

Corredores turísticos de traslado: oportunidades para ampliação do mercado da agricultura familiar

José Elmar FEGER¹
Charles Savino BUCCO²
Claiton D. MARTINI³

Resumo: O tema do estudo corresponde a demanda de produtos elaborados na agricultura familiar em corredores turísticos de traslado. Realizou-se a investigação tendo como objetivo geral analisar o potencial de demanda para produtos coloniais no ponto de parada “Gringo” na BR 282 com vistas a verificar a possibilidade de ofertar para os viajantes produtos originários do sistema de produção denominado agricultura familiar. A investigação foi orientada pela seguinte questão: Qual o potencial de demanda de produtos coloniais do ponto de parada “gringo” localizado no corredor turístico formado pela BR - 282? Por meio de uma pesquisa de carácter exploratório foi possível verificar que existe potencial para aquisição de produtos gerados nas propriedades rurais neste local pois 78,6% dos respondentes afirmam adquirir produtos desta natureza quando em viagem. Quanto ao potencial de consumidores (turistas) foi estimada em 1.600.000 pessoas que circulam pela referida rodovia aumentando em 13 vezes se comparada a população domiciliada na Região de abrangência da Secretaria de desenvolvimento Regional de Joaçaba. Assim, os dados sugerem que a exploração de corredores turísticos de traslado deve ser considerado ao elaborar estratégias de desenvolvimento em localidades distantes de centros urbanos e que não possuam características diferenciadas em seus atrativos no meio rural.

Palavras-chave: Corredor de traslado. Turismo rural. Agricultura familiar. Demanda turística.

Introdução

A Política Nacional de Turismo (PNT) brasileira propõe a regionalização como estratégia para criar produtos turísticos competitivos, tanto em nível nacional como internacional. No âmbito do seu processo de implementação, procura ampliar a oferta turística especialmente no interior dos estados brasileiros, visto que, historicamente o turismo se concentra na costa explorando o segmento de sol e praia (Brasil, 2004). O turismo rural, em muitos casos é apontado como forma de alcançar este objetivo pelos estrategistas e estudiosos do turismo. No campo do desenvolvimento agrário, aponta-se para o esgotamento das possibilidades de geração de renda unicamente agropecuária no meio rural, asseverando para a necessidade de exploração das atividades industriais e de prestação de serviços, ou seja, desenvolver atividades não agrícolas, como forma de diversificar as possibilidades de renda neste meio. Uma oportunidade muito discutida

¹ Doutor em Desenvolvimento Regional. Professor e Pesquisador do Programa de Pós Graduação (Mestrado) da Universidade Federal do Paraná. elmar.josefeger@gmail.com.

² Bacharel em Administração. Universidade do Oeste de Santa Catarina. charles_bucco@yahoo.com.br

³ Bacharel em Administração. Universidade do Oeste de Santa Catarina. claiton_jba@yahoo.com.br

consiste na implantação do turismo rural ou agro turismo como forma de alcançar este objetivo (Abramovay, 2003; Veiga, 2007).

Observa-se que originando-se de campos de interesse diferentes as proposições convergem para uma mesma possibilidade de ampliação da diversificação da renda nas propriedades do meio rural, o turismo. Assim, uma das estratégias mais difundidas consiste na adaptação das propriedades rurais para receber visitantes e comercializar produtos nela elaborados (produtos coloniais). Uma outra, na corrente do agronegócio, estimula também, a comercialização dos produtos industrializados nas propriedades em feiras nos centros urbanos.

Pesquisas empíricas, todavia, mostram limitações no modelo proposto, visto que muitos roteiros rurais não alcançam um volume adequado de visitantes e desestimulam os agricultores, bem como, a comercialização de produtos elaborados no meio rural é limitada em pequenos municípios ou regiões com centros urbanos pouco populosos, mesmo quando os agricultores organizam-se por meio de associações e cooperativas (Santos Júnior, Tesser & Deitos, 2005; Feger, 2010).

Da discussão pretérita, infere-se que os atores responsáveis pela implementação das políticas tanto de expansão do turismo como da diversificação da produção no meio rural, pautam suas decisões estratégicas na visão de transformar as propriedades em atrativos turísticos, ou comercializar na propriedade ou em feiras do próprio município a produção destas unidades. Para os referidos autores, a comercialização seria efetuada tanto para moradores locais como turistas, aumentando a renda dos agricultores por meio da turistificação das propriedades rurais. Esta estratégia, do ponto de vista da demanda parece ser limitada, diante da quantidade de roteiros ou empreendimentos propostos nos processos de regionalização do turismo que não produziram efeitos suficientes no sentido de promover melhores condições aos agricultores (Feger, 2010).

Duas razões podem estar promovendo tal limitação: no tocante ao turista, visto que o mesmo não se dispõe a deslocar-se ao meio rural caso as distâncias sejam muito elevadas, e os atrativos não muito diferenciados (Boullón, 2002). No que diz respeito às populações da grande maioria dos municípios brasileiros não ultrapassa a vinte mil pessoas (Veiga, 2007) constituindo-se em demanda insuficiente no sentido de aumentar a escala de produção e venda da produção de pequena propriedade. A esse respeito, Testa e seus colaboradores (1996) já chamava atenção para o baixo consumo dos municípios localizados da região oeste de Santa Catarina. Assim, em qualquer das perspectivas o volume é insuficiente para estimular maior número de famílias ingressarem nesse processo, conseqüentemente restringindo a possibilidade de promover o desenvolvimento tão propalado pelos elaboradores das políticas públicas.

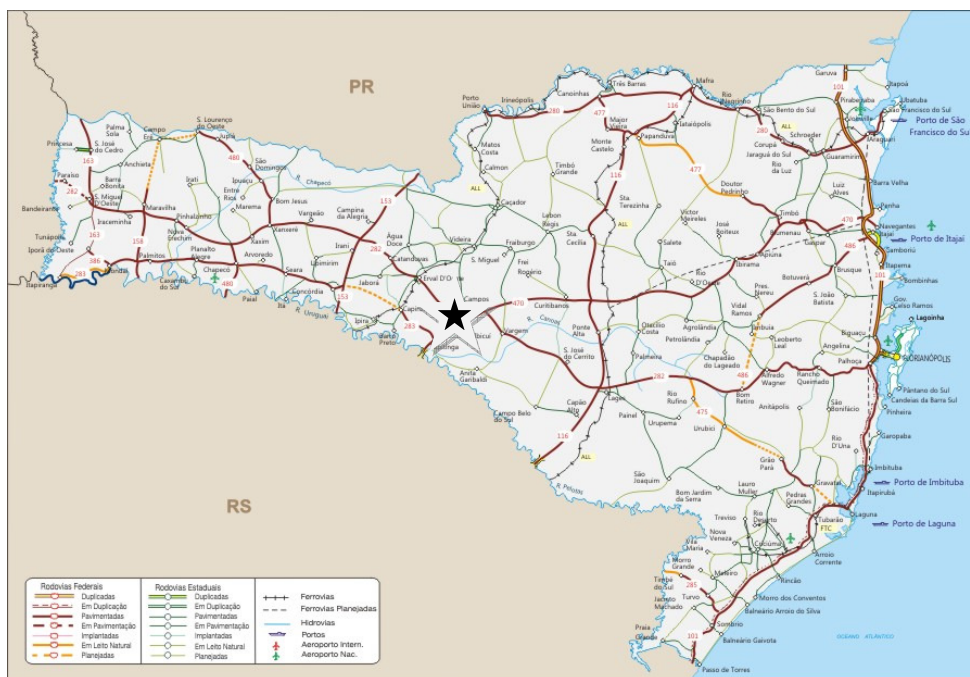
Diante desse cenário, questiona-se, é eficaz a ênfase dada para a elaboração de estratégias voltadas ao desenvolvimento de produtos turísticos nestas unidades espaciais? Tomando-se o turismo como um sistema haveria possibilidade de alcançar o objetivo de

promover o desenvolvimento via aumento de renda na propriedade rural, por meio do turismo, sem que o turista necessite se deslocar até a propriedade do agricultor?

Diante do até aqui referido, considerou-se a necessidade de realização de investigação, tomando-se como hipótese que a forma mais adequada para promover o desenvolvimento seria integrar a produção agrícola ao sistema turístico nos corredores de traslado ao invés de promover a criação de feiras nos próprios municípios, ou mesmo, tentar incentivar os agricultores a adaptarem suas propriedades para receber turistas.

Para testar empiricamente tal proposição foram realizados vários estudos de caso, dentre os quais o selecionado para subsidiar a discussão da hipótese neste artigo. A delimitação espacial, portanto, correspondeu a um ponto de parada denominado “Gringo” localizado na BR 282 na altura da cidade de Erval Velho, no Estado de Santa Catarina. Este local foi escolhido por ser tradicionalmente utilizado pelos viajantes que se deslocam pela referida rodovia. A BR 282 cruza o Estado de Santa Catarina no sentido oeste-leste, faz a ligação entre a divisa deste estado com a Argentina (Oeste) e o seu litoral (Leste). A estrela localizada na Figura 1 indica aproximadamente o local em que foi realizada a pesquisa.

Figura 1 – Local da pesquisa



Fonte: Mapa Principais Rodovias em Santa Catarina. Ministério dos Transportes (2009?)

Assim, realizou-se a investigação tendo como objetivo geral analisar o potencial de demanda para produtos coloniais no ponto de parada “Gringo” na BR 282 com vistas a verificar a possibilidade de ofertar para os viajantes produtos originários do sistema de produção denominado agricultura familiar. A investigação foi orientada pela seguinte

questão: Qual o potencial de demanda de produtos coloniais do ponto de parada “gringo” localizado no corredor turístico formado pela 282?

O artigo inicia com uma discussão teórica relacionada com o turismo, sua distribuição espacial e com as políticas de diversificação da agricultura familiar. Na sequência apresenta-se os procedimentos metodológicos adotados a fim de alcançar os objetivos da pesquisa, seguindo-se com a apresentação e análise dos dados. Finaliza-se o texto tratando das considerações e aprendizados obtidos.

Referencial teórico

A complexidade em conceituar o turismo é recorrente na medida em que os diferentes autores, vinculados aos campos científicos distintos, se preocupam em estudar o fenômeno, aumentando a sua amplitude e extensão (Acerenza, 1998; Beni, 2004; Boullón, 2002;2005; Middleton & Clarke, 2002). Entretanto, como destaca, Beni (2004) as diversas noções de turismo apresentam traços comuns, os quais sempre vale ressaltar para melhor compreender o fenômeno. Um primeiro ponto corresponde a viagem ou deslocamento, inerente ao próprio termo “tour”, implicando em que haja movimentação de ida e volta de pessoas de uma determinada região para outra. Um segundo ponto, a ser considerado, é a permanência fora do domicílio, que juntamente com variáveis de gastos e ocupação do espaço formam o tráfego turístico. Por fim a temporalidade, que se caracteriza pelo deslocamento das pessoas por um determinado período pré-definido. O turismo implica na ocorrência destes três pontos concomitantemente. Caso contrário recai sobre outra categoria de viajantes. No que tange ao conceito de turistas, apoiando-se ainda em Beni (2004) entende-se que são pessoas que se deslocam de seu local de origem para outro local, permanecendo por um determinado período por motivo específico, tais como, lazer ou negócios.

Dependendo das características do ambiente em que o turismo se desenvolve é possível identificar tipologias dos segmentos do consumo turístico (Beni, 2004). Para os interesses desta pesquisa destacam-se: O segmento do turismo rural que atinge os turistas que buscam por espaços rurais, que criam seus roteiros, para usufruírem dos cenários ou instalações rurais. O segmento do Agroturismo é direcionado para turistas que procuram vivenciar a autêntica experiência da vida no campo, como participar da rotina diária e dos afazeres domésticos ou produtivos da propriedade (Beni, 2004).

Complementando a discussão, cabe ainda apresentar sucintamente os conceitos relacionados com o tráfego turístico que se caracteriza pelo deslocamento de grupos de turistas que partem de várias direções tendo em comum o mesmo destino. Para Beni (2004, p.437) corresponde a “todo e qualquer deslocamento de um conjunto de turistas que se movimenta de uma direção a outra, unidirecionalmente, num contexto espaço-temporal delimitado, com um ponto de emissão e um ou vários pontos de recepção”. Segundo esse mesmo autor, diante das inúmeras variáveis que envolvem o turismo e a natureza da sua

demanda podem ser determinadas várias classes de fluxos turísticos, destacando-se: o fluxo turístico receptivo nacional; o fluxo turístico receptivo regional; o fluxo emissivo nacional ou interno; o fluxo turístico itinerante. As demais classes podem ser vistas em Beni (2004).

O local onde os turistas realizam as atividades de seu interesse é denominado destino. Como explica Petrocchi (2004, p. 35) destino turístico “é uma zona ou área geografia que é visitada por turistas e possui limites físicos, políticos e de percepção pelo mercado”. Tal enfoque é aceito por outros autores tais como: Boullón, 2002;2005 & Acerenza, 1998. A sua sobrevivência econômica dependerá da criação de uma imagem atraente aos visitantes, seus atrativos naturais e artificiais, seus serviços e infraestrutura (Petrocchi, 2004).

O espaço onde o fluxo se desloca consiste nos denominados corredores turísticos que se constituem, segundo Boullón (2002) no elemento de estruturação do sistema turístico por corresponderem às vias de conexão entre os centros, atrativos, locais de origem e de destino dos turistas. Segundo esse autor, é possível aproveitar atrativos existentes nas áreas adjacentes as rodovias, localizados a uma distância não superior a dez minutos de distância/tempo. Para o autor, parte importante do equipamento turístico deve estar nos corredores de traslado, como postos de gasolina, hotéis, banheiros limpos, locais para aquisição de produtos regionais, dentre outros. Nesse sentido, Oliveira (2001) já fazia referência à importância dada a escolha do caminho a indicar para o turista ao se deslocar entre os destinos turísticos de seu interesse nos Estados Unidos. Segundo esse autor, deve-se escolher os que apresentam as melhores paisagens. Todavia, tanto Boullón (2002) como Oliveira (2001) alertam para as poucas opções no que diz respeito a vias de deslocamento disponíveis no Brasil e América Latina.

Considerando que esse trabalho de pesquisa envolve a integração do setor turístico ao desenvolvimento do setor agrícola da região do meio oeste catarinense, aqui discorre-se brevemente a respeito da revisão de literatura sobre os conceitos que norteiam esta forma de integração e desenvolvimento regional. O conceito de agricultura familiar é relativamente recente no Brasil. Antes, falava-se em pequena produção, pequeno agricultor, agricultura de baixa renda ou de subsistência e até mesmo o termo camponês (Denardi, 2001).

O estado de Santa Catarina tem como principal característica, no que tange a produção agropecuária, o fato de estar ancorada, na sua grande maioria, em um modelo fundiário de pequenas propriedades rurais. Em estudo realizado pelo Instituto Cepa (2006) caracteriza a agricultura familiar como sendo as propriedades com menos de 100 hectares. Com isso, englobam-se nessa categoria as chamadas agricultura de subsistência, a pequena produção, ou campesinato. A região Meio Oeste não é diferente. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] (1996), as propriedades rurais do município de Joaçaba possuem área média inferior a 30 hectares e, em sua grande maioria (cerca de 90%) em menos de 50 hectares de área total.

Conforme Santos Junior, Tesser e Deitos (2005) as pequenas propriedades rurais têm como principal característica a utilização da mão-de-obra familiar. A família trabalha

diretamente, com ou sem o auxílio de terceiros. Devido a estas características, estes produtores rurais têm sofrido dificuldades frente a um mercado onde a redução de custos por meio de ganhos de escalas de produção e uso intenso de tecnologia tem sido constante. A dificuldade de acesso a grandes mercados consumidores, por parte dos produtores do Oeste do Estado, dificulta ainda mais a busca por alternativas de produção capazes de gerar maior valor agregado e, conseqüentemente maior renda. Conforme dados da Empresa de Pesquisa e Extensão Rural de Santa Catarina [EPAGRI], 1996 citado por Triquez & Feger, 2011 a agricultura familiar diversificada é a opção estratégica que melhor permite obter um alto grau de dinamismo, flexibilidade e competitividade econômica no atual contexto de mercados globalizados e diante de outras regiões concorrentes. Além disto, propicia sustentabilidade ambiental e equidade social, com um melhor aproveitamento da mão-de-obra e da terra ao longo do ano, maior capacidade de enfrentar riscos decorrentes de variações nos preços dos produtos ou de influencias climáticas e de pragas e doenças (Epagri, 1996; 2009).

O incentivo por meio de políticas públicas para o desenvolvimento rural, aponta para a organização de produtores rurais em cooperativas a fim de agregar valor à produção da propriedade e facilitar a comercialização de produtos agrícolas (Santos Júnior, Tesser & Deitos, 2005). Os referidos autores, realizaram uma pesquisa a fim de analisar as possibilidades de potencialização desta iniciativa de organização em rede, visando a ampliação e aprofundamento de relações, no entanto, os resultados para os agricultores mostraram-se pífios.

Cientes desta problemática, na última década do século XX, muitos organismos de apoio ao pequeno produtor, especialmente o rural, desenvolveram ações com a finalidade de possibilitar a estes agricultores agregarem valor a sua produção. O resultado dessas ações foi o surgimento de muitas pequenas e micro empresas rurais, assim como, pequenas associações de produtores com a finalidade de melhorar sua posição na cadeia produtiva aumentando a sua renda. Se por um lado, esse processo organizacional traz muitos benefícios para os produtores rurais, que passam a ter melhores condições para produzirem, com isso beneficiando também a população que passa a ter disponíveis no mercado produtos com mais qualidade. Por outro, segundo Testa (1996) “a região Oeste Catarinense tem como característica uma alta capacidade de produzir, mas baixa capacidade de consumir, tendo em vista a inexistência, na região, ou próximo a ela, de grandes centros urbanos” (como citado em Santos Júnior, Tesser & Deitos, 2005). Dessa forma mesmo esboçando alguma reação no sentido de agregar valor à produção e profissionalizá-la, os produtores da região acabam enfrentando problemas com a falta de diversidade de produtos e de demanda dentro do mercado local.

Concomitantemente a estas estratégias de produção industrial, incentiva-se a incorporação das propriedades rurais no sistema turístico, como pode ser visto nos documentos disponibilizados pela Epagri (2009) fazendo alusão a diversas localidades do

estado que se adaptaram para receber os turistas, citando-se como ícone no Estado de Santa Catarina a cidade de São Martinho. Todavia, ocorrem em grande parte dos municípios problemas na comercialização dos roteiros rurais, alguns exemplos de sucesso correspondem a propriedades localizadas muito próximas a grandes centros urbanos, ou que atendem apenas a população local, sem grandes perspectivas de crescimento (Feger, 2010).

Com essa síntese espera-se ter situado o leitor quanto ao contexto teórico metodológico em que a pesquisa foi elaborada. No próximo tópico, abordam-se os procedimentos metodológicos adotados para a pesquisa.

Procedimentos metodológicos

Quanto a abrangência espacial da pesquisa, o foco foi a rodovia BR 282 na altura do Município de Erval Velho, localizado no meio oeste do Estado de Santa Catarina, como pode ser visto na Figura 1, num ponto tradicional de parada denominado “Gringo”. Este local foi escolhido para permitir futuras comparações com outros estudos de casos em andamento ou a serem realizados em pontos distintos desta via. No tocante a delimitação temporal, o estudo caracteriza-se como delineamento transversal, visto que os dados apresentam um recorte pontual, correspondendo ao tempo em que foram coletados ou recorte único no tempo (Seakaran, 1992; Bastos & Duquia, 2007). Quanto à coleta e análise dos dados a pesquisa se enquadra como de abordagem quantitativa, pois se pretendeu quantificar o volume de pessoas que transitam pelo trecho da rodovia objeto de estudo, bem como, as quantidades consumidas de produtos industrializados nas propriedades rurais, coadunando com o que explica Gil (2002) quanto a esse método de pesquisa.

No que diz respeito à origem dos dados se caracterizam como de fontes secundárias, na medida em que o fluxo de pessoas pela via foi obtido por meio de consulta aos bancos de dados do Departamento Nacional de Transito [DENATRAN] (2010) e Departamento de Infraestrutura de Transporte [DENIT]. Quanto ao consumo e comportamento de compra dos usuários da rodovia, os dados foram primários, uma vez que os mesmos não se encontravam disponíveis em outras fontes. Esse levantamento de campo foi realizado via aplicação de questionário, que para Mattar (2001), Marconi e Lakatos (1999) corresponde ao documento através do qual as perguntas e questões são apresentadas aos respondentes e onde são registradas as respostas e dados obtidos. O instrumento foi dividido em dois blocos, sendo que no primeiro buscou-se concentrar as variáveis de identificação do respondente e no segundo, as questões que se referem aos pontos de parada turísticos, a percepção e as necessidades que os turistas possuem com relação a esses pontos.

A amostra para a investigação se caracteriza como não probabilística por tráfego, pois, segundo Marconi e Lakatos (1999), “não fazendo uso de formas aleatórias de seleção, torna-se impossível a aplicação de fórmulas estatísticas para o cálculo, por exemplo, entre outros, de erros de amostra”. Para Denker (2000), “entende-se por amostragem não probabilística

qualquer tipo de amostragem em que a possibilidade de escolher um determinado elemento do universo é desconhecida”. Conforme Mattar (2001), amostras por tráfego frequentemente envolvem observar ou entrevistar pessoas que trafegam por determinado local, tais como pessoas dentro de uma loja de departamentos, espectadores de um evento esportivo, dentre outros. Nestes casos, para obtenção de amostras mais precisas, faz-se necessário que o trabalho de campo seja realizado em diferentes horas do dia, em diferentes dias da semana e do mês. Os viajantes foram inquiridos durante os meses de dezembro 2010 e janeiro de 2011 obtendo-se um número total de 230 questionários respondidos e validados.

Apresentação e discussão dos dados

Dos 230 questionários aplicados, 163 foram respondidos por pessoas do sexo masculino, correspondendo a 70,9% do total, e 67 foram do sexo feminino. No que diz respeito às faixas etárias dos inquiridos, a maior frequência obtida ficou entre 26 e 35 anos, com 29,6% do total, seguidas de 36 a 45 anos com 28,3% e 46 a 55 somando o percentual de respondentes de 16,5%, fazendo com que os respondentes se concentrassem (74,4%) nas faixas etárias entre 26 e 55 anos de idade. Com relação a origem dos respondentes, foram citadas 88 cidades diferentes, com destaque para a cidade de Chapecó, com 33 citações, seguida de Florianópolis, com 26 citações e de Joaçaba com 17 citações. No que tange às cidades indicadas como destinos, foram indicadas 56, as quais também pertenciam as mesmas regiões. Destaca-se a cidade de Florianópolis, com 50 citações, seguida de Chapecó, com 25 citações e Joaçaba com 19 citações. Tanto como origem e destino apareceram nas citações diversas cidades localizadas no Paraná e Rio Grande do Sul com menor número de indicações. Em relação ao motivo que levou os respondentes da pesquisa a pararem no estabelecimento onde foi aplicado o questionário, 35,5% alegaram já conhecerem o estabelecimento, sendo que 30,8% costumam realizar ali suas refeições quando em viagem pela região.

No tocante a esses dados, observa-se que o fluxo se caracteriza conforme a classificação indicada por Beni (2004), em primeiro lugar, fluxo turístico doméstico, visto que são essencialmente turistas domiciliados no próprio País, embora residentes em distintos estados, notadamente, Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. Em segundo lugar, pode-se verificar que o fluxo se caracteriza também como regional, visto que, tanto no que diz respeito a cidades de destino como de origem, são citadas cidades localizadas em dois extremos do estado. Note-se que as cidades mais citadas tanto de um lado como de outro são Florianópolis, Balneário Camboriú, dentre outras, cidades localizadas no leste do estado, litorâneas, bem como Chapecó, Joaçaba, Campos Novos localizadas no oeste do estado. Entende-se que se refere à categoria de turismo tanto receptivo como emissivo nacional, visto que o deslocamento ocorre entre regiões do mesmo país, sendo que as primeiras cidades pertencem ao litoral e se caracterizam como destino de férias.

Os entrevistados foram inquiridos quanto à frequência com que trafegam pela BR-282 e qual a motivação da viagem.

Tabela 1 – Frequência de passagem pela BR282

Frequência de passagem	Frequência	Percentual
mais que 5 vezes ao ano	111	48,3%
1 a 2 vezes ao ano	65	28,3%
3 a 5 vezes ao ano	54	23,5%
Total	230	100,0%

Fonte: os autores

Na tabela 1, verifica-se que 48,3% dos respondentes alegam trafegar pelo local mais que 5 vezes ao ano, 28,3% 1 a 2 vezes ao ano e 23,5% 3 a 5 vezes ao ano.

No que diz respeito a motivação da viagem (Tabela 2), 45,7% alegaram ser por motivos de negócios, ou seja, 134 citações, e 27,3% afirma ser turismo, o equivalente a 80 respondentes. Levando em conta alguns outros índices relacionados com a atividade turística que são: férias com 9,6%; visitar familiares 6,1% e festas típicas 1,7% temos um índice total dos itens que envolvem turismo de 44,7%, que é equivalente a 131 respondentes.

Nesse caso, verifica-se que os fluxos se dividem em dois grupos quanto a motivação de viagem, negócios e turismo. Vale ressaltar que negócios no caso desta pesquisa corresponde a pessoa que se desloca para realizar atividades remuneradas e nesse caso, não se caracteriza a rigor como turista.

Tabela 2 - Motivação de viagem

Motivação	Frequência	Percentual
Negócios	134	45,7%
Turismo	80	27,3%
Férias	28	9,6%
Família	18	6,1%
Outros	33	11,3%
Total	293	100,0%

Fonte: os autores

Questionados quanto à aquisição de produtos oriundos da agricultura familiar, conhecidos na região como produtos coloniais, 78,3% dos respondentes afirmaram que se interessam e adquirem produtos desta origem. Quanto aos produtos mais demandados pelos respondentes, na Tabela 3 verifica-se que 16,3% tem preferência por queijos, 13,2%

salame, 12,6% vinhos colônias. Destaca-se que a questão possibilitava ao respondente indicar várias opções dentre as apresentadas.

Com base no que foi discutido até aqui, verifica-se que no local investigado há um significativo número de pessoas que afirmam adquirir produtos em viagem e tem interesse no consumo dos produtos denominados coloniais. A fim de estimar a demanda, outro fator a levar em conta seria calcular o volume de pessoas que circulam pelo local. Quando se analisa a demanda no mercado turístico, que pode ser definido segundo Lemos (2001) como o conjunto de relações de troca e de contratos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos, engloba-se vários fatores. De acordo com Beni (1998) as pessoas que se deslocam de sua residência habitual, com propósitos recreativos ou por outras necessidades e razões, demandam a prestação de alguns serviços básicos. Tem-se que a demanda em turismo é uma composição de bens e serviços, e não de simples elementos ou de serviços específicos isoladamente considerados. Em suma, são demandados bens e serviços que se complementam entre si. A demanda pode ser medida ou contabilizada pelo total de turistas que entram em um destino turístico, podendo ser um local, região, zona, país, centro ou atrativo turístico.

Tabela 3 – Produtos coloniais que costuma adquirir em viagem.

Produtos	Frequência	Percentual
Queijos	111	16,3%
Salame	90	13,2%
Vinhos coloniais	86	12,6%
Mel	73	10,7%
Artesanato	59	8,7%
Geleias	53	7,8%
Doces coloniais	51	7,5%
Pães	36	5,3%
Bolachas	34	5,0%
Não compro em viagem	29	4,3%
Biscoitos	26	3,8%
Não compro produtos coloniais	19	2,8%
Objetos religiosos	12	1,8%
Outro? Qual: _____	2	0,3%
Total	681	100,0%

Fonte: os autores

No caso desta pesquisa a demanda se caracteriza pelo número de indivíduos que circulam pela BR 282 e se caracterizam como turistas. Nesse caso, visto não haver estoques de dados correspondentes ao tráfego na rodovia, há necessidade de se recorrer a métodos alternativos para a estimativa deste volume. Para este estudo adota-se o procedimento desenvolvidos por Triquez & Feger (2011) que inferiram o incremento ocorrido no volume

médio diário (VMD) medido na BR 282, ocorrido entre os anos de 1994 e 2000 únicos períodos em que tal fluxo era medido e disponibilizado para consulta pelo DENIT (2000). Para esse período calcularam uma taxa média geral de crescimento (TMG) de 11,35%. Entretanto, para se calcular um volume atual de viagens ocorridas na rodovia precisa-se de dados atuais os quais não estão disponíveis. Nesse sentido, os referidos autores inferiram que haveria uma relação entre o crescimento do volume de veículos com o de número de viagens, fazendo uma correlação simples entre os dados da VMD dos anos 1994 e 2000 com o estoque de veículos existentes no estado de Santa Catarina para o mesmo período, tal mostrou-se positiva.

Diante disso, tomando-se por base o estoque de veículos existentes no Estado de Santa Catarina correspondentes aos anos 2001 à 2010 chegaram a uma taxa média geométrica (TMG) de 7,85% (Triquez & Feger, 2011). Através destes dados tem-se uma estimativa do volume médio anual de veículos que trafegam pela BR 282 estimando o volume médio anual de veículos para o ano de 2010 de 2.092.038, sendo que o volume médio diário passa de 1.412 no ano de 1994 para 5.732 no ano de 2010.

Com base nestas informações pode-se concluir que existe um fluxo relativamente grande de veículos na BR-282. No entanto o propósito desta pesquisa corresponde a verificar a demanda por produtos coloniais em corredores turísticos de traslado. Para que esse objetivo fosse alcançado foi preciso combinar os dados de fluxo de veículos em os correspondentes ao comportamento de compra dos viajantes. Combinando esses dados, considerando que o fluxo estimado de veículos que trafegaram na BR-282 em 2010 foi de 2.092.038 e que 78,3% dos entrevistados tem interesse em comprar produtos coloniais em viagem, pode-se inferir que em termos de veículos há uma demanda potencial de 1.638.065 veículos. Com base neste volume de pessoas e pelas especificidades das propriedades rurais existentes na região e principalmente pela dificuldade de comercialização do produto turístico no segmento do turismo rural verificado por Feger (2010), e na dificuldade de escoamento da produção nas feiras via cooperativas, infere-se que um potencial significativo de clientes está sendo desperdiçada pelos produtores e não é devidamente considerada pelos estrategistas do desenvolvimento tanto rural como turístico.

Considerações finais

Esta pesquisa teve como interesse o desenvolvimento especialmente no que diz respeito a interiorização do turismo preconizado pela Política Nacional do Turismo (PNT). Diante do interesse dos autores deste artigo pelo desenvolvimento sustentável num espectro mais amplo, percebeu-se que duas correntes de investigação, preocupadas com o incremento de renda e desenvolvimento em áreas rurais, convergiam no sentido de sugerir o turismo rural como alternativa ao alcance deste objetivo. Todavia, estudos demonstravam que em localidades distantes de aglomerações urbanas esta estratégia não se mostrava promissora. Diante disso, a pesquisa que deu origem a este artigo partiu da hipótese de que

o aproveitamento dos corredores de traslado seriam mais profícuos como espaço de escoamento da produção não agrícola do meio rural, sem a necessidade de transformação e adaptação do espaço na propriedade e superando as limitações de pequenas populações de municípios.

Mesmo considerando-se apenas um estudo de caso e as limitações que isso representa em termos de generalização de dados, observou-se que há nos corredores um potencial de demanda muito superior. Apenas a título de comparação, a cidade de Joaçaba (SC) possui uma população inferior a 40.000 pessoas, a região pertencente a Secretaria de Estado do Desenvolvimento em torno de 123.000 pessoas conforme o censo do IBGE. Considerando-se que cada veículo que circulasse pela rodovia BR 282 conduzisse apenas um ocupante o volume de potenciais clientes subiria para 1.600.000 pessoas. Esse seria o potencial estimado para a demanda de produtos coloniais no ponto de parada denominado “Gringo” distante 20 km de Joaçaba, no município de Erval Velho, respondendo-se a questão proposta para esta investigação.

Dentre os produtos mais consumidos e solicitados pelos respondentes encontram-se o queijo e o vinho, os quais são tradicionalmente produzidos na região. Nesse sentido a região abrangida pelos municípios de Videira, Tangará e Pinheiro Preto é uma das maiores produtoras de vinho do Estado de Santa Catarina.

Com isso considera-se o objetivo de trazer ao foco da discussão sobre estratégias de desenvolvimento no campo do turismo e do desenvolvimento agrário a inclusão da alternativa corredores de traslado como opção, foi alcançado. Reconhece-se a limitação da pesquisa, por ser um caso isolado, existem sempre as restrições de generalização estatística. Entretanto, na medida em que estudos são replicados em outros espaços e suas conclusões convergentes, aceitando-se os preceitos de Yin (2002) pode-se generalizar teoricamente as conclusões de pesquisas baseadas em estudos de casos. Sugere-se em futuras incursões neste tema ou ao replicar o método que se introduza no questionário uma questão sobre a residência habitual do respondente. Isso permitiria verificar se os respondentes estavam indo ou voltando da região turística litoral, ou mesmo, identificar se há fluxo das cidades litorâneas para o oeste catarinense. Como dito, a intenção dos autores foi trazer esta perspectiva para discussão, e entende que fica o desafio de ampliar o número de estudos com foco na análise da demanda em corredores turísticos no Brasil.

Referências bibliográficas

- Abramovay, R. (2003) *O futuro das regiões rurais*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS.
- Acerenza, M. A. (1998) *Administración del Turismo: conceptualización y organización*. México: Trillas.
- Bastos, J. L. D. & Duquia, R. P. (2007) Um dos delineamentos mais empregados em epidemiologia: estudo transversal. *Scientia Medica*. 17 (4), 229-232.
- Beni, M. C. (1998) *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Ed. do Senac.
- Beni, M. C. (2004) *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac.

- Boullón, R. C. (2005) *Os municípios Turísticos*. Bauru: EDUSC.
- Boullón, R. C. (2002) *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC.
- Brasil (2004). *Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: Diretrizes Políticas*. Brasília, DF: Ministério do Turismo.
- Denardi, R. (2001) *Agricultura Familiar e Políticas Públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável*. Porto Alegre. 2 (3) jul/set.
- Denatran (2010) *Frota de Veículos*. Disponível em: < <http://www.denatran.gov.br/frota.htm>>. Acesso em jan. 2011.
- DNIT. (2000) *Volume médio diário (VMD) Brasil por ano*. Disponível em: < <http://www.dnit.gov.br/rodovias/operacoes-rodoviaras/postos-de-contagem/contagem-volumetrica/volume-medio-diario-vmd-brasil-por-ano>>. Acesso em: jan. 2011.
- EPAGRI. (2009) *Balanco social 2009*. Florianópolis, 2009. Disponível em: < http://www.epagri.sc.gov.br/files/balanco_social_epagri.pdf>. Acesso em: jan. 2011
- EPAGRI (1996) *O Desenvolvimento Sustentável do Oeste Catarinense – 1996* (Proposta para discussão) Florianópolis, SC.
- Feger, J. E. (2010) *Regionalização do turismo na área de influência dos municípios de influência dos municípios de Marcelino Ramos (RS) e Piratuba (SC)*. Tese não publicada. Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Santa Cruz do Sul, Brasil.
- Gil, A. C. (2002) *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Lemos, L. (2001) *Turismo: que negócio é este?* Campinas: Papyrus.
- Marconi, M. A. & Lakatos, E. M. (1999) *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Mattar, F. N. (2001) *Pesquisa de Marketing: Edição Compacta*. São Paulo: Atlas.
- Meddleton, V.T.C & Clarke, J. (2002) *Marketing de turismo: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Campus.
- Ministério dos Transportes (2009?) Disponível em: <http://www2.transportes.gov.br/bit/01-inicial/01-estadual/estados/port/sc.htm>. Acesso em: Ago/2013.
- Petrocchi, M. (2004) *Marketing para destinos turísticos*. São Paulo: Futura.
- Oliveira, A P. (2001) *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. São Paulo: Atlas.
- Santos Júnior, S.; Tesser, D. P.; & Deitos, C. (2005) *Análise das iniciativas de cooperação entre produtores rurais na região meio oeste: uma abordagem estratégica*. Monografia (Iniciação Científica CnPq) não publicada. Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC.
- Seakaran, U. (1992) *Research methods for business: a skill-building approach*. 2nd ed. New York: John Wiley, 1992.
- Triquez, G. B & Feger; J. E. (2011) *Integração da produção rural de base familiar ao sistema turístico da região vale do contestado Joaçaba, SC*. Monografia (Iniciação Científica CnPq) não publicada. Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba-SC.
- Veiga, J. (2007) Mudanças nas relações entre espaços rurais e urbanos. In: Oliveira, E.; Piquet, R. *Economia e Território no Brasil Contemporâneo*. 2007. Disponível em: <http://www.econ.fea.usp.br/zeeli/Livros/2007_b_MUDANCAS_RUR_URB.pdf>. Acesso em: jan. 2011.