

Nostalgia Economy e o Mercado da Saudade

A economia da nostalgia, ou *nostalgia economy* como é conhecida em inglês, refere-se ao fenômeno das empresas e indústrias que capitalizam o gosto dos consumidores por eras passadas e por produtos culturais. A nostalgia sempre foi uma força poderosa, mas nos últimos anos tem se tornado cada vez mais lucrativa à medida que mais pessoas procuram experiências e produtos que os lembrem do passado e de suas origens.

Desde brinquedos antigos até carros clássicos, além de restaurantes e produtos voltados para a culinária tradicional, a economia nostálgica abrange uma ampla gama de indústrias e ofertas. Ao explorar as conexões emocionais dos consumidores com suas origens, as empresas podem criar uma sensação de familiaridade e proximidade.

Aprofundando melhor na área de alimentos, o termo mais utilizado é “mercado da saudade”. O “mercado da saudade” é uma expressão utilizada para descrever o consumo dos imigrantes no exterior de produtos do seu país de origem. A nostalgia é um dos principais motores desse mercado. Esse mercado combina os interesses e vontades gastronômicas dos consumidores com a oportunidade de internacionalizar produtos, normalmente prontos para consumo, e acessar novos mercados.

Pode ser compreendido como um mercado de nicho, e aquelas empresas e cooperativas que o identificaram como potencial atuam em localidades com a maior concentração de brasileiros e latino-americanos.

Em uma reportagem publicada pelo jornal *El País*, o pão de queijo e a marca Forno de Minas são citados, já que os produtos estão presentes nos Estados Unidos, Colômbia, Uruguai, Chile, Paraguai, Peru, Guatemala, El Salvador, Panamá, Costa Rica, Canadá, Portugal, Reino Unido, China, Emirados Árabes Unidos e Japão. Nos

Estados Unidos, onde há uma enorme comunidade brasileira, a empresa está presente há duas décadas e tem inclusive uma filial em Miami.

Onde estão os brasileiros?

De acordo com o relatório do Ministério das Relações Exteriores, referente ao ano de 2020, os brasileiros estão distribuídos de acordo com o mapa abaixo:

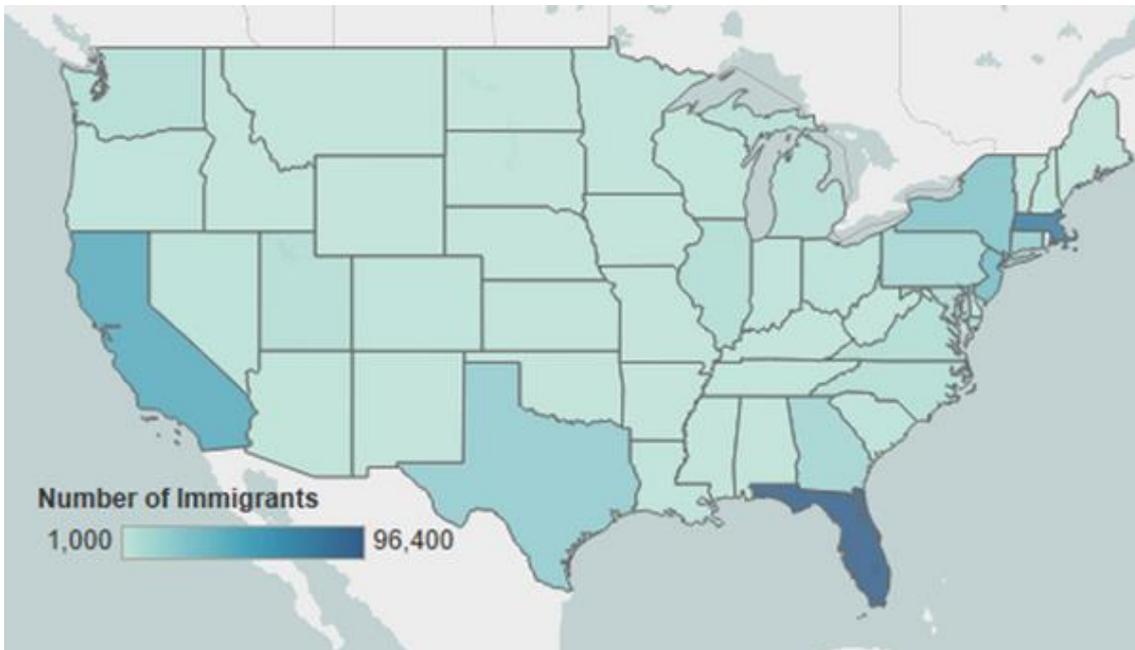


Fonte: MRE (2020)

A maior comunidade de brasileiros está localizada nos Estados Unidos, seguido por Portugal, Paraguai, Reino Unido, Japão, Itália, Espanha, Alemanha, Canadá e França. Ao observarmos esses destinos pelas jurisdições dos consulados, forma que o MRE organiza o atendimento dos nacionais, dentre os 10 consulados listados, 5 estão localizados nas seguintes cidades: Nova Iorque, Miami, Boston, Los Angeles e Atlanta.

Estudo de caso – Estados Unidos e Búzios Market

Por ser o destino mais procurado pelos brasileiros para migrar, abaixo apresentamos dados da concentração dos imigrantes brasileiros nos Estados Unidos, elaborado pelo *Migration Policy Institute*:



Metropolitan Area	Immigrant Population from Brazil	% of Metro Area Population
Boston-Cambridge-Newton, MA-NH Metro Area	57,000	1.2%
Miami-Fort Lauderdale-Pompano Beach, FL Metro Area	54,000	0.9%
New York-Newark-Jersey City, NY-NJ-PA Metro Area	53,000	0.3%
Orlando-Kissimmee-Sanford, FL Metro Area	20,000	0.8%
Los Angeles-Long Beach-Anaheim, CA Metro Area	16,000	0.1%
San Francisco-Oakland-Berkeley, CA Metro Area	13,000	0.3%
Washington-Arlington-Alexandria, DC-VA-MD-WV Metro Area	12,000	0.2%
Bridgeport-Stamford-Norwalk, CT Metro Area	12,000	1.3%
Atlanta-Sandy Springs-Alpharetta, GA Metro Area	11,000	0.2%
Worcester, MA-CT Metro Area	10,000	1.1%

Fonte: Migration Policy Institute



Em janeiro, a Ocepar esteve presente na NRF 2023 e aproveitou para visitar um mercado brasileiro em Nova Iorque, chamado Búzios Market, localizado em Manhattan (19 West 45th Street - 8th floor ,New York, NY, 10036).

É um mercado pequeno e localizado em uma sala comercial. Apesar disso, possui uma boa variedade de produtos e está em uma região extremamente bem localizada. Um dos seus diferenciais é realizar delivery no mesmo dia. Possui alimentos, produtos de higiene pessoal, presentes e produtos típicos. A base de seus clientes é, atualmente, dividida praticamente em partes iguais de imigrantes brasileiros e de outras nacionalidades, sendo que latino-americanos também

buscam o mercado por terem produtos similares ao que comprariam em seus países natais.

Abaixo, fotos do mercado e alguns dos produtos:

Entrada do Mercado



Destacam-se, principalmente, farinhas e derivados de mandioca, feijão, sucos variados (caju, maracujá, goiaba, manga). Nos lácteos destaques para requeijão e queijo coalho. Já em relação à proteína animal, existiam opções resfriadas e congeladas de linguiças e embutidos. Sem esquecer do pão-de-queijo, um dos produtos mais vendidos. Para ter acesso aos preços e todos os produtos do Búzios Market, basta acessar o site: <https://www.buziosnyc.com/>

Esta pode ser uma grande oportunidade para introduzir os produtos das cooperativas em novos mercados e expandir negócios. Muitos imigrantes e seus descendentes vivendo em outros países estão frequentemente interessados em consumir comidas tradicionais de seu país de origem. Assim como qualquer atividade voltada para a exportação, é importante pesquisar o mercado alvo, cumprir com todos os regulamentos e certificações relevantes, tais como segurança alimentar e exigências de rotulagem.

Referências:

MRE - <https://www.gov.br/mre/pt-br/assuntos/portal-consular/arquivos/ComunidadeBrasileira2020.pdf>

Migration Policy Institute - <https://www.migrationpolicy.org/article/brazilian-immigrants-united-states> - 4 de agosto de 2022.

El País - <https://english.elpais.com/usa/2021-08-24/the-nostalgia-economy.html> -