

Gastronomia no turismo receptivo de negócios: estudo exploratório de restaurantes dos Jardins (São Paulo, SP)

Mirian Rejowski¹

Silvana Furtado²

Madalena Rodrigues Nova³

Resumo: Pesquisa exploratória que estuda cinco restaurantes da rua Haddock Lobo (próximo à avenida Paulita), com grande fluxo de executivos no horário de almoço, na cidade de São Paulo (SP). Após um pequeno referencial teórico sobre o turismo receptivo e a gastronomia, no âmbito do segmento do turismo de negócios, discorre-se sobre os resultados da pesquisa de campo junto aos restaurantes, com base em: consulta a sites da internet e revistas especializadas, observação e visita “in loco”, registro fotográfico e aplicação de questionários junto a gerentes e chefes de cozinha. A oferta desses empreendimentos é descrita e analisada por meio do histórico e proposta, das características gerais e da visão de profissionais. Os resultados obtidos indicam a idéia de *glamour* dos Jardins integrada e refletida na imagem divulgada do restaurante; as características convergentes quanto ao perfil do público, fluxo de clientes, taxa de ocupação e consumo de bebidas; e outros aspectos a serem investigados em pesquisas futuras integrados ao conceito de hospitalidade comercial.

Palavras-Chave: Gastronomia. Turismo receptivo; turismo de negócios. Restaurantes. Características e fluxo no almoço. Jardins. São Paulo (SP).

Introdução

Abordando aspectos do setor de alimentos e bebidas no Brasil e, em especial em São Paulo, deve-se citar que essa metrópole passou a ser divulgada como capital mundial da gastronomia a partir de 1997, durante a 10ª edição do CIHAT - Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo⁴. Na mesma ocasião, o título foi outorgado a Paris, na categoria "hors-concours", e a Nova Iorque, Tóquio, Roma, Madrid, Lisboa, Cidade do México e Buenos Aires. (ABRESI, 2007).

¹ Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: mirwski@gmail.com

² Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: sfurtado@anhembimorumbi.edu.br

³ Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: marnova@gmail.com

⁴ Este evento é promovido anualmente pela ABRESI, Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo, reunindo os empresários associados de todas as regiões do Brasil, empresas do segmento e autoridades da área.

São Paulo também detêm o maior fluxo de turismo de negócios do país. Segundo o presidente da São Paulo Turismo (SPTuris), Caio Luiz de Carvalho, o turismo de negócios e eventos incluiu a cidade como ponto estratégico no Mercosul, em linha direta com as principais capitais do mundo. Essa cidade acolhe 6% da população brasileira, representa cerca de 15% do PIB nacional, e tem o terceiro maior PIB do país⁵. (SPTURIS, 2007).

Ao se pesquisar a gastronomia na cidade de São Paulo, observou-se a falta de estudos sobre os frequentadores de restaurantes no horário de almoço, basicamente composto por profissionais (residentes e turistas). Assim, percebeu-se a oportunidade de estudo, no contexto da disciplina “Turismo Receptivo” do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, com o que se formatou uma pesquisa exploratória com os seguintes objetivos:

- Compreender a oferta de serviços de alimentação para executivos no horário de almoço em uma área considerado “nobre” da cidade de São Paulo;
- oferecer subsídios para a formatação e desenvolvimento de pesquisa em profundidade sobre o segmento e a área enfocados.

A área de estudo foi delimitada na rua Haddock Lobo, no trecho entre a Alameda Tietê e a Rua Estados Unidos, composta de de quatro quarteirões onde existe um concentração de restaurantes de diferentes tipos e níveis, passíveis de serem investigados. No entanto, um contato inicial por telefone e por e-mail com os responsáveis mostrou que muitos não retornavam e não agendavam a visita. Assim, selecionaram-se dez restaurantes com especialidades, ambiente e atendimento diferenciados, os quais agendaram a visita, mas apenas cinco sujeitos se dispuseram a colaborar.

A pesquisa foi desenvolvida a partir de observação, visita “in loco”, registro fotográfico e aplicação de questionário semi-aberto junto a gerentes e/ou chefes de cozinha, de setembro a outubro de 2007, no período da tarde (entre 15h00 e 18h00). Os restaurantes que colaboraram com o trabalho respondendo ao questionário foram: Restaurante Catherine, Churrascaria Rodeio, Restaurante Tatou, Gero e A Figueira Rubaiyat.

Este texto se inicia com algumas considerações teóricas sobre o turismo receptivo e a gastronomia, no âmbito do segmento do turismo de negócios, como fundamento para a

⁵ Segundo o IBGE, o maior PIB é o da União, o segundo maior é o do Estado de São Paulo e o terceiro maior é o da cidade de São Paulo, dados disponíveis em: www.ibge.gov.br.

pesquisa de campo. Em seguida sintetizam-se os principais resultados sobre os restaurantes frequentados por executivos e profissionais durante o almoço na área estudada, a partir dos seguintes tópicos: histórico e proposta, características gerais e visão de profissionais..

Turismo Receptivo de Negócios e Gastronomia

Segundo dados do São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPC&VB, 2007), o maior fluxo de visitantes (turistas e excursionistas) na cidade de São Paulo situa-se no segmento do turismo de negócios e eventos. São executivos, profissionais, congressistas e outros visitantes, como por exemplo, os turistas de compras, que afluem a essa cidade com objetivos profissionais ou de desenvolvimento profissional. Neste contexto, as redes hoteleiras, bem como o trade turístico se direcionam a atender esse segmento, principalmente durante os dias úteis da semana, em especial de segunda a sexta-feira; nos finais de semana há um fluxo de turistas e visitantes que buscam a cidade para atividades culturais e de lazer.

Segundo Beni (2001, p. 423), o fluxo turístico é todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de um lugar para outro, e classifica-se como fluxo turístico receptivo e fluxo turístico emissivo. Ainda de acordo com esse autor, fluxo turístico receptivo é um conjunto de turistas nacionais ou estrangeiros que afluem a uma determinada área geográfica receptora para nela permanecerem por um tempo limitado. No âmbito desta pesquisa trata-se do fluxo turístico receptivo, nacional e internacional, com foco no turismo de negócios:

Deslocamento de executivos e homens de negócios, portanto turistas potenciais, que afluem aos grandes centros empresariais e cosmopolitas a fim de efetuarem transações e atividades profissionais, comerciais e industriais, empregando seu tempo livre no consumo de recreação e entretenimento típicos desses grandes centros, incluindo-se também a frequência a restaurantes com gastronomia típica e internacional.

São Paulo, enquanto núcleo receptor, apresenta uma oferta de atrativos, meios de hospedagem, meios de alimentação e facilidades que atendem tanto os residentes, quanto os visitantes e/ou turistas. Conforme Garcia (2005), a riqueza cultural da cidade, resultado das tradições e costumes das etnias de imigrantes de diferentes países e estados brasileiros, tem sua maior expressão nos circuitos gastronômicos da metrópole. Com mais de 12.000 restaurantes, representando a cozinha de 51 países (ABRESI, 2007), destacam-se os

empreendimentos de culinária italiana, francesa e japonesa, além da culinária brasileira, com restaurantes típicos gaúcho, mineiro e bahiano, dentre outros. Em bairros e regiões mais próximas dos centros de importância econômica, como Cerqueira César, Jardins, Itaim Bibi, Vila Olímpia, Vila Nova Conceição, Brooklin, Moema, Higienópolis, Santa Cecília, Pinheiros, Perdizes e Vila Madalena, há uma grande variedade de restaurantes de boa qualidade. Dentre esses destacam-se os restaurantes frequentados principalmente por homens de negócios (executivos) durante o almoço, como é o caso da Avenida Paulista e suas cercanias.

Para Garcia (2005), alguns destes endereços não podem faltar nos roteiros da hospitalidade empresarial, que preza em seu ritual os cuidados com o alimentar e o acolher do hóspede pelo anfitrião. A inter-relação do executivo-cliente, seja ele turista ou residente, com os funcionários, os serviços, os produtos, o ambiente e a própria receptividade do local pode traduzir características e conceito de hospitalidade que o atrai e o satisfaz, chegando em alguns casos a fidelizá-lo.

Segundo Camargo (2003), a hospitalidade envolve o receber, hospedar, alimentar e entreter, que ocorrem no âmbito das seguintes categorias: hospitalidade doméstica, pública, comercial e virtual. Nesta pesquisa trata-se do alimentar na categoria comercial, ou seja, da restauração comercial.

A alimentação é um componente importantíssimo na hospitalidade, já que satisfaz a pessoa em vários aspectos: de servir como fonte de prazer, de entretenimento e também atende às necessidades nutricionais. Os alimentos desempenham um importante papel na manutenção da saúde humana e têm função essencial no crescimento, no desenvolvimento e em qualquer atividade que o ser humano exerça (FLORES E SILVA, ANTONINI e SANTOS, 2007, p. 42).

Contudo, segundo Heal (apud LASHLEY e MORRISON, 2004), a oferta comercial da hospitalidade ocorre na maioria das sociedades ocidentais, nas quais não é vista como um ato benevolente ou caritativo. Assim um almoço de negócios ou uma festa de Natal de determinada empresa não são originalmente empreendidos pela simples generosidade e boa conduta do anfitrião. Fundamentalmente a “indústria da hospitalidade” sugere um paradoxo imediato entre generosidade e mercado.

Percebe-se, então, que num ambiente gastronômico hospitaleiro, ainda que comercialmente falando, o cliente deverá se satisfazer no que diz respeito à alimentação e à receptividade. Isso ao se considerar o modo que este é recebido e atendido, associado ao consumo de serviços e produtos no restaurante. Mesclam-se aspectos tangíveis com aspectos

intangíveis na alimentação proporcionada por diferentes empreendimentos a diferentes clientes, neste caso, os executivos.

Ainda, convém citar que o termo restaurante assumiu o conceito moderno somente no século XIX, “como o local onde se compram refeições em vários períodos do dia e da noite” (SLOAN, 2005, p. 75-76). No entanto, vale lembrar que:

O significado original da palavra refere-se especificamente a um modismo francês ligado à saúde de servir uma sopa medieval, um *consommé* ou um suco nutritivo para pessoas doentes. A mudança do significado original de caldo de carne restaurador que tinha o termo *restaurant* no século XVIII para o significado atual de local da moda onde se come e bebe tornou-se uma fértil área de estudos. Quando o restaurante se transformou num lugar em que homens e mulheres podiam expor-se em público, tornou-se imediatamente importante como local em que se comercializavam e praticavam estilos experimentais de troca e diversão. (SLOAN, 2005, p. 75-76):

Segundo SCOTT (1999), a revista *Restaurants and Institutions*, que pesquisa restaurantes há mais de 35 anos, há uma constante mudança de conceitos e estilos desses empreendimentos no mercado. Uma classificação usual distingue restaurantes em: serviços rápidos, familiares, informais, tradicionais e refinados. Outras tipologias são citadas por vários autores, como Fonseca (2000), Lippel (2002) e Schlüter (2003), a partir das quais são destacados os seguintes tipos de empreendimentos de alimentação: churrascaria, restaurante internacional (cozinha italiana e/ou cantina, francesa, japonesa, mexicana, brasileira), restaurante contemporâneo, restaurantes informais, restaurantes familiares, restaurantes café-padaria, restaurantes *fast food*, pizzeria, lanchonete, dentre outros.

Gastronomia no turismo receptivo de negócios: estudo de cinco restaurantes dos Jardins

Localização

A figura 1 mostra parte das ruas dos Jardins, bairro Jardim Paulista, tendo no centro a rua Haddock Lobo, na qual há uma grande concentração e diversidade de tipos de empreendimentos de alimentação (bar, cantina, churrascaria, doceria, padaria e restaurante), com destaque para restaurantes renomados como o Lellis, Fasano Antiquarius. Na figura 2 tem-se a localização dos cinco restaurantes da rua Haddock Lobo que participaram da pesquisa, na área delimitada da Alameda Tietê até a Rua Estados Unidos, no bairro denominado Jardim Paulista.

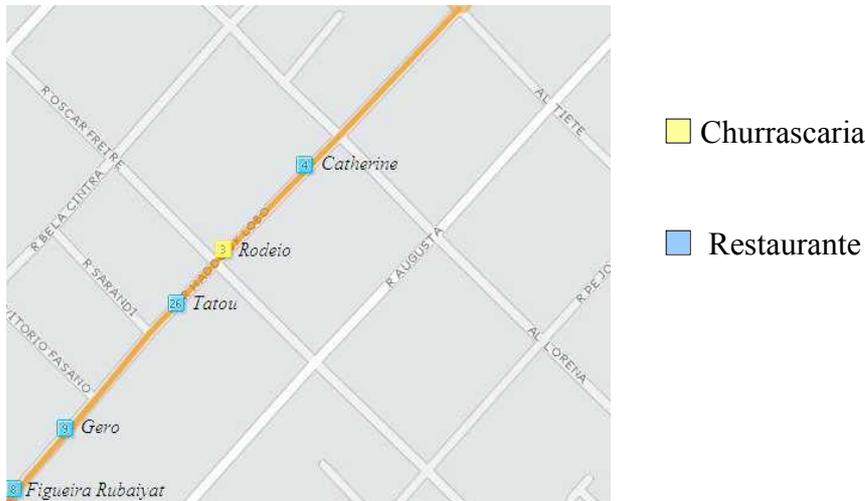
Observa-se na figura 1 que a quantidade de restaurantes da rua Haddock Lobo é nitidamente maior do que nas demais ruas da parte do bairro Jardins. Já na Figura 2, verifica-se que há certa distância separando um restaurante do outro, sendo apenas um restaurante típico brasileiro – uma churrascaria – e quatro outros restaurantes, cujo tipo será analisado nos tópicos a seguir.

Ainda é preciso esclarecer que um dos restaurantes se localiza em esquina da rua Haddock Lobo, cujo endereço formal figura na rua Oscar Freire, o Restaurante Tatou. No entanto, este não foi descartado por estar em parte na rua pesquisada.



Fonte: www.guiamais.com.br/ruas

Figura 1 – Empreendimentos de alimentação em parte do bairro Jardins, nas cercanias da rua Haddock Lobo, São Paulo (SP).



Fonte: www.guiamais.com.br/ruas

Figura 2 – Restaurantes pesquisados na rua Haddock Lobo, São Paulo (SP).

Breve Histórico e Proposta

Conforme dados coletados nos sites oficiais dos restaurantes, publicações especializadas e sites de notícias disponíveis na Internet, apresentam-se dados sobre o histórico e a proposta dos empreendimentos, a partir do mais antigo, criado no final da década de 1950.

- **Churrascaria Rodeio** - Desde sua fundação, em 1958, está situada no mesmo local. Segundo Roberto Macedo, que começou com o pai e hoje divide a direção da casa com os filhos, a churrascaria acompanha a evolução da cidade: “viu nascer e crescer o quadrilátero mais elegante de São Paulo: os Jardins, bairro que concentra o melhor da moda, design, cultura e gastronomia”⁶ (RODEIO, 2007). Conservando o clima receptivo e familiar, foi o primeiro restaurante *a la carte* do país a receber o ISO 9001⁷, padronizando os serviços, e em meados de 2006 adotou a norma ABNT⁸ NBR ISSO 22000 – Sistemas de gestão da segurança de alimentos.

⁶ O livro “Rodeio Conta os Jardins”, escrito por Nirlando Beirão, discorre sobre a evolução do bairro com base na história do restaurante.

⁷ Norma da International Standardization Organization, ISO 9001 – Sistema de Gestão de Qualidade, disponível em: www.inmetro.gov.br/qualidade/docOrientativo.asp.

⁸ ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. Ver norma NBR ISO 22000 disponível em: www.iso22000.qualidadereal.com.br.

- **Restaurante Tatou** – Inaugurado em 1991, a partir de idéias criativas de um dono de restaurante já renomado, que, junto com um decorador e arquiteto e outros sócios criaram um restaurante diferente, inovador na decoração e estilo, com grandes janelões de vidro. “Naquela época quem poderia imaginar comer em um restaurante, onde quem estava dentro via lá fora e quem estava lá fora via tentações e delícias lá dentro”. Interessante citar que sempre foi uma referência nos Jardins, e no decorrer do tempo “ganhou alguns apelidos como aquário de mauricinhos e patricinhas, vitrine de estrelas”. Foi vendido a um grupo de pessoas do ramo que mantiveram inalterada a fachada envidraçada que o caracteriza. (TATOU, 2007).
- **Figueira Rubaiyat** - À sombra de uma figueira de mais de cem anos de idade, com cerca de 50 m de altura e 8 m de diâmetro, os mesmos donos do Baby Beef Rubaiyat inauguram o restaurante em 1991. “A centenária Figueira pode ser admirada de dentro dos salões através do telhado e das paredes de vidro. A cozinha está exposta ao público. Sete enormes circunferências de vidro cortam a parede de tijolos à vista que separa a cozinha de um dos salões”. O requinte se associa ao conceito de ecologicamente correto - “a fumaça que sai pela chaminé é apenas vapor d’água graças aos dez filtros que tratam os resíduos – e no cuidado com os detalhes. [...] Os guardanapos de linho são enormes e os uniformes foram desenhados em Paris”. (GUIA DA SEMANA, 2007).
- **Restaurante Gero** – Pertencente ao Grupo Fasano, foi inaugurado em 1995, com base na idéia de um restaurante mais informal do que o sofisticado Fasano: “uma versão mais simplificada” (*bistrô à cotê*), “um marco na capital paulista”, segundo Rogério Fasano que está a frente de todos os empreendimentos da família, a qual tem mais de cem anos de tradição ligada à gastronomia. Com uma decoração desposada e jovem, foi desenhado pelo arquiteto Aurélio Martinez Florez. (GUIA DA SEMANA, 2007).
- **Restaurante Catherine** - A casa foi inaugurada no final de 2005, onde funcionou por seis anos o célebre *Cefé Antiquê*⁹. Traz um conceito inovador, resultado das pesquisas e viagens pela Europa, dos irmãos Malu Facchini e Pedro Paulo Facchini. resultado das pesquisas e viagens da dupla pela Europa: “[...] um restaurante versátil, que não fecha entre almoço e jantar” (*non stop*). Protegida por um toldo cor de vinho, a fachada da casa

⁹ Restaurante francês, vizinho de um antiquário da família dos proprietários Nancy e Francisco Barroso. Segundo os donos, foi fechado pelo seguinte motivo: “seguindo uma tendência mundial, os restaurantes de alta cozinha francesa estão dando lugar a bistrôs e brasseries, fórmulas mais simples e mais acessíveis [...]” (GUIA DA SEMANA, 2007).

é toda envidraçada: “Durante o dia, abusa da influência da luz natural em suas paredes vermelhas; já à noite ganha velas e reflexos indiretos, que conferem ao ambiente luxo e modernidade”. (RESTAURANTE CATHERINE, 2007).

O restaurante mais antigo dos 5 restaurantes pesquisados é a Churrascaria Rodeio, inaugurada em 1958; 3 restaurantes são da primeira metade da década de 1990, e 1 é da primeira metade da presente década. Tais dados mostram a importância de se aprofundar o estudo na área, pois pode ter existido outros empreendimentos de alimentação nas décadas de 1960, 1970 e 1980, cujas razões de fechamento podem estar associadas à evolução dos Jardins, em especial do bairro do Jardim Paulista.

Interessante na descrição acima, é que há clara referência aos Jardins associando a proposta de todos os empreendimentos a termos como: elegância, sofisticação, inovação, luxo, modernidade, transparência, postura ecológica, modernidade, sofisticação do design ou do projeto arquitetônico e da decoração. Dessa forma o bairro se integra, se une, faz parte do restaurante, quase como um “selo de qualidade”.

Características Gerais

Com base na revista *Veja São Paulo – Comer e Beber* (LORENÇATO, 2007), observação “in loco” dos restaurantes e entrevistas com os gerentes e chefes de cozinha, coletaram-se informações sobre um conjunto de variáveis para uma caracterização geral dos mesmos, como apresentado na tabela 1, na seguinte ordem: cardápio, capacidade, horário de funcionamento (aberto ao público), áreas especiais, outros serviços e observações (comentários).

Tabela 1 – Características dos restaurantes pesquisados na rua Haddock Lobo, São Paulo (SP)

<i>Item</i>	<i>Restaurantes pesquisados</i>				
	<i>Restaurante Catherine</i>	<i>Churrascaria Rodeio</i>	<i>Restaurante Tatou</i>	<i>Restaurante Gero</i>	<i>A Figueira Rubaiyat</i>
Cardápio	Cozinha francesa com toques de brasilidade (cozinha italiana) Destques:	Cortes bovinos, churrascos Destaque: picanha fatiada com palmito assado ou com creme de	Cozinha variada Destques: linguado ao molho de maracujá guarnecido de arroz com	Ingredientes e pratos clássicos da culinária italiana Destaque: risoto de	Cozinha variada com forte influência mediterrânea Destques: baby costelinha de cordeiro, caixote

	<i>carré</i> de cordeiro acompanhado de <i>fetucchine</i> na manteiga e sálvia	espinafre	passas e risoto de frutos do mar	frutos do mar	de crustáceos e pitu cozido com arroz italiano
<i>Capacidade</i>	90 lugares	350 lugares	97 lugares	90 lugares	350 lugares
<i>Preço médio</i>	R\$ 80,00	R\$ 100,00	R\$ 63,00	Acima de R\$100,00	Acima de R\$ 100,00
<i>Horário</i>	12h00-01h00; quinta a sábado até 02h00h; domingo até 22h00	11h30-15h30 e 18:30-01h00 (sexta e sábado); domingo e feriado sem intervalo até 24h00	12h00-01h00 (sexta e sábado até 02h00; domingo a partir das 08h00	12h00-15h00 e 19h00-01h00 (sexta-feira – almoço até 16h00 e jantar até 01h30; domingo – almoço até 16h30 e jantar até 24h00)	12h00-01h00; domingo até 24h00
<i>Áreas especiais</i>	Área para fumantes Área para deficientes físicos	Área para fumantes Área para deficientes físicos	Área para fumantes	Área para fumantes	Área para fumantes Área para deficientes físicos Área para acesso à Internet
<i>Outros serviços</i>	Sistema <i>wi-fi</i> e de conexão à Internet sem fio Estacionamento com manobrista a R\$12,00	Estacionamento com manobrista a R\$12,00	Estacionamento com manobrista a R\$ 9,00	-	Menu para crianças Estacionamento com manobrista (cortesia)

Quanto aos tipos de empreendimento, tem-se:

- Três empreendimentos do tipo restaurante internacional – o Restaurante Gero, de culinária italiana, o Restaurante Catherine de culinária francesa, o qual mescla traços de “brasilidade” da culinária italiana, e o A Figueira Rubaiyat, com influência mediterrânea. Este último ainda tem uma imagem no mercado de churrascaria, embora se intitule atualmente como restaurante.
- Um empreendimento claramente identificado como churrascaria - Churrascaria Rodeio – baseado na culinária típica gaúcha, a qual no entanto já se encontra complementada por cardápio variado de saladas e pratos quentes servido no buffet.

- Um empreendimento que talvez possa ser classificado como restaurante contemporâneo – o Restaurante Tatou, pois em uma primeira análise seu cardápio reúne traços de diferentes culinárias ao ponto de não se ter identificado a predominância de uma delas. Por outro lado, pode-se questionar tal tipo pois não se teve informação se há uma criação e recriação de receitas sem apego a processos tradicionais, ou seja com maior liberdade.

Com relação à capacidade, três restaurantes mostram capacidade média - dispõem de cerca de 100 lugares, e dois têm capacidade grande com 350 lugares. Os preços médios das refeições no Restaurante Gero e A Figueira Rubaiyat são mais elevados, seguindo-se a Churrascaria Rodeio, o Catherine e o Restaurante Tatou. Os horários de funcionamento no almoço mostram empreendimentos que funcionam ininterruptamente das 12 às 1 da madrugada ao lado daqueles de restringem o almoço no período das 11h30 ou 12h00 até as 15 ou 15h30.

Dentre as áreas especiais, todos apresentam área para fumantes, três têm espaços adaptados para deficientes físicos e dois têm áreas de acesso à internet, com destaque para o Restaurante Catherine que apresenta sistema wi-fi de internet sem fio. Como serviços especiais, A Figueira Rubaiyat apresenta menu especial para crianças, o que sugere um fluxo de famílias talvez mais perceptível nos finais de semana. Obviamente há necessidade de uma análise mais aprofundada dessas e de outras características, como tipo de serviço, equipe de profissionais, projetos futuros etc.

Visão de Profissionais

Registra-se que na ocasião da visita e da aplicação do questionário junto aos gerentes e chefes de cozinha, os proprietários não estavam presentes. Apesar disso, todos atenderam cordialmente e atenciosamente, demonstrando disponibilidade em colaborar com a pesquisa. A visão desses profissionais é estudada em relação às seguintes variáveis: clientes (fluxo, perfil e hábitos de consumo), vantagens e desvantagens do funcionamento no almoço, e aspectos diferenciais.

Tratando do fluxo médio de clientes no horário do almoço, durante a semana e o número de rodadas, este gira em torno de 100 pessoas em 2 rodadas, exceto na Churrascaria Rodeio e A Figueira Rabaiyat que em uma única rodada têm capacidade de atender 350

pessoas. Segundo o gerente do Rubaiyat, o restaurante chega a atender cerca de 500 pessoas em até 3 rodadas, diariamente. A taxa média de ocupação dos estabelecimentos, variam de 80% a 85% de segunda a sexta-feira, tendo seu ápice às quintas e sextas-feiras quando esta aumenta para 90% a 100%, ou seja, atinge capacidade plena.

Com relação ao perfil dos clientes que freqüentam os restaurantes no horário de almoço, nos dias úteis em geral são pessoas do sexo masculino, na faixa etária de 26 a 50 anos, exceto no Restaurante Catherine, cuja freqüência predominante é de mulheres. Na Churrascaria Rodeio e no Restaurante Tatou, esse perfil não se altera, enquanto nos demais este muda às sextas-feiras, quando a incidência de grupos de amigos e turistas é maior, além do aumento da presença de público feminino.

Quanto ao consumo de alimentos e bebidas, verificou-se que os pratos mais pedidos variam de acordo com a especialidade da casa; no entanto, pratos com peixe são bastante solicitados, assim como a “picanha”, no caso de churrascaria. O consumo de pratos à base de peixe pode ser associado a uma refeição mais leve no almoço. Quanto à bebida, um dado interessante é que a água é a bebida mais consumida, seguida do vinho. Às sextas-feira há um leve aumento do consumo de vinho nos restaurantes e de capirinha na Churrascaria Rodeio, principalmente por parte daqueles “que não voltam ao trabalho”, segundo depoimento do seu chefe de cozinha.

Em relação às vantagens e desvantagens de funcionamento dos empreendimentos no período do almoço, foram citadas somente as vantagens:

- Restaurante Tatou: “Boa localização, aparência e atendimento”. Não há desvantagens.
- Restaurante Catherine: “A vantagem é ter pratos diferenciados”. Não há desvantagens, “pois a casa está aberta há dois anos e tem boa freqüência”.
- A Figueira Rabaiyat – “O cardápio é bem variado, oferece feijoada às quartas-feira, o que atrai turistas estrangeiros”. Não há desvantagens “posto que a casa está sempre cheia”.
- Churrascaria Rodeio: “O restaurante está na região desde 1958 e nunca teve problemas com concorrência ou percentual de ocupação”. Não há desvantagens.
- Restaurante Gero – “O Gero era um galpão que virou restaurante e não abria aos domingos; virou sucesso com uma média de 270 clientes nos finais de semana e durante a semana sempre esteve com boa ocupação [...]”. Não há desvantagens.

Por fim quanto ao diferencial do empreendimento perante os demais da região, citaram-se os seguintes aspectos:

- Restaurante Tatou: “Cardápio e preços”.
- Restaurante Catherine: “ Possui sistema de conexão wi-fi e de internet sem fio, além de ambiente bastante agradável” ou acolhedor.
- A Figueira Rubaiyat: “O tamanho, a decoração e o ambiente, além de menu e atividades específicas para crianças”.
- Churrascaria Rodeio: “Manter a tradição e durante todo o tempo escolher os melhores produtos para oferecer aos clientes”.
- Restaurante Gero: “A marca Fasano com as melhores massas de São Paulo. O restaurante não tem pratos pré-preparados. Tudo é feito na hora em que o cliente faz o pedido”.

Todas essas características mostram especificidades de cada um dos empreendimentos pesquisados, mas convergem quanto ao perfil do cliente, taxas de ocupação e consumo de bebidas. O fluxo de cliente está diretamente associado à capacidade de lugares.

Nos aspectos diferenciais o Restaurante Tatou cita uma combinação que parece mostrar uma “fórmula” de sucesso - cardápio+preço+aparência(ambiente)+atendimento; o Restaurante Catherine indica uma frequência de clientes que continuam ligados à internet no período do almoço num ambiente considerado agradável; A Figueira Rubiyat destaca a tríade tamanho+decoração+ambiente; A Churrascaria Rodeio e o Restaurante Gero ressaltam a qualidade dos produtos, sendo que este último associa a uma marca já posicionada no mercado. Todos parecem se sentir bem posicionados no mercado, pois não há desvantagens percebidas, na visão dos profissionais dos empreendimentos pesquisados, em funcionarem no período do almoço. Talvez os entrevistados não quiseram expor as desvantagens dos restaurantes que trabalham, as dificuldades do local, o entorno e a segurança. Ao contrário, só há vantagens, o que pode indicar que o maior faturamento dos empreendimentos pesquisados se dá, justamente nesse período.

Considerações Finais

Este breve e preliminar estudo possibilitou a primeira aproximação ao tema, ao tratar da gastronomia no contexto do turismo receptivo de negócios em restaurantes dos Jardins,

com base no funcionamento desses empreendimentos durante o período do almoço, cujo fluxo predominante é de executivos, tanto turistas/visitantes quanto residentes. A escolha dos quatro quarteirões da rua Hadoock Lobo mostrou-se acertada pela concentração de casas de boa reputação e/ou renome junto a esse público. No entanto, o pequeno número de sujeitos e restaurantes envolvidos e a abordagem preliminar da pesquisa na forma de um estudo exploratório não permitem a generalizados dos resultados obtidos. Estes são indicativos de uma realidade a ser estudada em outros estudos e pesquisas.

Com o andamento da pesquisa de campo, percebeu-se a importância de um referencial teórico mais consistente, principalmente quanto à tipologia de empreendimentos de alimentação, e às suas características gerais. Aspectos como fora de serviço, processo de operação, corpo de funcionários, atendimento e fidelização de clientes não foram aqui abordados, mas sugerem inúmeras preocupações de estudos e pesquisas, assim como o estudo de casas que já não existem mais na área ao lado da evolução dos Jardins e da cidade de São Paulo.

Porém, ficou claro que o assunto gastronomia, principalmente em uma área considerada nobre e freqüentada por um público com poder aquisitivo alto, pode ser um campo fértil para o estudo da hospitalidade comercial no segmento do turismo receptivo de negócios da cidade de São Paulo. “Uma cidade de concreto, fria e calculista” mostra uma hospitalidade comercial, portanto profissionalizada, onde a gastronomia, conjugada a o alimentar e ao receber (acolher), tem importante papel como fator interveniente facilitador à concretização de negócios, ao intercâmbio de conhecimentos, ao conhecimento do “outro”, num espaço e ambiente onde hóspede e anfitrião atuam, se relacionam e interagem.

Referências

- ABRESI – Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo. *Realização da ABRESI. CIHAT. 12 dez. 2007*. Disponível em: <<http://www.abresi.com.br>>. Acesso em: 2 nov. 2007.
- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 6^o ed. São Paulo: Senac, 2001.
- CAMARGO, Luis Otávio Lima. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Thomson, 2003.
- CHURRASCARIA RODEIO. Disponível em: <www.churrascariarodeio.com.br/video.php>. Acesso em: 8 nov. 2007.

- FLORES E SILVA, Yolanda; ANTONINI, Bianca Oliveira; SANTOS, Deise M. Contesini dos. Riscos potenciais turísticos: a segurança alimentar como requisito de qualidade dos serviços e bem estar do turista. *Revista Hospitalidade*, ano. IV, n. 1, São Paulo, 1º sem. 2007.
- GARCIA, Patrícia Oliveira. *Hospitalidade empresarial e negócios na cidade de São Paulo*. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2005. (*Dissertação de Mestrado em Hospitalidade*).
- GUIA MAIS. Disponível em: <<http://www.guiamais.com.br/ruas>>. Acesso em: 13 nov. 2007.
- GUIA DA SEMANA. Disponível em: <www.guiadasemana.com.br/detail.asp?>. Acesso em: 12 dez. 2007.
- LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004.
- LORENÇATO, Arnaldo. Restaurantes. *Revista Veja*. Comer e Beber. São Paulo, Ano 40, n. 48, 26 set. 2007, p. 254-375.
- RESTAURANTE CATHERINE. Disponível em: <www.restaurantecatherine.com.br> . Acesso em: 12 dez. 2007.
- RESTAURANTE TATOU: Disponível em: <www.tatou.com.br>. Acesso em: 15 dez. 2007.
- SCOTT, Hyme. *Combine and Coquer. Restaurants and Institutions*, n. 19, 15 jul. 1999, p.52.
- SCHLÜTER, Regina G. *Gastronomia e turismo*. São Paulo: Aleph, 2003.
- SLOAN, Donald. *Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor* São Paulo: Manole, 2005.
- SPC&VB – São Paulo Convention and Visitors Bureau. Disponível em: <www.visitesaopaulo.com/cidade/dados-saopaulo.htm>. Acesso em 12 Dez.2007.
- SPTURIS – São Paulo Turismo. Disponível em: <www.cidadedesaopaulo.com/dados.asp>. Acesso em 12 Dez.2007.
- FONSECA, Marcelo Traldi. *Tecnologias gerenciais de restaurantes*. São Paulo: Senac, 2000.
- LIPPEL, Isabela Laginsky. *Gestão de custos em restaurantes: utilização do método ABC*. UFSC, 2002. (*Dissertação de Mestrado*).