



Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

COMUNICAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS EM TURISMO

Profª Doutora CLAUDIA SEABRA

PLANO ESTRATÉGICO

TURISMO E GASTRONOMIA VEGETARIANA

FLORA RESTAURANTE

Jamil Abdalla Auhi

Matrícula nº 18673

Viseu

2019

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

Aluno: Jamil Abdalla Auhi – Matr. 18673

Disciplina: Comunicação e Novas Tecnologias em Turismo

I DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO

1. Mercado Turístico e tendências

Pesquisas atuais apontam que a mudança de comportamento social e tem chegado não só ao campo político e educador, como também à alimentação. Procura-se uma alimentação mais saudável, onde diminua-se a margem de doenças. A busca de uma alimentação mais saudável ganha força e sai do campo dos discursos teóricos para ganhar sólida formatação, com a inauguração de supermercados e restaurantes voltados para a temática vegetais.

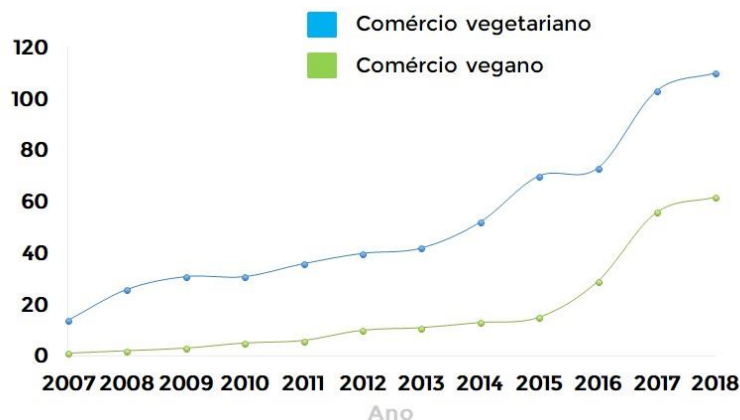


Imagem 01. Mercado em Portugal

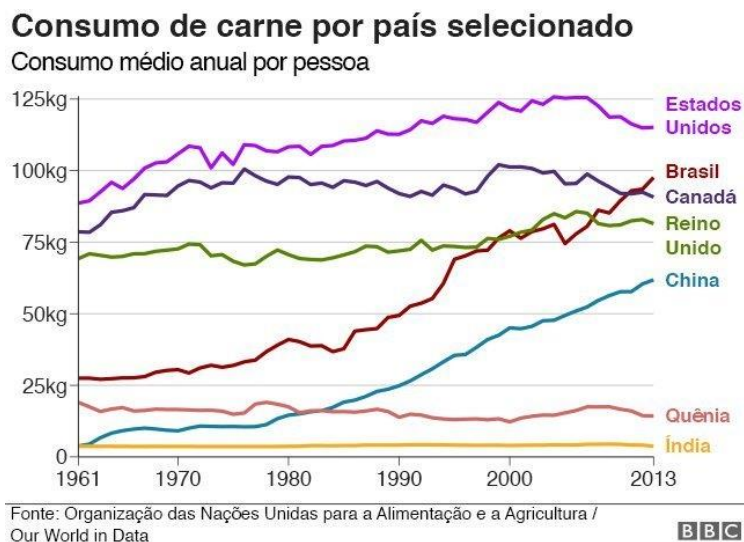


Imagem 02 – Consumo de carne em países

O maior crescimento verificou-se a partir de 2015 e, em particular, entre 2016 e 2017, período durante o qual abriram pelo menos 57 novos estabelecimentos em todo o país.

Com o aumento significativo dos restaurantes vegetarianos e veganos, podemos afirmar de uma forma empírica que não trata-se de modismo sociais, e sim uma mudança gradativa e progressiva de comportamento, onde a preocupação com a saúde tem ocupado destaque nos grupos alimentares.

2. Mercado turístico do produto vegetariano

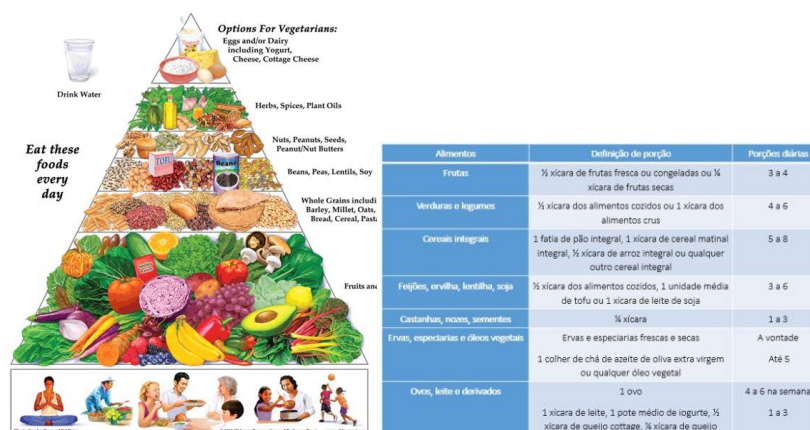
Pode-se constatar que hoje, usando Portugal como referência, há seis vezes mais restaurantes vegetarianos do que há dez anos.

A reeducação alimentar, antes vista como um procedimento unicamente complementar, hoje é encarada pela sociedade moderna, uma forma contundente na saúde, e tem no combate na prevenção de doenças um papel singular, principalmente nas cardiovasculares e hipertensão arterial

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.



Imagens 3 e 4 – Pirâmide Vegetariana e Consumo

3. 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 interferência 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.

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-/>*
- v. *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

- A. 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/>
- B. 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>
- C. 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
- D. <https://jamilturismo2019.wixsite.com/florarestaurant>