

LIMA; Priscila Fernandes Holanda¹, BARBOSA; Maria Eduarda Souza², AQUILINO; Giane Meyre de Assis³

RESUMO

A escolha de ser vegetariano ou vegano, dentro das concepções que se vem assentando na sociedade, inclui maior responsabilidade nas pessoas por seus atos relacionados ao meio ambiente e aos animais, é influenciada por fatores socioeconômicos, como valores compartilhados no grupo de referência, normas culturais e características da oferta de alimentos dessa categoria. Os indivíduos vegetarianos apresentam melhores níveis sanguíneos, de vitaminas e antioxidantes, menores taxas de hipertensão, colesterol e diabetes, bem como menores riscos de arteriosclerose, câncer de próstata e colón. A preocupação com a alimentação tornou-se um papel estratégico para a hospitalidade no ramo hoteleiro. Dessa forma, há a necessidade de compreensão entre as empresas de serviço de alimentação e os consumidores que se intitulam vegetarianos, abrangendo 14% da população brasileira. O público com restrições alimentares deveria ter mais atenção das unidades de alimentação, pois a adaptação desses estabelecimentos não estará atendendo apenas a um grupo seleto de pessoas, visto que muitos simpatizam com esse estilo de vida e outros têm curiosidade em experimentar novos pratos. Além de alcançar a satisfação dos clientes, estará exercendo a hospitalidade no comércio. O trabalho em pauta tem por objetivo avaliar a hospitalidade da hotelaria na oferta de uma gastronomia especializada às exigências do público vegetariano; o mesmo é uma revisão de literatura narrativa sobre a crescente prática do vegetarianismo e, para isso, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre temas como hábitos alimentares, adesão ao vegetarianismo, sustentabilidade e hotelaria. Mundialmente, cerca de 70% dos consumidores estão mudando de dieta, a transformação é impulsionada pela mudança sem precedentes da população, cada vez mais consciente em relação à saúde, às causas ambientais e ao cuidado com os animais. De acordo com projeções de estudos, na Inglaterra um quarto da população britânica será vegetariana e metade 'flexitariana', em 2025. Migrando para o cenário nacional, de fato, o vegetarianismo também alcançou um aumento histórico, atualmente 14% da população brasileira se intitula vegetariana, ou seja, 30 milhões dos brasileiros optam por não comer carne. Sob esse ponto de vista, o setor de alimentos e bebidas de um hotel, além de constituir um importante fator cultural e social, é um serviço essencial e a ampliação de receitas criativas, especializadas é uma forma de acolhimento aos indivíduos, inclusive vegetarianos, um diferencial competitivo para melhorar a experiência do hóspede durante a estadia e fornecer status ao hotel. É notório que há um crescente aumento do mercado vegetariano e que a busca pelo bem estar, seja no âmbito ético ou orgânico, é visível. É uma grande oportunidade para o setor hoteleiro possuir o alimento como instrumento de expressão social e inclusão.

PALAVRAS-CHAVE: Vegetarianismo, Hotéis, Cultura, Comportamento de Procura

¹ Graduanda de Nutrição pelo Cesmac, pifholanda@gmail.com

² Graduanda de Nutrição pelo Cesmac, eduardasbarbosa99@gmail.com

³ Nutricionista pela UFAL - Mestre em Pesquisa em Saúde pelo Cesmac, giaquilino@hotmail.com