



## **A Promoção de um Guia com as Potencialidades Gastronômicas das Cidades de Petrolina e Juazeiro<sup>1</sup>.**

Mirelle Ammando Sá CRUZ<sup>2</sup>  
Juliana da Silva CARVALHO<sup>3</sup>

Letícia Marinho PIRES<sup>4</sup>

Taluhama Guimarães Rosário PINHEIRO<sup>5</sup>

Kelma Nunes PEREIRA<sup>6</sup>

Faculdade São Francisco de Juazeiro – FASJ, Juazeiro, BA

### **RESUMO**

A temática escolhida teve sua confecção definida neste guia, através de uma proposta que identificou as potencialidades gastronômicas da região do sub-médio São Francisco, aqui compreendida apenas pelas cidades de Juazeiro-BA e Petrolina-PE, ao analisar suas riquezas sócio-econômica e cultural. Este guia conta com a utilização de pesquisas que ajudaram na identificação e conhecimento desta gastronomia local. Seu lançamento e divulgação foram realizados em Novembro de 2010, através da semana acadêmica da Faculdade São Francisco de Juazeiro, uma feira com exposição e veiculação do guia, além da divulgação em redes sociais e blogs contendo o nome e os pratos dos principais restaurantes da região.

**PALAVRAS-CHAVE:** Promoção; Guia-gastronômico; Juazeiro; Petrolina; Potencialidades.

### **1. INTRODUÇÃO**

A região do sub-médio São Francisco, onde estão localizadas as cidades de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), é uma das maiores produtoras de vinhos e de frutas tropicais do Brasil, segundo o site da prefeitura do município de Petrolina (PE)<sup>7</sup>. De acordo com Helder Freitas e Robério Araújo, colaboradores do SEBRAE, as cidades também possuem um grande potencial turístico, inclusive gastronômico.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade guia promocional;

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante de graduação do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: [mirellyascruz@gmail.com](mailto:mirellyascruz@gmail.com);

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: [juliana\\_scarvalho@hotmail.com](mailto:juliana_scarvalho@hotmail.com);

<sup>4</sup> Estudante de Graduação do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: [Letícia\\_marinho@hotmail.com](mailto:Letícia_marinho@hotmail.com);

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: [taluhanagrp@hotmail.com](mailto:taluhanagrp@hotmail.com);

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da FASJ, e-mail: [kelma@fasj.edu.br](mailto:kelma@fasj.edu.br).

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.petrolina.pe.gov.br/2010/cidade/Petrolina.html>. Acessado dia 30 de outubro de 2010.



O projeto para a criação e promoção<sup>8</sup> do Guia Gastronômico Delícias do Vale foi desenvolvido como estratégia visando o fortalecimento do turismo na região através da divulgação dos restaurantes selecionados por meio de pesquisas, e da composição dos seus pratos principais, que utilizam matérias-primas produzidas no Vale do São Francisco.

O Guia Gastronômico Delícias do Vale foi imaginado através da necessidade observada pelo mercado no intuito de proporcionar um meio ou espaço, sem a comercialização financeira, que divulgasse alguns restaurantes que atendessem ao perfil dos critérios de potencialidades gastronômicas da região.

Sendo realizada primeiramente uma pesquisa qualitativa no mercado para descobrir o que seriam estas potencialidades gastronômicas, descobriu-se como potencial das duas cidades: as frutas (compreendidas por uva, melão, mamão, melancia, coco, cajá, abacaxi, manga e acerola), as carnes de peixe (encontrados do rio São Francisco), de carneiro e as de frango, o vinho produzido na região e a raiz de aipim ou macaxeira como é chamado na região.

Após definido estes critérios a segunda pesquisa realizada teve caráter quantitativo e procurou identificar e quantificar quais restaurantes se enquadrariam no potencial gastronômico do sub-médio, ao total foram encontrados 42 restaurantes com este perfil.

Para o guia foram desenvolvidos outros critérios de seleção como, por exemplo: formas de pagamento, higienização e infra-estrutura do espaço, restando assim, apenas 24 restaurantes que fizeram parte do lançamento do guia.

O público alvo para o Guia Gastronômico Delícias do Vale são as Organizações Governamentais, como as Secretárias de Turismo e de Cultura dos municípios de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA). Uma vez que este seria disponibilizado em pontos específicos nas duas cidades e nos municípios vizinhos; orientando, principalmente, os turistas interessados em conhecer restaurantes e churrascarias considerados potencialidade gastronômicas.

Na região, existe um guia com um perfil diferenciado do Guia Gastronômico Delícias do Vale, que é o Guia Sabores do Vale, presente na região há quatro anos, seu diferencial está na sua proposta, sua comercialização é feita pela à ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) que também conta com a parceria do SEBRAE (Serviço Brasileiro de atendimento a micro e pequenas empresas) de Petrolina (PE), para divulgar os restaurantes que são associados, tendo fins comerciais.

---

<sup>8</sup> De acordo com Philip Kotler, promoção está ligada ao verbo promover e sua técnica se baseia em tornar conhecida ou de alcançar visibilidade duma empresa/produto/serviços;



O Guia Gastronômico Delícias do Vale foi promovido através de perfis em redes sociais: Orkut<sup>9</sup>, Facebook<sup>10</sup> e Twitter<sup>11</sup>, e Blog<sup>12</sup>. E o evento de lançamento do guia, aconteceu em novembro de 2010, na Faculdade São Francisco de Juazeiro (FASJ), desenvolvido através do projeto interdisciplinar do 6<sup>a</sup> semestre do curso de Comunicação Social com habilitação e Publicidade e Propaganda.

## **2. OBJETIVOS**

A campanha promocional teve como principal objetivo o desenvolvimento das potencialidades gastronômicas da região do sub-médio São Francisco, cujas cidades envolvidas são Juazeiro-BA e Petrolina-PE, através de seu lançamento, o evento de divulgação fora feita contando com a participação de todos os envolvidos no mercado: direção e coordenação acadêmica, donos dos restaurantes, imprensa, representantes das vinícolas, SEBRAE, produtores agrícolas, as Organizações Governamentais: como as Secretarias de Turismo e Cultura dos municípios de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA) e demais acadêmicos interessados no assunto.

O Guia Gastronômico Delícias do Vale é destinado para instruir ou orientar o público (turistas que visitam a região ou os próprios cidadãos locais) com interesse em conhecer a cozinha local da região, considerando suas potencialidades gastronômicas, que tem como fatores principais: o social, o cultural e também o econômico, uma vez que este já possui um elevado grau de exportação de: frutas, carnes de ovinos e caprinos, peixes e vinhos produzidos na região.

O produto final foi um guia impresso em cores, com imagens que caracterizam a região, pois será oferecido às organizações ligadas ao turismo cultural, interessadas na divulgação da gastronomia local. Neste, foram descritos os nomes dos restaurantes, a localização, o(s) contato(s), a descrição dos pratos principais e dos acompanhamentos.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Percebe-se que, através da pesquisa no mercado, foi constatada uma grande importância do desenvolvimento de um guia voltado para a gastronomia da região, na qual apresenta uma

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#Profile?rl=mp&uid=10586679722623108374>;

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.facebook.com/profile.php?id=100001755730366>;

<sup>11</sup> Disponível em: <http://twitter.com/#!/GuiadoVale>;

<sup>12</sup> Disponível em: <http://guiagastronomicodovale.blogspot.com>.



demanda potencial ainda omissa, ou seja, ao existir o produto, existirá o consumidor deste guia, por que existe o interesse no conhecimento de especialidades gastronômicas.

Como o lançamento envolverá todo o mercado, e suas principais fontes de renda, como por exemplo: comércio agropecuário, caprinocultura, ovinocultura e a vinicultura. Esta promoção também irá despertar nos consumidores maior empatia no cenário dos consumidores locais e estrangeiros, no que diz respeito ao social e cultural da região, proporcionando maiores investimentos em tecnologia, especializações de gourmet e chefes de cozinha, aumentando o turismo na região, os investimentos econômicos e governamentais, impactando diretamente no crescimento das duas cidades.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O projeto para a concepção da idéia, produção e divulgação do Guia Gastronômico Delícias do Vale passou por três etapas: a pesquisa; a criação e produção do produto; e o evento de lançamento para divulgá-lo.

A pesquisa realizada para o lançamento do guia gastronômico foi desenvolvida primeiramente através de um questionário qualitativo com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de atendimento a micro e pequenas empresas) de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), na qual seu objetivo foi detectar o que seriam Potencialidades Gastronômicas e quais os critérios que determinam uma potencialidade na gastronomia no Vale do São Francisco. No segundo momento foi realizada uma pesquisa quantitativa para a identificação e seleção destas potencialidades nos restaurantes já existentes nas duas cidades. Após este desenvolvimento o guia passou a ganhar forma e conteúdo, uma vez que, através dos questionários das pesquisas realizadas, podemos conhecer e identificar as empresas que fariam parte do guia utilizando critérios também já estabelecidos para unir os fatores sócio-econômicos e culturais e a demanda potencial existentes neste mercado.

Foram identificados e selecionados 24 (vinte e quatro) restaurantes. Em Petrolina (PE) são eles: Barretus Gril, Maria Bonita, Carranca Gulosa, Maria do Peixe, Flor de Mandacaru, Bode Assado do Isaías, Capivara, Bode Assado do Ângelo, Bode do Geraldo, Berradeiro Grill, Bode Assado Curaça, Donemília Grill, A Toca e Bambuzinho. Já em Juazeiro (BA) foram: João de Barro, Carcará, Petisco Nordestino, Cravo e Canela, Alpendre, Bode Café, Cais do Porto, Spettu's Bode Assado, Baia Cook e Casa Antiga.

O nome Guia Gastronômico Delícias do Vale, partiu da idéia de que os restaurantes selecionados possuem em seus pratos ingredientes conhecidos na região como sendo



verdadeiras delícias do semi-árido nordestino, incorporando a beleza das cores de suas frutas tropicais na visualização do prato, aguçando o paladar e despertando o desejo de saborear. As imagens utilizadas foram escolhidas por possuírem signos característicos e estarem dentro do contexto cultural do Vale do São Francisco. As cores selecionadas são, em sua maioria, quentes, com o objetivo de estimular o apetite, já que não foram utilizadas fotos dos pratos. O formato e o tipo de papel foram escolhidos por possuírem baixo custo, já que seriam impressos em grande número.

A quarta etapa fora o evento de lançamento do Guia Gastronômico Delícias do Vale, que ocorreu no mês de novembro de 2010, no prédio da FASJ (Faculdade São Francisco de Juazeiro) e contou com uma equipe caracterizada com aventais bordados com a logomarca do guia; com degustação de vinhos e sucos das frutas tropicais produzidos no Vale do São Francisco; com a explicação da proposta do produto; e com a distribuição do guia impresso. Além do evento de lançamento, o guia contou com perfis nas redes sociais: Orkut, Facebook e Twiter, e com um Blog, uma vez que este meio além de ser gratuito, possui um grande alcance (muitas pessoas acessando) e uma rápida propagação (publicidade).

## **5. DESCRIÇÃO DO PROCESSO**

Depois de analisados os dados obtidos com a pesquisa e identificadas às oportunidades de mercado, foi desenvolvido o produto final, o Guia Gastronômico Delícias do Vale.

No guia, foram divulgados 24 (vinte e quatro) restaurantes selecionados durante o desenvolvimento do projeto Delícias do Vale, contendo a apresentação, os nomes dos restaurantes, a descrição dos pratos principais, os endereços e os telefones de contato de cada estabelecimento; com imagens características da região, como mostra as figuras abaixo. A estrutura física do guia tem o formato de livro, as medidas são 10x14cm, com 14 (quatorze) páginas, todas estas coloridas e impressas em papel couchê brilhante de 90 (noventa) gramas. As cores, símbolos e imagens usados remetem a região nordestina e instigam o apetite.

O Guia Gastronômico Delícias do Vale é um produto direcionado às pessoas que estão na região, seja a passeio, a trabalho ou de passagem para outra cidade, e será distribuído gratuitamente em pontos específicos de Petrolina (PE), Juazeiro (BA) e de cidades vizinhas, como Agências de Turismo, Aeroporto, Shopping, Locadoras de Veículos, Hotéis e em Restaurantes da região.



O objetivo da campanha foi lançar e divulgar o Guia Gastronômico Delícias do Vale de forma eficiente e com baixo custo, portanto foram utilizadas apenas as Redes Sociais, que são mídias gratuitas e altamente eficientes, quando bem usadas. Dentro desse contexto, as ferramentas escolhidas dentro da Rede Mundial de Computadores perfis nas redes sociais: Orkut, Facebook e Twitter, e um Blog. Essas plataformas precisaram ser atualizadas constantemente, para que o uso das redes sociais se faça eficaz e necessário com acompanhamentos constante de um gerenciador. Esse meio possibilita contato com os consumidores em tempo real, tornando público todo o processo.

O Orkut é a rede social com o maior número de usuários do Brasil. A publicidade tem investido cada vez mais nesse meio por possuir muitas ferramentas para auxiliá-la, como o espaço de promoções dos usuários, os perfis, as comunidades, os fóruns de discussões e as enquetes. Nessa plataforma será criado um perfil e uma comunidade oficiais. Outra rede bastante utilizada é o Facebook e o Twitter, sendo desenvolvidos para atingir um maior público de redes sociais, por isso foi selecionado também como mídia para a campanha do Guia aumentando ainda mais sua popularidade. Ainda no Twitter será possível também postar links de atualizações das outras plataformas, e os seguidores poderão se manifestar de uma forma mais rápida, uma vez que só seja possível postar 140 caracteres por mensagem.

O Blog funciona como um site de destinação para onde os links das outras plataformas levariam os usuários. Foram postadas informações completas sobre promoções, eventos, entre outros. Neste meio ainda existe um espaço que permite acompanhar as últimas postagens atualizadas do Twitter.

A exposição do guia nas redes sociais foi de alta frequência, com atualizações diárias, pois se trata de um lançamento.

## **6. CONSIDERAÇÕES**

A promoção do Guia Gastronômico Delícias do Vale foi uma ferramenta para incentivar o turismo gastronômico nos municípios de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), impulsionando a economia e a cultura. O lançamento do Guia Gastronômico Delícias do Vale, teve muita aceitação entre os espectadores do evento, despertando o interesse para a valorização da gastronomia local e para a importância da capacitação profissional nesse ramo, por terem sido usadas redes sociais como principais difusoras desse Guia, como forma de atingir o público-alvo sem investimento de muitos recursos.



## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 10ª. Ed. São Paulo: Global, 2008.
- MALHOTRA, Naresh K. **Introdução à Pesquisa de Mercado**. São Paulo: Pearson, 2005.
- FERRACCIÚ, João De Simoni Soderini. **Marketing Promocional**. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- KOTLER, Philipe; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed., São Paul: Prentice Hall, 2003.
- VIRGILLITO, Salvatore Benedito (org). **Pesquisa de Marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa**. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2010.