ANÁLISE DOS PRODUTOS REGIONAIS OFERTADOS EM SUPERMERCADOS DE PONTA GROSSA, QUE TÊM POTENCIAL COMO SOUVENIRS GASTRONOMICOS

Monica Marques (PIBIC/CNPq), Graziela Scalise Horodyski (Orientador), e-mail: mohmarques19@gmail.com, e-mail do orientador: grazitur@hotmail.com

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Turismo.

Ciências Sociais Aplicadas; Turismo.

Palavras-chave: Souvenir Gastronômico, Alimentos Regionais, Consumo turístico, Supermercados

Resumo

Os souvenirs gastronômicos são produtos derivados de alimentos ou bebidas, fazem parte das experiências dos turistas e contribuem com a geração de divisas na comunidade local. Tendo em vista que a cidade de Ponta Grossa possui uma característica agropecuária relevante, o que reflete na grande variedade de produtos locais. O presente estudo teve como principal objetivo analisar os alimentos locais com características regionais ofertados em supermercados de Ponta Grossa que tem potencial para serem comercializados como souvenirs gastronômicos. Está pesquisa teve como base os estudos feitos por Horodyski, Manosso, Bizinelli e Gândara (2014) na qual trás o conceito de souvenir gastronômico, considerando as cinco variáveis que compõem os souvenris sendo elas: Alimentos e bebidas, Identificação, Embalagem, Transporte e Identidade. Como resultado dessa pesquisa identificou-se determinadas marcas de souvenirs gastronômicos na categoria de: cafés, chás, refrigerantes, cervejas e doces.

Introdução

Os produtos alimentares e as bebidas que podem ser adquiridos em um determinado destino podem ser considerados como lembranças, e incluídos na categoria de souvenir gastronômico (HORODYSKI, MANOSSO, BIZINELI e GÂNDARA, 2014). O souvenir gastronômico é um produto derivado de alimentos ou bebidas (HORODYSKI et al., 2015). E os alimentos locais com características regionais entram na categoria de souvenir gastronômico proposto por Gordon (1986) como ‘produtos locais’.

O presente estudo teve como objetivo analisar o potencial dos alimentos locais e regionais ofertados nos supermercados de Ponta Grossa que tem potencial para serem comercializados como souvenir gastronômico. Analisando os produtos locais sob a perspectiva de cinco variáveis sendo elas alimentos e bebidas, identificação, embalagem, transporte e identidade.

Este estudo se caracteriza como uma pesquisa de caráter exploratório, seguido de uma pesquisa de campo para à identificação dos alimentos e bebidas ofertados nos supermercados de Ponta Grossa, através de um recorte espacial delimitando apenas os supermercados próximos aos hotéis e ao terminal rodoviário. A realização desta pesquisa justifica-se pela necessidade de contribuir com o tema ainda em desenvolvimento no campo cientifico oferecendo para o mercado de alimentação subsídios para o desenvolvimento do setor de forma adequada.

Material e Métodos

A primeira etapa deste estudo consistiu em uma pesquisa de caráter exploratório para um aprofundamento teórico sobre os temas, souvenirs gastronômicos, produtos locais e regionais, e o consumo turístico, para um maior conhecimento sobre os temas abordados nesta pesquisa.

Para a construção dos instrumentos de pesquisa, destaca-se a pesquisa de Horodyski, Manosso, Bizinelli e Gândara (2014) que traz o conceito de souvenir gastronômico e uma metodologia que possibilita a identificação e análise destes produtos em destinos turísticos. Para os autores:

> [...] O souvenir gastronômico é um produto derivado de alimentos ou bebidas com identidade diferenciadora, identificação de origem, embalagem adequada e transporte facilitado; que seja capaz tanto de materializar a experiência da visitação e prolongar as sensações vividas pelas pessoas após o retorno de suas viagens turísticas quanto permita compartilhar lembranças com outras pessoas e motivar novas viagens (HORODYSKI et al 2014, p.3)

De acordo com este conceito, os autores propõem cinco variáveis, que juntas, compõem o conceito de souvenir gastronômico, sendo eles: Alimentos e Bebidas, Identificação, Embalagem, Transporte e Identidade.

A segunda etapa deste estudo consistiu em compreender a relevância dos alimentos locais e regionais que tem potencial para souvenir gastronômico, assim sendo foi feito um levantamento da produção rural paranaense por meio da Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento - SEAB e o Departamento de Economia Rural – DERAL, dados do ano de 2017, analisando somente o município de Ponta Grossa. A produção de Ponta Grossa se divide em: Grandes Culturas (grãos): Arroz, Aveia, Canola, Centeio, Cevada, Feijão, Milho, Soja, Trigo. Olerícolas: Abóbora, Abobrinha, Agrião, Alface, Alho, Batata, Berinjela, Beterraba, Brócolis, Cebola, Cenoura, Couve, Couve-Flor, Mandioca, Pepino, Pimentão, Rabanete, Repolho, Tomate. Frutíferas: Amora, Caqui, Laranja, Maracujá, Melancia, Morango, Pêssego, uva. Pecuárias (carne): Bovinos, Bubalinos, Caprinos, Equinos, Frango, Galinha, Ovinos, Suínos. Peixes: Carpa, Tilápia. Pecuária: Leite.

A terceira etapa deste estudo tinha como objetivo identificar os supermercados de Ponta Grossa que possuíam alimentos locais e regionais. Para alcançar o objetivo proposto foi definido um recorte espacial, delimitando a área central de Ponta Grossa, em seguida buscou-se mapear os supermercados localizados próximos aos hotéis da cidade, ao terminal rodoviário e principalmente que fossem acessíveis para os turistas. Como resultado os supermercados selecionados foram: Muffato (Olarias), Condor (Vicente Machado), Tozetto (Estrela), Hiper Condor (Nova Rússia), Modelar (Centro Ponta Grossa).

Na quarta etapa deu-se início as pesquisas de campo. Primeiramente foi elaborado um formulário, baseado no estudo de Horodyski et al (2014) para a identificação dos produtos, levando em consideração as cinco variáveis: Alimentos e Bebidas, Identificação, Transporte, Embalagem e identidade.

Figura 1: Modelo de formulário utilizado na pesquisa

Produtos que contemplam as quatro variáveis				
Alimento e Bebidas	**Identificação**	**Transporte**	**Embalagem**	**Identidade**

Fonte: Elaborado pela autora (2019), baseado em Horodyski et al (2014).

ISSN 1676-0093

A pesquisadora realizou a pesquisa de campo nos cinco supermercados por um período de uma hora em cada estabelecimento. Como critério de corte todos os produtos refrigerados não entrariam na pesquisa, devido à dificuldade do transporte do produto. Para análise dos produtos a pesquisa dividiu-se nas seguintes etapas:
1ª etapa: Foram analisados todos os produtos que possuíam umas das 5 variáveis em evidencia
2ª etapa: Todos os produtos que continham uma das variáveis foram fotografados
3ª etapa: Em gabinete a pesquisadora analisou os produtos, selecionando-os em três categorias: Produtos que contemplavam totalmente as quatro variáveis; produtos que contemplavam parcialmente e os produtos que contemplavam apenas uma das variáveis Identificação, Transporte, Embalagem e identidade.

Resultados e Discussão

Analisando os produtos que contemplam as quatro variáveis: Identificação, Transporte, Embalagem e identidade. Os produtos que se destacaram foram principalmente no setor de bebidas e doces:

Figura 2 Produtos que contemplam as 4 variáveis

Produtos que contemplam as quatro variáveis				
Alimento e Bebidas	**Identificação**	**Transporte**	**Embalagem**	**Identidade**
Café de capsulas Lontrinha	x	x	x	x
Café Lontrinha solúvel	x	x	x	x
Cervejas	x	x	x	x
Refrigerante Uliana	x	x	x	x
Erva mate	x	x	x	x
Chá de Hibisco	x	x	x	x
Frutas cristalizadas	x	x	x	x

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Em primeiro lugar encontram-se o Café de Capsulas Lontrinha, o café em capsulas é um produto comercializado no mundo inteiro, devido à grande promoção e comercialização de maquinas de café nespresso, por ser compatível com diversos tipos de marcas inclusive o café Lontrinha, entende-se que esse seja o produto que mais gera interesse dos turistas que buscam produtos locais. Da mesma forma o café Lontrinha solúvel tem apelo para a comercialização, por ser um produto local o café é bastante comercializado no universo do souvenirs gastronômicos.

No caso das cervejas, há um modismo no mundo inteiro, as pessoas estão comercializando bastante, a cerveja adriática tem história local, possui uma embalagem adequada para serem transportadas e por isso tem grande apelo como souvenirs gastronômicos. Já o refrigerante Uliana embora tenha as características para serem comercializadas como souvenirs, devido ao tamanho da embalagem por ser garrafa PET, acredita-se que o turista não irá comprar como souvenir gastronômico.

A erva Mate é um produto que tem bastante identificação com a região Sul do Brasil, tem identidade local, sua embalagem facilita o transporte, e tem apelo para serem comercializados como souvenirs. O Chá de Hibisco possui uma identificação local, assim como o café tem muitos colecionadores de chá, é um produto fácil de ser transportado, e por isso muitos turistas adquirem esse tipo de produto como souvenir.

Já as Frutas Cristalizadas tem uma aceitação no mundo inteiro, é um produto com as características locais, são consumidos pelos turistas, sua embalagem facilita o transporte e tem apelo para serem comercializadas como souvenirs gastronômicos.

Conclusão/ões

A realização desse estudo possibilitou compreender a relevância dos alimentos regionais na qual verificou-se ampla oferta de alimentos produzidos pela comunidade local. Ressalta-se a importância da realização desta pesquisa para a valorização dos produtos regionais e para o desenvolvimento do turismo, contribuindo com a comercialização dos souvenirs gastronômicos oferecendo para o mercado de alimentação subsídios para o desenvolvimento do setor de forma adequada.

A maioria dos produtos ofertados nos supermercados se encontram próximos dos turistas, devido a sua proximidade com os hotéis, muitos desses produtos podem gerar interesse aos turistas. Desta forma constatou-se que os produtos que mais se destacaram foram principalmente no setor de bebidas e doces.

Esta pesquisa atingiu o objetivo proposto pois identificou e analisou os souvenirs gastronômicos presentes nos supermercados de Ponta Grossa-PR. Sugere-se como estudos futuros pesquisas que demonstrem que os turistas consomem em supermercados.

Agradecimentos

Agradecemos a CNPQ Conselho Nacional de Desenvolvimento Cientifico e Tecnológico pelo apoio financeiro e a todo apoio do departamento de turismo e da Pró reitoria de pesquisa e pós graduação para a realização desta pesquisa.

Referências

GORDON, B. **The Souvenir: Messenger of The Extraordinary. Journal of Popular Culture**, 20(3), 135-146, 1986. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.0022-3840.1986.2003_135.x> acesso em maio 2018>

HORODYSKI, G. S. **O Consumo na Experiência Turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba – PR.** 2014, 444 f. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

HORODYSKI, G. S., MANOSSO, F. C., BIZINELLI, C., GÂNDARA, J. M. G. (2015) **Souvenirs gastronômicos como lembranças de viagem: um estudo de caso em Curitiba – Brasil**. Via@, Varia, revista internacional e interdisciplinar de turismo, 2. Recuperado em 14 de abril, 2015.