

ANÁLISE DO PERFIL DO TURISTA EM CIDADES PEQUENAS: turismo gastronômico e seu perfil na cidade de São Lourenço

Liliana aparecida Lemos - Graduanda em administração - UNIS/MG

liliana.lemos@alunos.unis.edu.br

Bianca Braga de Oliveira - Graduando em Administração - UNIS/MG

bianca.oliveira2@alunos.unis.edu.br

Robson Kerner Coelho dos Santos - Mestrando em Gestão e Desenvolvimento Regional - UNIS/MG

robson.santos1@alunos.unis.edu.br

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar o perfil do turista da cidade de São Lourenço e compreender as necessidades e o que o leva a escolher a cidade para visitar os eventos gastronômicos. Pesquisa de caráter quantitativa com a participação de 522 entrevistados. Com o resultado será possível proporcionar cada vez mais experiências personalizadas e singulares, que divergem do dia a dia enfrentado pelo visitante. Com o resultado, leva-se a discussão para órgãos públicos e comerciantes, para que os mesmos entendam o que cada pessoa busca quando vem a cidade e até que ponto o turismo gastronômico é influente e fator de interesse do turista. Traçar o perfil do visitante proporciona uma maior assertividade em relação a decisões a serem tomadas e o objeto de estudo abre as portas para a discussão e conhecimento de áreas afins.

Palavras-chave: Turista. Evento. Pesquisa de campo.

1 INTRODUÇÃO

O termo “turismo gastronômico” pode ser definido como “estar em busca de uma experiência única de comer e beber”. O turismo gastronômico refere-se geralmente à originalidade de um prato e a ligação autêntica desse prato a um lugar, uma região ou um país (SORMAZ, AKMESE, GUNES, & ARAS, 2016).

O turismo gastronômico é um fenômeno emergente que tem sido desenvolvido como um novo produto turístico. Assim, a gastronomia do destino é um aspecto de extrema importância na qualidade da experiência de férias (QUAN & WANG, 2004).

A associação do patrimônio, cultura e turismo com as atividades de entretenimento, culturais e gastronômicas tem a capacidade de atrair turistas com interesse na vertente gastronômica associada à cultura de um destino.

A gastronomia como forma de diferenciação cultural e de identidade promove a cozinha tradicional de uma determinada região e época alavancando desta forma o turismo (BARROCO & BARROCO, 2008). Para Gheorghe, Tudorache e Nistoreanu (2015) é importante que as entidades competentes locais, regionais e nacionais apoiem a riqueza gastronômica, caso contrário existem vários valores que irão se perdendo no tempo.

De acordo com Sampaio (2010) um destino turístico é mais atrativo turisticamente conforme a natureza das atrações que tem para oferecer, sendo que a gastronomia se pode constituir como um recurso turístico primário, ou seja, como um verdadeiro produto turístico. Comer é, para Kivela e Crotts (2006), a única forma de atividade turística que gratifica os 5 sentidos: visão, tato, audição, gosto e olfato.

De acordo com Richards (2002) os prazeres sensoriais que a comida proporciona constituem a parte experencial da experiência turística. Neste contexto, o turismo gastronômico pode, indiscutivelmente, ser mais um motivo para os destinos que cada vez mais apostam no turismo de experiências e no turismo criativo.

Sendo assim, cabe aos empresários do setor desenvolver estratégias para unir a gastronomia aos seus negócios e, assim, fortalecer a cadeia. Ao realizar uma viagem, os turistas buscam novas experiências para aguçar todos os sentidos, dentre eles o paladar. Experimentar novos sabores é fazer uma imersão na cultura local em que se visita. Diante disso, criar roteiros que, além de abranger estabelecimentos gastronômicos, contemplam a cultura local e o consumo de pratos típicos do lugar é essencial para dar origem a experiências únicas (SEBRAE, 2017).

2 DESENVOLVIMENTO

São Lourenço, cidade sul mineira, com pouco mais de quarenta e seis mil habitantes (IBGE, 2020), é conhecida por ser uma cidade turística, repleta de natureza, belezas naturais e por fazer parte do circuito das águas.

A cidade é conhecida por ser o berço de delícias como o primeiro queijão do Brasil, referência nos doces tradicionais e doces *diet* e por produzir cafés especiais premiados mundialmente. A cidade possui bons restaurantes, cafeteria, fazendinhas, e vários lugares para degustar e comprar os famosos queijos, doces, cervejas, biscoitos, mel, balas, cachaças e licores (DOCES MINAS, 2022).

Entre os meses de abril e setembro acontecem diversos eventos na cidade, o que torna São Lourenço berço de atrações turísticas que se enquadram nos mais variados gostos. Sendo um deles, durante os dias 16 a 19 de junho, o IV Doces Minas, evento que como o nome sugere, traz a exposição dos doces tradicionais da cidade e região.

Com o intuito de fomentar uma indústria que mantém os pés na tradição, ao mesmo tempo em que permanece atenta aos novos nichos do mercado de alimentos, o evento aconteceu no centro da cidade de São Lourenço. A estrutura do festival foi montada de uma forma em que os proprietários de comércios do ramo de doces, pudessem montar estandes e apresentar seus produtos. Além disso, o evento contou com aulas ao vivo de receitas que levavam os doces tradicionais (DOCES MINAS, 2022).

Por fato do evento acontecer no mês de férias escolares, é esperado um grande volume de turistas com famílias e amigos. Entende-se que essa época costuma ser considerada a melhor do ano para o setor de comércio e hotelaria. Considerando o alto número de turistas na cidade, oportuniza-se a necessidade de identificar e analisar o perfil deste turista. Podendo assim, possibilitar estratégias que busquem cada vez mais engajamento e atratividade do turismo e fortaleça os eventos promovidos pela cidade.

3 MATERIAIS E MÉTODO

Seguindo as premissas sugeridas pelo Observatório de Turismo de Minas Gerais em seu Manual de Metodologia de Pesquisas em Turismo (RBOT, 2022), trata-se de uma pesquisa de evento, de caráter quantitativa, com questionário estruturado não disfarçado por meio de entrevistas pessoais por interceptação.

Conforme afirma Chizzotti (2003), o tipo de pesquisa quantitativa prevê a mensuração de variáveis preestabelecidas, na qual procura-se verificar e explicar sua influência sobre outras variáveis, seja pela sua frequência de incidências ou correlações estatísticas.

Para este trabalho, o questionário, construído pela ferramenta *Google Forms* composto por 22 perguntas, tem como objetivo realizar um levantamento que aborda o meio de transporte utilizado, a opinião sobre o evento, sua divulgação, questões socioeconômicas e grau de formação acadêmica dos turistas e foi aplicada durante a realização do festival Doces Minas que aconteceu durante os dias 16 à 19 de junho.

Após a coleta, os dados foram tabulados em planilhas do *Google Sheets*, tratados e analisados por meio de estatística descritiva, que Freund e Simon (2006, p. 18) definem como uma “apresentação de dados em forma de tabela e gráficos” para que sejam projetados de forma a resumir ou descrever dados, sem inferir em quaisquer coisas que ultrapasse os próprios dados.

4 RESULTADO E DISCUSSÃO

Com uma amostra cedida de 522 respostas coletadas durante o evento gastronômico foi possível formar um perfil real do turista que vem para a cidade conforme é apresentado a seguir.

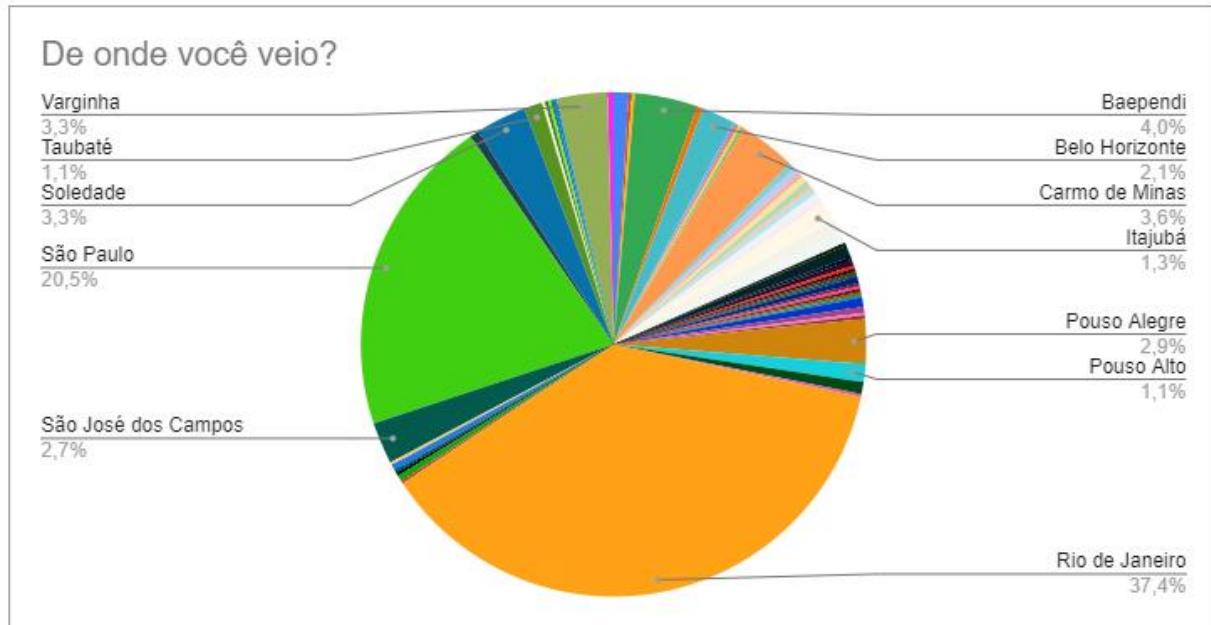
Imagen 1: Motivos pelos quais o turista frequenta a cidade.



Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

Percebe-se que a grande maioria, que vem a São Lourenço, não é atraída pelos eventos e pontos turísticos, mas sim pela tranquilidade que a cidade proporciona com 45,6% das respostas e acabam por descobrir as atrações durante a visita a cidade que resultaram em apenas 10,3% dos entrevistados.

Imagen 2: Local de origem dos turistas.



Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

Esta pergunta reafirma o que foi exposto no item anterior. Pessoas de grandes centros tendem a gostar de passar férias e feriados em lugares que vão em sentido contrário ao seu dia a dia. Sendo destacados aqui as cidades do Rio de Janeiro com 37,4% e São Paulo com 20,5%.

Quadro 1: Visita

Você veio exclusivamente para o evento ou estava passando no local e se interessou em participar?	Total
Vim exclusivamente	126
Vim porque estava passando	396
Total geral	522

Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

O resultado acima nos traz um questionamento importante para se traçar estratégias futuras. As pessoas que dizem vir a São Lourenço apenas pela tranquilidade tem conhecimento dos eventos que acontecem na cidade? Grande parte dos entrevistados nos respondeu que estava passando e resolveu passar pelo evento, mas acabaram ficando e consumindo, como mostra o gráfico a seguir:

Quadro 2: Consumo

<i>Nesse evento você consumiu algo?</i>		Total
Não		98
Prefiro não responder		15
Sim		409

Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

Com uma maior divulgação o número de pessoas que saberiam dos eventos poderia aumentar consideravelmente.

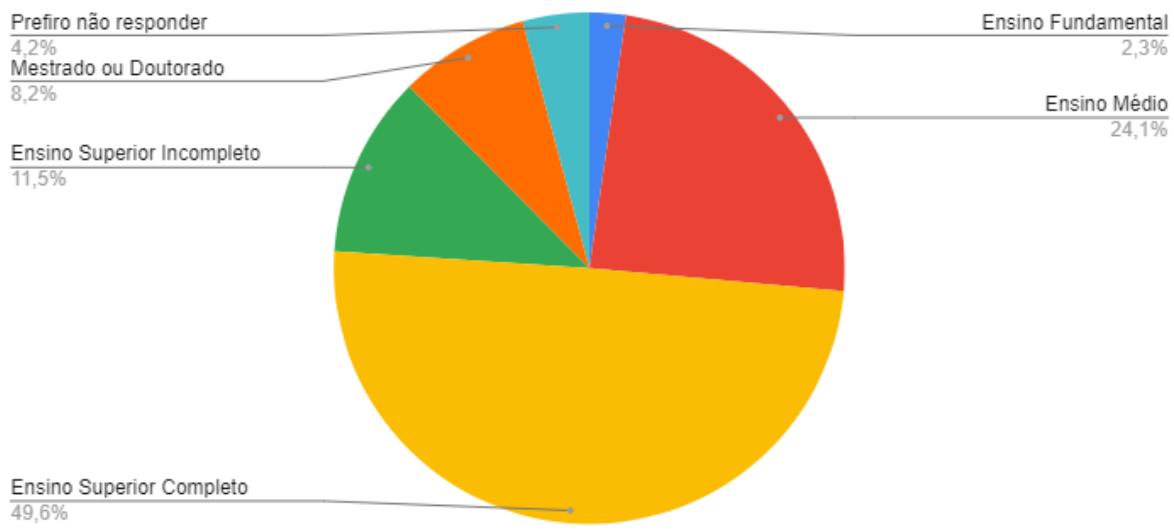
As informações acima reforçam o que foi apresentado no início desse trabalho, as pessoas tem interesse e acabam realizando um turismo gastronômico quando viajam. A comida acaba firmando uma memória afetiva, que causa muitas vezes vontade de retornar à cidade.

Diante de todas as respostas colhidas foi possível ponderar a relação entre dois fatores importantes: renda e escolaridade.

Segundo o gráfico a seguir, mais da metade dos respondentes afirmam ter no mínimo o ensino superior completo. O que propicia-se a supor que em grandes centros há maior acesso à educação e oportunidades de seguir carreira acadêmica. Estima-se que a pequena porcentagem que indicou ter apenas o ensino fundamental seja de jovens que ainda não adentraram em uma instituição de ensino superior, ou ainda, sejam pessoas que apenas concluíram o ensino fundamental e médio. Nessa questão não foi colocada a opção “ensino médio”, logo quem a marcou considera-se que tenha interpretado que se referia apenas ao estudo básico.

Imagen 3: Formação Acadêmica.

Qual a sua escolaridade?



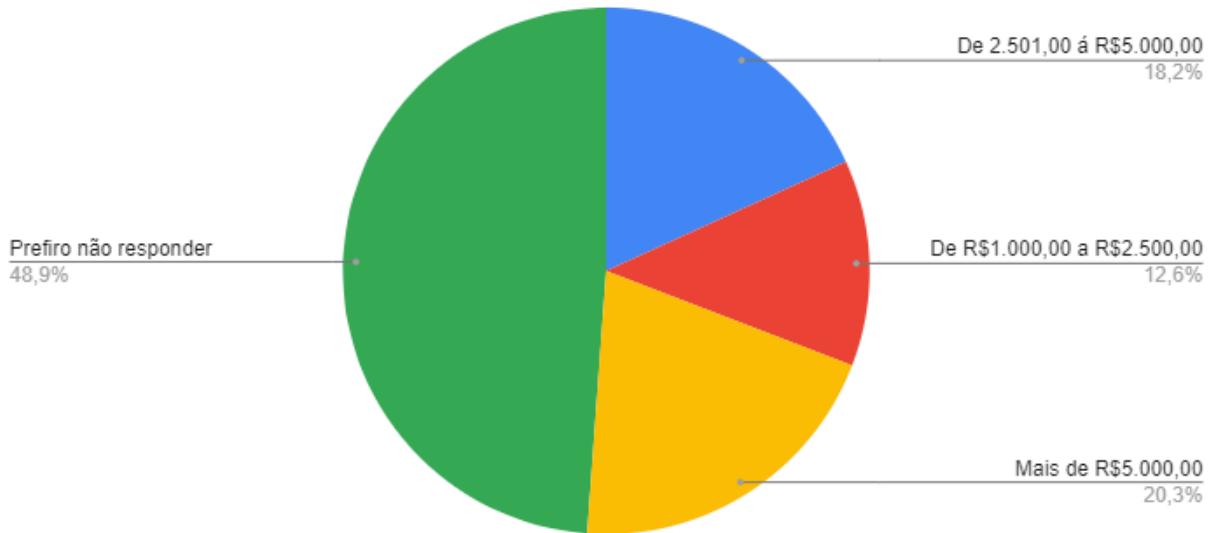
Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

Observando os próximos gráficos, tornamos visível a relação que citamos anteriormente. O valor da faixa de renda complementa as respostas do grau de escolaridade. Conclui-se então o retorno que a educação traz para a vida do indivíduo. Pessoas com o grau académico maior possuem maior possibilidade de empregos com maior remuneração e maior posição no mercado. A grande parcela que optou por não responder, pode-se afirmar que foram por dois motivos: ou não se sentiram à vontade ou não se enquadram nas opções apresentadas. Observando o perfil do turista até aqui, sugere-se que a segunda opção se enquadra de forma mais assertiva.

O turista de São Lourenço busca tranquilidade, ao contrário do que tem em sua cidade. Tem um poder aquisitivo bom, o que proporciona ao comércio e hotelaria uma maior possibilidade de lucro.

Imagen 4: Renda.

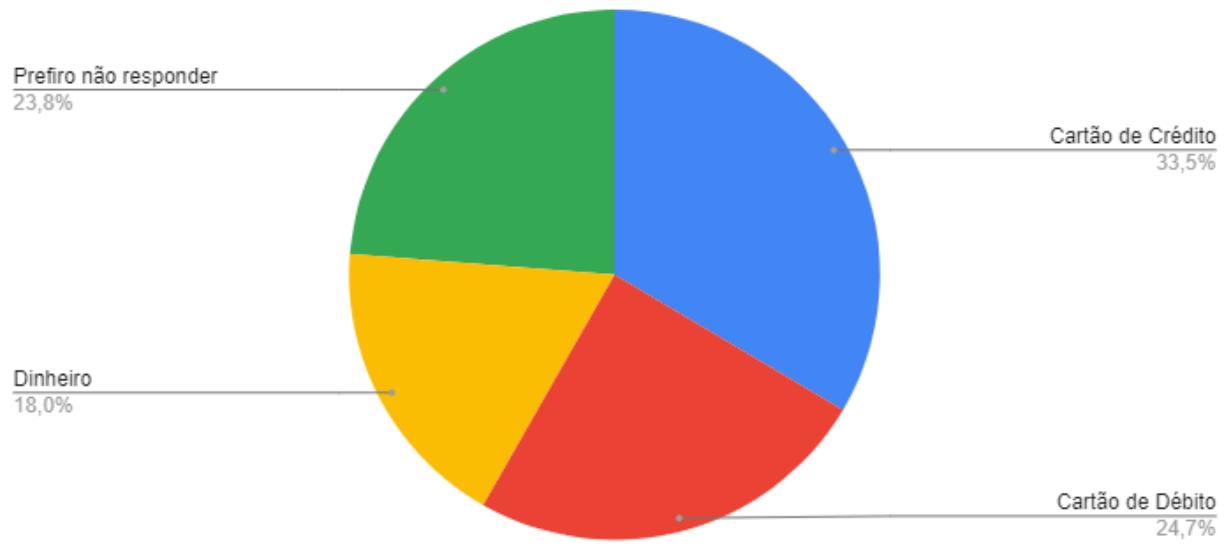
Qual sua faixa de renda?



Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

Imagen 5: Pagamento.

Qual o principal meio de pagamento de suas compras?



Fonte: Elaborados pelos autores (2022)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

VII SIMGETI – Grupo Educacional Unis – São Lourenço/MG.

Depois de analisar as respostas definiu-se o perfil do visitante da cidade de São Lourenço, que vai de encontro com o perfil de cidades interioranas. O turismo gastronômico é uma realidade constatada no trabalho presente. A culinária local aliada a uma boa experiência, que neste caso estudado foi constatado que define-se pela tranquilidade da cidade, atrai e fideliza o turista.

Com os resultados obtidos, os órgãos responsáveis poderão pensar em estratégias que atraiam cada vez mais pessoas para nossa cidade, com eventos e atrativos personalizados para a perfil em questão.

Por outro lado é imprescindível que os resultados alcançados sejam compartilhados com os comerciantes da cidade, visto que essas pessoas são as que são atingidas direta e indiretamente pelo turismo.

O trabalho desenvolvido a partir de agora deve ser feito em conjunto, para alcançar resultados cada vez mais satisfatórios. Políticas públicas pensadas exclusivamente para o turismo promovem uma maior assertividade no resultado.

Esse trabalho tem o intuito de impulsionar a discussão, pois as cidades interioranas tem um grande potencial de desenvolvimento constante e grande peso na economia nacional.



Analysis of the Tourist Profile in Small Cities:
gastronomic tourism and its profile in the city of São Lourenço

ABSTRACT

This work aims to analyze the profile of tourists in the city of São Lourenço and understand their needs and what makes them choose the city to visit gastronomic events. Quantitative research with the participation of 522 respondents. As a result, it will be possible to provide more and more personalized and unique experiences, which differ from the daily routine faced by the visitor. With the result, the discussion is taken to public bodies and traders, so that they understand what each person seeks when they come to the city and to what extent gastronomic tourism is influential and a factor of tourist interest. Tracing the visitor's profile provides greater assertiveness in relation to decisions to be made and the object of study opens the door to discussion and knowledge of related areas.

Keywords: Tourist. Event. Field research.

REFERÊNCIAS

BARROCO, L. M. S. & Barroco, H. E. (2008). **A importância da Gastronomia como património cultural no Turismo Baiano.** TURyDES, 1(2), 1–10.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais.** 6.ed. São Paulo: Cortez, 2003.

DOCES MINAS Disponível em <https://docesdeminas.com/>

GHEORGHE, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2015). Gastronomic Tourism, a new trend for contemporary tourism?? Cactus Tourism Journal, 9(1), 12–21.

HALL, C. M., Mitchell, R. & Sharples, L. (2003). **Consuming places: the role of food, wine and tourism in regional development.** In Hall, C., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonald, N. & Camourne, B. (Eds). Food Tourism Around the World, (pp. 25-59). Butterworth-Heinemann.

HALL, C. M. & Sharples, L. (2003). **The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste.** In Hall, C., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonald, N. & Camourne, B. (Eds), Food Tourism Around the World, (pp. 1-24). Butterworth-Heinemann

MINAS GERAIS 2021 disponível em: <https://www.minasgerais.com.br/pt/blog/artigo/sao-lourenco-um-destino-que-oferece-paz-e-adventure-sao-lourenco-no-coracao-da-ma>

IBGE 2020 disponível em: [https://www.ibge.gov.br/](https://www.ibge.gov.br)

Kivela, J. & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. Journal of Hospitality and Tourism Research, 30, 3, 354–377.

RBOT, R. **Manual de Metodologia de Pesquisa em Turismo 2022.** Rede Brasileira de Observatórios de Turismo. Disponível em:
<https://www.dropbox.com/s/f3emu8rxrqyzj2s/Manual%20de%20Metodologia%20RBOT.pdf?dl=0>. Acesso em 20 de setembro de 2022.

QUAN, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. Tourism Management, 25(3), 297–305.

RICHARDS, G. Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and

consumption? In Hjalager, A.M., Ric, 2022.

SAMPAIO, F. (2010). A Gastronomia como produto turístico. Exedra Revista Científica, Número Temático Turismo e Património, 119–134.

SEBRAE A importância da gastronomia no turismo. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/importancia-da-gastronomia-no-turismo> Acesso em: 28.jun.2022

SORMAZ, U., Akmese, H., Gunes, E. & Aras, S. **Gastronomy in Tourism. Procedia Economics and Finance**, 39, 725–730, 2016.