



ESTUDO SOBRE TENDÊNCIAS DE

TURISMO GASTRONÔMICO

BRASIL 2030

BOLETIM 1/3
Março 2022

Estudo sobre Tendências de Turismo Gastronômico Brasil 2030

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. Esse estudo inédito busca antecipar cenários para que gestores públicos, empreendedores e profissionais que atuam ou desejam atuar no segmento do turismo gastronômico possam se planejar e diminuir as incertezas. Com o conhecimento das tendências e das características do setor, esses atores podem antecipar o futuro para nele intervir de forma eficiente.

O conteúdo completo do estudo será lançado **em abril**. Aguarde!



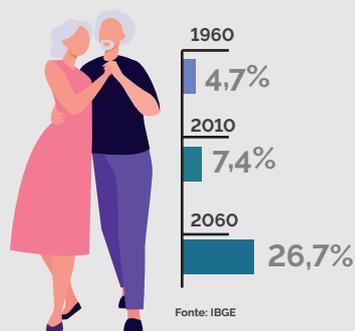
*“Se o passado pertence à história,
o futuro pertence à estratégia.”*

O que as tendências de turismo gastronômico podem nos revelar?

As tendências que impactam no turismo gastronômico são de vários tipos. Há aquelas de muita relevância, grande visibilidade, porém de pouca previsibilidade, como o dinamismo econômico. O mesmo ocorre com tendências referentes às inovações tecnológicas, igualmente com grande poder de mudança, mas pouquíssima previsibilidade.

Existem, porém, tendências importantes, mas de maior previsibilidade. Por exemplo, o crescimento populacional e da classe média no mundo, além do **envelhecimento da população**. Todas impactam favoravelmente o crescimento do turismo gastronômico.

BRASILEIROS COM 65 ANOS OU MAIS



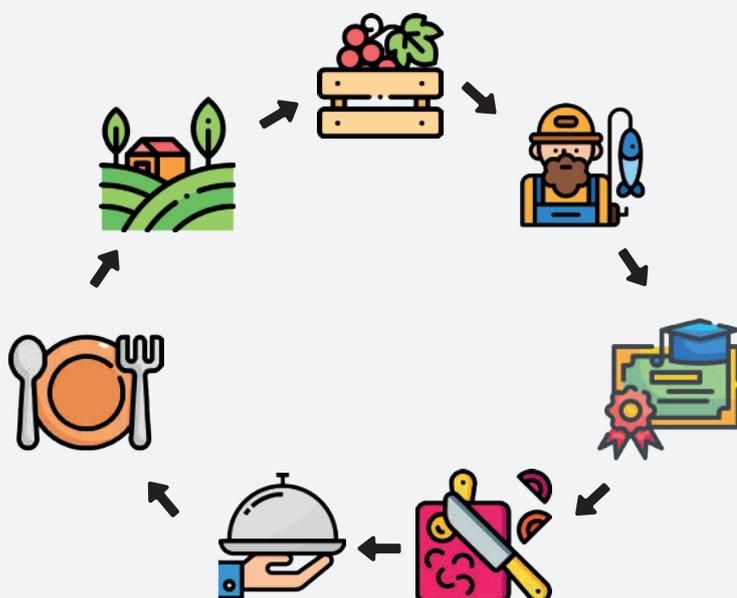
O **Estudo sobre Tendências de Turismo Gastronômico - Brasil 2030** revela que, por si só, a oferta culinária não é suficiente para promover um destino turístico "gastronomicamente". É preciso olhar o setor do lado da demanda, isto é, do perfil e dos desejos dos turistas. Ou seja, é preciso identificar as tendências **econômicas, sociais, culturais, ambientais e tecnológicas** que impactam não só a oferta como também a demanda turística



O que é turismo gastronômico?

O turismo gastronômico traduz o interesse dos turistas por experiências relacionadas à **gastronomia**. Trata-se de um fenômeno recente que se desenvolveu impulsionado pelo crescente interesse das pessoas em conhecerem a origem dos alimentos, reconstituírem sua cultura alimentar e experimentarem novos sabores ou produtos de uma região específica, e outras culturas. Surge como um contraponto ao processo de homogeneização cultural provocada pela industrialização e globalização e integra uma tendência global de práticas turísticas centradas na experiência e na afirmação das diferenças.

Dessa forma, desempenha um papel relevante, pois valoriza a diversidade cultural dos destinos turísticos e fortalece toda a cadeia de valor da gastronomia que **começa no campo e não termina na mesa do restaurante**. Por isso é um fator de estímulo ao desenvolvimento econômico regional com inclusão e sustentabilidade.



O que esperar do turismo gastronômico até 2030?

As tendências observadas pelo estudo apontam que, após a pandemia da Covid-19, o turismo gastronômico deve retomar a sua linha ascendente, embora não seja possível afirmar o quanto vai crescer, pois depende do comportamento da demanda. Vale lembrar que a economia, mundial e nacional, está muito instável e isso traz impactos diretos para o turismo.

A gastronomia está cada vez mais presente nos meios de comunicação escrito, falado, televisivo. Nas últimas décadas, assumiu uma grande relevância cultural e agora ganha novos contornos políticos, ambientais e sociais. A percepção que se tem sobre a gastronomia mudou, assim como mudou o próprio conceito de gastronomia. E os destinos turísticos devem estar atentos a essas questões que permeiam o debate em torno da gastronomia nos tempos atuais para poderem se posicionar e fortalecer seu *branding*.



Mestre do Sabor (Globo)



Masterchef Brasil (Band)



Chef's Table (Netflix)



E quais os benefícios esperados com o turismo gastronômico no Brasil?

Cada vez somos mais conscientes que o turismo gastronômico integra uma cadeia de valor que envolve vários ramos de atividades e que se articula com a cultura, com o patrimônio material e imaterial, os imaginários e a identidade de um destino. Ao longo dessa cadeia de valor temos agricultores, mercados, feiras, eventos, *chefs* de cozinha, jornalistas, instituições de ensino, ONGs e órgãos governamentais, entre outros.

Setores Primário e Secundário

Responsáveis pela produção e transformação dos alimentos que inclui agricultura, pesca e indústria alimentar.



Distribuição

Envolve um conjunto muito variado de canais como os mercados tradicionais, os supermercados e as grandes lojas de distribuição até as pequenas lojas de bairro, as mercearias e o comércio online.

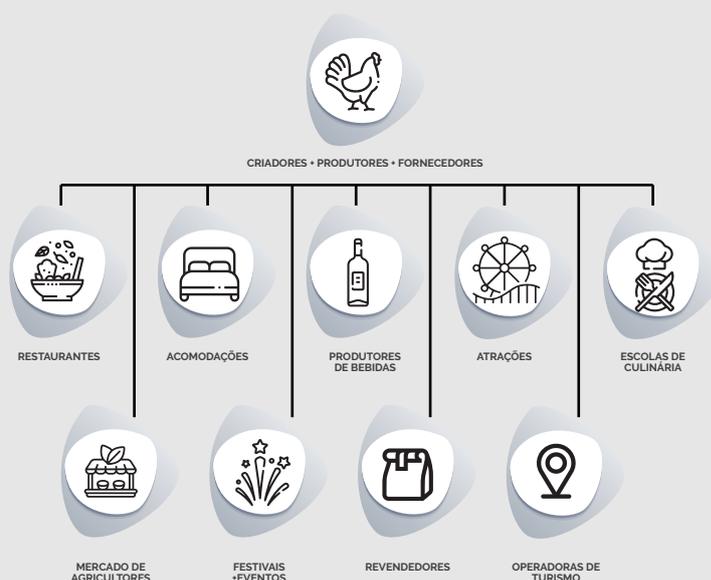


Consumo e Experiência

Inclui um conjunto de setores que dão suporte ao consumo e à experiência como restaurantes, bares, padarias, comida de rua, confeitarias, feiras, eventos e festivais.



CADEIA DE VALOR DO TURISMO GASTRONÔMICO



Quando bem trabalhado pelos destinos turísticos, o turismo gastronômico pode ser um impulsionador para produtos com potencial produtivo e de comercialização e para valorização dos patrimônios, das comunidades tradicionais, para o desenvolvimento de novas experiências e negócios. **E assim atrair turistas que viajam motivados pela gastronomia.**

NA GASTRONOMIA, O PRATO É APENAS A PONTA DO ICEBERG

Um iceberg azul estilizado flutua na água, com apenas a ponta visível acima da superfície. A frase 'NA GASTRONOMIA, O PRATO É APENAS A PONTA DO ICEBERG' está escrita em uma curva sobre a parte visível do iceberg.

O que leva o interesse pela gastronomia?

Para as pessoas se interessarem por gastronomia são necessárias algumas condições como cultura, renda e informação. Por isso, o futuro do turismo gastronômico depende, entre outras variáveis, do crescimento populacional, assim como do crescimento da renda das pessoas e da sua escolaridade. Depende também do desejo e interesse das pessoas, que gostam ou necessitam viajar, em conhecer e vivenciar experiências gastronômicas.

Há turistas que nas viagens querem comer o mais próximo possível do que consomem no dia a dia, enquanto, outros, querem descobrir novos sabores, conhecer produtores, seus saberes e fazeres, a origem dos ingredientes. Estes últimos formam o público do turismo gastronômico e que tem crescido nos últimos anos, como já foi sinalizado anteriormente.

Principais motivações de viagem



Fonte: 2º Relatório Global em Turismo Gastronômico da Organização Mundial de Turismo (2017)



O restaurante A Casa do Porco, no Centro de São Paulo, ficou em 17º lugar na lista *"The World's 50 Best Restaurants 2021"*, tradicional ranking de melhores restaurantes do mundo feito pela revista britânica *"Restaurant"*

E o lado da oferta?

Do lado da oferta também há várias tendências condicionando o futuro do turismo gastronômico. Por exemplo, a tendência de crescimento da rede de hotéis e restaurantes em um destino turístico; a riqueza e diversidade de ingredientes acessíveis para a culinária e gastronomia, a infraestrutura de acesso e comunicação; eventos e festivais gastronômicos, o saber fazer transmitido por gerações ou aprendido nos grandes centros de ensino.

Uma coisa é certa, a identidade gastronômica vem sendo prestigiada cada vez mais como um atrativo turístico eficaz.



Restaurante Casa do Saulo em Santarém; Festival Gastronômico *The Taste of São Paulo*; Alunos do Curso Superior de Gastronomia do IFB



Projeto Prospectivas para o Turismo Gastronômico no Brasil (IFB/MTUR) – Meta 03
Estudo sobre Tendências de Turismo Gastronômico – Brasil 2030

Autores:

Ana Paula Jacques
Ramon Figueira Garbin
Elimar Pinheiro do Nascimento

Área responsável:

Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo (MTUR)

Jornalista

Suênia Dantas

Diagramação:

Gerson Nunes (Prezz Comunicação)

Saiba mais em:

 <https://projetoturismogastronomico.com>

 projetoturismogastronomico@ifb.edu.br