



ESTUDO SOBRE TENDÊNCIAS DE

TURISMO GASTRONÔMICO

BRASIL 2030

BOLETIM 2/3

Março 2022

Este boletim integra o **Estudo sobre Tendências de Turismo Gastronômico – Brasil 2030** realizado pelo Ministério do Turismo (MTUR) em parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB) no âmbito do projeto Prospectivas para o Turismo Gastronômico no Brasil. Agora que já entendemos os objetivos dos estudos de futuros e o conceito de turismo gastronômico, podemos avançar um pouco mais e refletir sobre os cenários e desafios do turismo gastronômico.

Perdeu o primeiro boletim?

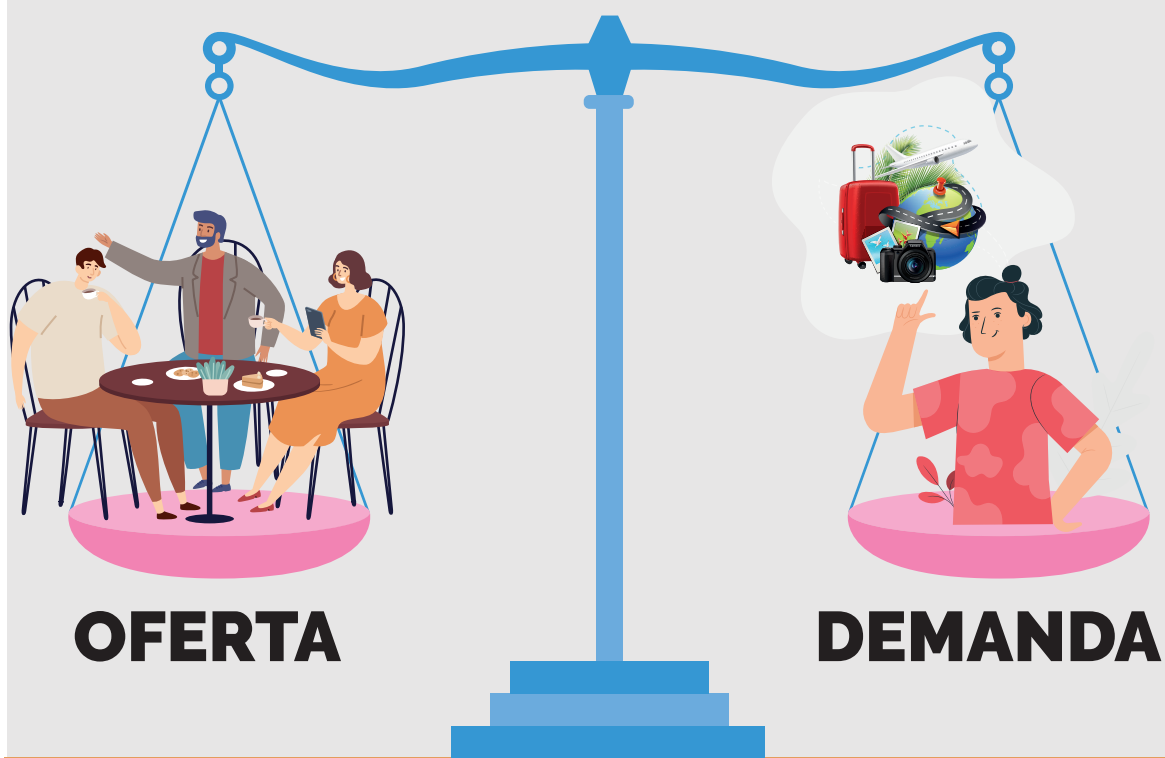
CLIQUE AQUI



Lembre-se!
O conteúdo completo do
estudo será lançado
em abril de 2022.
Aguarde!

Quais as tendências do turismo gastronômico?

O futuro do turismo gastronômico depende do comportamento das múltiplas tendências de seu contexto e das características do seu setor, de sua cadeia produtiva, com sua estrutura e seus atores centrais. Mas, também, depende do comportamento da demanda, do perfil dos turistas, seus desejos e preferências.



O turismo gastronômico está relacionado a múltiplos atores e deve ser entendido sob uma dupla perspectiva: da oferta e da demanda.



A qualificação dos atores envolvidos no turismo e sua sensibilização para o tema do turismo gastronômico tendem a refletir positivamente na oferta e estruturação de experiências nos diversos destinos turísticos brasileiros.

Alcançar a excelência no atendimento ao turista, assim como fortalecer a agricultura familiar e eliminar entraves burocráticos para comercialização de produtos artesanais associados aos territórios são pontos-chave para o crescimento do turismo gastronômico no Brasil.



O Selo Arte, instituído pela Lei 13.680/2018, é um certificado que assegura que produtos alimentícios como queijos, pescados e mel foram elaborados de forma artesanal, com receitas e processos que possuem características tradicionais, regionais ou culturais. O Selo elimina entraves burocráticos para que esses produtos possam ser comercializados livremente em qualquer parte do território nacional.

A oferta de cursos técnicos e tecnológicos de Gastronomia que é crescente no Brasil há mais de duas décadas, tende a continuar nesse mesmo ritmo, o que contribui para a formação de profissionais cientes de sua responsabilidade na valorização da cultura e da biodiversidade e, também, do vínculo entre gastronomia e turismo.



O PAPEL DOS(AS) CHEFS

Depois de conquistarem diversos prêmios e reconhecimento nacional e internacional pelo trabalho desenvolvido aqui no Brasil, chefs brasileiros(as) começam, agora, a levar seus modelos de negócio para fora do país.

O mesmo ocorre com restaurantes comandados por chefs brasileiros radicados em países como França, Inglaterra e Bélgica que valorizam ingredientes brasileiros em seus menus e se destacam em importantes guias gastronômicos.

Essa dinâmica tende a fortalecer o conceito da nova gastronomia brasileira e ampliar o mercado para ingredientes da sociobiodiversidade no exterior, ao mesmo tempo em que se dissemina no próprio país.



*Manu Buffara
de Curitiba para Nova Iorque*



*Rodrigo Oliveira
de São Paulo para Los Angeles*



*Chef Rafael Callagari
Restaurante Da Terra
(Londres, Inglaterra)*



*Chef Marcelo Ballardín
OAK (Gent, Bélgica)*

Dois anos após o início da pandemia da Covid-19, os festivais gastronômicos começam a retomar seus formatos presenciais e tendem a surgir novos eventos em todo o país.

A pauta da sustentabilidade e da economia circular passa a ser cada vez mais presente nesses eventos, com destaque para coleta seletiva, equidade de gênero, redução do uso de plásticos de uso único e combate ao desperdício de alimentos.



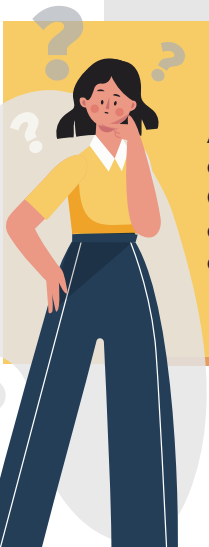
A segmentação de mercado existente na gastronomia deve se manter, passando pelos restaurantes autorais e contemporâneos (*fine dining*), regionais e tradicionais, as redes de franquia e *fast foods*. Além disso, o delivery de comida, principalmente restaurantes "*ghost kitchen* ou *dark kitchens*" e os que oferecem o serviço "complete em casa dando o seu toque pessoal", devem crescer.

Por outro lado, o crescimento do consumo de proteínas vegetais, associada ao investimento da indústria alimentícia em produtos *plant based* e a uma maior consciência dos consumidores (dietas alimentares vegetarianas, veganas, flexitarianas ou climaterianas) é outra tendência que deve persistir.



Você sabe o que é? Dieta flexitariana ou climateriana

A ideia é fazer escolhas alimentares ambientalmente corretas e que causem menos impacto ambiental. Consumir alimentos produzidos localmente e que estão na safra, reduzir o desperdício, o consumo de carne vermelha e de produtos processados são alguns preceitos dessas dietas.



A produção local de ingredientes para a culinária deverá continuar crescendo e se diversificando, tanto pela valorização de cozinheiros(as) profissionais e consumidores mais conscientes e exigentes, quanto pelos formatos mais simples e inovadores de restaurantes, de mais fácil acesso por parte dos turistas, e que valorizam a comida local.

Novas formas de cozinhar ou a renovação das antigas deverão atrair novos turistas, tal como a valorização da comida de boteco, de rua e de periferia (fora do centro).



A "mesa do chef" no Restaurante Oteque (RJ)

O clima é de criatividade e inovação, sendo uma delas a valorização da cozinha transparente nos restaurantes, que deve crescer, atendendo a curiosidade dos turistas, que se sensibilizam com gastronomia dos destinos que anseiam visitar.

A dimensão continental do Brasil impede o crescimento do turismo gastronômico?

Por vezes, o tamanho do país cria obstáculos de mobilidade interna (altos custos) e de relacionamentos com o exterior, pelo ensimesmamento que os países de grande extensão territorial naturalmente criam. Em contrapartida, essa extensão territorial e volume populacional oferecem um mercado gigantesco e variado para os turistas nacionais e internacionais, e, no caso brasileiro, uma diversidade de ingredientes pouco encontráveis no mundo.

Por outro lado, não se pode esquecer que o Brasil está inserido em um mundo de velozes mudanças. Essas vão impactar a evolução do país, tanto na sua economia quanto na sua política, nos seus costumes e estilo de vida. Por isso, é essencial monitorar as transformações externas e seus possíveis impactos sobre o rumo do Brasil, entre elas:

O deslocamento da economia mundial para o Oriente, a disseminação rápida das inovações tecnológicas, o crescimento do fluxo turístico, **a ampliação da economia criativa** e as novas demandas dos consumidores (natureza e saúde), são tendências que impactam o turismo gastronômico



12 cidades brasileiras integram a Rede de Cidades Criativas da Unesco, sendo **4** na categoria Gastronomia



O Brasil será capaz de atrair qual parte deste aumento do fluxo turístico?

Há uma década não cresce o fluxo turístico estrangeiro no país. Essa trajetória poderá vir a mudar na década que se inicia. O Brasil não é um centro de inovações tecnológicas reconhecido - como Estados Unidos, China, Alemanha, por exemplo - mas é um polo reconhecido internacionalmente de inovações tecnológicas na área da agricultura tropical, com produção de alimentos para o mundo inteiro.

Na produção de alimentos destacam-se o desenvolvimento da agricultura de grãos, a produção de proteínas animais, a pequena e média produção agropecuária, incluindo a agricultura orgânica, assim como, a descoberta e uso de novos ingredientes e produtos culinários. O Brasil tem uma megabiodiversidade a conhecer, valorizar e gerar maior valor agregado, podendo, inclusive, ampliar a cesta de produtos agroalimentares presentes na sua balança de exportação, como já ocorre com o açaí nos dias atuais.



Atualmente, o “ouroroxo” como o fruto é conhecido em muitas regiões produtoras, chega a quase todos os continentes e injeta cerca de U\$ 1,5 bilhão na economia paraense.

O Brasil é competente, também, na área de serviços e economia criativa, incluindo o setor de alimentação (bares e restaurantes) e turismo. Por isso, novos negócios no setor de turismo estão sempre surgindo, e essa tendência deve persistir e crescer, descentralizando-se.



Não se pode esquecer que as mudanças climáticas são um fator importante a ser levado em conta no desenvolvimento do turismo gastronômico. O aumento da consciência ambiental tende a provocar uma maior valorização da natureza e do uso de ingredientes naturais na gastronomia, aumentando a procura por opções mais saudáveis e fortalecendo o turismo gastronômico de qualidade, mas também com um preço mais justo.

O futuro encontra-se na sustentabilidade, e o Brasil deve se preparar para enfrentar as mudanças climáticas. Se o fizer de forma correta, preservando a natureza e valorizando seus produtos, terá condições de incentivar o fluxo turístico nacional e internacional



A expansão do turismo gastronômico depende de muitas variáveis, dentre elas a retomada do crescimento econômico.

Caso ocorra a retomada do crescimento, como ocorreu na primeira década do século XXI, com redução da pobreza, da desigualdade e crescimento das classes médias, a demanda pelo turismo gastronômico deverá crescer. Sobretudo se ocorrer uma melhor distribuição das riquezas, com a tendência de descentralização da economia e criação de empregos, com destaque para o setor de turismo, onde a linha de empregabilidade é menor.

A retomada do crescimento econômico, no mundo e no Brasil, por menor que seja, deverá trazer de volta a tendência do aumento do tamanho e da renda das classes médias, embora em nível mais modesto. Além do perfil de turistas que já viaja motivado pela gastronomia, o envelhecimento da população deve favorecer o segmento de idosos com renda a viajar e vivenciar as experiências gastronômicas dos destinos turísticos.

Todos, fatores favoráveis ao Brasil ter um turismo gastronômico mais consistente até 2030.



100

100

100

100

100

100

100
