



ALEXANDRE ANTÔNIO GOMES
ELDA NATASHA LUDKE

**ESTUDO DE VIABILIDADE DA UTILIZAÇÃO DA GAROUPA COMO
DIFERENCIAL NA GASTRONOMIA DA ILHA DE SANTA CATARINA**

FLORIANÓPOLIS
2007

**ALEXANDRE ANTÔNIO GOMES
ELDA NATASHA LUDKE**

**ESTUDO DE VIABILIDADE DA UTILIZAÇÃO DA GAROUPA COMO
DIFERÊNÇIAL NA GASTRONOMIA DA ILHA DE SANTA CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Turismo – Gestão em Gastronomia da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel.
Orientador Prof. Dr. Nilzo Ivo Ladwig

**FLORIANÓPOLIS
2007**

Primeiramente a Deus pela vida.

Às nossas famílias, pais e mães, pelo carinho;

À esposa e filho, pela presença sempre constante.

AGRADECIMENTOS

A Deus, Bondade, Sabedoria e Justiça supremas, por ter nos concedido o maior dom de todos – a Vida, juntamente com a capacidade de desejar realizar.

Aos nossos familiares, pelo apoio incondicional na concretização deste projeto tão almejado.

A esposa Regina, pela compreensão e ajuda sincera, e ao filho Nicholai, que mesmo privado parcialmente da presença do pai, soube recebe-lo sempre com sua alegria contagiante e com isto renovando forças nos momentos de cansaço.

Aos meus pais Nelson e Lucia que sempre me deram a força que preciso para nunca desistir e sempre mostrando que sou capaz de alcançar todos os meus sonhos, aos amigos que estavam sempre do meu lado dando apoio na hora que eu mais precisei.

Aos Mestres, profissionais brilhantes que foram muito importantes em cada etapa destes longos anos de jornada.

Ao nosso Orientador, Prof. Dr. Nilzo Ivo Ladwig, por ter compartilhado conosco de forma generosa o seu grande conhecimento, suas mãos seguras, a cada orientação, a cada detalhe desta pesquisa, foram muito importantes, acenderam as luzes que nos ajudaram a enxergar o caminho percorrido e finalizar com sucesso.

Em especial à Profª Cleida Araújo, profissional à frente da qual eu, Alexandre, me curvo agradecido pela oportunidade de ter sido contemplado com as fontes de seu conhecimento.

À UNISUL, pela iniciativa de investir em um curso que veio ao encontro das nossas expectativas e aos momentos inesquecíveis que proporcionaram.

Aos proprietários dos restaurantes e ao mergulhador Alexandre Viana que muito nos auxiliaram nesta pesquisa.

Em especial também aos chefes de cozinha do Costão do Santinho Resort & Spa, Valdemir Bento e Helton Costa e aos meus companheiros de trabalho pela sua ajuda.

“Não siga onde leva a trilha. Em vez disso, vá onde não há trilhas e deixe seu rastro”.

(autor desconhecido)

GOMES Alexandre Antônio & LUDKE Elda Natasha. **Estudo da viabilidade da utilização da garoupa como diferencial da gastronomia na Ilha de Santa Catarina.** Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Turismo Gestão Turismo) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 109p., 2007.

RESUMO

A Gastronomia é desenvolvida dentro dos princípios científicos ou técnicas alicerçadas em anos de descobertas e experiências que visam equilibrar sabores e ingredientes, com finalidades não só de cunho estético, mas harmonização dos diversos elementos que compõem as necessidades nutricionais do indivíduo. A gastronomia interage ainda com outras áreas do conhecimento: Medicina (dieta, restrição alimentar), Administração (gestão e controle), Marketing (capacitação de público) e Lazer (turismo gastronômico, criação de confrarias e associações gastronômicas, visitas a mercados e feiras). A gastronomia está inserida no turismo tornando-se peça de propaganda dos Estados, como festas populares e roteiros gastronômicos. Este estudo incluiu um novo produto que acreditamos ser um diferencial na culinária dos restaurantes de Florianópolis, trata-se da Garoupa, um peixe de carne especial e muito saborosa. Nosso objetivo foi pesquisar o perfil e os hábitos alimentares dos consumidores que frequentam restaurantes em Florianópolis visando o estudo da viabilidade da carne da garoupa como diferencial da gastronomia. Na pesquisa foram utilizados vários instrumentos para se chegar a uma resposta mais precisa na coleta de dados entre os quais: observação consulta bibliográfica e aplicação de questionários. Para atingir seus objetivos, a pesquisa assumiu as características de pesquisa exploratória com a intenção de conhecer de maneira mais profunda tema ainda desconhecido. A qualitativa identificou a presença ou a ausência dos elementos de orientação para o mercado da Empresa; Também quantitativa por permitir a quantificação e mensuração dos dados. A linguagem utilizada no questionário foi simples e direta para que os proprietários compreendessem com clareza o que estava sendo perguntado. Como resultado deste trabalho verificou-se que os restaurantes acreditam na viabilidade da utilização da carne da garoupa, pois apesar de ser um peixe com preços elevados, as maiorias dos clientes que procuram os restaurantes, solicitam o consumo dessa carne em vários tipos de cardápios.

PALAVRAS-CHAVE: Gastronomia, Garoupa e Produto turístico.

ABSTRACT

The Gastronomy is developed inside of the scientific principles or techniques based in years of discoveries and experiences that they aim to balance flavors and ingredients, with purposes not only visual, but harmonization of the diverse elements that compose of the nutritional necessities of the individual. The gastronomy interacts with areas of knowledge: Medicine (diet, food restriction) Administration (management and control) Marketing (conquest the public) and Leisure (gastronomical truism, creating brotherhood and gastronomical associations visiting markets and fairs). The gastronomy is inserted in truism and becoming an advertise piece of the states, like popular party's and gastronomical routs. This study includes a new product that we believe to be differential in the restaurants in Florianopolis, we are referring about the fish Grouper that is special and has a very tasty meat. Our purpose was to research the profile for the food habits of the consumers that have the routine to go to the restaurants in Florianopolis objecting the study of the viability about grouper's meat being a gastronomic difference. In the research where used several tools to reach a more accurate answer with the collection of the data such as: observation, bibliography consultation and questions that where applied. To be able to achieve the study's objectives, the research took characteristics of exploratory research with the intention of knowing deeper a yet unknown theme. A qualitative identified the presence and the absence of the elements of orientation to the company market; and quantitative for allowing the quantifying and measure the data. The language used in the questionnaire where simple and direct so that the owners could comprehend clearly what was being asked. With the result of this work it was identified that the restaurant believe that the viability of using the grouper's meat, because although it is a fish with elevated price, most of the clients that seek the restaurants, request the consumption of this meat in several kinds of menus.

KEY-WORDS: Gastronomy, Grouper and Tourist Product

LISTA DE QUADROS

Quadro1 – Data da fundação e número de funcionários.....	46
Quadro 2 – Qualidade da carne de garoupa encontrada em Florianópolis.....	47
Quadro 3 – Grau de importância da carne de garoupa no restaurante.....	49
Quadro 4 – Local de aquisição da garoupa.....	50
Quadro 5 – Avaliação do produto garoupa em relação à disponibilidade no mercado.....	51
Quadro 6 – Produtos à base de peixe de maior ocorrência no restaurante.....	52
Quadro 7 – Preço praticado no prato que contém a carne da garoupa.....	53
Quadro 8 – Preparo da garoupa no restaurante.....	54
Quadro 9 – Consumo semanal da carne da garoupa nos restaurantes.....	55
Quadro 10 – Condições ambientais, socioeconômicas e culturais, favorável ou desfavorável, no município de Florianópolis, ao consumo de carne da garoupa dos restaurantes investigados.....	56
Quadro 11 – Conhecimento sobre a existência de cadeia produtiva envolvendo a produção e comercialização de garoupa em Florianópolis.....	58
Quadro 12 – Condições da carne da garoupa em relação a aceitação pelos clientes na percepção dos donos de restaurantes.....	57
Quadro 13 – Disposição para oferecer treinamento aos funcionários.....	62
Quadro 14 – Utilização da carne da garoupa como um diferencial do restaurante.....	63
Quadro 15 – Consideração sobre o fornecimento de carne de garoupa como uma oportunidade a mais para aumentar a lucratividade do restaurante.....	64
Quadro 16 – Consideração sobre os preços de aquisição da garoupa na visão dos donos dos restaurantes investigados.....	65
Quadro 17 – O que mais chama a atenção do dono do restaurante quando da aquisição do peixe garoupa.....	68

Quadro 18 – O perfil do consumidor dos restaurantes.....	69
Quadro 19 – Procedência dos clientes na baixa e alta temporada.....	70
Quadro 20 – Itens que favorecem a escolha do restaurante pelos clientes, na percepção dos proprietários dos restaurantes.....	71

SUMÁRIO

RESUMO	6
ABSTRACT	7
1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Objetivo Geral	13
1.2 Objetivos Específicos	13
1.3 Material e Método.....	14
1.3.1 Métodos e Técnicas de Pesquisa.....	15
1.3.2 Determinação do Tipo de Pesquisa	16
1.3.3 Instrumentos de Coleta de Dados	16
1.4. Estrutura do Trabalho.....	18
2 MARCO CONCEITUAL TEÓRICO	19
2.1 A História da Gastronomia	19
2.1.1 Gastronomia no Mundo	20
2.1.1.1 Pré-história	20
2.1.2 Gastronomia no Brasil	31
3 CARACTERIZAÇÃO DA GAROUPA E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	36
3.1. Caracterização Geral da Garoupa.....	36
3.2. A Garoupa no Brasil	40
3.3 Entrevista com Alexandre Viana	43
3.4 Apresentação e Análise dos Dados Coletados em Campo	45
3.5 Proposta de Novos Pratos Como Diferencial à Gastronomia.....	72
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
5 REFERÊNCIAS	92
APÊNDICES	94

Apêndice I – Questionário aplicado aos proprietários dos restaurantes.....	95
Apêndice II – Instrumento de entrevista com o mergulhador Alexandre Viana	99
Apêndice III – Transcrição da entrevista	101
Apêndice IV – Fotos no preparo do prato a base de garoupa.....	108

1 INTRODUÇÃO

A história da gastronomia tem evoluído no mundo, desde o início da nossa civilização até os dias atuais, iniciando com o homem pré-histórico, abrange desde suas origens até o aparecimento da escrita no ano 4000 antes de Cristo, passando para a Idade Antiga,

Ao entrar na fase de ouro da gastronomia moderna, na Idade Contemporânea, houve um encontro da tradição com a invenção, surgindo, assim, restaurantes elegantes, fundação de grêmios e sociedades de gastronomia. Nessa época foi inaugurada a *Le Cordon Bleu*, primeira escola destinada ao ensino da cozinha.

Hoje a gastronomia atravessa fronteira fazendo parte das viagens a serviço ou para atender às curiosidades turísticas de cada um, segundo seu modo de viver. Em toda parte, buscam-se meios mais eficazes de explorar uma das fontes mais abundantes de proteína: os peixes.

Cresce a preferência por cardápios enxutos e há maior preocupação com a saúde e o corpo. Por isso as comidas com baixo nível de gordura e alto valor nutritivo ganham destaque. A quantidade vem perdendo importância para a qualidade do prato. A garoupa se encaixa nesses padrões.

A costa brasileira é rica em espécies de peixes. De sabor reconhecido universalmente, a garoupa habita águas litorâneas, geralmente perto de pedras, lajes, ilhas, baixios e recifes. A garoupa é conhecida na costa brasileira pelas espécies: *Epinephelus guaza*, a Garoupa Verdadeira; *Epinephelus morio*, a Garoupa de São-Tomé; *Cephalopholis fulvus*, ou Garoupa-Chita.

Esse projeto foi desenvolvido buscando identificar as variáveis que podem influenciar no aumento da utilização da carne de garoupa nos restaurantes da Ilha de Santa Catarina, como: procedência da garoupa; oferta e consumo do produto; formas de preparo, sensibilidade dos clientes em relação ao preço e perfil dos consumidores.

O tema da pesquisa

Pesquisar o perfil e os hábitos alimentares dos consumidores que freqüentam os restaurantes na Ilha de Santa Catarina para o estudo da viabilidade da utilização da carne de garoupa como diferencial da gastronomia.

1.1 Objetivo Geral

Estudar a utilização da carne da garoupa na culinária de restaurantes da Ilha de Santa Catarina.

1.2 Objetivos Específicos

- Levantar e analisar a procedência da carne da Garoupa utilizada nos restaurantes de Florianópolis;

- Levantar as formas de preparo e consumo da Garoupa;
- Definir o perfil dos consumidores reais e potenciais.
- Analisar a viabilidade da utilização da garoupa como diferencial na gastronomia da Ilha de Santa Catarina;
- Propor novos modos de preparo que possam atender novos consumidores.

1.3 Material e Método

A metodologia tem como função mostrar o caminho a ser percorrido para a pesquisa, ajudar a refletir e instigar um novo olhar sobre o mundo: um olhar curioso, indagador e criativo. A elaboração de um projeto de pesquisa e o desenvolvimento da própria pesquisa seja ela uma dissertação ou tese, necessitam estar baseados em planejamento cuidadoso, reflexões conceituais, sólidas e alicerçadas em conhecimento já existentes. Adotar uma metodologia significa escolher um caminho, um percurso que muitas vezes requer mudanças a cada etapa. Precisa-se não somente das regras e sim de muita criatividade e planejamento, para que os resultados sejam satisfatórios.

Na pesquisa utiliza-se de diferentes instrumentos para se chegar a uma resposta mais precisa. Entende-se que a metodologia é vista como um conjunto de etapas ordenadamente dispostas que se deve percorrer na investigação. Inclui em escolha de um tema, planejamento da investigação, o desenvolvimento metodológico, a coleta e a tabulação de dados, a análise dos resultados, a elaboração das conclusões e a divulgação de resultados.

1.3.1 Métodos e Técnicas de Pesquisa

Para o alcance dos objetivos propostos no trabalho, optou-se por uma combinação de métodos de pesquisa que inclui uma pesquisa bibliográfica com autores que abordaram esse tema, para um embasamento teórico e uma pesquisa de caráter exploratório quanto ao objetivo e grau em que o problema de pesquisa está cristalizado (LAKATOS & MARCONI, 2001).

A pesquisa exploratória objetiva elevar o conhecimento do pesquisador sobre um tema que lhe é ainda desconhecido, sendo útil para gerar questões e (ou) hipóteses de pesquisa e fornecer informações sobre um assunto cuja compreensão não seja suficiente nos estágios iniciais do fenômeno a ser estudado, explorando um problema ou uma situação para sua compreensão. A flexibilidade e a engenhosidade caracterizam a investigação num estudo exploratório (LAKATOS & MARCONI, 2001).

Lakatos & Marconi (2001), citam que quanto à natureza das variáveis pesquisadas a pesquisa é considerada qualitativa de forma a identificar a presença ou a ausência dos elementos de orientação para o mercado de alimentos nos restaurantes da Ilha de Santa Catarina.

A pesquisa tem, ainda, uma natureza quantitativa de forma a permitir a quantificação dos dados, mensuração do grau em que a orientação para o mercado está presente nos restaurantes pesquisados.

A dicotomia entre o método qualitativo e o quantitativo se dá pela complementaridade de ambos. O método estatístico permite fornecer uma descrição quantitativa de experimentação e prova (LAKATOS & MARCONI, 2001).

Quanto ao seu escopo em termos de amplitude e profundidade a pesquisa pode ser classificada, como pesquisa de campo, visto que será aplicado

questionário junto a um grupo de clientes e funcionários dos restaurantes da ilha de Santa Catarina.

Considerando-se a classificação de tipo de método de pesquisa proposta por Lakatos & Marconi (2001) este estudo fez uma triangulação de métodos e pode ser classificado como pesquisa de campo ocasional de natureza quali-quantitativa, de objetivo exploratório, com forma de coleta por comunicação.

1.3.2 Determinação do Tipo de Pesquisa

Quanto aos objetivos e grau de amplitude: pesquisa exploratória;

Quanto à natureza do relacionamento de variáveis: pesquisa descritiva;

Quanto à natureza das variáveis: pesquisa quantitativa;

Quanto ao ambiente em que se processa a pesquisa: pesquisa de campo;

Quanto à forma de coleta de dados: primários (questionário) e secundários (bibliográficos).

Pesquisa com donos de restaurantes na Ilha de Santa Catarina para obter informações possíveis.

1.3.3 Instrumentos de Coleta de Dados

O instrumento de coleta é um questionário autopreenchido para os proprietários dos restaurantes, constituídas de perguntas fechadas e de múltipla escala de classificação direcionadas aos objetivos da pesquisa e definidas com base na revisão da literatura (LAKATOS & MARCONI, 2001).

Para Lakatos & Marconi (2001), a natureza das variáveis pesquisadas pode ser qualitativa quando tem atributos ou qualidades e identifica a presença ou

ausência de algo, e quantitativa, quando tem valores numéricos e procura medir o grau em que algo está presente. Quanto às propriedades admitidas podem ser contínuas (e.g. quando entre dois quaisquer valores há sempre um terceiro) e discretas (e.g. quando nem sempre entre dois quaisquer valores há um terceiro).

Para o desenvolvimento deste estudo utilizou-se primeiramente uma pesquisa de caráter exploratório para identificar os pratos que os proprietários servem aos seus clientes à base de Garoupa.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário, baseado no modelo sugerido por KOTLER (1999) para orientar as necessidades de coleta de informações gerenciais.

Foram selecionados inicialmente três restaurantes: Costão do Santinho, Turismar e Quinha, com a finalidade de fazer uma amostragem da aceitação pelos proprietários de um questionário e para saber se é utilizado realmente o peixe Garoupa nos cardápios.

Os sujeitos escolhidos para participar da pesquisa foram os proprietários dos restaurantes, sendo que em princípio seriam 30 restaurantes, todos filiados à ABRASEL. No entanto, obteve-se a análise de 16 restaurantes, que oferecem o peixe garoupa em sua culinária e em seus pratos principais, servidos aos turistas que freqüentam Florianópolis.

Os questionários foram aplicados com a finalidade de detectar se havia ou não a viabilidade na utilização da Garoupa nos restaurantes da Ilha de Santa Catarina, visando atingir as expectativas e satisfação dos clientes. Após a coleta, os dados foram tabulados e analisados.

Visando complementar a pesquisa, realizou-se uma entrevista com um mergulhador, já que suas informações seriam muito importantes para o

entendimento desta pesquisa, e principalmente, em relação aos hábitos do peixe garoupa, para nós até então, um assunto desconhecido, principalmente sobre as características deste peixe.

1.4. Estrutura do Trabalho

Esta pesquisa apresentada faz uma análise dos dados para se chegar aos objetivos específicos, cuja finalidade é concluir sobre a viabilidade ou não da utilização do peixe garoupa nos restaurantes da Ilha de Santa Catarina. A primeira parte é a introdução onde se descreve o objetivo geral e os objetivos específicos. No segundo capítulo encontra-se um breve histórico da gastronomia no mundo e no Brasil, com todas as suas peculiaridades. No terceiro capítulo apresentamos a caracterização geral da garoupa e também como produto econômico. Também constam os resultados obtidos. Nas considerações finais apresentamos sugestões para a realização de trabalhos futuros, seguido pelas referências utilizadas e os apêndices que contém os modelos de questionários utilizados e a transcrição da entrevista com o mergulhador profissional.

2 MARCO CONCEITUAL TEÓRICO

O presente capítulo busca apresentar um breve histórico da trajetória da Gastronomia no mundo e no Brasil. Ainda apresentará os autores que sustentam a presente pesquisa.

2.1 A História da Gastronomia

Embora a palavra gastronomia signifique “estudo das leis do estômago”, ela tem hoje sentido bem mais amplo. Refere-se à arte de preparar as iguarias, tornando-as mais digestivas, de modo a obter o maior prazer possível (SENAC NACIONAL, 1998)

Na gastronomia, conforme se pesquisou no SENAC NACIONAL (1998), tanto quem cozinha quanto quem come, deve saber combinar tradição com criação. Desse modo, toda cozinha tem a marca do passado, da história, da sociedade, do povo e da nação à qual pertence. Cozinhar, assim é uma ação cultural que nos liga sempre ao que fomos, somos e seremos e, também, com o que produzimos, cremos, projetamos e sonhamos.

Veremos que a história da gastronomia é uma sucessão de trocas, conflitos, desavenças e reconciliações entre a cozinha comum e a arte de cozinhar. Também veremos que a evolução da culinária está ligada à variação do clima, a maior ou menor colheita, ao tempo de guerra ou de paz, pois tudo interfere na vida das pessoas e, conseqüentemente, nos alimentos que elas têm à sua disposição.

2.1.1 Gastronomia no Mundo

O ser humano se alimenta de acordo com a sociedade da que faz parte. Cada cultura possui diferentes alimentos e modo de preparo. O que é comestível para certos povos, não é para outros. Alguns povos se alimentam somente pela necessidade sem antes conhecer o valor nutricional do que está ingerindo. Já outros, estudam a qualidade do alimento e possuem uma dieta mais rica.

Para melhor compreensão do processo histórico da arte de cozinhar utilizamos à obra publicada pelo SENAC Nacional (1998), mostrando o caminho percorrido pelo ser humano desde os primórdios de sua existência até a era moderna. Assim, será descrita a alimentação humana na pré-história, Idade Média e Idade Moderna, tendo como base a obra do SENAC Nacional (1998). Em relação a alimentação do homem contemporâneo nos utilizamos da obra de Flandrin e Montanari (1998), caracterizando-se, principalmente, pelo estado da segunda revolução na arte de comer bem fora de casa. Trata-se do desenvolvimento dos transportes rápidos e do turismo.

2.1.1.1 Pré-história

Das cavernas para o prato: os homens das cavernas aprenderam a cozinhar para acrescentar sabor e tornar os alimentos mais digeríveis. As primeiras

refeições surgiram da necessidade de partilhar os animais caçados para que fossem comidos antes que estragassem, já que não existiam métodos de conservação.

Para os cientistas modernos, a Terra teria se formado há cerca de cinco bilhões de anos. Mas somente há 3,5 milhões de anos é que surgiram os primeiros mamíferos semelhantes ao homem e que já caminhavam em dois pés. Desse momento em diante, o homem da Pré-História teve as mãos livres para, por exemplo, retirar os grandes caracóis das conchas, pegar os frutos das árvores e até lançar-se sobre algum animal mais rápido. Começou a caçar e comer rena, cabra, porco, galinha, deixando de se alimentar apenas de vegetais (SENAC NACIONAL, 1998, p. 15).

A passagem de uma alimentação vegetariana para uma outra carnívora teve sérias conseqüências na vida do homem. Ele precisou se organizar em grupos de modo a reunir esforços para atrair as presas a uma emboscada, esfolá-las, esquartejá-las e, depois, levá-las até uma árvore, caverna ou gruta onde o grupo estava fixado. Nesses locais os homens viviam apenas por uns tempos, enquanto houvesse frutas, raízes, legumes, peixes ou caça. Com a dieta carnívora, o homem acostumou-se ao sal encontrado na carne e passou a depender dele. Outra conseqüência foi o aparecimento do canibalismo. O canibalismo também fazia parte de rituais mágicos (SENAC NACIONAL, 1998, p. 15).

O fogo começou a ser usado há cerca de 1,5 milhão de anos, e esse fato foi decisivo para diferenciar o homem dos outros animais. Assim, a carne deixou de ser consumida crua e passou a ser assada diretamente nas chamas ou nas brasas, presas a um espeto. E como um derivado dessa nova habilidade culinária, surgiu a Arte. O homem começou a fabricar pigmentos a partir do cozimento da gordura animal com o sangue ou com a albumina dos ovos, usando essas misturas para

desenhar representações dos animais que caçava e outras figuras (SENAC NACIONAL, 1998, p. 16).

Cultivar a terra e tirar dela os alimentos foi outra das descobertas mais importantes do homem pré-histórico. Com o aumento da população caçadora, ocorreu uma grande escassez de alimentos. Era preciso arranjar uma nova forma de sobrevivência. O homem, quase ao mesmo tempo por diferentes grupos espalhados pelo mundo, começou, então, a semear e colher trigo, cevada, milho, batata, feijão, mandioca e arroz. Assim, o início da nova civilização está intimamente relacionado com a procura dos alimentos e com os rituais e costumes de seu cultivo e preparo (SENAC NACIONAL, 1998, p. 17).

2.1.1.2 Idade Antiga

O pão começou a ser preparado há mais de dois mil anos, na Idade Antiga, pelo povo egípcio, que foi também o inventor da padaria artística, produzindo pães das mais diferentes formas. Além do pão, os egípcios também consumiam vinho, mel e um certo tipo de cerveja, que surgiu em locais onde a vinha não florescia. Mais tarde, estreitando relações com povos vizinhos, os egípcios ampliaram sua culinária, incluindo carnes, aves, peixes, ostras, ovos e frutos variados (SENAC NACIONAL, 1998, p. 21).

Outros povos, além dos egípcios viveram na Antigüidade, espalhados pela Europa, África e algumas partes da Ásia. Foram civilizações que se desenvolviam principalmente ao redor do Mar Mediterrâneo, como os sumérios, babilônios, assírios, hebreus, fenícios, persas, hindus, chineses, gregos e romanos (SENAC NACIONAL, 1998, p. 22).

Entre os gregos da Antigüidade, o aumento da classe aristocrática mais rica, levou a “arte de comer” a se associar à “arte de receber”, acarretando um refinamento da cozinha. Os gregos deixaram no livro *Vida de Prazer*, escrito por Arquestratos, os primeiros registros sobre cozinha. O povo grego levou os princípios da sua culinária para os romanos, quando se confrontaram em guerras de conquista.

O povo romano acabou criando uma cozinha variada e refinada, ultrapassando os gregos (a riqueza fez com que os gregos adquirissem hábitos exagerados de comer e beber), mas guardando muitas semelhanças em relação às refeições e à hospitalidade (grandes banquetes).

Os 200 anos que seguiram ao nascimento de Cristo (séculos I e II) foram de estabilidade e prosperidade. Entre os romanos um “gourmet” de destaque foi Apício, que teria deixado suas experiências no livro “*Sobre Culinária*”. Contam que Apício teria se suicidado, apavorado com a idéia de um dia vir a morrer de fome (SENAC NACIONAL, 1998, p. 15).

2.1.1.3 Idade Média

No início da Idade Média, com a invasão do Império Romano do Ocidente pelos povos bárbaros, a população das cidades fugiu para as fazendas, onde recebia alimento, agasalho e proteção em troca de trabalho e obediência. Os próprios bárbaros, depois de saquearem as cidades, também foram se fixar nos campos, já que eram agricultores e pastores. Assim, as cidades foram desaparecendo, o comércio praticamente acabou e a moeda deixou de circular. Os reis bárbaros, que eram donos de um imenso império, doavam grandes extensões de terras, chamados feudos, para os guerreiros que tinham se destacado em guerras ou em outro feito qualquer (SENAC NACIONAL, 1998, p. 28).

Os mil anos da Idade Média foram marcados por grandes tempestades, invernos rigorosos, epidemias, muita ignorância e muito medo resultante dessa ignorância. A Igreja da Idade Média possuía muitas terras, acumuladas em função das doações que recebia dos nobres. Um dos importantes centros de cultura da Igreja Católica da época foram os mosteiros, chegando a quase 2000 no século XII, e somente na Europa (SENAC NACIONAL, 1998, p. 29).

Os monges herdaram os conhecimentos da cozinha romana e transmitiam toda a tradição culinária para outros povos do Ocidente. Foram responsáveis pela simplificação na preparação dos alimentos e enriquecimento da qualidade dos produtos. Os mosteiros medievais também serviam de armazém de alimentos para as populações da redondeza e ofereciam hospedagem aos viajantes (feirantes, nobres etc.) sempre com mesa muito farta (SENAC NACIONAL, 1998, p. 29).

Grande parte das especiarias, o açúcar e o trigo usados no Ocidente foram trazidos pelas Cruzadas que a Europa enviava ao Oriente. Esse intercâmbio acabou propiciando o surgimento de uma culinária muito rica na Europa. Nesse período passou-se a usar grandes lareiras para assar as carnes. Já no século XIII, quando se voltou a usar o forno, é que os guisados foram redescobertos, pois era possível controlar o calor para uma cocção lenta (SENAC NACIONAL, 1998, p. 31).

No século XIII os chineses já preparavam uma massa de farinha de trigo ou soja, que deu origem aos talharins e espaguetes. Marco Polo levou a receita para a Itália, onde as tirinhas vieram a se transformar no prato tradicional do país. A Oliveira, árvore que produz a azeitona, era associada à idéia de recompensa e paz, entre vários povos do Oriente. O arroz também foi levado da Ásia para o Ocidente e se espalhou pela Europa (SENAC NACIONAL, 1998, p. 33).

O Império Romano do Oriente sobreviveu até meados do século XV, quando os turcos tomaram a sua capital, a cidade de Constantinopla, fato que marcou o fim da Idade Média. Foi também no final desse período que começaram a se formar os primeiros países que constituiriam o Continente Europeu (SENAC NACIONAL, 1998, p. 33).

Pouco se escreveu sobre a evolução da gastronomia e os prazeres da mesa durante quase toda a Idade Média. Somente no século XIV é que surgiu uma obra simples e reduzida, chamada “Le Ménagier de Paris” que reunia tudo o que havia de bom-comer naquela época.

2.1.1.4 Idade Moderna

Logo no início da Idade Moderna (século XV e XVI), portugueses e espanhóis se lançaram em grandes aventuras marítimas, com enormes conseqüências para o mundo, inclusive para a gastronomia. Esse período vai até o século XVIII, quando ocorreu a Revolução Francesa, em 1789 (SENAC NACIONAL, 1998, p. 35).

Nesse tempo, o destaque na gastronomia foi Taillevent, cozinheiro de reis, e que escreveu “Le Viandier”, o mais antigo livro de cozinha em francês. Taillevent foi um grande chef, que ficou famoso pela importância que deu aos molhos engrossados com pão, e também pelas receitas de sopa, dentre as quais estavam as de cebola, de mostarda, de favas e de peixe. Sua contribuição foi decisiva para o requinte e a sofisticação da cozinha francesa (SENAC NACIONAL, 1998, p. 36).

Nesse período, as especiarias eram extremamente apreciadas pelos europeus. Um dos motivos que levaram os europeus a se lançarem nas grandes

navegações ocorridas foi justamente a busca de especiarias a preços mais vantajosos. Os turcos, que haviam tomado na Idade Média, a cidade de Constantinopla, capital do Império Romano no Oriente, dominaram o comércio no Mar Mediterrâneo. A grande expansão marítima do início da Idade Moderna provocou um enorme intercâmbio cultural. E assim os europeus aprenderam e também ensinaram o preparo de um mesmo alimento de maneiras diferentes, o uso de novos temperos, a combinação de diversos sabores e o cultivo dos mais variados produtos (SENAC NACIONAL, 1998, p. 36)..

A partir dos descobrimentos, os portugueses levaram do Brasil vários produtos para a Ásia: milho, agrião, mandioca, batata-doce, repolho, pimentão, abacaxi, goiaba, caju, maracujá, mamão e tabaco. Os produtos que vieram para o Brasil e outras colônias da América foram, entre outros: cana-de-açúcar, arroz, laranja, manga, tangerina, chá, lírios, rosas e porcelanas (disputados a unhas e dentes pelos nobres e burgueses). A África exportou a banana para o Novo Mundo e também o inhame, a pimenta malagueta, a erva-doce, o quiabo, a galinha-d'angola e a palmeira de dendê. Também a melancia e o coco.

A América também participou desse intercâmbio gastronômico, introduzindo novos sabores na África, para onde mandou milho e amendoim. Para os europeus a América forneceu a batata, diversos tipos de feijão, abóbora, amendoim, pimentão, cacau, baunilha e abacate. Desses alimentos, o mais importante foi a batata, que dois séculos depois de sua chegada à Europa já havia se tornado básica em sua alimentação (SENAC NACIONAL, 1998, p. 37).

No século XVI a cozinha francesa sofreu uma grande influência dos italianos, principalmente depois que Henrique II da França se casou com a nobre Catarina de Medici, da Itália. Ela trouxe uma comitiva de grandes pasteleiros para a

França e também chefs de cozinha italianos, considerados os melhores do mundo. Em Paris, passou-se a sair cada vez mais para jantar nos cabarés, os quais se tornaram lugar de encontro de artistas e escritores. Também havia na Europa os hotéis e as tabernas com uma "table d'hôte", que é um menu servido em hora determinada, e pelo qual se paga um valor fixo por cabeça. Uma dessas tabernas foi o "La Tour D'Argent", um albergue-taberna de alto nível. Há historiadores que consideram o La Tour D'Argent o primeiro restaurante, mas, na verdade, este só veio a ser fundado no século seguinte (SENAC NACIONAL, 1998, p. 41).

A receita em versos declamada pelo poeta pasteleiro Ragueneau, representa a preferência do povo e da aristocracia do século XVII em matéria de doces (tartellete dos franceses ou a queijadinha de amêndoas dos portugueses). Na França, Luís XIII era exímio na preparação de omeletes, doces e bolos. Foi também com ele que se começou a buscar uma ordem na apresentação dos pratos, na tentativa de evitar os grandes desperdícios ocorridos até então (SENAC NACIONAL, 1998, p. 43).

Inspirado nos banquetes franceses, Domingos Rodrigues, um grande chef, criou vários pratos para a corte do rei de Portugal. Em cada dia da semana havia oito serviços, para 25 a 30 pessoas, totalizando de 200 a 400 pratos diariamente. Em meados do século XVII os franceses descobriram o café, depois que um visitante oriental levou-o de presente para o rei Luís XIV. As casas de café se espalharam rapidamente por Paris, dando grande popularidade não só ao café, mas também ao chá e chocolate (SENAC NACIONAL, 1998, p. 45).

Portugal procurou imitar as construções e pompas dos palácios de Luís XIV. Sofreu influência nas iguarias de sua mesa e não tardou a chegar no Brasil. Os portugueses também exerceram alguma influência no Oriente, como é o caso da

fritura, que os japoneses passaram a chamar de “tempura” (SENAC NACIONAL, 1998, p. 47).

As iniciativas de Luís XV em relação à política exterior envolveram a França em conflitos, levando-a a perder terras e se endividar. Em meio a essa crise, a França viu nascer em Paris o seu primeiro restaurante, um pequeno estabelecimento aberto por Boulanger, e que vendia apenas sopas. O termo restaurante, inclusive, teria surgido dessas sopas quentes que ele dizia serem restaurativas, e que em francês é “restaurants”. Pouco mais tarde, também em Paris, foi inaugurado o primeiro restaurante de luxo. Era o “*La Grande Taverne de Paris*”, do chef *Beauvilliers*. Era freqüentado pela aristocracia e oferecia um serviço à la carte, com longa lista de pratos para o cliente escolher, com destaque para os assados e as saladas. *Beaubilliers* escreveu a “Arte de Cozinhar”, uma obra-prima da gastronomia.

Nesse tempo o povo, explorado e oprimido, deu sua resposta derrubando o prédio da Bastilha, uma prisão que simbolizava a opressão. Esse acontecimento ocorreu no dia 14 de julho de 1789 e marcou o começo da Revolução Francesa e o fim da Idade Moderna (SENAC NACIONAL, 1998, p. 49).

Vimos até aqui como lentamente o homem passou da “caverna para o prato”, até conhecer o que denominamos atualmente de restaurantes. A seguir serão descritos como o homem contemporâneo chegou ao hábito alimentar caracterizado como “Mc Donaldização dos costumes”, na visão de Flandrin e Montanari (1998).

2.1.1.5 A Época Contemporânea

Nos séculos XIX e XX, é caracterizada pela Revolução Industrial, pelo êxodo rural e a incrível expansão das cidades, pelo triunfo total da economia de

mercado sobre a economia de subsistência e pelo desenvolvimento dos transportes e do comércio mundial. A Revolução Industrial atingiu a história da alimentação pelo desenvolvimento das indústrias alimentares. Usinas de produção de farinha, óleo, refinarias são alguns exemplos. Além disso, contribuiu para a redução drástica dos serviços domésticos. O desaparecimento das cozinheiras burguesas começou por transformar as burguesas em cozinheiras, e depois uma certa idéia de emancipação feminina levou-as a preferir atividades fora de casa (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 699).

Entre as indústrias de comida pronta, deve-se falar dos restaurantes. Eles se distinguiram do modelo de outrora, sobretudo por suas funções. Por um lado, tornou-se o templo da alta cozinha, e é aí que exercem a profissão os grandes cozinheiros, outrora a serviço dos príncipes e senhores. Por outro lado assumiram a função de alimentar cotidianamente uma clientela cada vez mais numerosa de homens e mulheres que deixaram de fazer as refeições em casa. Essas características remetem às transformações da economia, ao “trabalho feminino” e à expansão das aglomerações urbanas (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 699).

O século XX termina com o retorno das crises de fome em várias regiões do Terceiro Mundo e com o desmoronamento de sua agricultura. A produção não correspondeu ao desafio do rápido desenvolvimento demográfico (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 703).

Apesar de uma queda da qualidade de muitos alimentos a literatura gastronômica nunca conheceu uma tão grande difusão quanto no século XIX e XX. Além disso, uma das tendências da cozinha no século XX reside na prática dos cozimentos curtos e temperos discretos a fim de deixar “falar” melhor a qualidade dos alimentos (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 705).

No final do século XIX desenhou-se uma segunda revolução na “arte de comer bem fora de casa”. Ela está associada ao desenvolvimento dos transportes rápidos e do turismo de luxo. Somente quando as viagens de lazer tomam amplitude em toda a Europa e já não se restringem à alta aristocracia, mas à toda a burguesia, é que profissionais experientes decidem abrir “palaces” (grandes hotéis de luxo). A mesa (alimentação, louça, serviço) revelou-se à altura da decoração desses palácios (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 759).

A sociedade urbana industrial e comercial não poderia se contentar apenas com uma abundância maior de pão e vinho. Impunha-se também que outros gêneros alimentícios, reservados no passado, sobretudo às categorias sociais superiores, se tornassem acessíveis às classes populares. Assim, foram feitas experiências que levaram ao surgimento da indústria de conservas, que visavam lançar no mercado, a preços baixos, gêneros alimentícios de luxo, como por exemplo, carne e peixe (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 699).

O próximo passo foi desenvolver a tecnologia da refrigeração. Os cientistas procuraram encontrar um procedimento para conseguir temperaturas baixas. O primeiro refrigerador é patenteado em 1851, nos Estados Unidos. Com a refrigeração, surge um novo modelo dietético. A matéria, que anteriormente se deteriorava durante o cozimento, conserva suas características próprias. A adoção de tal tecnologia acaba por revolucionar os valores do cru e do cozido, do fresco e do clima (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p. 774).

A era do “baby-boom”, entre 1946 e cerca de 1963, foi marcada pela família. No plano alimentar, as questões de saúde e gastronomia cederam lugar à “comodidade”. Isso marcou o início do que os fabricantes de alimentos industriais designaram “pronto-a-servir”. Os produtores e os especialistas da transformação

alimentar aperfeiçoaram uma grande quantidade de métodos de cultivo, criação de gado, preparação prévia, conservação e embalagens dos alimentos. Até chegar à “McDonaldização dos Costumes”, microondas, congelados, fast-food (cozinhas cosmopolitas) caracterizada hoje pelo “ketchup-hambúrguer-batata frita”, consumido mundialmente.

2.1.2 Gastronomia no Brasil

A formação dos hábitos alimentares e da culinária brasileira que originam a gastronomia atual foi determinada pela miscigenação dos vários povos colonizadores desta área, situadas na América do Sul. Esta afirmativa é corroborada por Fernandes (2003, p. 45), que refere que “assim como o povo brasileiro é formado, basicamente, por três raças, obviamente a culinária brasileira é um resultado dessas ascendências indígena, portuguesa e africana”.

A influência de o hábito alimentar de outras culturas, não somente as citadas acima são determinantes na formação gastronômica brasileira. Destas, a única que realmente foi acolhida e amplamente incorporada por todo o território nacional, foi à italiana. As outras continuam a preparar suas receitas no território brasileiro como se não houvessem saído de suas origens e são comercializadas em restaurantes típicos ou da moda (FERNANDES, 2003).

Os índios do Brasil, devido a vastidão do território, desenvolveram técnicas de cultivo e caças variadas, de acordo com as características das regiões que habitavam. Para Ornellas (2003) os índios conhecem mais de vinte processos de pesca. Na floresta brasileira, não existiam animais de grande porte, por isso os índios buscavam suas fontes de proteína nos veados, capivaras, pacas, tatus, antas, cotias, tamanduás, jacarés e principalmente macacos. Sobre os vegetais, os índios

contam várias lendas de como teria surgido a mandioca ou milho, sempre envolvendo seus deuses.

A culinária indígena influenciou sobremaneira a constituição da Gastronomia nacional brasileira, não somente fornecendo matéria-prima, mas passando seus conhecimentos para os povos colonizadores.

Quando Pedro Álvares Cabral, navegador português, chegou em terras brasileiras em 22 de abril de 1500, iniciou-se o processo de construção da identidade gastronômica nacional. Depois de quase meio século de descobrimento e identificação com o território, desenvolveu-se o processo de colonização. Os portugueses trouxeram para o Brasil os modos para explorar a cozinha: preparar, dosar, confeccionar, temperar e conservar alimentos. Trouxeram utensílios, instituíram horários para as refeições, adotaram a seqüência de pratos, divulgaram as contenções alimentares em função da religião e, certamente, muitos preconceitos alimentares (FERNANDES, 2003).

Assim, o Brasil começou a receber influências portuguesas, que trouxeram os alimentos já descobertos há um século na África e Índia. O cidadão brasileiro que na época compreendia a imensa nação indígena habitante, conheceu, a partir da influência portuguesa, a utilização culinária do sal, da cana-de-açúcar, do gado, do coqueiro e de seu fruto, da bananeira, dos cítricos e das especiarias que já faziam parte da vida dos portugueses. Em contrapartida os colonizadores se acostumaram a ter a mandioca e o milho na base de sua alimentação (ORNELLAS, 2003).

Cultivaram-se os canaviais e, conseqüentemente, os engenhos para processar a cana-de-açúcar. Desta matéria-prima, extraíam caldo de cana, mel de cana, rapadura e a cachaça. Mais tarde (século XVII), iniciou-se a produção de

açúcar que durante muito tempo foi um dos principais produtos de exportação do Brasil para o Velho Mundo. Sobre o açúcar, Flandrin e Montanari (1998), afirmam que o desenvolvimento do seu consumo estava associado a mania dos europeus em consumir três novas bebidas: o chocolate, o café e o chá.

Quando os jesuítas vieram para o Brasil (final do século XV), fortaleceram os laços entre índios e portugueses. Tinham contato direto com eles, mesmo que numa relação vertical de poder. Conforme descreve Ornellas (2003), tinham hábitos alimentares simples e primitivos, similares aos dos índios.

A partir do século XVII, o movimento bandeirante começou a desbravar o oeste brasileiro, buscando indígenas para escravizar, ouro e prata. Pouco se conhece da alimentação destes desbravadores, mas provavelmente abasteciam-se daquilo que a natureza tinha a lhes oferecer. Levavam consigo grãos e carne seca, que se mantinha conservada por mais tempo.

Com a vinda do império português para o Brasil em 1808, D. João VI arrastou consigo sua comitiva de especialistas em cozinha para atender às suas exigências de “comilão de frangos”. Além disso, a Família Real trouxe também as influências européias da época, a elegância no comer e as boas maneiras à mesa. Para Fernandes (2003), a culinária nacional se assemelhou à européia nesta época.

Contando os acontecimentos evolutivos até o Império, Ornellas (2003) resume este período assim:

(...) três séculos eram passados de contatos das três raças que deram origem ao povo brasileiro e já havia estratificado uma tradição alimentar baseada no consumo rotineiro de alimentos acessíveis, em preparações simples: farinha de mandioca, farofa, tutu e pirão; milho, fubá e angu; feijão; arroz; macaxeira (conhecida como mandioca), batatas, cará (tubérculo), inhame (mandioca), abóbora; carne seca; peixe fresco; porco, bode e carneiro; caça onde houvesse; galinha e ovos, em ocasiões especiais (ORNELLAS, 2003, p. 240).

Assim, a gastronomia fina começa a criar suas formas no Brasil. Um pouco mais tarde (1815), o café é introduzido nas lavouras, contudo não eram os ricos que o consumiam, mas como Ornellas (2003, p. 242) cita, “as classes pobres e os escravos faziam uso imoderado da infusão de café”.

A Proclamação da Independência do Brasil (1822) não trouxe modificações nos hábitos alimentares. Somente a partir do século XIX começou a chegar secundariamente os novos imigrantes europeus.

Ainda no século XIX, as lavouras de café tornaram-se a principal atividade econômica do Brasil, deixando a cana-de-açúcar em segundo plano. Por este motivo, a mão-de-obra, principalmente portuguesa, alemã, italiana e eslava foi para o campo. Simultaneamente, aflorou o movimento de migração nordestina em busca de borracha na Amazônia. No começo do século XX, o Brasil era líder mundial na produção de café, borracha, erva-mate e cacau. Nesta época, a cerveja européia possuía boa aceitação no Brasil, o que motivou os brasileiros a fundarem suas próprias cervejarias no final do século XIX.

Sobre a Gastronomia brasileira, Araújo e cols. (2005) proclamam:

(...) Nós brasileiros, sempre privilegiamos as comidas nacionais e preferimos alimentos cozidos (...). Parece-nos ter especial predileção pelo alimento que fica entre o líquido e o sólido, evitando o assado, que não exprime a mistura (...). De fato, usamos a farinha de mandioca (...) que serve como cimento para ligar todos os pratos. (...) Tal como sermos um país de três raças, mestiço e mulato, onde tudo que é contrário fora aqui fica combinado, nossa comida revela a mesma lógica. Temos uma culinária relacional que expressa de modo privilegiado uma sociedade relacional (...) marcada pela ligação (ARAÚJO e COLs, 2005, p. 53).

O turismo gastronômico é parte integrante do turismo cultural e possui uma enorme importância por ser autônomo e produzir margem de lucro (TRIGO, 2006).

Enfim, o turismo gastronômico favorece o desenvolvimento das empresas ligadas ao ramo da alimentação, em todos os setores, gerando novos empregos, melhorando a qualidade de vida nas cidades.

Hoje a nossa gastronomia atravessa fronteira, fazendo parte das viagens a serviço ou para atender às curiosidades turísticas de cada um, segundo seu modo de viver.

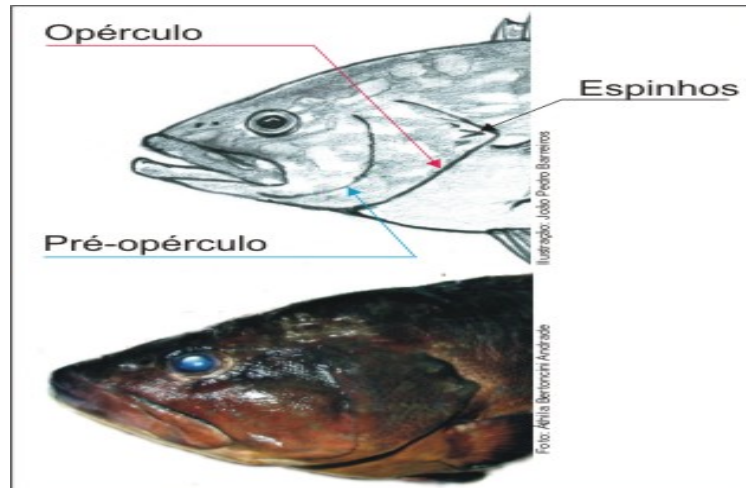
3 CARACTERIZAÇÃO DA GAROUPA E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Descreve-se a seguir a caracterização da garoupa, procurando repassar ao leitor seus hábitos, além da importância que tem esse peixe na gastronomia da Ilha de Santa Catarina.

3.1. Caracterização Geral da Garoupa

O nome serranídeo (do latim *Serranidae*) provém de uma distinta característica morfológica deste grupo de espécies. Nos serranídeos, a estrutura que precede o opérculo (abertura que proporciona o fluxo de água para as brânquias do peixe, promovendo a oxigenação) denominada de pré-opérculo, apresenta as bordas serrilhadas. Em sistemática (ciência que trata da classificação dos seres vivos) os serranídeos constituem o que chamamos de família chordata (DAVID, 2002).

Ilustração do peixe garoupa e suas características



FONTE: www.cittmar.univali.br/~garoupa (acessado em 20.04.07)

A garoupa é um peixe grande e pacífico que por muito tempo viveu nas costas rochosas do Mediterrâneo, mas saiu desse lugar por duas razões: uma delas foi poluição; a outra, o desenvolvimento da caça submarina. Os mergulhadores, com seus pés-de-pato, máscaras, tanques de oxigênio e arpões, caçaram tanto esse peixe até que o afugentaram para regiões menos acessíveis, então a Garoupa foi para o Atlântico, onde se refugiou nas áreas de fundos rochosos (www.univale.com.br, acessado em 20.04.07)

Ilustração da Garoupa (*Epinephelus gigas*)



FONTE: www.cittmar.univali.br/~garoupa (acessado em 20.04.07)

Da mesma forma que o homem, a garoupa também caça, mas não gosta de perambular. Escolhe um local confortável e fica aí durante anos. Apesar do seu tamanho, é inofensiva. Defende-se, porém, vigorosamente, quando é atacada. É também muito curiosa: gosta de seguir os mergulhadores de mar alto. A garoupa é um peixe bom para se comer. A variedade tropical é mais colorida, mas possui os mesmos hábitos da garoupa do Mediterrâneo (www.cttmar.univali.br/~garoupa, acessado em 20.04.07)

O quadro abaixo mostra a caracterização geral da Garoupa.

Tabela I – Caracterização geral da garoupa

ITENS	CARACTERIZAÇÃO
Filo	Chordata
Superclasse	Pisces
Classe	Osteichthyes
Ordem	Percoformes
Família	Serranídeos
Comprimento	1 metro a 1,30 metros
Peso	De 40 a 150 quilos
Carnívoro	Alimenta-se de lulas e polvos e outras espécies de peixe.

FONTE: (www.cttmar.univali.br/~garoupa, acessado em 20.04.07)

Diversas espécies de garoupas são cultivadas em países do Sudeste Asiático por pequenos produtores em unidades familiares (SANCHES, 2000).

O quadro II abaixo demonstra o valor calórico e todas as proteínas que contém a Garoupa São Tomé e Garoupa Verdadeira

Tabela II – Composição da Garoupa São Tomé e Garoupa Verdadeira

GAROUPA SÃO TOMÉ CRUA (100 gramas)

Calorias (kcal)	88,5
Proteínas (g)	17,5
Lipídios (g)	2,06
Cálcio (mg)	14
Fósforo (mg)	213
Ferro (mg)	0,86

GAROUPA SÃO TOMÉ COZIDA (100 gramas)

Calorias (kcal)	137,8
Proteínas (g)	26,72
Lipídios (g)	3,45
Cálcio (mg)	118
Fósforo (mg)	133
Ferro (mg)	1,53

GAROUPA VERDADEIRA CRUA (100 gramas)

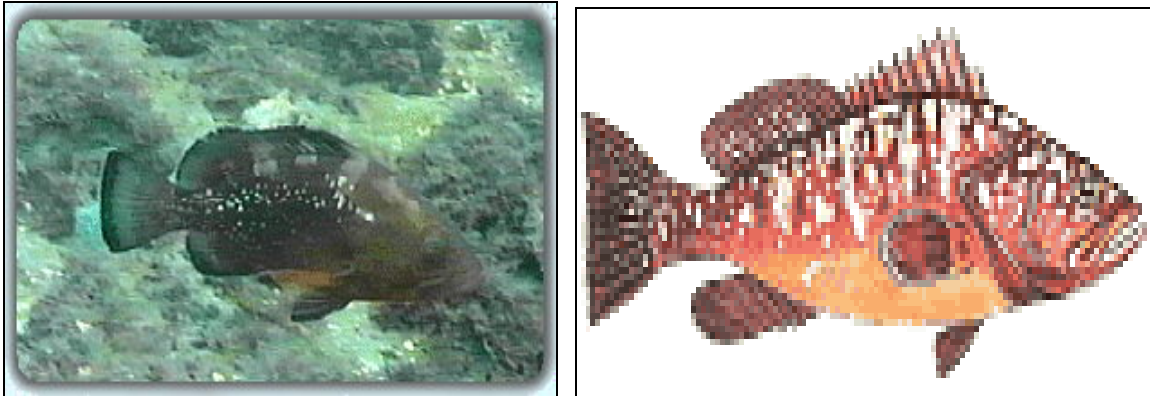
Calorias (kcal)	87
Proteínas (g)	18,03
Lipídios (g)	1,21
Cálcio (mg)	21
Fósforo (mg)	195
Ferro (mg)	0,78

GAROUPA VERDADEIRA COZIDA (100 gramas)

Calorias (kcal)	116,3
Proteínas (g)	25,98
Lipídios (g)	1,38
Cálcio (mg)	89
Fósforo (mg)	112
Ferro (mg)	1,25

FONTE: <http://www.univali.br/default.asp?P=563> (acessado em 20.04.07)

Ilustração da Garoupa São Tomé (*Epinephelus morio*) a esquerda e a Garoupa-verdadeira (*Epinephelus marginatus*) a direita.



FONTE: www.cittmar.univali.br/~garoupa (acessado em 20.04.07)

As garoupas possuem alto valor de mercado, são extremamente adaptáveis a cultivos em pequenos tanques-rede, aceitam alimentação baseada em subprodutos da pesca e proporcionam uma atividade geradora de renda e economia (SANCHES, 2000)

3.2. A Garoupa no Brasil

Para Sanches (2006), em relação a presença da garoupa no Brasil, trata-se de uma das famílias de peixes com maior variedade de espécies em nosso litoral. Em geral possuem corpo robusto e porte considerável, cabeça larga e grande, ventre geralmente protuberante e cauda arredondada. A coloração varia em tons pardos, mais escuros no dorso, com manchas espalhadas pelo corpo em alguns indivíduos. Medem de 30 cm a 60 cm de comprimento, podendo atingir até um metro em algumas espécies. As mais comuns são: Garoupa-Verdadeira, Garoupa-Pintada, Garoupa-de-São-Tomé e Garoupinha.

A ocorrência da Garoupa acontece nas águas tropicais e subtropicais do Atlântico. Ocorrem em geral na costa nordeste e sudeste do Brasil.

O seu habitat, conforme descreveu o mergulhador Alexandre Viana (Apêndice II), é nos costões de águas rasas, encontradas em fundos de recife ou rochosos, vivendo solitárias ou em grupos de 2 ou 3 indivíduos em tocas e fendas do fundo.

Sanches (2000) descreve que as garoupas são encontradas geralmente dentro de tocas ou fendas do fundo do mar. Peixes territoriais defendem vigorosamente seu espaço da aproximação de outros peixes. Costumam sair da toca apenas para se alimentar ou afugentar um intruso, voltando rapidamente ao menor sinal de perigo. Alimentam-se de crustáceos e pequenos peixes. Extremamente vorazes, engolem suas presas inteiras.

A piscicultura marinha ainda é bastante incipiente no Brasil, apesar da intensificação das pesquisas nessa área na última década. As primeiras pesquisas com garoupas foram iniciadas em 1984, pelos pesquisadores Daniel Benetti e Eduardo Fagundes Netto, em Arraial do Cabo/RJ. Em 1996, foi iniciado o Projeto Garoupa, da Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI/SC, coordenado pelo Dr. Maurício Hostim, que vem desenvolvendo relevantes trabalhos na área de biologia destes peixes (DAVID, 2002).

Desenvolvido há seis anos pelo CTTMar em parceria com a Universidade dos Açores, o Projeto Garoupa possibilitou a caracterização biológica e comportamental da Garoupa Verdadeira, espécie astuta, ágil, e só encontrada em tocas nos costões, em poças de maré ou em locais submersos de difícil acesso. Percebendo a importância econômica e a possibilidade de geração de tecnologia de cultivo para estas espécies, o Instituto de Pesca – APTA - SAA vem, desde o ano passado, trabalhando com diferentes espécies de serranídeos (garoupas, badejos, meros) visando avaliar estes peixes, definir um protocolo de cultivo e formar

reprodutores para futuros trabalhos de produção de alevinos (www.cttmar.univali.br/~garoupa, acessado em 20.04.07).

No Brasil os estudos sobre o desempenho da garoupa sob cultivo ainda são escassos, inexistindo, inclusive, cultivos em escala comercial. Grande parte dos estudos foca os serranídeos (garoupa, mero, badejo) sob o ponto de vista biológico, dinâmica populacional e de pesca, sendo raríssimas pesquisas sobre a produção de alevinos ou mesmo sobre simples “engorda” de exemplares coletados na natureza (www.cttmar.univali.br/~garoupa, acessado em 20.04.07).

O projeto Garoupa conta com a autorização do DIFAB/IBAMA sob nº164/2005. O desenvolvimento da tecnologia de cultivo de espécies de garoupa e outros da costa atlântica levarão a piscicultura marinha nacional a um patamar de excelência ainda não alcançado, obtendo-se peixes de alto valor de mercado. Uma tecnologia que, espera-se, poderá ser adotada por pequenos e médios pescadores-maricultores de áreas costeiras, já tradicionalmente dedicados à produção de mexilhões e ostras (www.cttmar.univali.br/~garoupa, acessado em 20.04.07).

Os resultados apresentados neste capítulo procuram responder às indagações sobre a viabilidade da garoupa como diferencial da Gastronomia na Ilha de Santa Catarina, se não totalmente, mas o suficiente para que sirvam de fundamento científico, portanto, consistente, para a tomada de decisões por parte das pessoas interessadas em utilizar a carne da garoupa como atividade econômica.

Descreveremos inicialmente, a entrevista realizada com o mergulhador profissional Alexandre Viana, que nos deu informações muito interessantes sobre os hábitos do peixe Garoupa.

Em seguida, descreveremos, através de textos e tabelas, as respostas dadas pelos proprietários dos quinze restaurantes pesquisados no município de Florianópolis – SC.

3.3 Entrevista com Alexandre Viana

De posse das respostas do mergulhador Alexandre Viana ao questionamento que servia de roteiro para a entrevista (Apêndice II), devidamente registradas em gravação e posteriormente transcritas (conforme Apêndice III), descrevemos abaixo os aspectos mais relevantes para a pesquisa.

O mergulhador Alexandre cita em sua entrevista quando lhe questionamos sobre o que acha sobre o nosso tema:

- É bem interessante a iniciativa, principalmente porque acho que é aquilo que a gente tava comentando antes aqui não é uma espécie que é dado o devido valor, até respeito sabe, uma espécie tão importante quanto a tainha vamos dizer que tem a sua sazonalidade, embora a garoupa tenha vamos dizer o ano inteiro e a gente sente e a maioria das pessoas vem para cá e procura comer uma garoupa, um peixe conhecido nacionalmente, então eu acho que é importante a escolha do tema, eu acho que vem bem num sentido de levantar uma questão bem interessante.

Continuando com a entrevista, perguntamos: Você poderia nos dizer as características do ecossistema da garoupa? Abaixo segue uma síntese das respostas fornecidas pelo mergulhador, visando esclarecer sobre os hábitos e ecossistema da Garoupa na região de Florianópolis – SC.

- “Ecossistema, bom, a garoupa é aqui no nosso litoral mais especificamente na ilha de Florianópolis, onde costumo pescar mais a garoupa, a

gente encontra ela em qualquer costão rochoso, lugares onde haja pedra, ela escolhe muitas vezes naufrágios ou até uma ou algum resto de algo que seria. É interessante que no nosso litoral a gente encontra garoupa em até dois três metros de profundidade, até trinta quarenta metros é claro bem mais fundo. Mas, aqui a gente tem essa peculiaridade de encontrar garoupas em lugares mais rasos, que diferencia um pouco do resto do país que normalmente a garoupa ta bem mais no fundo. Aqui pela dificuldade de condição do mar mesmo para pescar, o inverno rigoroso, então o peixe acaba se deslocando bastante, condições climáticas para pesca exatamente, como temperatura de água este ano foi um ano muito ruim para a pesca de garoupa e a pesca da garoupa bem dizer hoje em dia se faz eu acredito para abastecer os restaurantes aqui de Florianópolis, a grande maioria ainda é com pesca de mergulho, porque a pesca industrial da garoupa caiu bastante, com pesca de espinhel. Devido a grande quantidade de pesca nos dois últimos anos, isto introduziu um novo tipo de pescaria relativamente novo, uma isca artificial, chama Ched, uma isca de borracha que você pega o peixe e nas profundidades onde o mergulhador não chega, então aqui nós tínhamos parcéis tipo da praia mole para fora. Tínhamos parcéis de pedra ali, é em torno de trinta e cinco metros de profundidade que eram verdadeiros criadores de garoupa, no ano passado e no ano retrasado em determinados meses foram tirados em torno de duas três toneladas de garoupa por semana e só exemplares grandes, só acima de vinte quilos são as matrizes, então acredito que isto futuramente vá gerar este déficit na pesca de mergulho. A garoupa é um peixe bem esperto, não digo que é inteligente, mas é um peixe que tem uma certa, acho que ela sente o hábito do mergulhador, já não ta mais um peixe assim, como era na época do meu tio por exemplo, meu tio começou a mergulhar há trinta anos atrás eles não usavam lanterna para pescar garoupa,

hoje em dia a pescaria de garoupa a gente faz oitenta, noventa por cento da pescaria de garoupa que eu faço é só com lanterna, é outros recursos.

3.4 Apresentação e Análise dos Dados Coletados em Campo

Foram investigados através da aplicação de questionário, quinze restaurantes no município de Florianópolis, de um total de trinta restaurantes filiados à ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes).

São eles: Bate Ponto, Bragança, Canto do Mar, Casa do Chico, Doce Magia, Estação 261, Freguesia, Marina Porto da Areia, Maurílio II, Pitangueiras, Ponto de Vista, Rancho Açoriano, Recanto do Sol, Toca da Garoupa e Zé do Cacupé.

A primeira pergunta do questionário referiu-se à identificação do estabelecimento e ao número de funcionários envolvidos.

Visando ilustrar melhor os dados envolvendo as datas de fundação, número de funcionários (verão e inverno, ano todo), os mesmos encontram-se dispostos no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 - Data de fundação e número de funcionários (inverno, verão ou ano todo).

RESTAURANTE	FUNDAÇÃO	Nº FUNCIONÁRIO INVERNO	Nº FUNCIONÁRIO VERÃO	Nº FUNCIONÁRIO ANO TODO
BATE PONTO	2002	24	36	
BRAGANÇA	2000			21
CANTO DO MAR	2003	10	30	
CASA DO CHICO	1991			28
DOCE MAGIA	1996	14	22	
ESTAÇÃO 261	2005	24	36	
FREGUESIA	2006	13	23	
MARINA PORTO DA AREIA	1996			25

MAURILIO	1965	15	20	
PITANGUEIRAS	1987	15	22	
PONTO DA VISTA	1989	12	15	
RANCHO AÇORIANO	2002			12
RECANTO DO SOL	1975	6	30	
TOCA DA GAROUPA	1996			22
ZÉ DO CACUPÉ	1987			10

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda

	Número de funcionário no inverno
	Número de funcionários no verão
	Número de funcionários o não todo

Em resposta aos dados de identificação pesquisados com relação a esta questão, percebe-se que há uma grande diferença relacionada ao número de funcionários contratados em diferentes épocas do ano, isso devido a sazonalidade que a cidade sofre no decorrer do ano. Dos dezesseis estabelecimentos pesquisados somente sete não aumentam o número de contratados na alta estação. Juntamente a isso os estabelecimentos pesquisados já estão relativamente há um bom tempo no mercado, apenas cinco deles abriram as suas portas depois do ano dois mil.

Em seguida, passaremos a descrever os resultados referentes ao item Avaliação do questionário, onde consta a importância da qualidade, forma de aquisição e disponibilidade do produto garoupa, e pode-se deduzir, conforme o Quadro 2 (questão 1) a seguir, algumas questões interessantes que irão contribuir na proposta deste estudo.

Quadro 2: Qualidade da carne de garoupa encontrada em Florianópolis

RESTAURANTE	EXCELENTE	BOA	RAZOÁVEL	DEFICIENTE
BATE PONTO		X		
BRAGANÇA		X		
CANTO DO MAR		X		
CASA DO CHICO	X			

DOCE MAGIA		X		
ESTAÇÃO 261	X			
FREGUESIA	X			
MARINA PORTO AREIA	X			
MAURILIO II	X			
PITANGUEIRAS	X			
PONTO DE VISTA	X			
RANCHO AÇORIANO	X			
RECANTO DO SOL		X		
TOCA DA GAROUPA	X			
ZÉ DO CACUPÉ	X			

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	Excelente
	Boa
	Razoável
	Deficiente

Com relação a qualidade da carne da garoupa pode-se perceber no Quadro 2, que nos restaurantes pesquisados os proprietários se encontram plenamente satisfeitos a respeito deste item, mesmo porque todos os entrevistados optaram pelas alternativas: excelente e boa. Alguns até relataram que tem determinados clientes que procuram pratos à base de garoupa por questão da qualidade da carne e também como diz o mergulhador profissional Alexandre Viana, na entrevista realizada, que afirma: “A gente sente e a maioria das pessoas vem para cá e procura comer uma garoupa, um peixe conhecido nacionalmente”. Conforme descreve Kotler (1999, p. 6), “a qualidade começa com as necessidades do cliente e termina com a satisfação dele”.


Analisando o grau de importância, descrito no Quadro 3 (questão 2), obtive-se as respostas a seguir:

Quadro 3: Grau de importância da carne de garoupa no restaurante.

RESTAURANTE	POUCO IMPORTANTE	MUITO IMPORTANTE	EXTREMAMENTE IMPORTANTE
BATE PONTO		X	
BRAGANÇA		X	
CANTO O MAR	X		
CASA DO CHICO			X
DOCE MAGIA		X	
ESTAÇÃO 261	X		
FREGUESIA	X		
MARINA PORTO AREIA			X
MAURILIO II		X	
PITANGUEIRAS		X	
PONTO DE VISTA		X	
RANCHO AÇORIANO			X
RECANTO DO SOL	X		
TOCA DA GAROUPA			X
ZÉ DO CACUPÉ		X	

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	Extremamente Importante		Pouco Importante
	Muito Importante		

Sob o ponto de vista dos proprietários, podemos dizer que a maioria relatou se tratar de um diferencial em seus produtos, até mesmo porque a carne da garoupa é um chamariz para atrair clientes, ou seja, agrega valor ao produto final, pois como mencionado anteriormente, é um peixe extremamente conhecido devido à qualidade de sua carne e alguns dos consumidores fazem questão da carne deste espécime no cardápio. Para dar mais ênfase ao que foi constatado por nós a respeito desta questão, conforme relata Kotler (1994, p. 57): “uma melhor abordagem para a retenção de consumidores é entregar-lhes alta satisfação”.




A questão 3 do questionário referenciada no Quadro 4, apresenta dados sobre o local onde os proprietários adquirem a garoupa.

Quadro 4 - Local de aquisição da garoupa

RESTAURANTE	MERCADO INTERNO	MERCADO EXTERNO	OUTROS
BATE PONTO			PARANA
BRAGANÇA	PESCADO VERDE MAR		
CANTO DO MAR		PIONEIRA	
CASA DO CHICO	PESCADO VERDE MAR		
DOCE MAGIA	PESCARIA DO CHICO		
ESTAÇÃO 261	PESCADOR		
FREGUESIA		PIONEIRA	
MARINA PORTO AREIA		GOVERNADOR CELSO RAMOS	
MAURILIO II	MERCADO PÚBLICO		
PITANGUEIRAS	PESCARIA VERDE MAR		
PONTO DE VISTA	PESCARIA VERDE MAR		
RANCHO AÇORIANO	PESCARIA DO CHICO		
RECANTO DO SOL		PIONEIRA	
TOCA DA GAROUPA		ITAJAI	
ZÉ DO CACUPÉ		PIONEIRA	

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	Mercado Interno (na Ilha de Santa Catarina)
	Mercado Externo (na Costa de Santa Catarina)
	Outros (fora do Estado de Santa Catarina)

A respeito da aquisição do pescada garoupa, somente um restaurante compra a garoupa fora do Estado, contudo, o mesmo afirmou que o pescado trazido do Paraná chega semanalmente fresco ao seu estabelecimento, fazendo disso um diferencial. Já a maioria dos proprietários de restaurantes entrevistados adquire a sua matéria-prima no mercado interno de Florianópolis. Afirmaram que isto é devido à facilidade de aquisição do produto por terem uma relação duradoura e confiável com os fornecedores. Os demais restaurantes adquirem seus pescados ao longo da costa catarinense com vários distribuidores, sempre buscando melhor qualidade de pescados, e também para que não haja a falta de matéria-prima, quando aumenta a demanda.

De acordo com o que relatado pelos empreendedores durante nossa pesquisa, verificamos que alguns dos restaurantes adotam uma relação comercial

baseada na técnica do Just in time – TIT para o abastecimento dos estoques mínimos necessários ao funcionamento do negócio. Slack (1997) coloca que o JIT é o atendimento das necessidades de insumos no momento exato em que são necessários, nem antes para que não se transformem em estoques, nem depois para não atrasar o processo produtivo.

Para este autor, o JIT:

Visa atender a demanda instantaneamente, com qualidade perfeita e sem desperdícios (...) possibilitando a produção eficaz em termos de custo, assim como o fornecimento apenas da quantidade necessária de componentes, na qualidade correta, no momento e locais corretos (SLACK, 1997, p. 474).

Esta modalidade de relação comercial entre fornecedor e produtor depende exclusivamente da flexibilidade e confiabilidade entre estes.





O dados levantados no Quadro 5 (questão 4), abaixo, referem-se ao que os proprietários acham sobre a disponibilidade do produto Garoupa no mercado.

Quadro 5 - Avaliação do produto garoupa em relação à disponibilidade no mercado

RESTAURANTE	EXCELENTE	BOA	RAZOÁVEL	DEFICIENTE
BATE PONTO	X			
BRAGANÇA		X		
CANTO DO MAR		X		
CASA DO CHICO		X		
DOCE MAGIA		X		
ESTAÇÃO 261	X			
FREGUESIA		X		
MARINA PORTO DA AREIA			X	
MAURILIO II			X	
PITANGUEIRAS	X			
PONTO DE VISTA	X			
RANCHO AÇORIANO			X	
RECANTO DO SOL		X		
TOCA DA GAROUPA			X	
ZÉ DO CACUPÉ			X	

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	Excelente
	Boa
	Razoável
	Deficiente

Para melhor compreensão do que foi dito a respeito da aquisição e disponibilidade do produto garoupa, na visão dos proprietários, deve ser lembrado que nem sempre se tem facilidade de comprar produtos frescos, como acontece em países europeus, por exemplo, sendo que nossa costa é longa e de uma biodiversidade enorme. Além disso, ainda temos problemas com fornecimento de matéria-prima. Assim, a maioria dos proprietários afirmou que a disponibilidade da garoupa vai de boa a razoável, ou seja, a aquisição do peixe garoupa quando a demanda aumenta ainda é deficiente.

Com relação à deficiência na oferta do produto garoupa, o que podemos colocar a respeito disto é que de acordo com a entrevista cedida pelo mergulhador Alexandre Viana, este afirma que: “Nos meses de dezembro a março, a garoupa tem seu ciclo reprodutivo fazendo com que este espécime procure tocas ou fendas mais profundas, tendo como resultado uma maior dificuldade em sua captura”.




O Quadro 6 referente a questão 5 a seguir, procurou detectar, na visão dos proprietários, quais os produtos de maior saída para os clientes.

Quadro 6: Produtos à base de peixe de maior ocorrência no restaurante.

RESTAURANTE	ENSOPADO	GRELHADO	EMPANADO	ASSADO
BATE PONTO	2	3	1	1
BRAGANÇA		3	2	
CANTO DO MAR	2	3	2	
CASA DO CHICO	2	3		
DOCE MAGIA	2	3		1
ESTAÇÃO 261	2	3	1	1
FREGUESIA	1	1	3	3
MARINA PORTO DA AREIA	2	3		
MAURILIO II	2	3	1	
PITANGUEIRAS	2		2	3
PONTO DE VISTA	2	3	1	
RANCHO AÇORIANO	1	3	2	
RECANTO DO SOL	1	2	3	
TOCA DA GAROUPA	3	2	1	1
ZÉ DO CACUPÉ		3	1	2

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	Extremamente Importante
	Muito Importante
	Pouco importante

A resposta do tipo de produto à base de peixe de maior ocorrência nos restaurantes observou-se que o modo de preparo mais vendido nestes estabelecimentos é justamente uma das formas mais simples de se preparar, o peixe grelhado. Vale ressaltar que, apesar de ser simples o preparo, ainda é a maneira mais saudável de ser consumido. O peixe ensopado tem fiéis consumidores, sendo que o tipo de ensopado, segundo os proprietários, é em forma de moqueca de peixe.

Essa preferência nos deixou uma dúvida é se isto vem a ser do gosto dos clientes ou se os estabelecimentos não têm outra forma de servi-los. Por que pelo que foi verificado por nós durante a pesquisa, a grande maioria dos restaurantes em seus cardápios ou menus somente dispõe de moqueca como um de seus pratos ensopados.

A seguir, a questão 6 apresenta o resultado sobre o valor dos pratos, cujas respostas descrevemos no Quadro 7 a seguir:

Quardo 7 – Preço praticado no prato que contém a carne da garoupa.

RESTAURANTE	20 e 30 Reais	30 e 40 Reais	Mais de 40 Reais
BATE PONTO			X
BRAGANÇA			X
CANTO DO MAR		X	
CASA DO CHICO			X
DOCE MAGIA	X		
ESTAÇÃO 261		X	
FREGUESIA			X
MARINA PORTO DA AREIA		X	
MAURILIO II	X		
PITANGUEIRAS			X

PONTO DE VISTA			X
RANCHO AÇORIANO			X
RECANTO DO SOL			X
TOCA DA GAROUPA			X
ZÉ DO CACUPÉ			X

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda:

	20 e 30 reais
	30 e 40 reais
	Mais de 40 reais

Com ralação a pesquisa levantada sobre o valor dos pratos vendidos à base da garoupa, compreende-se que por se tratar de um peixe de carne considerada nobre, isso faz com que o valor cobrado pelos restaurantes em seus pratos à base de garoupa seja relativamente alto, sendo que nem sempre a qualidade dos pratos servidos seja a melhor, em nossa opinião.

Claro que, segundo os proprietários, há problemas com a oferta, mas conforme entrevista realizada com o mergulhador Alexandre Viana, “a maior parte da carne da garoupa comercializada nos restaurantes de Florianópolis é pescada por mergulhadores amadores”, que fornecem o peixe às peixarias e repassadas aos restaurantes. Isto faz com que o preço final ao consumidor acabe se tornando um tanto quanto elevado.

No Quadro 8 (questão 7) a finalidade foi saber como são preparados os pratos servidos aos clientes.




Quadro 8 – Preparo da garoupa no restaurante.

RESTAURANTE	COMO É PREPARADO O PRATO DA GAROUPA
BATE PONTO	Moqueca, Caldeirada
BRAGANÇA	Grelhado com molho
CANTO DO MAR	Moqueca, Frito
CASA DO CHICO	Moqueca
DOCE MAGIA	Moqueca, grelhado com molho de alcaparras
ESTAÇÃO 261	A moda da casa (risoto, aspargo, molho da casa)

FREGUESIA	Moqueca
MARINA PORTO DA AREIA	Moqueca, grelhado
MAURILIO II	Moqueca
PITANGUEIRAS	Moqueca
PONTO DE VISTA	Moqueca
RANCHO AÇORIANO	Garoupa da casa, moqueca
RECANTO DO SOL	Moqueca
TOCA DA GAROUPA	Chapa, moqueca
ZÉ DO CACUPÉ	Moqueca

Fonte: Alexandre Antonio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007.

Legenda

	Serve somente moqueca
	Serve moqueca e outro prato
	Não serve moqueca

Em análise sobre a forma de preparo dos pratos à base de garoupa nos restaurantes, verificou-se que a moqueca tem um grande destaque. Ao questionarmos os proprietários com relação a isso, os mesmos afirmaram que se trata de gosto dos clientes, mas acreditamos se tratar da falta de estrutura como um todo, ou seja, equipamentos, layout de cozinha planejado e carência de mão-de-obra qualificada. Juntamente a isso, nos meses com maior demanda muitos estabelecimentos apresentam dificuldades de operacionalização no preparo de pratos diferenciados e mais elaborados.

Analisando o consumo semanal da garoupa nos restaurantes, obteve-se o resultado a seguir, conforme Quadro 9 (questão 8).

Quadro 9 - Consumo semanal da carne da garoupa nos restaurantes

RESTAURANTE	POR SEMANA
BATE PONTO	35 kg
BRAGANÇA	4 kg
CANTO DO MAR	2,5 kg
CASA DO CHICO	5 kg
DOCE MAGIA	25 kg
ESTAÇÃO 261	1 kg
FREGUESIA	3 kg
MARINA PORTO DA AREIA	30 kg

MAURILIO II	20 kg
PITANGUEIRAS	10 kg
PONTO DE VISTA	15 kg
RANCHO AÇORIANO	20 kg
RECANTO DO SOL	1 kg
TOCA DA GAROUPA	25 kg
ZÉ DO CACUPÉ	3 kg

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

	1 a 10 kg
	11 a 20 kg
	21 a 30 kg
	31 a 40 kg

Na análise quanto à quantidade de garoupa consumida nos restaurantes, pode-se dizer que é relativamente alto, não deixando de lado o fato de que nos meses de março a dezembro a procura caia significativamente.

Mas ainda conforme cita o mergulhador Alexandre Viana, em entrevista realizada, “O abate de garoupa no litoral catarinense no ano passado e no ano retrasado em determinados meses foram tirados em torno de duas a três toneladas de garoupa por semana e só exemplares grandes, só acima de vinte quilos”. Portanto, conclui-se que há demanda suficiente para cobrir a oferta do produto.

O Quadro 10 (questão 9) mostra se as condições ambientais, socioeconômica e culturais são favoráveis ou não ao consumo da garoupa.

Quadro 10 - Condições ambientais, socioeconômicas e culturais, favorável ou desfavorável, no município de Florianópolis, ao consumo de carne da garoupa.

RESTAURANTE	FAVORÁVEL	DESFAVORÁVEL
BATE PONTO		X
BRAGANÇA		X
CANTO DO MAR	X	
CASA DO CHICO		X
DOCE MAGIA	X	
ESTAÇÃO 261	X	
FREGUESIA	X	
MARINA PORTO DA AREIA	X	

MAURILIO II	X	
PITANGUEIRAS	X	
PONTO DE VISTA	X	
RANCHO AÇORIANO	X	
RECANTO DO SOL	X	
TOCA DA GAROUPA	X	
ZÉ DO CACUPÉ	X	

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Eida Natasha Ludke, 2007

Legenda:

	Favorável
	Desfavorável

Em se tratando de condições sócioeconômicas, segundo os proprietários de restaurantes, são extremamente favoráveis ao consumo da carne de garoupa, porque, apesar dos preços ao consumidor serem até relativamente altos com relação a carne desta espécie, hoje em dia Florianópolis já tem público suficientemente bom para os restaurantes.

Isto se deve à vinda de pessoas de outros grandes centros para viver em nossa cidade, fazendo com que tenhamos mais qualidade em nossos estabelecimentos, até porque o público está se tornando cada vez mais exigente e também com maior poder aquisitivo, ou seja, o restaurante que quiser sobreviver no mercado terá que se adequar a esta nova condição por assim dizer.

Como descreve Falconi (1990, p. 13), “um produto ou serviço de qualidade é aquele que atende perfeitamente de forma confiável, de forma acessível, de forma segura e no tempo certo às necessidades do cliente”.

A questão 10 referenciada no Quadro 11 apresenta os resultados em torno do conhecimento da existência de cadeia produtiva da garoupa pelos proprietários dos restaurantes.

Quadro 11 - Conhecimento sobre a existência de cadeia produtiva envolvendo a produção e comercialização de garoupa em Florianópolis

RESTAURANTE	SIM	NÃO
BATE PONTO		X
BRAGANÇA		X
CANTO O MAR		X
CASA DO CHICO		X
DOCE MAGIA		X
ESTAÇÃO 261		X
FREGUESIA		X
MARINA PORTO DA AREIA		X
MAURILIO II	X	
PITANGUEIRAS		X
PONTO DE VISTA		X
RANCHO AÇORIANO		X
RECANTO DO SOL		X
TOCA DA GAROUPA		X
ZÉ DO CACUPÉ		X

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

 Sim  Não

Dos quinze questionários aplicados junto aos proprietários dos restaurantes de Florianópolis, quatorze afirmou não ter conhecimento da existência de cadeia produtiva envolvendo a produção e comercialização de garoupa na Ilha de Santa Catarina, a não ser a proveniente da pesca.

Apenas um dos entrevistados afirmou saber a respeito dessa questão, contudo, não soube nos dizer exatamente onde ocorre este tipo de processo envolvendo a cadeia produtiva.

Segundo o mergulhador entrevistado por nós, Alexandre Viana, “na Universidade do Vale do Itajaí em 1996, foi iniciado o Projeto Garoupa, coordenado pelo Doutor Mauricio Hostin, que vem desenvolvendo relevantes trabalhos na área de biologia destes peixes”.

A seguir, vamos demonstrar as respostas dadas pelos proprietários, sintetizadas e demonstradas no Quadro 12, que se refere a questão 11, onde

procuramos lançar os itens de forma que o leitor pudesse entender, o que propõe a questão sobre aceitação pelos clientes, promoção, infra-estrutura e concorrência, em torno do produto garoupa.

Quadro 12 – Condições da carne da garoupa em relação a aceitação pelos clientes na percepção dos donos de restaurantes.

RESTAURANTE	Aceitação pelos clientes		Promoção Publicidade		Infra-estrutura		Preço		Concorrência	
	Favorável	Desfavorável	Favorável	Desfavorável	Favorável	Desfavorável	Favorável	Desfavorável	Favorável	Desfavorável
BATE PONTO	X		X		X		X		X	
BRAGANÇA	X		X		X		X		X	
CANTO DO MAR	X		X		X		X			X
CASA DO CHICO	X		X		X			X	X	
DOCE MAGIA	X		X		X		X		X	
ESTAÇÃO 261	X		X		X		X		X	
FREGUESIA	X		X		X		X		X	
MARINA PORTO DA AREIA	X		X		X		X		X	
MAURILIO II	X		X		X		X		X	
PITANGUEIRAS	X		X		X			X	X	
PONTO DE VISTA	X		X		X		X		X	
RANCHO AÇORIANO	X		X		X		X		X	
RECANTO DO SOL	X		X		X			X	X	
TOCA DA GAROUPA	X		X		X		X			X
ZÉ DO CACUPÉ	X		X		X		X			X

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

LEGENDA



Favorável



Desfavorável

Em análise do Quadro 12, acima, percebe-se que os itens descritos em relação ao bom atendimento utilizando a carne da garoupa, seriam favoráveis (unânime), porque a carne desse peixe é bastante conhecida e muito saborosa.

Para o Código de Defesa do Consumidor (1990), o número de produtos a ser vendido depende diretamente da necessidade da clientela que, por sua vez, determina o tipo de produto. É possível verificar, assim, que a produção está atrelada a vários critérios de avaliação dos clientes sobre a qualidade dos serviços e produtos.

Quando se fala em promoção e publicidade, Rogers (1993, p. 4) descreve que o marketing é uma atividade abrangente que exige participação, colaboração e ajustamento harmonioso de todas as funções importantes na empresa, a fim de satisfazer aos clientes/consumidores.

A infra-estrutura e disponibilidade para Levinson (1994), quando aborda a questão das facilidades oferecidas aos clientes, afirma: “planeje sua empresa para operar segundo a conveniência de seus clientes e facilite ao máximo os negócios com você”. Ou seja, o entendimento de que as pessoas não gostam de ficar esperando, não gostam de dificuldades ao fazer uma compra, não querem empresas que não desperdiçam o seu tempo. Sendo assim, o fator disponibilidade dos produtos é de fundamental importância para um atendimento de qualidade.

Para Brooks (2005, p. 72), o administrador deve entender que os clientes comprem sempre, mas que devem agregar valor, atribuir um preço justo ao produto e vendê-lo, procurando otimizar a lucratividade sustentada no longo prazo, decorrente da capacidade de obtenção da melhor margem de lucro possível.

Descreve Las Casas (2000), que a política de preços é que determina que fatias de mercado sejam aumentadas e outros objetivos sejam atingidos, sendo considerado a mais importante ferramenta de marketing. O item concorrência tem uma importância no mercado, pois como descreve o proprietário do restaurante Pitangueiras: “A concorrência entre os restaurantes é bastante saudável”.

E, para Kotler (1999), quanto mais o cliente gostar de uma empresa, mais provavelmente falará bem dela quando pedirem sua opinião – ou mesmo sem que a peçam. A melhor propaganda é um cliente satisfeito. Então, concluímos que existe uma simpatia muito grande pelo público relacionada a garoupa.

O Quadro 13 (questão 12) apresenta a disposição dos proprietários dos restaurantes quanto ao oferecimento de treinamentos aos seus subordinados.

Quadro 13 – Disposição para oferecer treinamento aos funcionários

RESTAURANTE	Sim	Não
BATE PONTO	X	
BRAGANÇA	X	
CANTO DO MAR	X	
CASA DO CHICO		X
DOCE MAGIA	X	
ESTAÇÃO 261	X	
FREGUESIA	X	
MARINA PORTO DA AREIA		X
MAURILIO II	X	
PITANGUEIRAS		X
PONTO DE VISTA	X	
RANCHO AÇORIANO	X	
RECANTO DO SOL	X	
TOCA DA GAROUPA		X
ZÉ DO CACUPÉ	X	

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

 Sim

 Não

Ao analisarmos essa questão demonstrada no Quadro 13, constatou-se que em geral os proprietários dos restaurantes consideraram que seria muito bom ter treinamentos para as suas brigadas de cozinha, engrandecendo assim, ainda mais os pratos oferecidos a seus clientes, mesmo porque aumentaria também a qualidade e diversidade em seus cardápios. Mesmo sabendo que estes treinamentos agregariam valor ao produto final, alguns proprietários nos explicaram que não seria possível oferece-los devido ao fato de que seria muito trabalhoso, despenderia tempo, estrutura e dinheiro. Chegamos à conclusão de que não se trata somente disso, isto também se deve, diríamos um pouco de má vontade por parte desses proprietários.

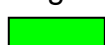
A seguir coletamos dados sobre a utilização da carne da garoupa como diferencial nos restaurantes, solicitado na questão 13 do questionário.

Quadro 14 - Utilização da carne de garoupa como um diferencial do restaurante.

RESTAURANTE	Sim	Não
BATE PONTO	X	
BRAGANÇA		X
CANTO DO MAR		X
CASA DO CHICO		X
DOCE MAGIA	X	
ESTAÇÃO 261		X
FREGUESIA		X
MARINA PORTO DA AREIA	X	
MAURILIO II	X	
PITANGUEIRAS	X	
PONTO DE VISTA	X	
RANCHO AÇORIANO	X	
RECANTO DO SOL	X	
TOCA DA GAROUPA	X	
ZÉ DO CACUPÉ	X	

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda



Sim



Não

Com relação ao Quadro 14 acima, podemos analisar que a grande maioria dos proprietários de restaurantes são favoráveis a utilizar a carne de garoupa como diferencial isto claro como já foi dito antes se deve a qualidade da carne a facilidade no preparo dos pratos, a boa aceitação pelo público e o destaque que a garoupa tem a nível nacional, poderíamos citar até que com as devidas estruturas mão de obra qualificada e um trabalho de marketing bem planejado seria bem sucedida esta idéia.

Analisar a questão 14 sobre o fornecimento da garoupa nos restaurantes de Florianópolis é o objetivo do Quadro 15, a seguir:

Quadro 15 - Consideração sobre o fornecimento de carne de garoupa como uma oportunidade a mais para aumentar a lucratividade do restaurante.

RESTAURANTE	Sim	Não
BATE PONTO	X	
BRAGANÇA	X	
CANTO DO MAR		X
CASA DO CHICO		X
DOCE MAGIA	X	
ESTAÇÃO 261		X
FREGUESIA		X
MARINA PORTO DA AREIA	X	
MAURILIO II	X	
PITANGUEIRAS		X
PONTO DE VISTA	X	
RANCHO AÇORIANO	X	
RECANTO DO SOL		X
TOCA DA GAROUPA	X	
ZÉ DO CACUPÉ	X	

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:



Sim



Não

A respeito da questão do fornecimento da carne de garoupa como uma oportunidade a mais para aumentar os lucros dos restaurantes, Quadro 15 acima,

a maioria dos proprietários afirma que se tivesse maior facilidade em adquirir pescados mais frescos e maior facilidade na aquisição dos mesmos, isso seria favorável para o aumento dos lucros. No entanto, conforme o relato dos mesmos, o problema não está em não haver o pescado, mas sim no fato de que quando a demanda aumenta, no verão, por exemplo, existe uma certa dificuldade de se adquirir peixes de qualidade e ao mesmo tempo frescos. Com relação ao planejamento e uma estratégia para ser aplicada a respeito de estrutura e qualificação das brigadas seria sim possível aumentar lucros. O Quadro 16 (questão 15) procurou as respostas dos proprietários quanto aos preços da garoupa.

Quadro 16 - Consideração sobre os preços de aquisição da garoupa na visão dos donos dos restaurantes investigados.

RESTAURANTE	Elevados	Mais elevados que os outros peixes	Mais baixo que os outros peixes	Baixos
BATE PONTO		X		
BRAGANÇA		X		
CANTO O MAR			X	
CASA DO CHICO		X		
DOCE MAGIA		X		
ESTAÇÃO 261		X		
FREGUESIA		X		
MARINA PORTO DA AREIA			X	
MAURILIO II		X		
PITANGUEIRAS		X		
PONTO DE VISTA	X			
RANCHO AÇORIANO		X		
RECANTO DO SOL		X		
TOCA DA GAROUPA		X		
ZÉ DO CACUPÉ		X		

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

	Elevados		Mais baixo que os outros peixes
	Mais elevados que outros peixes		Baixos

Observa-se no Quadro 16 acima que a maioria informa que os preços são mais elevados do que o dos demais pescados. Analisando as respostas, se justificam se compararmos os preços de aquisição da garoupa e dos demais pescados.

Contudo, vale lembrar que, em se tratando de qualidade, diferencial é também o fato de que a carne da garoupa é mais firme se comparado com os demais tipos de peixes, além da facilidade na manipulação desta carne e também a diversidade de pratos que podem ser feitos com a mesma, é infinitamente superior nas demais carnes. Não podemos esquecer também que dos entrevistados que responderam que a carne da garoupa é mais cara que a de outros peixes, estes estavam se referindo aos tipos de peixes que vão de merlusa, anchova, corvina, pescada branca, amarela, dourado do mar, tainha dentre outros que não tem valor de mercado, já se for comparar com peixes como linguado, robalo e salmão alguns dos entrevistados responderam que a garoupa é mais acessível.

Em função dos segmentos e do estado de suas necessidades, a empresa, segundo Legrain e Magain (1992), deverá elaborar quatro estratégias: de produto, de preço, de distribuição, de comunicação, compondo assim os 4 Ps do marketing. Cada uma destas estratégias se junta às outras para formar um todo coerente: o marketing-mix, que é a dosagem das políticas da empresa em função do mercado a conquistar e do lucro a realizar.

Desse modo, o marketing-mix abrange os denominados 4 Ps, ou seja, Produto + Preço + Praça [Distribuição] + Propaganda [Promoção - o "P" de Promoção corresponde ao composto de comunicação constituído de Propaganda + Promoção + Venda Pessoal + Publicidade].

Para atender a estes objetivos o marketing utiliza toda uma série de ferramenta, como os estudos de mercado, as técnicas de comercialização (produto, preço, distribuição, comunicação), conhecimento contábil e financeiro e o planejamento estratégico.

Legrain & Magain fazem também a caracterização do marketing-mix:

PRODUTO - Um produto corresponde às funções que deve cumprir, aos tipos de usos e sua referência a um sistema de valor. Como produto pode-se considerar: mercadorias, serviços e idéias. A função é o papel que cumpre para o consumidor/utilizador; tipos de usos (diversas utilizações do produto); sistema de valor (significação social dentro de um contexto econômico determinado) (1992, p. 9-12).

Assim, criar um produto ou serviço consiste, desde a fase de concepção, em elaborar os benefícios que o cliente retirará das funções asseguradas pelo produto em suas diferentes utilizações.

O preço conforme cita é o elemento determinante: do comportamento de compra; da retribuição da distribuição; da margem final da empresa. O preço não é o valor. Ele é o elemento objetivo: é o sacrifício que o consumidor vai consentir em fazer para adquirir o produto ou serviço. O valor é um elemento subjetivo: é o conjunto das qualidades que o cliente atribui ao produto (LEGRAIN & MAGAIN, 1992, p. 16),

Para a maioria dos autores a fixação dos preços deve considerar, também, a estrutura geral do mercado e a intensidade da concorrência. “Distribuição - Definir uma política de distribuição consiste em escolher o melhor circuito para atingir um máximo de consumidores a um menor custo”. Para certos produtos, é necessário fazer uma escolha da clientela: a segmentação (LEGRAIN & MAGAIN, 1992: 16).






Em continuidade a nossa pesquisa, foi questionado aos proprietários dos restaurantes, questão 16, sobre a aquisição da garoupa, onde procuramos saber o que chama mais a atenção deles. O resultado e as análises estão abaixo descritos.

Quadro 17 - O que mais chama a atenção do dono do restaurante quando da aquisição do peixe garoupa.

RESTAURANTE	Oferta	Preço	Qualidade carne	Preferência do consumidor	Facilidade na preparação de pratos
BATE PONTO			X	X	
BRAGANÇA			X		
CANTO DO MAR	X	X	X	X	X
CASA DO CHICO			X		
DOCE MAGIA				X	
ESTAÇÃO 261		X	X		
FREGUESIA			X		
MARINA PORTO DA AREIA			X		
MAURILIO II			X		
PITANGUEIRAS			X		X
PONTO DE VISTA				X	
RANCHO AÇORIANO			X	X	
RECANTO DO SOL		X	X		
TOCA DA GAROUPA				X	
ZÉ DO CACUPÉ			X		

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

	Oferta		Preferência do consumidor
	Preço		Facilidade na preparação dos pratos
	Qualidade da carne		

A opinião dos proprietários, demonstrada no Quadro 17, reflete bem a qualidade da carne da garoupa e os benefícios que a mesma trás. Segundo os mesmos, com relação aos pontos positivos desta carne, a preferência do consumidor e o item qualidade são bastante referenciados. Conclui-se que, com um pouco de boa vontade e esforço, pode-se fazer um excelente trabalho com os tipos de peixe que têm a carne firme, como é o caso da garoupa.

A seguir o questionário destacou o item 2º item importante que foi destacar o Perfil dos Consumidores onde se observou os dados em relação a presença predominante de casais, solteiros, familiares, locais, turistas nacionais e




turistas estrangeiros na baixa e alta temporadas. Os dados serão apresentados no Quadro 18 (questão 17) a seguir.

Quadro 18 - O perfil do consumidor dos restaurantes

RESTAURANTE	Casais	Solteiros	Familiares
BATE PONTO	X		X
BRAGANÇA	X		
CANTO DO MAR			X
CASA DO CHICO	X		
DOCE MAGIA			X
ESTAÇÃO 261		X	
FREGUESIA			X
MARINA PORTO DA AREIA			X
MAURILIO II			X
PITANGUEIRAS	X		
PONTO DE VISTA			X
RANCHO AÇORIANO			X
RECANTO DO SOL			X
TOCA DA GAROUPA	X	X	X
ZÉ DO CACUPÉ			X

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Eida Natasha Ludke, 2007

Legenda:

	Casais
	Solteiros
	Familiares

Observou-se, nas respostas, que a grande maioria são casais e mais ainda de familiares. Talvez devido a isso é que a maioria dos pratos à base de garoupa servidos nestes restaurantes, é na forma de ensopados, ou seja, moqueca. Tal fato se explica, pois as porções servem de duas a quatro pessoas, mais os acompanhamentos, tornando assim mais fácil, mais rápido os serviços e mais acessível economicamente.

Ainda a respeito do perfil podemos dizer que a maior parte das pessoas que vão ao restaurante leva seus familiares, estes estão de férias ou confraternizando em família.




O consumo de garoupa em relação a procedência dos clientes e temporada no restaurante, questão 18, é o item analisado a seguir, através das respostas dos proprietários, demonstradas no Quadro 19.

Quadro 19 – Procedência dos clientes na baixa e alta temporadas.

RESTAURANTE	Procedência dos clientes			Temporada	
	Locais	Turistas Nacionais	Turistas Estrangeiros	Baixa temporada	Alta Temporada
BATE PONTO	X		X	Local	Turistas
BRAGANÇA			X	Local	Turistas
CANTO DO MAR		X		Local	Turistas
CASA DO CHICO	X	X		Local	Local/ Turistas
DOCE MAGIA	X			Local	Local/ Turistas
ESTAÇÃO 261	X			Local	Local/ Turistas
FREGUESIA	X	X	X	Local	Local/ Turistas
MARINA PORTO DA AREIA	X	X	X	Local/ Turistas	Local/ Turistas
MAURILIO II		X		Local	Local/ Turistas
PITANGUEIRAS	X			Local	Turistas
PONTO DE VISTA		X		Local	Turistas
RANCHO AÇORIANO	X	X		Local	Local/ Turistas
RÉCANTO DO SOL		X		Local	Turistas
TOCA DA GAROUPA	X	X		Local	Local/ Turistas
ZÉ DO CACUPÉ	X			Local	Local/Turistas

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke, 2007

Legenda:

 Locais  Turistas Nacionais  Turistas Estrangeiros

A respeito da descrição sobre a procedência em geral dos clientes, os entrevistados afirmaram ser em sua grande maioria, população local. Mas, em meses como janeiro e fevereiro há uma grande incidência de pessoas vindas de outras cidades, de outros Estados e também de outros países, no caso os turistas em busca de férias em nossas praias.

Com relação ao perfil dos clientes em diferentes temporadas (alta e baixa temporada), verificou-se que devido a sazonalidade sofrida nos meses que compreende de março a dezembro, a grande maioria de clientes é local. Pode-se acrescentar que se tem um número considerável de turistas de negócios, mas devido à temporada, o grosso do faturamento se dá pelos turistas em férias, entre dezembro e março.

A questão 19 referiu-se ao quesito mais importante para o cliente no momento de se dirigir a um restaurante. O Quadro 20 relata as respostas.

Quadro 20 - Itens que favorecem a escolha do restaurante pelos clientes, na percepção dos proprietários dos restaurantes.

RESTAURANTE	Preço	Qualidade dos produtos	Qualidade de atendimento	Layout interno	Layout externo	Propaganda
BATE PONTO		X	X		X	
BRAGANÇA					X	X
CANTO DO MAR	X	X	X	X	X	X
CASA DO CHICO	X	X	X			
DOCE MAGIA	X	X	X			
ESTAÇÃO 261		X	X			
FREGUESIA	X	X			X	
MARINA PORTO DA AREIA	X	X		X	X	
MAURILIO II	X	X				
PITANGUEIRAS	X	X				
PONTO DE VISTA		X	X	X	X	
RANCHO AÇORIANO		X	X			
RECANTO DO SOL	X	X				
TOCA DA GAROUPA		X	X	X		
ZÉ DO CACUPÉ	X	X	X			

Fonte: Alexandre Antônio Gomes e Eida Natasha Ludke, 2007

Legenda:



Preço
Qualidade dos produtos
Qualidade de atendimento



Layout interno
Layout externo
Propaganda

A análise a seguir será realizada por item. Assim como demonstra a tabela 20 acima, o primeiro item é a questão sobre a Propaganda, a qual constata-se que as razões da escolha dos restaurantes, na opinião dos proprietários, são as mais diversas. Em sua grande maioria estes afirmam que seria devido a qualidade dos produtos. O atendimento e o preço também seriam fatores decisivos para essa escolha. Pelo que se percebeu durante a fase de entrevistas, Florianópolis dispõe de estabelecimentos extremamente confortáveis, aconchegantes podemos dizer até com boas estruturas e de certa forma com bons profissionais de cozinha, ou seja, com muito conhecimento prático.

Procurou-se aqui, baseados no resultado do Quadro 20 fundamentar os fatores descritos no questionário como aqueles que contribuem para a maior eficiência no processo de gestão de bares e restaurantes, quais sejam: preço (estratégia de estabelecimento dos preços); qualidade dos produtos (aparência, sabor, quantidade da porção etc.); qualidade de atendimento (atitude, rapidez, atenção, presteza, cordialidade); *layout* interno (ventilação, iluminação, distribuição dos móveis e mesas etc.); *layout* externo (estacionamento, localização, sinalização etc.) e propaganda (mensagem positiva) entre outros.

Preço: Kotler (1996) coloca que preço é o volume de dinheiro cobrado por um produto ou serviço. Preço é também um dos fatores mais flexíveis de uma empresa. O consumidor, no final, é quem irá decidir se o preço de um produto ou serviço é o correto, tornando-se, assim, o “validador” do preço.

Qualidade dos Produtos: com as inovações e tecnologia as empresas criam produtos para concorrer com outras marcas. Quem ganha com isso são os produtos que se adaptam às mudanças, produtos com qualidade, produtos que se ajustam às necessidades do consumidor.

Qualidade de Atendimento: ao se considerar o processo produto de um restaurante, o serviço de prestar atendimento é definido como intangível, pois não pode ser tocado. Apenas gera impacto em menor ou maior grau de satisfação nos clientes. Relaciona-se com rapidez, conhecimento, habilidade e cortesia dos funcionários.

Ambiente (layout interno e externo): para Las Casas (1992, p. 137) “layout é o arranjo interior da mercadoria das lojas, móveis e equipamentos para maximizar a conveniência do cliente a um custo mais reduzido”. Tem a ver também com limpeza, temperatura, distribuição das mesas, decoração e iluminação.

Propaganda: pode ser definida como a manipulação planejada da comunicação, que visa, pela persuasão, promover comportamentos em benefício do anunciante que a utiliza (LAS CASAS, 1992, p. 128).


Como se pode verificar há um consenso entre os dezesseis proprietários dos restaurantes entrevistados sobre a viabilidade da garoupa como diferencial na gastronomia na Ilha de Santa Catarina.

3.5 Proposta de Novos Pratos Como Diferencial à Gastronomia

Para atingimento dos objetivos específicos, foram estruturados cinco (5) pratos que perfazem Quinze (15) fichas técnicas, enumeradas a seguir.

FICHA TÉCNICA DE PRATOS Nº 1


NOME DO PRATO: Lombo de garoupa aos 2 legumes com chips de couve mineira
DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Un	R\$ Unt	R\$Total
Laminas da abobrinha	240	Gramas	1.99	0.47
Laminas de berinjela	240	Gramas	2.39	0.57
Couve mineira	30	Gramas	0.69	0.02
Tomate confit	30	Gramas	1.99	0.05
Purê de batata baroa	80	Gramas	2.31	0.18
Polvo	80	Gramas	9.10	0.72
Molho pesto	80	Gramas	1.82	0.14
File de garoupa	300	Gramas	26.00	7.80
Brócolis chinês	40	Gramas	2.45	0.09
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
R\$ CustoTotal				10.11
<p>Receita e Modo de Preparo : Cortar abóbora e berinjela em laminas diagonais, temperar com sal e grelhar em fogo médio , cortar couve mineira fino e fritar ate ficar crocante, file de garoupa temperado com sal, pimenta e alho, grelhar em fogo médio com azeite de oliva ate obter o cozimento ideal, brócolis levemente cozido em água fervente e depois salteadas com sal e alho.</p>			<p>Obs: Tomate confit, purê de batata baroa, molho pesto e polvo contem fichas técnicas aparte.</p>	
				

Responsáveis: Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA DE PRATOS Nº 2

NOME DO PRATO: Tranch de garoupa com pupunha guarnecido com arroz sete grãos e legumes
DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Un	R\$ Unt	R\$Total
File de garoupa	300	Gramas	26.00	7.80
Arroz sete grãos	60	Gramas	0.75	0.04
Pupunha	80	Gramas	4.28	0.34
Ervilha torta	40	Gramas	6.65	0.26
Cenoura brunoases	20	Gramas	1.98	0.03
Chuchu brunoases	20	Gramas	1.42	0.02
Purê de batata inglesa	80	Gramas	2.31	0.18
Julline de chuchu	14	Gramas	1.42	0.01
Julline de cenoura	14	Gramas	1.98	0.02
Julline de abobrinha	14	Gramas	1.99	0.02
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimanta	3	Gramas	1.29	0.01
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				8.79
<p>Receita e Modo de Preparo : Filé de garoupa temperado com sal, pimenta e alho, grelhar em fogo médio com azeite de oliva, ate obter o cozimento ideal. Antes do cozimento final do arroz adicione a ervilha torta após o cozimento adiciona a pupunha. Leve cozimento dos legumes em água quente.</p>			<p>Obs: Purê de batata inglesa e arroz sete grãos contem ficha técnica separada.</p>	
				

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA DE PRATOS Nº 3

NOME DO PRATO: File de garoupa ao molho de frutas cristalizadas guarnecidas com brócolis chineses, tomate confit e arroz sete grãos.

DATA: 20/05/2007


Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Un	R\$ Unt	R\$Total
File de garoupa	300	Gramas	26.00	7.80
Purê de inhame	60 g	Gramas	3.53	0.21
Arroz sete grãos	60 g	Gramas	0.75	0.04
Brócolis chinês	30g	Gramas	2.45	0.09
Tomate confit	30 g	Gramas	1.99	0.05
Molho de frutas cristalizado	60	ml	2.93	0.17
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				8.43
<p>Receita e Modo de Preparo : File de garoupa temperado com sal, pimenta e alho, grelhar em fogo médio com azeite de oliva, ate obter o cozimento ideal, brócolis levemente cozidos em água fervente e depois salteados com sal e alho.</p>			<p>Obs : Purê de inhame, arroz sete grãos e molho de frutas cristalizadas contem ficha técnica separada.</p>	
				

Responsáveis: Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA DE PRATOS Nº 4

NOME DO PRATO: Lombo de garoupa ao molho de maracujá guarnecido com caviar de ova de tainha


DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 25 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
File de garoupa	300	Gramas	26.00	7.80
Ova de tainha aberta	70	Gramas	35.00	2.45
Purê de inhame	80	Gramas	3.53	0.28
Julline de cenoura	14	Gramas	1.98	0.02
Julline de chuchu	14	Gramas	1.42	0.01
Julline de abobrinha	14	Gramas	1.99	0.02
Cebolinha	3	Gramas	1.69	0.01
Água	400	ml	1.00	0.40
Tomate em pétalas	40	Gramas	1.99	0.05
Molho de maracujá	100	ml	2.17	0.21
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				11.32
<p>Receita e Modo de Preparo : File de garoupa temperado com sal, pimenta e alho, grelhar em fogo médio com azeite de oliva, ate obter o cozimento ideal, ova de tainha aberta misturada com o purê de inhame. Coloque a cebolinha em 200 ml de água quente por 30 segundos, retire e coloque em água gelada. Junte a cenoura o chuchu e a abobrinha e amarrar elas com a cebolinha.</p>			<p>Obs : Purê de inhame, tomate em pétalas e molho de maracujá contem ficha técnica separada.</p>	
				

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA DE PRATOS Nº 5

NOME DO PRATO: File de garoupa com creme de aspargos e seleta de legumes
DATA: 20/05/2007


Nº de Porções: 2		Tº de Preparo: 25 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
File de garoupa	300	Gramas	26.00	7.80
Aspargos frescos	10	Gramas	6.39	0.06
Ervilha torta	80	Gramas	6.65	0.53
Pupunha	90	Gramas	4.28	0.38
Broto de alfafa	80	Gramas	2.98	0.23
Cenoura	60	Gramas	1.98	0.11
Chuchu	60	Gramas	1.42	0.08
Abobrinha	60	Gramas	1.99	0.11
Molho de aspargo	100	ml	3.84	0.38
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				9.75
<p>Receita e Modo de Preparo: File de garoupa temperado com sal, pimenta e alho, grelhar em fogo médio com azeite de oliva, ate obter o cozimento ideal, saltear a ervilha torta a pupunha a cenoura o chuchu e a abobrinha. Broto de alfafa utilizado como cama para o peixe em cima dos legumes.</p>			<p>Obs: Molho de aspargo contém ficha técnica separada.</p>	
				

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 6

NOME DO MOLHO: Maracujá

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 25 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Maracujá	200	ml	2.98	0.59
Água	100	ml	1.00	0.10
Caldo de peixe	100	ml	14.88	1.48
R\$ CustoTotal				2.17
Receita e Modo de Preparo : Cozinhar maracujá com água por aproximadamente 25 min. Coar liquido e adicionar o caldo de peixe.			Obs : Caldo de peixe contem ficha técnica separada.	
				

Responsáveis: Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 7**NOME DO CALDO: Peixe****DATA: 20/05/2007**

Nº de Porções : 10		Tº de Preparo : 30 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Cenoura	80	Gramas	1.98	0.15
Cebola	80	Gramas	0.89	0.07
Alho	40	Gramas	1.19	0.04
Louro	5	Gramas	1.90	0.01
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Cabeça do peixe	500	Gramas	26.00	13.00
Salsinha	20	Gramas	1.59	0.03
Cebolinha	20	Gramas	1.95	0.03
Água	1½	Litro	1.00	1.50
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				14.88
Receita e Modo de Preparo: Fritar o alho com a cebola em azeite de oliva e o peixe, acrescentar a água a cenoura, louro, sal, salsinha e a cebolinha. Deixar ferver por 20 min. e depois coar o líquido.			Obs:	

Responsáveis : Alexandre Gomes e Eida N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 8


NOME DO MOLHO: Frutas cristalizadas

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Ameixas cristalizadas	300	Gramas	1.78	0.53
Água	150	ml	1.00	0.16
Caldo de peixe	150	Gramas	14.88	2.23
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
R\$ CustoTotal				2.93
Receita e Modo de Preparo: cozinhar a ameixa na água fervente até crescerem, coar o líquido e despeje esse líquido em uma panela com o caldo de peixe e acrescentar o sal a gosto.			Obs: Caldo de peixe contém ficha técnica separada.	

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 9**NOME DO CREME: Aspargo****DATA: 20/05/2007**

Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Creme knorr de aspargo	1000	ml	3.25	3.25
Caldo de peixe	40	ml	14.88	0.59
R\$ CustoTotal				3.84
Receita e Modo de Preparo: após o cozimento do creme de aspargos adicionar o caldo de peixe, misture bem.			Obs: Caldo de peixe contém ficha técnica separada.	
				

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 10**NOME DO MOLHO: Pesto****DATA: 20/05/2007**


Nº de Porções : 2		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Manjericão	100	Gramas	1.58	0.15
Castanhas	20	Gramas	1.70	0.03
Azeite de oliva extra virgem	250	ml	6.30	1.57
Queijo parmesão	20	gramas	1.60	0.03
Alho	20	gramas	1.19	0.02
Sal	5	gramas	1.99	0.01
Pimenta	5	gramas	1.29	0.01
R\$ CustoTotal				1.82
Receita e Modo de Preparo: Acrescente todos os ingredientes no mixer e bater até que triturem um pouco.			Obs :	

Responsáveis: Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 11

NOME: Tomate confit

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 6		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Tomate sem pele e sem semente	100	Gramas	1.99	0.19
Sal	10	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	5	Gramas	1.29	0.01
Pesto	20	Gramas	1.82	0.03
R\$ CustoTotal				0.24
<p>Receita e Modo de Preparo: Corte os tomates em pétalas coloque em uma assadeira, tempere com sal e pimenta ao gosto, despeje o pesto e após isso vai ao forno por dois minutos, com forno bem quente.</p>			<p>Obs: Pesto contém ficha técnica separada.</p>	
				

Responsáveis : Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 12**NOME: Purê de Batata Baroa****DATA: 20/05/2007**

Nº de Porções : 6		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Batata Baroa	500	Gramas	3.59	1.79
Leite	350	ml	0.98	0.34
Alho	10	Gramas	1.19	0.01
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Manteiga	50	Gramas	1.59	0.07
Água	500	ml	1.00	0.05
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
R\$ CustoTotal				2.31
Receita e Modo de Preparo: Cozinhar as batatas descascadas em água fervente por 25 min. Retirar as batatas da água amasse todos e reserve. Numa panela quente com azeite fritar alho, acrescente as batatas amassadas, o leite e a manteiga, mexer ate dissolver. Ao final acrescente o sal e pimenta a gosto.			Obs :	

Responsáveis: Alexandre Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 13

NOME: Purê de Inhame

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 6		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Inhame	500	Gramas	2.89	1.44
Leite	350	ml	0.98	0.34
Alho	10	Gramas	1.19	0.01
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Manteiga	50	Gramas	1.59	0.07
Água	500	ml	1.00	0.05
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
Ova de Tainha	45	Gramas	35.00	1.57
R\$ CustoTotal				3.53
Receita e Modo de Preparo: Cozinhar inhames descascados em água fervente por 25 min. Retirar os inhames da água amasse todos e reserve. Numa panela quente com azeite fritar alho, acrescente os inhames amassados, o leite e a manteiga, mexer ate dissolver. Ao final acrescente o sal e pimenta a gosto.			Obs:	

Responsáveis : Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 14

NOME: Polvo

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 6		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Polvo	500	Gramas	12.00	6.00
Molho Shoyo	50	ml	1.95	1.95
Cebola	80	Gramas	0.89	0.07
Salsinha	20	Gramas	1.59	0.03
Cebolinha	20	Gramas	1.95	0.03
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
Pimenta	3	Gramas	1.29	0.01
Louro	5	Gramas	1.90	0.01
Água	1000	ml	1.00	1.00
R\$ CustoTotal				9.10
Receita e Modo de Preparo: Polvo cozido em água fervente com sal, alho e molho shoyo e louro acrescentem salsinha inteira, cebolinha inteira e cebola inteira.			Obs :	

Responsáveis : Alexandre Antônio Gomes e Elda N. Ludke

FICHA TÉCNICA Nº 15

NOME: Arroz sete Grãos

DATA: 20/05/2007

Nº de Porções : 6		Tº de Preparo : 20 min.		
Ingredientes	Quant.	Um	R\$ Unt	R\$Total
Arroz sete grãos	120	Gramas	5.60	0.67
Água	500	ml	1.00	0.05
Alho	20	Gramas	1.19	0.02
Azeite de oliva	5	ml	6.30	0.03
Sal	5	Gramas	1.99	0.01
R\$ CustoTotal				0.75
Receita e Modo de Preparo: Fritar numa panela quente com azeite de oliva e o alho, adicionar o arroz sete grãos e em seguida acrescentar água quente, temperar o arroz com sal a gosto.			Obs :	

Responsáveis : Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo Gastronômico está diretamente ligado ao prazer e à sensação de saciedade adquirida através da comida e da viagem. Algumas regiões aproveitam-se de sua cultura, história e tradições, e a divulgam através da gastronomia, lançando um produto turístico distinto.

Finalizando esta pesquisa, destaca-se que as diferentes sociedades, em cada época da história, manifestaram sua maneira de ser também através da gastronomia. Verificou-se que a evolução da cozinha levou também à uma gradativa transformação na maneira de servir as refeições e dos locais apropriados para saboreá-las.

Partindo deste princípio, o presente estudo teve por objetivo avaliar a viabilidade da utilização da garoupa como diferencial da gastronomia na Ilha de Santa Catarina, visando não apenas aumentar o fluxo de clientes, mas principalmente buscar sua maior satisfação.

Um restaurante bem administrado é uma excelente fonte de receita, podendo proporcionar maior lucratividade e melhorias dos produtos / serviços oferecidos. Para tanto, é preciso que o restaurante, em seus aspectos físicos e de atendimento, venha ao encontro do bem-estar e satisfação do cliente.

O serviço oferecido pelos restaurantes é definido por Kotler (1996) como uma melhoria negociável, onde o produto é intangível, inseparável, simultâneo, perecível e variável. É intangível, pois não é possível experimentar ou sentir antes de sua compra; é inseparável, pois os serviços são vendidos antes de serem consumidos, e o seu consumo é logo após a sua aquisição; é simultâneo, pois é produzido e consumido ao mesmo tempo; é perecível, pois os serviços são oferecidos para consumo momentâneo e não futuro, ou seja, não podem ser estocados ou serem perecíveis; é variável, pois a qualidade dos serviços depende de quem, onde, quando e como são entregues ao mercado.

Para os restaurantes, são considerados bens tangíveis todos os produtos que podem ser tocados fisicamente, neste caso, os alimentos, bebidas, estoque de suprimentos etc. De acordo com estas características os produtos oferecidos em um restaurante precisam do cliente no processo para sua produção.

Florianópolis, conhecida também como a mais charmosa sob o ponto de vista dos turistas estrangeiros (argentinos, uruguaios etc.) e locais, foi o local escolhido pelos pesquisadores para realizar o estudo sobre a viabilidade da utilização da carne de garoupa como diferencial da gastronomia na Ilha de Santa Catarina.

Entre as atividades econômicas realizadas em Florianópolis destaca-se o turismo. Daí a importância de estudarmos a utilização da carne da garoupa visando aumento da lucratividade para os donos de restaurante e satisfação dos clientes pelo atendimento diferenciado.

A partir desses elementos, foram detectados dois tipos de variáveis. As primeiras, em torno de produto (aceitação pelos clientes, promoção e publicidade,

infra-estrutura = disponibilidade, preço e concorrência). As segundas, relativas a serviço, ou seja, ligadas ao perfil dos clientes, envolvendo preço, percepção da qualidade dos produtos e atendimento, ambientação (layout interno e externo), propaganda (mensagem positiva).

Após os estudos realizados, concluímos que possíveis problemas na utilização da carne da garoupa como diferencial na gastronomia na Ilha de Santa Catarina estão ligados basicamente à disponibilidade do produto, legislação ambiental e preço de aquisição.

Foram questões que a pesquisa procurou desvendar, conforme descrição dos resultados apresentados.

Até recentemente, ou melhor, até a criação do Código de Defesa do Consumidor (1990), os clientes eram vistos apenas como um dos integrantes do sistema, mas não como a razão de ser dos serviços e produtos oferecidos. No caso de bares e restaurantes a qualidade dos serviços e produtos é fundamental para a aceitação dos clientes.

Apresentar variedade de produtos é essencial, para um restaurante caracterizado como de qualidade (padrão executivo, luxo). Para esta variável são avaliados indicadores associados ao aspecto tangível do produto, ou seja, os pratos oferecidos. Refere-se ao visual dos pratos; variedade de pratos frios; variedade de pratos quentes; variedade de sobremesas; variedade de bebidas; preços; temperatura adequada dos pratos, entre outros.

É importante que o item preço seja adequadamente informado ao consumidor, pois é ele que pode decidir a compra. Segundo pesquisas realizadas por Kotler (1996), o maior fator impulsionador de compras por impulso é a oferta de preço.

Quando falamos em preços competitivos referimo-nos à concorrência. Qualquer método de determinação de preços deve contemplar a sua comparação com os preços da concorrência e o seu impacto nos resultados planejados.

Ao finalizarmos essa pesquisa, ressaltamos que as possíveis dificuldades na utilização da carne de garoupa como diferencial nos restaurantes de Florianópolis, até então expostas, retratam o momento em que se desenvolvem as pesquisas. Não se pode perder de vista, contudo, que, com as devidas preparações na infra-estrutura, qualificação de mão-de-obra e um trabalho de marketing bem planejado seria bem sucedida a idéia.

Enfim, a formulação eficaz de planejamentos, estratégias, além da qualificação das brigadas de cozinha seria possível aumentar os lucros dos restaurantes tendo a garoupa como referencial. Juntamente a isso há que se realizar um trabalho junto aos fornecedores como, por exemplo, fidelização, parcerias e outras ações no mesmo sentido.

Para o atingimento de nossos objetivos, temos a proposta da introdução de novos modos de preparo que possam atender novos consumidores. E para isso apresentamos várias receitas que podemos fazer com a garoupa, que após degustação e comprovação de seu sabor (Ver fotos, Apêndice IV), iremos oferecer aos proprietários dos restaurantes como mais uma opção no cardápio.

5 REFERÊNCIAS

ARAÚJO e Cols. **Da alimentação à gastronomia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

BIBLIOTECA DA NATUREZA – LIFE. **Os peixes**. Rio de Janeiro, José Olympio Editora, 1971.

BROOKS, Ian. **Seu cliente pode pagar mais**: como valorizar o que você faz. São Paulo, Fundamento Educacional, 2005.

DAVID, G.S. **Marimba e Pargo Rosa**: peixes brasileiros no rumo da maricultura. Panorama da Aqüicultura, Vol. 12 (73): 41-44. 2002..

FALCONI, V. C. **Gerência da qualidade total**. Belo Horizonte: Bloch, 2006.

FERNANDES, Caloca. **Viagem gastronômica através do Brasil**. 5.ed. São Paulo: SENAC, 2003.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Direção). **História da alimentação**. Trad. Luciano Vieira Machado e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FONSECA, Marcelo Troldio. **Tecnologia gerenciais de restaurantes**. 3.ed. São Paulo, SENAC, 2004.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999

_____. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1994.

LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 2a. ed. São Paulo, 2001.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2000.

_____. **Administração de vendas**. 5. ed. São Paulo, Atlas, 1992.

LEGRAIN, Marc; MAGAIN, Daniel. **Plano de marketing**. São Paulo: Makron Books, 1992. (Série Empresas Emergentes)

MARICATO, Percival. **Marketing para bares e restaurantes**. Ed. SENAC Nacional. Rio de Janeiro, 2004.

ORNELLAS, Lieselotte Hoeschl. **Alimentação através dos tempos**. 3. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2003.

SENAC NACIONAL. **A história da gastronomia**. Leonor de Macedo Soares Leal (Org.).Rio de Janeiro : SENAC Nacional, 1998.

SANCHES, Eduardo Gomes. **Perspectivas para o cultivo de garoupas e badejos no Brasil**. Pesquisador do Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento do Litoral Norte, Centro APTA do Pescado Marinho, Instituto de Pesca - SAA – São Paulo, 2006

TRIGO, L. G. G. **História da Gastronomia no Brasil**. VIAGEM NA MEMÓRIA: Guia Histórico das Viagens e do Turismo no Brasil . Campinas: Papirus, 2006.

WEB:

www.univale.com.br (acessado em 20.04.07)

www.cttmar.univali.br/~garoupa (acessado em 20.04.07)

APÊNDICES

Apêndice I – Questionário aplicado aos proprietários dos restaurantes

O objetivo deste questionário é obter informações sobre a viabilidade da utilização da garoupa como diferencial da gastronomia na Ilha de Santa Catarina. Desde já agradecemos a sua participação e contribuição para a pesquisa.

IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____
 Empresa: _____
 Endereço: _____
 Atividade: _____
 Início das atividades: _____/_____/_____
 Número de funcionários: _____ Alta Temporada: _____ Baixa Temporada: _____

AVALIAÇÃO

- 1.) Qual sua opinião a respeito da qualidade da carne da garoupa?
 Excelente Boa Razoável Deficiente

- 2.) Indique o grau de importância da garoupa em seu restaurante em relação ao nível de consumo e faturamento:
 Pouco importante Muito importante Extremamente importante

- 3.) Indique onde costuma comprar a garoupa consumida em seu restaurante:
 Mercado local. Qual? _____
 Mercado regional. Qual? _____
 Outros. Quais? _____

- 4.) Como avalia o produto garoupa em relação à sua disponibilidade no mercado?
 Excelente Boa Razoável Deficiente

- 5.) Assinale, pelo índice de maior ocorrência (1, 2, 3), os produtos à base de peixe que você costuma oferecer aos seus clientes:
 Ensopado Grelhado Empanado Assado

- 6.) O preço praticado no prato que contém a carne a garoupa?
 20 e 30 Reais 30 e 40 Reais Mais de 40 Reais

- 7.) No caso específico da carne da garoupa, como você prepara?

- 8.) Qual o consumo semanal de garoupa no restaurante?

9.) Você considera que as atuais condições ambientais, socioeconômicas e culturais de Florianópolis são favoráveis, do ponto de vista dos clientes (locais e turistas), para o consumo de carne de garoupa?

() Sim () Não

10.) Você tem conhecimento da existência de cadeia produtiva envolvendo a produção e comercialização de garoupa em Florianópolis?

() Sim () Não

11.) Assinale com um "X". Em relação ao bom atendimento aos seus clientes, você considera a carne da garoupa:

CARNE DE GAROUPA	FAVORÁVEL	DESAVORÁVEL
Aceitação Pelos Clientes		
Promoção, Publicidade		
Infra-Estrutura		
Preço		
Concorrência		

12.) Você estaria disposto a receber ou oferecer treinamento aos funcionários visando à preparação de pratos à base de garoupa?

() Sim () Não

13.) Você utilizaria o fornecimento de carne de garoupa como um diferencial do seu restaurante?

() Sim () Não

Obs: _____

14.) Você considera o fornecimento de carne de garoupa uma oportunidade a mais para aumentar sua lucratividade?

() Sim () Não

15.) Os preços de aquisição da garoupa são, na sua opinião:

() Elevados () Baixos

() Mais elevados que outros peixes

() Mais baixos que outros peixes.

16.) Quando compra o peixe garoupa o que mais lhe chama a atenção?

() Oferta () Qualidade da carne () Facilidade na preparação dos pratos

() Preço () Preferência do consumidor

PERFIL DOS CLIENTES

17.) Quanto ao perfil do consumidor da carne da garoupa:

Casais Solteiros Famílias

18.) Na sua opinião à procedência, em geral dos seus clientes são:

Locais Turistas Nacionais Turistas Estrangeiros

Na baixa temporada: Local Turistas

Na alta temporada: Local Turistas

19.) Na sua opinião o que favorece a escolha do seu restaurante pelos clientes:

Preço (estratégia de estabelecimento dos preços).

Qualidade dos produtos (aparência, sabor, quantidade da porção etc.).

Qualidade de atendimento (atitude, rapidez, atenção, presteza, cordialidade).

Layout interno (ventilação, iluminação, distribuição dos móveis e mesas etc.).

Layout externo (estacionamento, localização, sinalização etc.).

Propaganda (mensagem positiva).

Outros. Quais? _____

Obrigado pela atenção.

Apêndice II – Instrumento de entrevista com o mergulhador Alexandre Viana

O objetivo desta entrevista é saber mais informações sobre a Garoupa, habitat, alimentação e outros fatos, visando atingimento da Monografia.

IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____

Profissão _____

Mora em que cidade _____

Início das atividades: _____/_____/_____

1. Falando da Garoupa. Onde é o seu habitat e onde se alimenta?

2. Qual é o tamanho aproximado da garoupa? A Garoupa é agressiva?

3. Qual a característica do eco-sistema da garoupa?

4. Onde se reproduz,

5. Quais são seus hábitos?

6. A garoupa está ameaçada de extinção?

7. Há uma lei que protege a pesca da garoupa? Há uma legislação vigente que atua no meio ambiente da garoupa com a finalidade de sua proteção?

8. Quais as perspectivas para o cultivo da garoupa no Brasil?

9. Na sua opinião, qual a importância da garoupa no litoral catarinense?

10. O estudo da viabilidade da utilização da Garoupa, como diferencial da gastronomia na Ilha de Santa Catarina

Apêndice III – Transcrição da entrevista

Entrevista gravada no dia 04/ 04/ 2007 com o mergulhador profissional Alexandre Viana a respeito da caracterização da Garoupa para fins de dar mais ênfase as características do espécime da família dos serranídeos, a fins de embasar o trabalho de conclusão de curso dos acadêmicos, Alexandre Antônio Gomes e Elda Natasha Ludke para Habilitação em Gastronomia da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL.

Nome do entrevistado: Alexandre Viana

Profissão: Mergulhador Profissional

Onde Reside: Rua, Servidão dos Corumins, 34, Muquem Florianópolis – SC.

1. PARA COMEÇAR ALEXANDRE, QUANDO COMEÇARAM AS ATIVIDADES DENTRO DA PROFISSÃO?

“Bom, eu comecei com pesca submarina, eu pratico já há vinte anos, comecei com quinze anos de idade e claro é a pesca da garoupa na pesca submarina não se fala de outro peixe a não ser garoupa, pro pescador submarino a garoupa é o peixe mais cobiçado, não só a qualidade do próprio peixe mas também pelo, pela dificuldade da pesca, a garoupa é como a garoupa é um peixe cobiçado, é um peixe difícil, a pescaria dela é não é igual a dos outros peixes assim de água livre, ela vive dentro de tocas e tal então tem uma dificuldade maior é um peixe de ações rápidas entendeu, também pelo porte até a garoupa no nosso litoral ela chega atingir ai perto de quarenta quilos alguns exemplares até”.

Entrevistador:

Deixa eu te fazer uma pergunta antes de dar continuidade as outras, eu queria saber de você, o que é que você acha do tema que a gente escolheu, que seria o Estudo da Viabilidade da Utilização da Garoupa Como Diferencial da Gastronomia na Ilha de Santa Catarina. O que é que você acha? e o que é que você poderia comentar a respeito disto!!!

Entrevistado:

“Eu acho bem interessante a iniciativa, principalmente por que eu acho que eu acho que é aquilo que a gente tava comentando antes aqui não é uma espécie que é devidamente acho que não é dado o devido até respeito sabe, uma espécie tão importante quanto a tainha vamos dizer que tem a sua sazonalidade embora a garoupa tenha vamos dizer o ano inteiro e a gente sente e a maioria das pessoas vem para cá e procura comer uma garoupa, um peixe conhecido nacionalmente, então eu acho que é importante a escolha do tema, eu acho que vem bem num sentido de levantar uma questão bem interessante”.

Voltando a segunda questão.

2. VOCÊ PODERIA ME DIZER AS CARACTERÍSTICAS DO ECOSISTEMA DA GAROUPA?

“Ecosistema, ecosistema, bom, a garoupa é... aqui no nosso litoral mais especificamente na ilha de Florianópolis, onde costumo pescar mais a garoupa a gente encontra ela em qualquer costão rochoso, lugares onde aja pedra, ela escolhe muitas vezes naufrágios ou até uma ou algum resto de algo que seria...a garoupa é um peixe assim ela é interessante que no nosso litoral a gente

encontra garoupa assim vamos dizer de...de... dois três metros de profundidade, até trinta quarenta metros é claro bem mais fundo...mais aqui a gente tem essa...essa peculiaridade de encontrar garoupas em lugares mais rasos, que diferencia um pouco do resto do país que normalmente a garoupa ta bem mais no fundo aqui...pela...dificuldade de condição do mar mesmo para pescar, o inverno rigoroso, então o peixe acaba se deslocando bastante, condições climáticas para pesca exatamente, como temperatura de água este ano foi um ano muito ruim para a pesca de garoupa e a pesca da garoupa bem dizer hoje em dia se faz eu acredito para abastecer os restaurantes aqui de Florianópolis, a grande maioria ainda é com pesca de mergulho, por que a pesca industrial da garoupa caiu bastante, com pesca de espinhel e on line aquela história, eu fiquei sabendo que caiu bastante caiu bastante e a pesca de linha também diminuiu ah...talvez também a pesca dela tenha diminuído nesta...nesta temporada, por que... devido a grande quantidade de pesca nos dois últimos anos, isto introduziu um novo tipo de pescaria relativamente novo, uma isca artificial, chama Ched, uma isca de borracha que ela...você pega o peixe e nas profundidades onde o mergulhador não chega, então aqui nos tínhamos parcéis tipo na praia da...da...na praia mole para fora, tínhamos parcéis de pedra ali, é em torno de trinta e cinco metros de profundidade que eram verdadeiros criadores de garoupa, no ano passado e no ano retrasado em determinados meses foram tirados em torno de duas três toneladas de garoupa por semana e só exemplares grandes, só acima de vinte quilos são as matrizes... então acredito que isto futuramente vá gerar este déficit na pesca de mergulho, eu acredito olha esta pesca aí esta pesca a maioria desta pesca quem fez foi amador' pescador amador geralmente é para fins de venda eu até depois se tu quiser tu me da o teu e-mail eu te mando umas fotos de umas pescarias que o pessoal fez em Laguna cara, os caras pegaram sete toneladas de garoupa em três dias tipo assim é uma isca que agora ninguém ta pegando mais nada, pode ir lá neste parcel botar esta isca dois três dias que tu não pega mais nada, tem garoupa ainda, só que ela acaba se acostumando também o peixe, a garoupa é um peixe bem, ela é esperta a garoupa tem, não digo que ela é inteligente, mas é um peixe que tem uma certa...ela já sente o habito do mergulhador, ela já sabe como o cara entendeu ela já não ta mais um peixe assim, como era na época do meu tio por exemplo, meu tio começou a mergulhar a trinta anos atrás eles não usavam lanterna para pescar garoupa, hoje dia a pescaria de garoupa a gente faz oitenta, noventa por cento da pescaria de garoupa que eu faço é só com lanterna, é outros recursos”.

3. QUAL O HABITAT DA GAROUPA E SEUS HÁBITOS ALIMENTAÇÃO?

“Bom, o habitat continuando só para fechar, então é costões de pedras parceis onde aja pedra e...bastante circulação de água geralmente, então aqui a gente tem lugares consagrados assim que tem muita garoupa como a região do sul, Garopaba tem particularmente tem mais garoupas do que no norte aqui...um pouco mais, uns exemplares maiores também, eu acredito que mais por é a região mais difícil de visibilidade de água, ta, condição de mar água e eu acho que é uma região onde tem certas é...insurgências de mares alguma coisa que traga mais alimentação para elas maior formações de parcéis também por fora, das ilhas além das próprias ilhas parcéis”.

4. ONDE E COMO A GAROUPA SE REPRODUZ?

Bom a reprodução da garoupa, isso aqui é uma coisa que eu não posso te afirmar categoricamente, mais muitos afirmam inclusive o Narbal que é uma pessoa que faz pesca submarina também, e é uma pena tu não ter conseguido entrevista-lo mas quem sabe ainda possa, ele sempre fala, sempre me falou que a garoupa tem duas épocas de reprodução ta, e uma seria em dezembro e outra seria agora em março, abril ta, eu...não tenho percebido muito garoupa é difícil pegar garoupa com ova, difícil assim, não é uma coisa muito fácil que nem a gente vê tainha, ah toda a tainha que a gente pega bem dizer tem ova, a garoupa ela tem, não é um peixe assim que é... ova da garoupa não ouve falar então, eu, essa época agora tenho percebido que a garoupa não ta ovada, posso te afirmar que nesse mês de março não tem garoupa.

Entrevistador:

Ainda com relação a esta pergunta a respeito de reprodução do espécime, noutro dia a gente fez uma entrevista com o Quinha, que era ali em Jurerê e agora é em Canasvieiras, eles também se separaram os irmãos ali tal...ele me disse que, a garoupa, ela é um peixe que se reproduz sozinha ela é”...

Entrevistado:

“É, a garoupa ela é hermafrodita é esse, esse...isso também é uma...uma vantagem que a gente tem desta espécie, com relação a garoupa, por que segundo consta, em determinada idade, elas mudam de sexo inclusive as maiores são as fêmeas, isto é uma coisa que eu não poderia te afirmar, quem pode te afirmar exatamente é o Mauricio. (referindo-se a Maurico Hostim prof. Da Univali) então assim, é...ela a garoupa para captura ela tem um tamanho mínimo que a gente , que o IBAMA que a sede sul, por lei que o tamanho mínimo, é quarenta e sete cmm. Transformando para quilos seria em torno de dois quilos, um quilo e oitocentos a dois quilos, a gente entre os mergulhadores respeita o tamanho mínimo de dois quilos, geralmente quando a pescaria ta boa a gente não pega garoupa pequena, pega sempre garoupas médias, é o que tem acontecido é pegar muita garoupa média, em torno de oito quilos, sete, seis, garoupas grandes estão mais difíceis, até a aceitação para o mercado também é melhor a garoupa mediana, a garoupa muito grande já fica mais difícil. No Costão do Santinho já vendi muito peixe, bastante peixe, eu sei que é o seguinte, tem muita gente que vende outros exemplares como garoupa, como cherne e o mero que esta proibida a pesca do mero. Eu não acho que o mero corra risco de extinção por que a gente tem visto muito mero, agente mergulha e vê bastante, mais pessoal fez o projeto, o professor Mauricio que encabeçou o projeto lá, o professor Mauricio Hostim e a gente da apoio, o pessoal que mergulha da apoio, por que o mero é um peixe que é de hábitos pacatos, ele tem tamanho, tem porte mais é um peixe dócil então acaba não sendo uma espécie que tenha, apesar do tamanho, a gente que pesca sabe que não tem muita vantagem, ah... matei um mero de cem quilos, não tem grande, por que muitas vezes uma garoupa requer muito mais esforço e habilidade do mergulhador para pegar do que um mero, mais então o pessoal acaba empurrando ai um cherne e outros peixes por garoupa, e o cherne e o mero são peixes de posta grande e o sabor é similar”.
A garoupa tem este tamanho mínimo de dois quilos, que segundo o pessoal da UNIVALI, é que estabeleceu estes padrões de tamanho mínimo de várias

espécies, como garoupa, badégio e vários peixes, ah...ela tem este tamanho mínimo que ela já é sexualmente ativa a partir deste tamanho de dois quilos ela já esta se reproduzindo é um peixe de crescimento relativamente rápido, a garoupa para atingir dois quilos eu acredito que seja um ano de idade, é um crescimento é acelerado as primeiras fazes de vida dela”.

5. QUAL O TAMANHO APROXIMADO DA GAROUPA E SE É UM PEIXE AGRESSIVO?

“Não a garoupa não é um peixe agressivo pelo menos para mergulhador, embora seja um peixe extremamente voraz em relação a outras espécies ela como tudo que passa pela frente dela, a garoupa ela se alimenta de... o que passar na frente ela bem dizer ela engole, inclusive existe relatos ta já conheço pessoas que contam histórias, um amigo pegou uma garoupa na , em naufragados e ele achou que a garoupa tava muito magra e ele limpou para consumir a garoupa e a garoupa tinha consumido pedaço de garrafa de plástico, garrafa destas kiboa que o pessoal do barco usam para tirar a água da canoa tal...e acaba caindo no mar, passou pela frente a água suja e ela abocanha, e ela tem o habito de abocanhar e sentir o gosto e cuspir fora as vezes acaba engolindo, eu já peguei garoupa que tinha cobra, cobra d’água e uma que tinha um sapo, então quer dizer, passou na frente, que a garoupa o pescador de linha diz que a garoupa come coisa podre, coisa estragada ela até pode comer num momento de fome mais geralmente ela se alimente de animas assim machucados, debilitados ou então é um peixe de hábitos quase noturnos de espreita, ela tem uma coloração muito semelhante as pedras, ela se esconde nas sombras nas pedras esperando o momento para, para abocanhar o peixe menor ou um polvo ela se alimenta muito de polvo, agente costuma pegar muita garoupa com polvo no estomago, lagosta, então não é um peixe muito agressivo não, o tamanho, o tamanho que ela chega é aqui no nosso litoral é um dos lugares onde a garoupa chega a tingir um tamanho maior assim em São Paulo você não ouve falar muito de garoupa, garoupão assim com mais de trinta quilos, aqui é normal se pegar garoupa com mais de trinta quilos, em torno de trinta e nove quilos, quarenta quilos eu diria que é um tamanho maximo assim para a garoupa. Nunca peguei garoupa com mais de trinta quilos, eu nunca peguei, o pessoal na linha com esta pescaria de ched o ano passado e ano retrasado pegou ai vários exemplares trinta e sete, trinta e oito, trinta e nove quilos, se não me engano foi até um record ai trinta e nove quilos, o Narbal mesmo já pegou garoupa de trinta e nove quilos, já ouvi falar em uma de quarenta e três, mas não vi, mais é mais ou menos este porte assim”...

6. A GAROUPA ESTÁ OU JÁ ESTEVE AMEAÇADA DE EXTINÇÃO?

“Olha na minha opinião, não, eu acho que com o passar dos anos a gente tem notado que a pescaria o tamanho delas te reduzido em relação a captura dela, tem capturado garoupas menores mais inclusive em alguns dias em grandes quantidades, eh... em algumas épocas a gente percebe que tem um, que a garoupa some, a garoupa da uma desaparecida eu acredito que seja em uma época que ela vá se reproduzir ela se aglomera em algum lugar que a garoupa eu acho que elas tem alguns lugares secretos vamos dizer que ela faz a reprodução,...então ela parece que ela procura parceiros assim que ela acaba se aglomerando, então ela da uma...ela desaparece. Tenho visto muita garoupa

pequena... de quinhentos gramas, muita em grande quantidade aqui a gente pode notar que é um diferencial para o resto do litoral para cima de Camboriu para cima a gente já encontra menos garoupa,...aqui nas ilhas como ilha do Xavier, até dentro do canal da Barra a gente vê muitas garoupinhas...muita garoupa pequena...até interessante de ver, por que tu vê tanta garoupa pequena que chega a pensar que isto não vai acabar nunca por que a quantidade de pequena que tem...eu acho que a garoupa não é uma espécie que esteja, eu acredito que os ecossistemas sim possam gerar..., a poluição destes ecossistemas possam vir a trazer alguns problemas futuros, a gente já sente que em alguns lugares já não tem tanto garoupa quanto outros lugares mas não que seja a garoupa que esteja sumindo a garoupa esta procurando outros lugares”.

7. EXISTE ALGUMA LEI QUE PROTEJA A GAROUPA DA PESCA PREDATÓRIA? HÁ UMA LEGISLAÇÃO VIGENTE QUE ATUE COM A FINALIDADE DE PROTEGER O ESPÉCIME?

“O pessoal lá do..que eu já citei, da projeto neros, eles tem um projeto lá que é o projeto GAROUPA, eles tem a idéia de fazer...buscar um defeso para a garoupa na época de reprodução, isto não esta em lei nada mais é uma intenção, inclusive até o pessoal de restaurantes na época ficou meio alarmado quando surgiu a idéia, por que nos outros lugares do mundo a pesca da garoupa foi proibida no mediterrâneo e outros países a pesca esta proibida, nos ilha dos Açores foi proibido...então...aqui não, aqui não tem nenhuma lei assim que...proteja a garoupa...embora tenha a legislação de tamanho mínimo... a legislação de tamanho mínimo que é de quarenta e sete cmm., e também o uso de aparelhos de respiração é proibido...para a pesca de mergulho, só em apnéia que já restringe muito as áreas de captura, com relação a profundidade além de contar com uma série de outros fatores como eu te falei, natureza, fatores ambientais que protejam até a garoupa vamos dizer”...

Entrevistador:

E com relação a isto tu acha que o defeso da garoupa prejudicaria a comercialização delas nos restaurantes de Florianópolis?

Entrevistado:

“Cara eu acho que é uma idéia que tem que se botar em pauta por que qualquer espécie que tenha o seu defeso garantido ela...ela...tenha a existência garantida, apesar ded que acredito que a garoupa não esteja em extinção, mais a gente sempre tem que pensar no amanhã...a gente ta vendo ai ...agora tem dois defesos de sardinhas por ano e a gente tem visto quantidades enormes de sardinhas, coisa que a gente não via assim a três anos atrás, o defeso da anchova, a gente tem visto cardumes enormes da anchova então eu acredito que é bem viável acho que é uma coisa que tem que se pensar, mais tem que se fazer tudo, tem que ser bem pensado...tem que realmente fazer uma pesquisa, ver qual é a época de reprodução, até por que na época de reprodução a gente quase não vê garoupa, eu acredito que seja naquelas épocas que elas somem”.

8. QUAIS AS PERSPECTIVAS PARA A CRIAÇÃO DA GAROUPA EM CATIVEIRO NO BRASIL?

“O que eu sei te dizer sobre a garoupa em cativeiro assim não tem nada mais aprofundado, mais humm...eu não conheço assim nenhum estudo que tenha sido feito com relação ao espécie garoupa, sei te dizer de algumas tentativas feitas por pessoal que fez para consumo e tal... e elas crescem bem e... é... eu acredito que tenha tido certo sucesso em relação a esta produção pro cara ali para consumo próprio eu ouvi dizer que fizeram em Armação de Penha ali naquela região ali, fizeram umas tentativas com garoupa em cativeiro, mas que não deu muito certo talvez pela quantidade de espécies no, na mesma, no mesmo espaço nestes tanques redes que eles usam, né...então tem espécies que são mais... desenvolvem mais rápidos e tal inclusive jupiraia é um peixe que quase não se ouve falar, mas dizem que o desenvolvimento dele é super rápido, mas eu acredito que a garoupa em cativeiro eu acho que é viável, eu acredito que seja, não tenho embasamento científico para te dizer, mas eu acredito que seja”.

9. EM SUA OPINIÃO, QUAL A IMPORTÂNCIA DA GAROUPA NO LITORAL CATARINENSE?

“Olha...a garoupa tem, tem um papel importante na culinária local, eu acredito que é tão importante quanto a espécie quanto a tainha...é eu acredito assim...eu acho que essas iniciativas assim tipo o teu trabalho...são interessantes...para...para trazer a luz assim de novos pensamentos, novas idéias dessa...do papel desta espécie em relação a nossa...nossa, inclusive a nossa cultura de alimentação, mais eu acredito que a garoupa seja um espécie bem importante, tem importância fundamental para nossa culinária, também com relação até a própria pesca...um papel assim... hoje tem se falado muito em pesca esportiva, tem pessoas que exploram a pesca esportiva...tem pessoas que realizam a pesca de pescar e soltar, certo, então, só pelo prazer de pegar o peixe e tal... e soltar, então isso também tem um papel de que ela representa na pesca, no turismo que ela pode gerar quanto a isso, até inclusive nas reservas aqui no arvoredo por exemplo, com a visitação”...

Entrevistador:

Isto então poderia ser também mais um nicho de mercado para o turismo?

Entrevistado:

“Isso, mais um nicho de mercado pro turismo...uma atração”...

Entrevistador:

Eu acho que já tem algumas empresas que fazem isso de pesca de levar turista, que vem turistas para cá justamente para isso, pescar embarcado, coisas deste tipo...

Entrevistado:

“Tem, tem bastante gente fazendo isso aqui”...

Apêndice IV – Fotos no preparo do prato a base de garoupa



O peixe garoupa antes do preparo



O início da preparação dos pratos pelo acadêmico Alexandre