



Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

COMUNICAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS EM TURISMO

Profª Claudia Seabra

RELATÓRIO

TURISMO E GASTRONOMIA VEGETARIANA

FLORA RESTAURANTE

Jamil Abdalla Auhi

Matrícula nº 18673

Viseu

2019

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

Profª DOUTORA Claudia Seabra

Disciplina: Comunicação e Novas Tecnologias em Turismo

Aluno: Jamil Abdalla Auhi – Matr. 18673

INTRODUÇÃO

É objeto deste Relatório estabelecer diretrizes sobre o mercado e o produto vegetariano e vegano no atual cenário, tendo como alvo de trabalho o Restaurante Vegetario ***Flora Restaurante.***

Pesquisas pragmáticas foram feitas para se estabelecer linhas de atuação que minimizem as margens de erros.

O MERCADO

Nos últimos tempos o mercado de oferta de alimentos tem mostrado um cenário de destaque para o desenvolvimento dos restaurantes Vegetarianos e Veganos.

A mudança de comportamento tem atraído a atenção de investidores neste segmento operacional comercial.

A população em busca de uma alimentação mais saudável abre espaço para a discussão do vegetarianismo, saindo do campo dos discursos teóricos para ganhar sólida formatação, com a inauguração de supermercados e restaurantes voltados para a temática vegetais.

Pode-se constatar que hoje, usando Portugal como referência, há seis vezes mais restaurantes vegetarianos do que há dez anos.

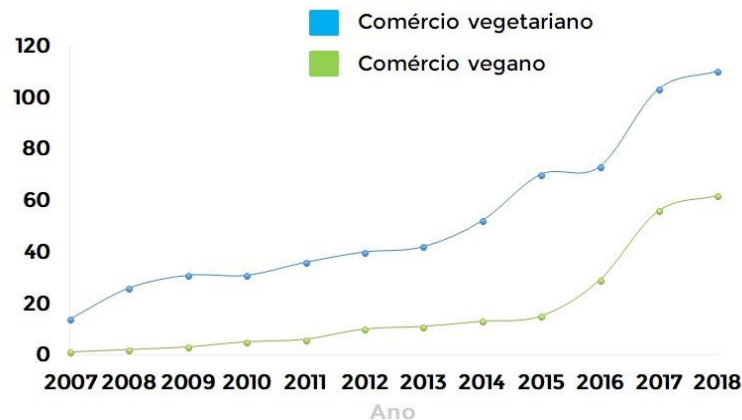


Imagem 01. Mercado em Portugal

1. Mercado turístico do produto vegetariano

Segundo pesquisa da Associação Vegetariana Portuguesa, o produto vegetariano e vegano em Portugal teve um aumento de 514% entre os anos de 2008 à 2018.

Este cenário demonstra o interesse da população em produtos cada vez mais saudáveis, em uma mudança de comportamento em solidifica-se estudos teóricos sobre a temática.

A exploração do mercado em tela, colabora não só para o desenvolvimento local, como desempenha papel fundamental na manutenção da cultura dos bens materiais e imateriais regionais.

2. O produto vegetariano

Aumenta a cada dia os estudos alimentares sobre o produto vegetariano sobre a saúde e o comportamento humano.

Os índices relacionados ao excesso de peso, à obesidade e ao aumento expressivo de muitas doenças como diabetes, câncer e doenças cardiovasculares contribuíram para a busca de alternativas saudáveis pela comunidade científica.

Pesquisas comprovam que alimentos naturais sem a interderência de gorduras externas e condimentos, aumentam a fidelidade dos efeitos alimentares sobre o corpo humano.

Um estudo mostrou que uma dieta vegetariana pode reduzir os riscos de doenças crônicas degenerativas como a hipertensão, a diabetes, alguns tipos de câncer, tais como o câncer do cólon, de mama, de próstata, de estômago, entre outros.

Em busca de soluções, tivemos um aumento considerável da população por alimentos vegetarianos.

II PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

1. A empresa/produto

Oferecer ao mercado um ponto-referência para o consumo de produtos alimentares vegetarianos, têm-se apresentado um negócio lucrativo e em ampla expansão. A conexão do negócio com a nova proposta de sociedade encontra-se de acordo com as pesquisas atuais e indicações econômicas.

Os meios de comunicações e recursos digitais como sites via PC e/ou Smartphones, apresentam-se com os meios de comunicações mais eficazes. O Marketing digital tem superado todas as expectativas, considerando a praticidade e dinâmica do acesso do público consumidor.

O consumidor vegano hoje já não possui características definidas, face ao novo comportamento social como um todo, conforme abordamos neste relatório, de forma a diversificação de ofertas o consumidor apresenta-se como o maior atrativo do empreendimento.

Temos que ter em vista que os adeptos do vegetarianismo baseiam-se no consumo de cereais, leguminosas, frutas, verduras e oleaginosas, entretanto, nem sempre existe a preocupação com a origem e o modo de produção dos alimentos (se são convencionais ou orgânicos, por exemplo), mas sim com a restrição de produtos de origem animal.

2. Ferramentas

2a. WhatsApp

O WhatsApp é um aplicativo gratuito de multiplataforma de envio de mensagens instantâneas e chamadas de voz e vídeo, com o recurso de envio de arquivos e fotos digitais.

Conta com um número estimado de 200 milhões de usuários no mundo.

Atualmente é amplamente utilizado comercialmente, no atendimento direto ao cliente.

2.b Facebook

Rede Social onde cria-se um perfil e expõem-se textos e fotografias.

O Facebook conta atualmente com um número estimado de 2,6 Bilhões de usuários no mundo.

Largamente utilizado na divulgação direta de localização, telefone, horário de funcionamento e fotografias do cardápio.

2.c Home Page

Existe um número imensurável de acessos à internet no mundo, com usuários das mais diversas classes sociais e localidades.

É irrevogável a necessidade da visibilidade via Home Page.

REFERÊNCIAS

1. Textos

- I. *Mercado de alimentação vegetariana em Portugal aumentou 514% nos últimos 10 anos; SoVeggieSoGood; Acesso em 03 de janeiro de 2020, às 10:05hs; Disponível em <https://soveggiesogood.exponor.co/mercado-de-alimentacao-vegetariana-em-portugal-aumentou-514-nos-ultimos-10-anos/>*
- II. *Cardoso, Margarida David; Há seis vezes mais restaurantes vegetarianos em Portugal do que há dez anos; Revista Ímpar, acesso em 02 de janeiro de 2020, às 14:16hs. Disponível em <https://www.publico.pt/2018/05/10/impar/noticia/ha-seis-vezes-mais-restaurantes-vegetarianos-em-portugal-do-que-ha-dez-anos-1829453>.*
- III. *Mercado de Alimentação Vegetariana em Portugal; Associação Vegetariana Portuguesa; Acesso em 03 de janeiro de 2020, às 09:31hs; Disponível em <https://www.avp.org.pt/noticias/mercado-de-alimentacao-vegetariana-em-portugal-aumentou-514-nos-ultimos-dez-anos/>*
- IV. *Vamos Virar Todos Vegan?; Visão; Acesso em 03 de janeiro de 2020, às 09:31hs; Disponível em <https://visao.sapo.pt/sociedade/2019-01-19-Vamos-todos-virar-vegan/>*
- I. *A Pirâmide Vegetariana; RG Nutri, Acesso em 02 de janeiro de 2020, às 19:20hs; Disponível em http://www.rgnutri.com.br/wp-content/uploads/2016/05/Pir%C3%A2mide-vegetariana_imagem-2.jpg*

2. Imagens

- II. *Associação Vegetariana Portuguesa; Acesso em 02 de janeiro de 2020, às 16:10hs; Disponível em <https://www.avp.org.pt/noticias/mercado-de-alimentacao-vegetariana-em-portugal-aumentou-514-nos-ultimos-dez-anos/>*

- III. Jornal da Record. Acesso em 02 de janeiro de 2020, às 15:41hs; Disponível em <https://noticias.r7.com/internacional/carne-na-alimentacao-quais-paises-lideram-o-ranking-09022019>
- IV. RG Nutri, Acesso em 02 de janeiro de 2020, às 19:20hs; Disponível em http://www.rgnutri.com.br/wp-content/uploads/2016/05/Pir%C3%A2mide-vegetariana_imagem-2.jpg