

TENDÊNCIA DO TURISMO GASTRONÔMICO: PERFIL DOS EMPREENDEDORES DOS TOURS GASTRONÔMICOS EM CURITIBA-PR

Heloisa de Miranda Coutinho, Anaís Kovaleski, Graziela Scalise Horodyski

Heloisa de Miranda Coutinho - Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná, Especialista em Gestão Comercial pela Fundação Getúlio Vargas, Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Anaís Kovaleski - Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná, Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Graziela Scalise Horodyski - Doutora em Geografia pela Universidade Federal do Paraná, Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí e Professora do Departamento de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Resumo: A gastronomia nunca esteve tão midiaticizada, de vídeos rápidos de receitas circulando diariamente nas redes sociais a estrelados programas de televisão onde chefs são ovacionados pelo público. Esta impulsão se deu através de um crescente mercado consumidor que busca maior custo/benefício e diferencial em suas experiências culinárias. Sendo a alimentação um pilar base do turismo, resulta diretamente impactado por estas novas demandas gastronômicas, gerando assim, uma tendência: os tours gastronômicos. Estes consistem em um produto turístico que oferece uma experiência gastronômica com forte apelo comercial. Esta pesquisa empreende um estudo de caso dos tours gastronômicos na cidade de Curitiba- Paraná, onde ocorreu um crescimento destes produtos através de empreendedores individuais motivados pelo aumento do consumo gastronômico. O objetivo da pesquisa é analisar o perfil dos empreendedores no mercado de gastronomia. Para isto, foi realizado um estudo qualitativo aplicado com uso de entrevistas semiestruturadas com empreendedores de tours gastronômicos. A avaliação dos resultados mostrou que a maioria destes não havia experiência prévia nas áreas de turismo nem gastronomia, porém a combinação de preferências e interesses pessoais com um potencial desperdiçado de mercado os levaram a empreender apostando nesta tendência, obtendo resultados financeiros e mercadológicos positivos. Sendo assim, conclui-se que turismo gastronômico ainda tem potencial de crescimento, e os tours devem ser inseridos no planejamento e desenvolvimento turístico do destino Curitiba-PR. Palavras-chave: Turismo Gastronômico, Tours Gastronômicos, Tendências, Empreendedorismo.

Palavras-chave: Turismo Gastronômico, Tours Gastronômicos, Tendências, Empreendedorismo.

Referências: Ansarah, M., & Kawaguchi, R. (2014). De Tours Gastronômicos à "Comidas de ruas": Múltiplos sabores na cidade de São Paulo pela perspectiva do Turismo de Experiência. XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Universidade do Estado do Ceará. Beni, M. C. (2007). Análise Estrutural do Turismo. 12. ed. São Paulo : Senac. Brillat-Savarin, J. A. (1995) A fisiologia do Gosto. São Paulo: Companhia das Letras. Dória, C. A. (2015). O que é a Gastronomia hoje? Revista Cult, 198. Editora Bregantini: São Paulo. Feger, J. E., Vieira, R. S., & Chemin, M. (2016) . Relação entre as características centrais empreendedoras e o processo de criação de empresas: um estudo exploratório, 15. Joaçaba: Race, v. 15, n. 3, p. 1035-1064. Ferreira, M. R., Valduga, V., & Bahl, M. (2016) Baixa-Gastronomia: caracterização e aproximações teórico-conceituais. Turismo em Análise. v.27, n. 1, p. 207- 228. Franco, A. (2004). De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. Senac: São Paulo. Flandrin, J-L., & Montanari, M. (1988). História da Alimentação. Estação Liberdade: São Paulo. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). Food tourism around the world: development, management and markets. Elsevier: Oxford. Hjalager, A-M., & Richards, G. (2002). Tourism and Gastronomy. Routledge: London. Horodyski, G. S. (2014). O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR. Tese de doutoramento, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil. INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. (2012) Pesquisa de demanda turística, perfil e opinião. Disponível em: <http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br>. Acesso em 09 jun 2017. Minasse, M.H. (2015). Eu Como Cultura? Notas sobre políticas de valorização da gastronomia no Brasil. ANPTUR, v. 11. ORGANIZAÇÃO MUNICIPAL DO TURISMO. (2014). Glossary of Tourism Terms. Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary-of-terms.pdf> Acesso em 26 dez 2016. Petrocchi, M. (2004). Marketing para destinos turísticos. Futura: São Paulo. PLANO TURISMO CURITIBA. (2015). Prefeitura de Curitiba. Disponível em: <http://multimedia.turismo.curitiba.pr.gov.br/2015/11/pdf/00000817.pdf> Acesso em 20 dez 2016. Schlüter, R. G. (2003). Gastronomia e Turismo. Aleph: São Paulo. Tonon, R. (2016) .Você tem fome de que? Revista GOL, 174, Setembro, p. 88-96. Tarrow, E. (2015) A Taste of Generation Yum: How the Millennial Generation's Love for Organic Fare, Celebrity Chefs and Microbrew Will Make or Break the Future of Food. Pronoun. Zepeda, K. (2012) Uma sopa pode ser bela? A ascensão da gastronomia e a estética da comida. In: ALLHOFF, F., MONROE, D. Comida e Filosofia: Coma, pense e seja feliz. Rio de Janeiro: Tinta Negra.