebeu-se que a presença do pão de queijo no café da manhã nem sempre é acompanhada de iniciativas que valorizam seu significado cultural seu reconhecimento como um símbolo de identidade brasileira sua oferta ocorre muitas vezes sem informações que destaquem sua origem, sua história ou sua relação com a cultural nacional.

Os resultados indicam que o potencial do café da manhã como experiência de hospitalidade ainda não é plenamente explorado nos meios de hospedagem analisados. A oferta de alimentos típicos, como o pão de queijo, tende a ser percebida mais como um requisito de qualidade do serviço do que como uma estratégia consciente de diferenciação e construção de identidade.

A partir da literatura, compreende-se que a experiência em hospitalidade está diretamente relacionada à capacidade do indivíduo de interagir com o ambiente, com as pessoas e com os elementos culturais do local. No entanto, os dados sugerem que

essa interação, no contexto estudado, ocorre de forma limitada, uma vez que os elementos culturais não são explicitamente comunicados ao hóspede.

O pão de queijo, embora presente como alimento, nem sempre atua plenamente como mediador simbólico da brasilidade. Sua capacidade de evocar memória, pertencimento e identidade cultural depende não apenas de sua oferta, mas da forma como é apresentado, contextualizado e integrado à experiência do hóspede.

A percepção da hospitalidade, no café da manhã, ainda é fortemente associada a atributos tangíveis, como variedade e qualidade dos alimentos, em detrimento de elementos intangíveis, como narrativa cultural e experiência sensorial ampliada. Tal tendência pode limitar o potencial do serviço como diferencial competitivo, especialmente em um cenário no qual os hóspedes buscam experiências mais autênticas e significativas.

A análise permite afirmar que existe um espaço significativo para o aprimoramento do café da manhã enquanto experiência de hospitalidade, especialmente no que se refere à valorização consciente da gastronomia como expressão cultural. A incorporação de elementos identitários, como o pão de queijo, pode contribuir para a construção de experiências mais autênticas, desde que acompanhada de estratégias que evidenciem seu significado.

Como limitação do estudo, destaca-se que a pesquisa foi realizada em três unidades de uma mesma rede hoteleira e contou com entrevista de um único profissional responsável pela cozinha das unidades. Assim, os resultados não devem ser generalizados para toda a hotelaria brasileira, mas compreendidos como indícios qualitativos relevantes sobre a forma como o café da manhã e o pão de queijo podem ser operacionalizados, naturalizados e simbolicamente explorados em meios de hospedagem.

Os resultados reforçam a necessidade de compreender o café da manhã não apenas como um serviço complementar, mas como um momento privilegiado de interação, no qual se materializam práticas de acolhimento, comunicação cultural e construção de valor percebido. A efetiva exploração desse potencial depende da integração entre operação, cultura e experiência, constituindo-se como um dos principais desafios e oportunidades para a hotelaria contemporânea.

## 5.1 Recomendações práticas para a hotelaria

Com base nos resultados obtidos, recomenda-se que o café da manhã seja compreendido pelos meios de hospedagem não apenas como um serviço operacional, mas uma oportunidade de fortalecer a experiência de hospitalidade oferecida aos hóspedes.

Embora já seja reconhecido como um dos momentos mais importantes do setor hoteleiro, seu potencial para integrar alimentação, cultura e acolhimento ainda pode ser explorado de maneira mais intencional.

O planejamento desse serviço pode envolver aspectos relacionados à ambientação, à organização do espaço, ao atendimento e à interação entre colaboradores e hóspedes. Esses elementos favorecem sensações de conforto, bem-estar e pertencimento, contribuindo para uma experiência mais acolhedora.

Já os aspectos como aromas, apresentação visual dos alimentos e organização do buffet podem tornar a experiência mais agradável e memorável. A oferta de produtos preparados ou finalizados no momento, como o pão de queijo servido quente, também reforça a percepção de cuidado e autenticidade por parte dos hóspedes.

Os resultados da pesquisa também evidenciam a importância de valorizar elementos da culinária brasileira como forma de fortalecer a identidade do empreendimento e aproximar os hóspedes da cultura local. O caso do pão de queijo demonstra que a simples presença de um alimento tradicional não garante, por si só, a comunicação de seus significados culturais.

Ações simples como a disponibilização de informações sobre a origem dos alimentos, sua história e sua importância na cultura brasileira, podem contribuir para ampliar essa percepção. Portando o alimento deixa de ser apenas um item do buffet e passa a comunicar aspectos relacionados à identidade cultural.

Em relação a valorização de ingredientes regionais, a utilização de fornecedores locais e a criação de propostas associadas à diversidade cultural brasileira também podem ampliar o papel do café da manhã como espaço de contato entre o hóspede e a cultura do destino. Iniciativas assim, contribuem para experiências mais autênticas e significativas.

Outra situação significativa refere-se à atuação da equipe. Os colaboradores participam diretamente da construção da experiência de hospitalidade e, por isso,

devem estar preparados para orientar os hóspedes sobre os alimentos servidos, despertar interesse dos hóspedes em conhecer a cultura e a origem dos alimentos servidos, além de oferecer um atendimento acolhedor e atento às suas necessidades.

Essa prática fortalece a dimensão relacional da hospitalidade e favorece a construção de experiências mais positivas. Além disso, contribui para aproximar os hóspedes da proposta de acolhimento desenvolvida pelo empreendimento.

Também se recomenda que o café da manhã seja continuamente avaliado a partir da percepção dos hóspedes, por meio da análise de feedbacks, preferências e sugestões. As redes sociais e os materiais institucionais podem contribuir nesse processo ao divulgar elementos da gastronomia brasileira e apresentar alimentos como o pão de queijo não apenas como itens do buffet, mas como expressões de acolhimento, identidade e valorizado.

Em suma, a valorização do café da manhã como experiência de hospitalidade depende da integração entre planejamento, execução e intencionalidade cultural. Quando esses elementos estão presentes, uma atividade cotidiana pode transformar-se em momento único e significativo, capaz de gerar satisfação, conexão emocional e valorização da cultura alimentar brasileira.

## REFERÊNCIAS

ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE SAMAMBAIA. *Conheça a RA*. Samambaia, [s.d.]. Disponível em: <https://www.samambaia.df.gov.br/category/sobre-a-ra/conheca-a-ra>. Acesso em: 24 maio. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA. *Dia Nacional do Pão de Queijo*. [S.l.]: ABIP, [s.d.]. Disponível em: <https://www.abip.org.br/site/dia-nacional-do-pao-de-queijo/>. Acesso em: 2 jan.2026.

BARDIN, Lawrence. *Análise de conteúdo*. Ed. rev. e ampl. São Paulo: Edições 70, 2016. 279 p. ISBN 9788562938047.

BOMFIM, Giovana Maia. *Indicadores de qualidade em “cafés da manhã” nos meios de hospedagem*. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/items/2900d71d-c46a-48b7-8d7b-e5d4f4b2e5c4>. Acesso em: 22 jan. 2026.

BRASILTURIS. *Pão de queijo é item preferido do café da manhã em hotéis, diz pesquisa*. 24 jul.2024. Disponível em: <https://brasilturis.com.br/2024/07/24/pao-de-queijo-e-item-preferido-do-cafe-da-manha-em-hoteis-diz-pesquisa/> Acesso em : 6 fev. 2026.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. *Hospitalidade*. 2.ed. rev. São Paulo: Aleph, 2004. 94 p. (ABC do turismo). ISBN 9788585887971.

CAMARGO, L. O. de L. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, [S.l.], p.4269, 2015. Disponível em: <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/574>. Acesso em: 5 jan.2026.

CAMPOS, Sinara Rafaela. Os cinco sentidos da hospitalidade. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, v. 3,1, 2008. DOI: 10.12660/oit. v3. n1. 5694. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/oit/article/view/5694>. Acesso em: 27 jan.2026.

CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. 4. ed. São Paulo: Global, 2011.

CASTELLI, Geraldo. *Gestão hoteleira*.2. ed. São Paulo: Saraiva, 2016. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 978-85-472-0118-0. Disponível em: <https://integrada.minha.biblioteca.com.br/books/978-85-472-0118-0>. Acesso em:12 dez. 2025.

CUNHA, Caroline Moreira; VENZKE, Janaína Guimarães; JOMORI, Manuela Mika. A dequação nutricional do café da manhã oferecido por hotéis no sul do Brasil. *Revista*

*Contexto & Saúde*, [S. l.], v. 22, n. 46, p. e13317, 2022. DOI: 10.21527/2176-7114.2022.46.13317. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/contextoesaude/article/view/13317>. Acesso em: 22 mar. 2026.

CRESWELL, John.W.; CRESWELL, J. David. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021. Livro digital. (1 recurso online). (Métodos de pesquisa). ISBN 9786581334192. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786581334192>. Acesso em: 11 abr. 2026.

DARIVA, Ronei Carlos. *Propriedades tecnológicas e reológicas de formulações de pães de queijo com amidos nativos e modificados*. 2017.105f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Alimentos) – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, Campus Erechim, Erechim, 2017. Disponível em: [https://www.uricer.edu.br/cursos/arq\\_trabalhos\\_usuario/3413.pdf](https://www.uricer.edu.br/cursos/arq_trabalhos_usuario/3413.pdf) Acesso em: 05 jan. 2026.

DÓRIA, Carlos Alberto. *A culinária materialista: a construção racional do alimento e do prazer gastronômico*. São Paulo: Senac São Paulo, 2009. 264 p. Inclui bibliografia. ISBN 9788573597615.

EQUIPOTEL. *Café da manhã em hotéis: o astro do mercado de hospitalidade que demanda aprimoramento constante*. [s.d.]. Disponível em: <https://www.equipotel.com.br/pt-br/blog/Conteudo/cafe-da-manha-em-hoteis--o-astro-do-mercado-de-hospitalidade-que.html>. Acesso em: 4 fev. 2026.

FERRO,Rafael Cunha; BASTOS, Sênia Regina. Hospitalidade: conceitos fundamentais e relevância para os estudos do turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, [S. l.], v. 18, p. 2958, 2024. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/2958>. Acesso em: 28 jan.2026.

GAMA, Nathalia Ferreira Pinho; MARGUTTI, Auhana Nardini; WADA, Elizabeth Kyolo. Os fatores de hospitalidade percebidos pelos clientes em restaurantes. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, [S.l.]. v.15, n.3 p. 1-17,2025. DOI:10.28998/ritur.V15.N3.A2025.pp1-17.19675. Disponível em: <https://periodicos.ufal.br/ritur/article/view/19675>. Acesso em: 14 mar. 2026.

GASTAL, Susana. *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo: Aleph, 2005. 92 p. (ABC do turismo). Inclui bibliografia. ISBN 8576570106.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2026. Livro digital. (1 recurso online (198 p.)). ISBN 9786559777877. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9786559777877>. Acesso em: 10 abr. 2026.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015. 58 p. ISBN 9788583160076.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Metodologia do trabalho científico*. 9. ed. atual São Paulo: Atlas, 2021. Livro digital. (1 recurso online). ISBN 9788597026559. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597026559>. Acesso em: 8 maio. 2026.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Rio de Janeiro: Vozes, 2016. 108 p. Inclui bibliografia. ISBN 9788532652027.

MONTANARI, Massimo. *Comida como cultura*. São Paulo: Senac São Paulo, 2013.

MORRISON, Alisson; LASHLEY, Conrad. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004.

NASCIMENTO, Andriele Peixoto do; BARBOSA, José William de Queiroz; FERREIRA, Lissa Valéria Fernandes. Fatores que determinam a qualidade do serviço do café da manhã em hotéis. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*. [S.l.], v.17, n.1, p.e170101, 2025. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/13037>. Acesso em: 20 ago. 2025.

NATIONAL GEOGRAPHIC BRASIL. *Qual é a origem do pão de queijo?*. 16 ago. 2024. Disponível em: <https://www.nationalgeographicbrasil.com/cultura/2024/08/qual-e-a-origem-do-pao-de-queijo>. Acesso em: 2 fev. 2026.

PDAD-A. *Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Ampliada 2024: Região Administrativa XX – Águas Claras*. Brasília, DF: IPEDF, 2025. Disponível em: [https://pdad.ipe.df.gov.br/files/reports/%C3%A1guas\\_claras\\_eGY6fsa.pdf](https://pdad.ipe.df.gov.br/files/reports/%C3%A1guas_claras_eGY6fsa.pdf). Acesso em: 25 mar. 2026.

PDAD-A. *Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Ampliada 2024: Região Administrativa XII – Samambaia*. Brasília, DF: IPEDF, 2025. Disponível em: [https://pdad.ipe.df.gov.br/files/reports/samambaia\\_AulCYUn.pdf](https://pdad.ipe.df.gov.br/files/reports/samambaia_AulCYUn.pdf). Acesso em: 25 mar. 2026.

PENSAR AGRO. Dia do pão de queijo: tradição mineira que virou negócio global. *Pensar Agro*, 17 ago.2025. Disponível em: <https://pensaragro.com.br/dia-do-pao-de-queijo-tradicao-mineira-que-virou-negocio-global/>. Acesso em 20 mar. 2026.

PEREIRA, Joelma; CIACCO, César F.; VILELA, Evódio R.; PEREIRA, Rosemary G. F. A. Função dos ingredientes na consistência da massa e nas características do pão de queijo. *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, Campinas, v. 24, n. 4, p. 494-500, out./dez. 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jcta/a/kxbG5ZtYLvz9CwWWMV4DDq5Q/?lang=pt#> . Acesso em: 16 de fev. 2026.

TASTEATLAS. *Pão de queijo*. [s.d.]. Disponível em: <https://www.tasteatlas.com/pao-de-queijo> Acesso em: 6 mar. 2026.

TRANCOSO, Suelen Caroline; CAVALLI, Suzi Barletto; PROENÇA, Rossana Pacheco da Costa. Café da manhã: caracterização, consumo e importância para a saúde. *Revista de Nutrição*, [S.l.], v. 23, n. 5, 2010. Disponível em: <https://periodicos.puccampinas.edu.br/nutricao/article/view/9425>. Acesso em: 19 mar. 2026.

WALKER, John R. *Introdução à hospitalidade*. 2 ed. Barueri, SP: Manole, 2002.

VALDUGA, V. Um olhar para a hospitalidade: percepção de gestores da oferta hoteleira em Portugal. *Revista Rosa dos Ventos*, v. 11, n. 3, 2019. Disponível em: <https://sou.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/5918>. Acesso em: 3 de nov. de 2025.

VOGEL, D.R. et al. A satisfação dos hóspedes quanto aos serviços de alimentação em resorts no caribe e no brasil. *Turismo: Visão e Ação*, [S.l.], v.23, n.1, p. 67-85, 2021 Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/rtva/article/view/17320> Acesso em: 20 ago.2025.

## **Nota da Biblioteca**

Para fins de disponibilização deste trabalho no Repositório Institucional, foi suprimida a página 55, por conter informações pessoais identificáveis, em observância à Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

## APÊNDICE B- TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM CHEF DE COZINHA



**INSTITUTO FEDERAL**  
Brasília  
Campus Riacho Fundo

**Identificação do participante:** Chef de cozinha

**Local:** Remoto ( participante e pesquisadora em locais distintos)

**Data:** 06/05/2026

**Formato:** Entrevista realizada por meio de mensagem de áudio transmitida por aplicativo de comunicação instantânea

### Transcrição

**Entrevistadora:** Como é realizado o planejamento do café da manhã, especialmente em relação à definição do cardápio?

**Entrevistado:** O planejamento do nosso café, ele é determinado no dia anterior. As produções são feitas e na noite anterior ao café da manhã e o cardápio é definido de acordo com a quantidade de hóspedes que tem a previsão que é repassada da recepção para a cozinha.

**Entrevistadora:** Quais critérios orientam a definição do cardápio?

**Entrevistado:** Os critérios que a gente usa pra definir o cardápio são, os principais são: a quantidade de hóspedes que o hotel passa para a cozinha; se tem crianças entre os hóspedes; ou se tem algum hóspede com alguma necessidade alimentar diferenciado. Um vegano, um vegetariano ou um celíaco, ou algum intolerante a laticínios e etc.

**Entrevistadora:** Como a equipe organiza o buffet de modo a garantir qualidade e uma experiência agradável ao hóspede?

**Entrevistado:** As tarefas da produção são divididas entre os colaboradores, né! Um fica com a parte de doce, outro fica com a parte de sal e um terceiro fica com as sobremesas, né! A gente organiza de um modo geral na noite anterior como já foi dito pra ter uma experiência única para os hóspedes ao tomar o café.

**Entrevistadora:** Na sua opinião, qual é a importância do café da manhã na construção da experiência do hóspede?

**Entrevistado:** O café da manhã é uma parte bem importante com relação a hospedagem porque, eh, o hóspede já fica interessado quando se tem o café da manhã incluso na hospedagem. Eles perguntam, e quais as variedades que a gente tem, que é feito, então eles descem já sabendo, e o que vão encontrar no nosso café da manhã. E a gente procura também, e fazer uma entrevista breve com eles sobre o que ele esperava a mais do café, pra saber o que ele queria comer e não tinha.



**Entrevistadora:** O hotel busca valorizar elementos da cultura local no café da manhã? Como?

**Entrevistado:** Com relação a cultura local, eh, como a gente trabalha com hóspedes do Brasil inteiro a gente procura, e usar uma cultura alimentar bem variada com relação ao país não especificamente com uma cultura local.

**Entrevistadora:** Você acredita que o café da manhã pode transmitir a identidade cultural brasileiro ao hóspede?

**Entrevistado:** Sim, eu acredito sim, que a identidade cultural brasileira, ela está inclusa no café da manhã com certeza.

**Entrevistadora:** Você percebe que o café da manhã influencia na avaliação geral da hospedagem?

**Entrevistado:** A avaliação, eh, da hospedagem um dos itens principais é a alimentação. A alimentação do café da manhã ela é bem importante na avaliação. Um dos primeiros itens que o hóspede relata na hora de avaliar os hotéis é hospedagem. Por incrível que pareça até a organização e limpeza fica em segundo plano.

**Entrevistadora:** Existe feedback dos hóspedes sobre esse serviço?

**Entrevistado:** Sim, o feedback dos hóspedes, ele é quase que diário, né! Tanto diretamente junto aos colaboradores ou até mesmo na recepção quando na avaliação nas plataformas.

**Entrevistadora:** Qual o papel do pão de queijo no cardápio?

**Entrevistado:** O pão de queijo não precisa nem falar né! O pão de queijo é uma item essencial no café da manhã do brasileiro, né! Principalmente na hotelaria. É um item que não pode faltar.

**Entrevistadora:** Você considera o café da manhã um diferencial competitivo para o hotel ?

**Entrevistado:** Sim, o café da manhã ele é um diferencial sem dúvida alguma na hora da escolha do hotel, tanto é que a maioria dos hotéis , nas plataformas, e são colocadas fotos e vídeos da montagem do café da manhã para que possa influir na escolha do hóspede de um hotel para outro.

**APÊNDICE C- Listagem de itens para produção do café da manhã.**  
**Quadro 2 – Registro de planejamento da produção do café da manhã.**

**Produção do café da manhã dos hotéis (10 no total)**

pão de milho  
 pão caseiro  
 pão recheado  
 bolo de laranja  
 bolo de chocolate  
 bolo de cenoura  
 bolo no pote (sobras do café do dia)  
 mini bolo com cobertura  
 mini torta salgada  
 bolo de coco  
 coberturas : chocolate\limão\maracujá\coco  
 mousse de maracujá  
 mousse de limão  
 rosca de coco  
 rosca de açúcar  
 rosca de chocolate  
 rosca hungara  
 brusqueta(pão amanhecido)  
 esfirras de carne  
 esfirras de frango  
 empadas  
 calzone  
 salgados variados  
 torta redonda  
 torta (pedaços)  
 torta massa podre  
 gelatinas variadas  
 gelatina cremosa  
 biscoito de queijo  
 biscoito de maizena  
 broa de milho  
 pizzas variadas (assadas na hora de servir)  
 geleias variadas  
 pudim de leite condensado  
 pudim de chocolate  
 pudim de laranja  
 sanduiche natural com frango  
 sanduiche natural com patê de presunto  
 cookies variados  
 mini sonho recheado  
 salada de frutas  
 pão brioche

**Informações Importantes**

Sempre começar com três frutas;  
 na reposição, deixar apenas duas.  
 Salgados assados, no máximo duas opções por dia.  
 Bolos: sempre três opções, sendo um com cobertura, um simples e um fit.  
 (Bolo de pode não conta como bolo.)  
 Sucos: sempre que possível, utilizar duas cores diferentes.

**Reposição das 9h**

Organizar tudo antes de realizar o registro fotográfico.  
 Porém, manter atenção à lista de hóspedes que ainda irão descer para o  
 café da manhã.  
 Evitar todo e qualquer tipo de desperdício.  
 Inserir no grupo do restaurante as fotos e descrições das produções  
 realizadas.

**TRAZER NOVAS IDEIAS E SUGESTÕES.**

## ANEXO A – Cardápio digital do Hotel C

# Cardápio

### PETISCOS

Frango à passarinho	
Isca de peixe	R\$ 39,00
Carne Acebolada	R\$ 49,00
Porção de mini pastel de queijo (6 un.)	R\$ 47,00
	R\$ 27,00
Porção de mini pastel de carne (6 un.)	R\$ 29,00
Espetinho de carne com jantinha	R\$ 33,00
<i>arroz, farofa e vinagrete.</i>	
<i>Espetinho extra R\$ 14,00</i>	
Espetinho de frango com jantinha	R\$ 29,00
<i>arroz, farofa e vinagrete.</i>	
<i>Espetinho extra R\$ 13,00</i>	
Batata frita com queijo e bacon	R\$ 29,00
Porção de calabresa acebolada	R\$ 37,00

### LANCHES

Bolo do dia (fatia)	R\$ 6,00
Misto quente	R\$ 15,00
Adicional de ovo + R\$ 4	
Omelete	R\$ 25,00
Tapioca	R\$ 19,00
<i>de ovos mexidos, queijo, queijo com presunto ou só manteiga</i>	
Cuscuz com manteiga	R\$ 15,00
<i>adição uma porção de ovos mexidos ou queijo por + R\$ 4</i>	

### HAMBÚRGUER

ADICIONE MAIS OVO OU BACON OU QUEIJO NO HAMBÚRGUER POR + R\$5 (CADA)  
ADICIONE MAIS UM HAMBÚRGUER BOVINO 150G POR + R\$10  
COMBO: HAMBÚRGUER + REFRI + BATATA FRITA POR + R\$12

Clássico Burguer	R\$ 35,00
<i>Pão, hambúrguer bovino 150g, queijo, alface, tomate, cebola e maionese.</i>	
Gourmet Burguer	R\$ 39,00
<i>Pão, hambúrguer bovino 150g, queijo, alface, tomate e bacon em tiras.</i>	
Especial Burguer	R\$ 37,00
<i>Pão, hambúrguer bovino 150g, queijo, alface, tomate, ovo e maionese.</i>	

### PIZZA

Mini pizza	R\$ 15,00
<i>Consulte como atendente os sabores disponíveis</i>	
Pizza média	R\$ 49,00
<i>Consulte como atendente os sabores disponíveis</i>	

### CALDOS

Caldo de abóbora	R\$ 19,00
<i>vegetariano servido com torradas</i>	
Caldo de batata	R\$ 22,00
<i>Servido com frango desfiado e torradas</i>	
Caldo de vaca atolada	R\$ 25,00
<i>Acompanha torradas</i>	

TAXA DE SERVIÇO 10% OPCIONAL

# Cardápio

## RESTAURANTE 24 H

### PRATOS PRINCIPAIS

Prato do dia  
Consulte o cardápio do dia

R\$ 40,00

#### Picadinho do Chef

Delicioso picadinho ao molho de vinho tinto acompanhado de arroz branco, ovo frito, farofa da casa e banana frita

R\$ 47,00

#### Especial do Chef

Alcatra grelhada com o molho chimichurri do chef servido com purê de batata e arroz branco

R\$ 55,00

#### Frango Low Carb

Peito de frango grelhado com ervas, servido com creme de milho, legumes salteados e arroz com brócolis

R\$ 42,00

#### Stroganoff de frango

Servido com arroz branco e batata palha

R\$ 45,00

#### Tilápia ao molho de laranja e mel

Servido com legumes salteados na manteiga, purê de batatas e arroz com brócolis

R\$ 49,00

#### Parmegiana de carne Parmegiana de frango

Servidos com arroz branco e batatas fritas

R\$ 49,00

R\$ 45,00

### PRATOS KIDS

#### Especial Kids

Carne picadinha com arroz, purê de batatas e mini saladinha de alface e tomate

R\$ 29,00

#### Frango Kids

Servido com espaguete e molho ao sugo

R\$ 27,00

### PRATOS VEGETARIANOS

#### Espaguete do Chef

Espaguete com abobrinha e molho Bechamel de quatro queijos

R\$ 37,00

#### Espaguete ao sugo

Servido com queijo ralado

R\$ 35,00

### SALADA FIT

#### Salada da casa

com peito de frango

R\$ 37,00

#### Salada da casa

com bife

R\$ 39,00

### ACOMPANHAMENTOS

#### EXTRAS

Arroz branco  
Arroz com brócolis

R\$ 6,00

Creme de milho

R\$ 8,00

Batata frita  
Purê de batatas

R\$ 9,00

R\$ 9,00

R\$ 9,00

### SOBREMESAS

Pudim  
Delicioso pudim feito com a receita da família

R\$ 22,00

#### Creme de papaya

Com licor de cassis

R\$ 27,00

#### Petit gateau

Petit gateau servido morno com sorvete de creme

R\$ 29,00

#### Fatia de abacaxi

R\$ 9,00

TAXA DE SERVIÇO 10% OPCIONAL