

Determinantes do consumo local de alimentos em destinos turísticos: Uma análise a partir da literatura recente

Maicon Eric Nunes de Godoy¹, Cláudio Vinícius Silva Farias^{1*}
*Orientador

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Porto Alegre. Porto Alegre, RS.

A importância do turismo para a economia de muitos países é destacada por diversos autores. Uma gama significativa de estudos apontam que muitos turistas escolhem um destino para férias com base em diferentes fatores, dentre eles o de vivenciar experiências, realizar desejos e experimentar algo novo. Todavia, não existe um perfil único de turistas, pois eles são afetados por sua personalidade, pelas experiências anteriores e por suas vivências. Assim, estudar a percepção do que motiva ou incentiva os turistas quando do consumo de alimentos em um determinado local turístico torna-se uma oportunidade de melhorar a competitividade dos diferentes agentes do setor de turismo. Apesar das motivações dos turistas nas escolhas de seus destinos estar amplamente discutida na literatura, quando o foco são os fatores de consumo de alimentos, existe ainda um caminho a ser explorado. O presente estudo se propõe a discutir, com base na literatura atual existente, os modelos teóricos e metodológicos que tratam sobre os determinantes do consumo local de alimentos em destinos turísticos. Pretende-se identificar, nos diferentes estudos existentes, que traços de personalidade dos turistas determinam o consumo de alimentos. Do ponto de vista prático e gerencial é importante que os destinos compreendam como a cultura alimentar dos turistas se relaciona com seus hábitos de consumo e de escolha dos seus roteiros de viagem. Este estudo se caracteriza como uma pesquisa aplicada, que, além de estender o conhecimento existente sobre a teoria do comportamento do consumidor; uma vez que ao revisar a bibliografia recente sobre o tema e os modelos existentes, não se encontram estudos que tenham por base os países ibéricos ou da América Latina; busca inovar ao configurar um modelo que esteja adequado à realidade desses países. Igualmente, procura aproximar duas áreas de grande interesse na atualidade: turismo e gastronomia, pois, tanto a academia quanto o meio empresarial estão fortemente atentos às contribuições que o setor de turismo vem recebendo dos diversos movimentos da gastronomia mundial, assim, esta pesquisa nasce com a expectativa de gerar conhecimento aplicado, tanto aos gestores e empreendedores do segmento de alimentação fora do lar (bares e restaurantes), quanto aos gestores públicos, oferecendo indicações para políticas eficazes de ampliação da captação e retenção de turistas. Após a análise e sistematização das variáveis existentes, o presente estudo propõe um modelo analítico, de viés quantitativo, explicativo do comportamento de consumo, vinculando gastronomia e turismo.

Palavras-chave: Gastronomia. Turismo. Comportamento do Consumidor.