

#BORAPRAGOIÁS

LET'S
GO

Goiás
é diferente
de tudo

ESTUDO DE MERCADO

GASTRONOMIA

REGIÃO DAS ÁGUAS QUENTES



Explorar a culinária e os prazeres da mesa sempre esteve associado a momentos de lazer e a viagens, porém o conceito de **turismo gastronômico** evoluiu para abranger atividades turísticas e de entretenimento que posicionam a gastronomia como um pilar da identidade regional e patrimônio cultural e valorizam a relação entre a comida e sociedade.

O turismo gastronômico é muito mais que uma lista de restaurantes e não está relacionado apenas a atividades de alto custo, com percepção *gourmet* requintada. Também não está voltada apenas ao agroturismo. Tampouco exige grandes deslocamentos. Mas sim, está relacionado a todas as atividades que utilizam a **comida como meio de conexão entre as pessoas, os lugares e o tempo.**

Essa mudança foi ótima, pois criou a possibilidade das pessoas se aproximarem do alimento em níveis diferentes da cadeia de valor e aprenderem com quem produz - tornando possível ampliar o desenvolvimento econômico para diferentes camadas da sociedade e oferecer experiências mais pessoais e autênticas para o viajante.

Atribuindo a isso, o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Goiás – SEBRAE/GO, por meio de seus consultores credenciados, via convênio celebrado junto a GOIÁS TURISMO – AGÊNCIA GOIANA DE TURISMO, em parceria ao “Projeto de Retomada, Inovação e Fortalecimento das Regiões Turísticas do Estado de Goiás pós-pandemia”, traz uma abordagem atualizada

APRE SEN TA ÇÃO



SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| APRESENTAÇÃO..... | 02 |
| SUMÁRIO | 04 |
| CONCEITOS E DADOS DO SEGMENTO | 05 |
| PERFIL DA DEMANDA..... | 09 |
| TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO | 10 |
| PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS | 13 |
| REFERÊNCIAS | 17 |
| FICHA TÉCNICA..... | 18 |

CONCEITOS E DADOS DO SEGMENTO DA GASTRONOMIA

TURISMO GASTRONÔMICO

Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) apontam que a gastronomia é o terceiro maior impulsionador de viagens no mundo. No Brasil, a gastronomia movimentou cerca de R\$ 250 bilhões por ano, segundo cálculos da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), e é um dos itens mais bem avaliados por estrangeiros em visita ao país. Oito em cada 10 turistas internacionais aprovaram a gastronomia brasileira em 2019, segundo estudo realizado pelo Ministério do Turismo com visitantes internacionais (Demanda Turística Internacional). Esse fato, por si só, já demonstra o potencial do Brasil para atração de mais estrangeiros no cenário pós-pandemia.

Atualmente, o Ministério do Turismo também atua na construção do Programa Nacional de Turismo Gastronômico para o Brasil. E, por meio de uma parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB), fomenta a pesquisa em gastronomia e turismo gastronômico com vistas à produção de conhecimento, identificação de tendências e sistematização de informações.



Essa iniciativa também deve contribuir para o desenvolvimento da gastronomia sustentável no país e para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 2030, em especial para o crescimento do turismo rural, a criação de emprego, crescimento econômico e para o consumo e produção responsáveis.

"Aqui no Brasil não podemos nos furtar a oportunidade de direcionar estratégias para o desenvolvimento e promoção do turismo gastronômico e, ao mesmo tempo, destacar as identidades regionais e promover o desenvolvimento econômico e o patrimônio local dos nossos destinos. Somos um país com sabores e temperos únicos. Temos um potencial enorme para nos destacar no cenário mundial e é para isso que temos trabalhado, unindo esforços com outros atores e elaborando projetos que consigam transformar todo esse potencial em realidade", afirma Gilson Machado Neto.

O estado de Goiás possui grande variedade de belezas culturais e naturais em seu vasto território de mais de 340.000 km². Para se ter uma ideia, esse território é pouco menor que o da Alemanha, o sexto maior país europeu com cerca de 357.000 km². Essa imensidão no planalto central brasileiro abriga grande quantidade de rios, serras, chapadas, minerais preciosos e a riquíssima biodiversidade do cerrado, além da bela história e cultura do interior do Brasil. Com o intuito de organizar e facilitar a administração do turismo e proporcionar a melhor experiência possível ao turista, a Goiás Turismo dividiu o estado em 10 regiões turísticas, de acordo com suas características e potencialidades. Essas regiões são: Região do Vale do Araguaia; Região do Ouro e Cristais; Região das Águas Quentes; Região da Estrada de Ferro; Região Lagos do Paranaíba; Região Vale da Serra da Mesa; Região Pegadas no Cerrado; Região dos Negócios e Tradições; Região da Chapada dos Veadeiros; Região das Águas e Cavernas do Cerrado. O propósito é apresentar essas regiões para além de suas atrações turísticas.



EXEMPLOS DE ATIVIDADES DO TURISMO GASTRO NÔMICO:



Fazer um tour para experimentar comidas de rua;



Degustação de pratos e bebidas locais;



Seguir rotas de produtos regionais (ex: viajar pela rota do vinho ou café);



Comer em restaurantes tradicionais;



Compartilhar refeições com pessoas locais;



Participar de eventos e festivais gastronômicos;



Visitar feiras e mercados locais;



Aprender sobre a produção de um alimento, visitar fazendas e produtores artesanais;



Participar de aulas de culinária;



Visitar exposições que explicam a história da culinária local;



Expedições gastronômicas com chefs e especialistas.



PERFIL DA DEMANDA DA REGIÃO TURÍSTICA



Percentual do tipo de público:

| | |
|-----------|---------|
| Família | até 62% |
| Casais | até 39% |
| Solteiros | até 14% |

Percentual da origem:

| | |
|-------------|-----------|
| Local | até 21,5% |
| Regional | até 47% |
| Nacional | até 41% |
| Estrangeiro | até 3% |

Percentual de polos emissivos domésticos:

| | |
|--------------|---------|
| Sul | até 6% |
| Sudeste | até 30% |
| Centro-Oeste | até 38% |
| Norte | até 6% |
| Nordeste | até 12% |

Percentual de polos emissivos internacionais:

| | |
|------------------|----------|
| América do Sul | até 0,5% |
| América Central | até 2,5% |
| América do Norte | até 4% |
| África | até 0% |
| Europa | até 3% |
| Ásia | até 0% |
| Oceania | até 0% |

Percentual de gênero:

| | |
|-----------|-----------|
| Masculino | até 43% |
| Feminino | até 53% |
| LGBTQIA+ | até 10,5% |

Percentual da faixa etária:

| | |
|---------|-----------|
| Jovens | até 18,5% |
| Adultos | até 57% |
| Idosos | até 32% |

Percentual da motivação turística:

| | |
|--------------------------|---------|
| Visita a atrativos | até 27% |
| Negócios/Trabalho | até 12% |
| Lazer/Entretenimento | até 58% |
| Visita a amigos/Parentes | até 3% |
| Caráter desportivo | até 1% |
| Caráter estudantil | até 0% |



TENDÊNCIAS E INOVAÇÃO

Após um ano de pandemia, alguns hábitos não são mais tão novos e passaram a fazer parte de nossas vidas. Alguns deles chegaram para ficar, assim como os cardápios digitais via QR Code e os potes de álcool em gel nas mesas. Veja como eles afetaram a rotina dos estabelecimentos.

PREFERÊNCIA POR REFEIÇÕES EM ESPAÇOS ABERTOS E MESAS AO AR LIVRE

Essa escolha oferece uma segurança maior com um risco reduzido de contaminação pela Covid-19.

Seguindo isso e com inspiração em experiências já vistas em outros países, o brilhante projeto Ocupa Rua (idealizado por Alexandra Forbes, Gustavo Cedroni, Jeferson Rueda e Janaína Rueda), instalado inicialmente na Casa do Porco Bar, nasceu focado na ocupação de espaços públicos (tais como calçadas largas e vagas de estacionamento) para aumentar a ocupação na área externa de restaurantes e a instalação de *parklets* e jardineiras.

A person wearing a dark apron over a white shirt is holding a large, crumpled brown paper bag. The bag is the central focus of the image, and the person's hands are visible at the bottom corners. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

O DELIVERY E SUAS INOVAÇÕES

O isolamento social teve impacto diretamente na atividade dos restaurantes e muitos tiveram de efetuar ou desenvolver um formato de venda por *delivery*. Além de uma entrega simples, muitos restaurantes apostaram na personalização de embalagens e envio de mensagens escritas à mão, por exemplo.

Além disso, outro produto/serviço ganhou força no segmento: a possibilidade de finalizar a comida em casa. Uma das tendências é a opção de fornecer kits, acompanhados de descrições e até vídeos com o passo-a-passo necessário para que os clientes finalizem as montagens de suas refeições.

Os hotéis também precisaram inovar para atender às expectativas dos viajantes, e não só no que se refere ao uso de máscaras em áreas comuns. Muitos tiveram que criar programas como jantares mais refinados nos apartamentos e intensificar a higienização, conferindo aos hóspedes a segurança e a privacidade que o momento requer.



GASTRONOMIA SUSTENTÁVEL

A gastronomia sustentável pode ser compreendida como uma cozinha que leva em conta a origem dos ingredientes, como os alimentos são cultivados e, ainda, como chegam aos mercados e, posteriormente, aos pratos das famílias, com atenção para o não desperdício.

“Com o envolvimento e sensibilização de todos os que compõem a cadeia da gastronomia é possível evitar o desperdício de alimentos e bebidas, incluindo resíduos de embalagens. Os benefícios da gastronomia sustentável são muitos. Vão desde a proteção das espécies, tanto animal como vegetal, a valorização da produção local e o reaproveitamento”, destaca o secretário nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo, William França.

Atualmente, o Ministério do Turismo também atua na construção do Programa Nacional de Turismo Gastronômico para o Brasil. E, por meio de uma parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB), fomenta a pesquisa em gastronomia e turismo gastronômico com vistas à produção de conhecimento, identificação de tendências e sistematização de informações.

Essa iniciativa também deve contribuir para o desenvolvimento da gastronomia sustentável no país e o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e da Agenda 2030, em especial para o crescimento do turismo rural, a criação de emprego, crescimento econômico e para o consumo e produção responsáveis.

PRODUTOS E EXPERIÊNCIAS DA REGIÃO TURÍSTICA



O turismo gastronômico é a tendência de apreciar sem pressa a culinária local do destino. É entender que os pratos típicos também são uma parte importante da experiência dos turistas para vivenciar um destino. É muito mais do que almoçar correndo enquanto tem hora marcada para um show, teatro, museu ou até mesmo para voltar à praia antes que o sol se esconda.

Em muitos lugares, a gastronomia é por si só uma atração.

Além dos pontos turísticos e a história da cidade, a culinária e os pratos típicos também fazem parte da cultura local e devem ser entendidos como tal. Por isso, é importante tirar um tempo da viagem para apreciar os principais restaurantes locais. Ao experimentar os pratos típicos da região, o viajante colabora com a economia local e ajuda a população a se desenvolver economicamente.

Em muitos casos também é possível participar ou acompanhar o processo de produção de algum produto típico do destino. Dessa maneira, o viajante vivencia uma experiência completa, que vai muito além de comer. Experimenta uma imersão na história dos produtos, alimentos e na cultura local como um todo. Um bom exemplo são os *tours* por cervejarias, fábricas de cachaça e doces oferecidas na Região das Águas Quentes.



Nome: **Set Land**

Localização: **Parque temático - Caldas Novas - GO**

Contato: **www.setland.com.br/ / [@7setland](https://www.instagram.com/@7setland)**

Serviços: apresentação de teatro, brinquedos, espaços para fotos incríveis e um restaurante.

Descritivo: o atrativo turístico conta com mais de 10 atrações e cenários de 3 eras do tempo – glacial, medieval e futurístico – e proporciona experiências emocionantes, como: park de gelo, realidade aumentada, playground com 36 mil bolinhas, cenário de seriados famosos, divertidos cenários infantis, loja de presentes. O parque oferece, ainda, um restaurante temático com uma gastronomia internacional e regional (medieval).

Nome: **Hipócrates Cervejaria Artesanal**

Localização: **Caldas Novas - GO**

Contato: **www.cervejariahipocrates.com.br
[@cervejariahipocrates](https://www.instagram.com/@cervejariahipocrates)**

Serviços: bar e restaurante com apresentações artísticas ao vivo.

Descritivo: fabricação própria de cerveja artesanal produzida exclusivamente com malte e lúpulos importados, marca registrada da Hipócrates. Um local muito agradável com uma grande área aberta e estrutura moderna, cardápio com gastronomia internacional.





Nome: **Cachaçaria Vale das Águas Quentes**

Localização: **Caldas Novas - GO**

Contato: **www.cvaq.com.br**

@valedasaguasquentes

Serviços: oferece vários produtos derivados da cana como licores, cachaça, doces, geleias.

Descritivo: 22 anos mostrando um pouco da tradição local com muito verde, onde conhece-se parte do processo de fabricação da cachaça, várias qualidades para degustação e compra. Uma dica é refrescar-se com um delicioso sorvete de rapadura.

Nome: **Empadão Goiano da Tânia**

Localização: **Caldas Novas - GO**

Contato: **@empadaoioianodatania**

Serviços: restaurante.

Descritivo: serve o melhor empadão da região e várias opções gastronômicas regionais como panelinhas e outras delícias.



Nome: **Casa Vita Cafeteria**

Localização: **Caldas Novas - GO**

Contato: **@casavita**

Serviços: cafeteria.

Descritivo: espaço super aconchegante com uma variedade de cafés, drinks não alcoólicos e uma diversidade na gastronomia com variedades de pratos requintados.



Nome: **Kaeli**
Localização: **Caldas Novas - GO**
Contato: **www.kaeligelateria.com.br**
@kaeligelateria

Serviços: sorveteria.

Descritivo: oferece uma verdadeira experiência gastronômica ao apresentar várias possibilidades para se deliciar com os sorvetes com sabores de frutas regionais e apresentações inovadoras. Já soma mais de 20 anos inovando na gastronomia.

Nome: **Estação San Sarah**
Localização: **Rio Quente - GO**

Serviços: restaurante, choperia, *fast food* e pizzeria.

Descritivo: espaço amplo, arborizado e muita área aberta. Seu cardápio é diversificado para atender todos os gostos com pratos típicos regionais e nacionais.



Nome: **Miss Daisy Cafeteria**
Localização: **Piracanjuba - GO**

Serviços: cafeteria e lanchonete.

Descritivo: espaço com uma decoração bem londrina e um cardápio internacional com várias opções de cafés, lanches e *drinks*.

REFERÊNCIAS

Boletim de Tendência – Turismo Gastronômico 2016
Observatório Nacional de Turismo – Ministério do Turismo
Observatório do Turismo do Estado de Goiás 2020 – Goiás Turismo

<https://www.turismo.go.gov.br/files/BLBL.pdf>, acessado às 13:20h em 16 de novembro de 2021

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-e-ifb-promovem-oficina-para-impulsionar-turismo-gastronomico-no-brasil>, acessado às 14:40h em 16 de novembro de 2021

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-gastronomico-contribui-para-o-desenvolvimento-sustentavel-em-comunidades-rurais>, acessado às 15:10h em 16 de novembro de 2021

<https://viagemegastronomia.cnnbrasil.com.br/insiders/tendencias-pos-pandemia-setor-gastronomico-fred-sabbag/>, acessado às 17:10h em 16 de novembro de 2021

<https://viagemegastronomia.cnnbrasil.com.br/viagem/dia-mundial-do-turismo-o-retorno-e-tendencias-de-um-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia/>, acessado às 08:25 em 17 de novembro de 2021

<https://foodandroad.com/pt-br/turismo-gastronomico/>, acessado às 09:05h em 17 de novembro de 2021

<https://www.passagenspromo.com.br/blog/turismo-gastronomico/>, acessado às 09:40h em 17 de novembro de 2021

<https://www.ung.br/noticias/mercado-gastronomico-busca-reinvencao-e-inovacao-na-pandemia>, acessado às 10h em 17 de novembro de 2021

#BORAPRAGOIÁS

LET'S

GO



Goiás
é diferente
de tudo

