

## CLUSTERS TURÍSTICOS COM A GASTRONOMIA COMO ATRATIVO

Antonio Carlos Benetti, Rodolfo Wendhausen Krause, Ana Paula Lisboa Sohn

Possui graduação em Zootecnia pela Universidade Federal de Santa Maria concluído no ano de 2000 e graduação em Gastronomia pela Universidade do Vale do Itajaí concluído no ano de 2016. Especialista (Latu Sensu) em Docência no Ensino Superior pelo Centro Universitário Cesumar - 2017. Aluno oficial do Programa de Pós Graduação - Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade Do Vale do Itajaí e bolsista do CNPq. Categoria: Mestrado - GM - Coordenador Prof. Dr. Francisco Antonio dos Anjos e orientando da Profa. Dra. Sara Joana Gadotti dos Anjos. Área de Concentração: Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria. Linha de Pesquisa: LP II - Gestão de Empresas de Turismo. Grupo: HGTUR- Grupo: Hotelaria, Gastronomia e Serviços Turístico. Integrante da equipe editorial (Assistente) da Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo (RBTur). Editada pela Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR.

O turismo gastronômico é uma realidade que amplia os postos de trabalho beneficiando a população de uma região turística com aumento de receitas e geração de emprego. A gastronomia é um atrativo, uma oportunidade e desta forma, visando uma abordagem que une a gastronomia ao turismo, o presente trabalho visa demonstrar a importância da gastronomia na formação do cluster turístico, tendo em vista que a gastronomia é uma das expressões perceptíveis do fenômeno turístico, associado a amplas possibilidades e que possibilitam salvaguardar suas raízes gastronômicas, e com isto, uma parte importante do seu patrimônio cultural. Este trabalho visa demonstrar a importância da gastronomia na formação do cluster turístico. A metodologia utilizada foi de caráter qualitativo exploratório, com revisão bibliográfica que deu subsídio para as incursões exploratórias contidas no desenvolvimento do trabalho e no levantamento de destinos que tivessem como um de seus diferenciais a gastronomia. Quanto aos resultados aponta-se que o cluster do turismo existe mais em razão da concentração geográfica das empresas e organizações do setor do que das parcerias que constituam a rede de cooperação, e várias organizações e atores ainda atuam individualmente no mercado do turismo, a gestão integrada e participativa, entretanto, tem potencial para avançar e se fortalecer, no sentido de consolidar-se a governança do cluster do turismo. O artigo traz contribuições, no sentido de ressaltar a importância do setor gastronômico para o desenvolvimento local de comunidades específicas, bem como ter um papel preponderante na cooperação para a criação de clusters turísticos que valorizem a gastronomia.

Palavras-chave: Turismo, produtos turísticos, cluster.

Referências: Bell, D., & Valentine, G. (1997). *Cosuming geographies*. London: Routledge. Beni, M. C. (2006). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac. Bonifazi, P. (2003). *tasting tourism: traveling for food and drink*. Burlington: Ashgate Publishing. Braz, K. C., & Veiga, L. O. (2010.). *a gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural*. Goiás: Universidade Estadual de Goiás. Ferro, R. C. (2013.). *Reflexões sobre a cultura no processo de desenvolvimento local*. Contextos da Alimentação. Gale, T. (2005). *Modernism, post-modernism and decline of british seaside resort as long holiday destination: a case study of Rhyl, North Wales*. *Tourism Geographies* 7. Henriques, C., C. M. (2016.). *Turismo e gastronomia: a valorização do patrimônio gastronômico na região do Algarve*. *Revista Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*. Long, L. (2004.). *Culinary tourism: Exploring the other through food*. Kentucky. University of Kentucky Press. Medaglia, J. M. (2013.). *A Segmentação de Mercado e a Demanda Turística Real em Diamantina/MG e Região, Observatório de Inovação do Turismo*. *Revista Acadêmica* Vol. VII, nº4, Rio de Janeiro. OMT. (2004.). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. A Tourism and Environment Publication. Madrid.: Organización Mundial del Turismo. Porter, M. E. (1999.). *Competição (on competition): estratégias competitivas essenciais*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus. S., O. L., & A., K. H. (2015.). *Considerações sobre o Turismo Gastronômico na Amazônia: o caso do roteiro gastronômico Expedição Amazônia no estado do Pará*. *CAD. Est. Pes. Tur. Curitiba*, v.4, nº4., p. 121-138. Sampaio, F. (2009.). *A gastronomia como produto turístico*. Silva, F. R. (2012.). *As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira*. *Revista NAU Social*. V.3, N.4., p. 111-121. Souza, A. C., Fialho, F. A., & Otani, N. (2007.). *TCC:Métodos e Técnicas*. Florianópolis.: Visual Books.