

SATOLEP EAT: Um restaurante regionalista *online*

CENSON, Dianine¹; MOREIRA, Maicon²; CERETTA, Caroline Ciliane³

¹Universidade Federal de Pelotas, Bacharelado em Turismo; ²Universidade Federal de Pelotas, Bacharelado em Turismo; ³Universidade Federal de Pelotas, Faculdade de Administração e Turismo.
dianinecenson@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A cozinha brasileira é formada pelo intercâmbio das práticas culturais de vários segmentos da população. A formação de pratos como símbolos regionais e nacionais reforça a dimensão da culinária como representação da diversidade. A culinária de um país é o registro de sua história e da intensidade das trocas entre diferentes culturas em um território. [...] (HORA, 2008, p.40)

No primeiro semestre de 2012 foi proposta, na disciplina de Alimentos & Bebidas do curso de Bacharelado em Turismo, a elaboração de um projeto de restaurante temático turístico, de forma a colocar em prática parte dos ensinamentos do semestre. Assim, nasceu a ideia do Satolep Eat: um restaurante regionalista *online* com sistema capaz de agregar valor cultural aos serviços turísticos de alimentação em Pelotas, pois:

A Gastronomia, sendo uma das manifestações culturais mais expressivas é um grande pólo de atração de fluxos turísticos e constitui um dos eixos do turismo cultural, além de viabilizar e universalizar a troca humana e o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos. (SEGALA, 2003, p.5-6)

Historicamente, o legado do ciclo do charque no município de Pelotas possui potencial turístico cultural significativo para a comercialização e atratividade de turistas, tanto quanto os tradicionais doces produzidos e promovidos na cidade atualmente. Os turistas quando vêm a Pelotas visitam com facilidade as charqueadas e não as fábricas de doces tradicionais. Logo, não seria também conveniente compor um produto na área de alimentação que valorizasse a culinária local, a partir do charque que no século XIX marcou a economia do município de Pelotas e ainda se mantém usual na história pelotense?

Assim, este estudo tem como objetivo geral destacar a potencialidade do histórico do charque como alimento representativo do patrimônio imaterial da cidade,

fazendo parte da simbologia do imaginário cultural pelotense; e, como objetivos específicos, propor a criação do empreendimento; desenvolver o *site*; verificar a viabilidade turística do plano de negócios; e valorizar o conhecimento produzido no ambiente acadêmico.

2. MÉTODOS

A base deste estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, fundamentada inicialmente na investigação para a elaboração de um restaurante *online* que valorizasse a cultura do município de Pelotas, RS. É uma pesquisa de mercado que considerou os seguintes aspectos:

A coleta de dados se deu através de questionário de pesquisas, aplicado através de abordagens a turistas na rodoviária, hospedados nos hotéis da cidade e/ou que buscavam os postos de informação turística. Essa pesquisa aconteceu no período de 02 a 16 de abril/2012, contando com a resposta de 110 visitantes. Com os questionários de forma completa, houve então a catalogação das respostas, de forma a identificar o perfil médio (idade, escolaridade, renda, profissão etc.) dos respondentes - turistas que vem a Pelotas, suas motivações, preferências, opiniões e demais dados importantes para se definir a posterior aplicação do projeto, estando expostos aqui apenas os que são pertinentes à viabilidade do restaurante.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nas pesquisas constatou-se que o *room service* (serviço de alimentação oferecido pelos hotéis e servido nas unidades habitacionais) é bastante utilizado, porém seu custo é um empecilho para uma maior aceitação e aprovação por parte dos hóspedes. A criação de um restaurante que exclusivamente trabalhasse com serviços de entrega e, focado em parcerias comerciais com os proprietários da rede hoteleira pelotense, tivesse um custo mais acessível, traria assim uma nova opção de consumo de alimentação aos turistas e visitantes de Pelotas.

Como resultado, o estudo apontou que uma alternativa encontrada deveria ser a implantação de um modelo de restaurante virtual temático que ao mesmo tempo oferecesse praticidade, vantagem financeira e conhecimento da cultura local.

Por meio de pedidos por telefone ou via *internet*, o acesso rápido e cômodo se torna efetivo no momento de necessidade do visitante.

Ainda com os dados da pesquisa mercadológica, descobriu-se que atualmente apenas 6% dos visitantes de Pelotas estão aqui por turismo espontâneo, sendo que nosso maior trânsito é de pessoas a trabalho (42%) ou participantes de algum evento (27%). Dos visitantes que se hospedam em hotéis, 67% utilizam *room service* (serviço de quarto) e, os que não utilizam, não o fazem pelos altos preços (83%). Assim sendo, beneficiando-se do alto número de potenciais usuários de serviços online em viagens (92% dos entrevistados), o Satolep Eat pretende contribuir para que as viagens espontâneas no mínimo tripliquem sua significância para a atividade econômica do setor turístico na cidade.

Com relação ao cardápio, o restaurante procura destacar ingredientes e produtos da cidade, sobretudo os baseados no charque e, em uma escala maior, do estado do Rio Grande do Sul. Dessa forma, o turista que busca conhecer os sabores regionais pode fazê-lo sem sair do hotel, e aqueles que apenas por excesso de tarefas ou cansaço, não têm vontade de sair para se alimentar, são também beneficiados com a entrega das iguarias típicas a preço justo.

4. CONCLUSÃO

Assim, obtendo resultados positivos que entravam em sintonia com a ideia inicial do projeto, foi elaborada a criação do restaurante Satolep Eat. O *site*, pensado como principal forma de difundir o serviço entre os turistas de Pelotas, pretende, e deve, ser interativo, com histórias, notícias, dados e curiosidades sobre o ciclo do charque, sua relação e importância com a cidade.

Destacando-se o fato de que atualmente não há em Pelotas empreendimento semelhante, a iniciativa exigiria investimentos em propaganda e uma sólida consolidação de parcerias com agências receptivas locais e hotéis (que, além de não mais se preocuparem com o *room service*, receberiam uma porcentagem dos lucros dos produtos entregues em suas dependências), fazendo com que a divulgação e publicidade acerca da novidade trouxessem o público e garantissem sua fidelização aos serviços dos empreendimentos envolvidos.

Além disso, como foi primordialmente destacado, quando se agrega culinária, cultura e turismo, todos os agentes envolvidos no processo turístico se beneficiam,

fazendo com que, cada vez mais, a cidade se torne referência e destaque em serviços prestados pelo setor, pois assim, como diz Ceretta (2012, p. 90):

A busca da aproximação referencial do turismo com o segmento gastronomia é uma perspectiva evidenciada em diferentes estudos, ao reunir além de elementos culturais, históricos, sociais e ambientais, também elementos econômicos, de consumo turístico, de valorização turística e desenvolvimento nas localidades ou espaços que se apropriam da atividade.

Portanto, este trabalho destacou a potencialidade do histórico do charque como alimento representativo do patrimônio imaterial da cidade, uma vez que sua cozinha, ao ser apreciada por visitantes, retomaria um momento importante da história da vida cotidiana pelotense, contribuindo também para o aumento do fluxo turístico.

Finalmente, apesar de o presente estudo se caracterizar como plano acadêmico, sua proposta é desafiante e inovadora, não sendo descartada a possibilidade de futuros ajustes de mercado para a viabilização de seu real funcionamento.

5. REFERÊNCIAS

CERETTA, Caroline C. Eventos de Marca: Evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul/Brasil. UCS: **Revista Rosa dos Ventos**, 4(I), p.89-99, jan-jun, 2012. Disponível em <www.ucs.br>. Acesso em 05 jul. 2012.

Colaboradores: McKinsey and Company, Ashoka (Fellowship). **Empreendimentos sociais sustentáveis**. Editora Peirópolis, 2001

CRUZ, Mércia S. R, SIMÕES; Maria de L N. **O imaginário da cozinha regional como condutor e atrativo do destino turístico**. UESC, 2011.

CULINÁRIA: Promover a culinária como registro e expressão da diversidade brasileira. Daniel Hora. In: **Plano Nacional de Cultura**: Desafios: Manifestações Culturais, no ar desde 2008. Disponível em <http://www.cultura.gov.br>. Acesso em 08 dez. 2010.

SEGALA. L. V. **Gastronomia e turismo cultural** – Revista Turismo, 2003. Disponível em <www.revistaturismo.com.br>. Acesso em 05 jul. 2012.