



## ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DE TURISMO CANNÁBICO NO URUGUAI

Mirna de Lima Medeiros  
Tarso Felipe Rodrigues Braga

**Resumo:** A legalização da maconha é realidade no Uruguai desde dezembro de 2013. De imediato a lei contemplou o cultivador e usuário, mas somente pouco mais de três anos depois é que ela passa a ser comercializada pelo Estado com venda em farmácias. Com essas novas práticas se acende a discussão sobre venda a turistas. Diante desse contexto cabe indagar como está essa segmentação turística no mercado uruguaio? Assim a pesquisa exploratória teve como objetivo analisar o turismo cannabico no Uruguai com base na perspectiva do turista. Especificamente buscou-se discutir o turismo cannabico enquanto novo segmento turístico; descrever quais as atividades do consumo cannabico realizadas pelos turistas; e verificar a atitude dos turistas com relação a atividades dessa segmentação. Para tal fim foi aplicado um questionário semiestruturado à 82 turistas participantes do evento Expocannabis 2016. Os resultados indicam que algumas atividades relacionadas à cannabis já são realizadas pelo turista, mas ele possui interesse em outras atividades ainda não ofertadas.

**Palavras Chave:** Turismo Cannabico, Segmentação, Comportamento do Consumidor.

### Introdução

Em 20 de dezembro de 2013 o então presidente do Uruguai, José Mujica, junto aos seus ministros, assinou a lei 19.172 (2013) que refere-se a regular e produção, distribuição e venda de cannabis. A assinatura foi considerada uma medida estratégica para minimizar o risco e reduzir a política de danos; promover a informação, educação e prevenção do uso problemático desse produto, pois deixa o Estado com o controle sobre a importação, produção, venda, etc., através do Instituto de Regulação e Controle de Cannabis (IRCCA).

O processo de aplicação da lei não foi imediato. Para o produtor e para os clubes de cultivo a lei já o serviu desde seu princípio, com suas devidas regras, mas somente em março de 2017 é que a maconha para ser vendida está pronta segundo reportagem “*Marihuana para venderse en farmacias está pronta y espera habilitación del MSP*”, do “*La Red 21*”. Segundo as notícias mais recentes faltam detalhes do Ministério Público da Saúde do Uruguai, como o cadastramento de registros de cidadãos para compra em farmácias (previsto para maio de 2017), como publicado pelo jornal “*El Observador*”.

Além disso, já se discute as questões relacionadas às vendas ao turista e, conforme menciona Pedro Gailan, diretor do Observatório Latino Americano em Política Criminal e Reformas Penais, “não há motivo algum para proibir a venda aos turistas. O mercado Uruguaio é pacífico, é um mercado amigável. Não há uma política de direitos humanos que diferencie residentes e não-residentes” (GOLD, 2017). Gailan ainda ressalta que nove entre dez turistas conseguem maconha de maneira pacífica, maconha do mercado legal e não do ilegal prensado de outras proveniências (GOLD, 2017).



Frente ao contexto de legalização e legitimação de mercado este trabalho objetivou analisar o turismo cannabico no Uruguai com base na perspectiva do turista. Mais especificamente buscou-se discutir o turismo cannabico enquanto novo segmento turístico; descrever quais as atividades do consumo cannabico realizadas pelos turistas; e verificar a atitude dos turistas com relação a atividades dessa segmentação.

## Referencial Teórico

[...] a segmentação pode ser definida não só como uma técnica estatística que pode tornar possível a divisão da população em grupos homogêneos, como também uma política de marketing que consiste em dividir o mercado em partes ou segmentos homogêneos, tendo em cada qual seus próprios canais de distribuição, motivações diferentes, etc. (MARTY, 1971 apud LAGE, 1992)

Definindo a segmentação como um elemento imprescindível de estratégia de marketing para mercados-alvo entende-se que quanto maior o conhecimento sobre as características de mercado, maior chance de resultado positivo ocorrer no que tange a oferta, pois auxiliará na otimização, conseqüentemente na tentativa de maximizar satisfação do turista. A motivação de consumo, conhecimento e desenvolvimento de atividades relacionadas à cannabis pode ser apontada como um novo segmento de mercado ao qual intitula-se turismo cannabico.

O Turismo Cannábico é uma atividade recente enquanto oferta turística estruturada. Embora a legalização seja realidade em Amsterdã (Holanda) desde a década de 70, e o turismo cannábico ocorra em seus *coffee shops* desde então, somente agora, com uma mudança política mundial em relação a maconha, é que mais lugares estão regulamentando esse mercado e consigo atividade turística. Um desses lugares é o estado norte-americano do Colorado que possui agências de turismo receptivo que ofertam a possibilidade de o turista vivenciar a “indústria da maconha”. Uma reportagem de Andrew Bender (2014) da revista *Forbes*, especializada em economia, menciona que uma agencia de turismo receptivo (agência my420tours) vendeu todos os seus pacotes de visitas a dispensários, aulas gastronômicas cannabicas, spas, bares e experimentação de produtos com custo entre U\$1,399 a U\$1,699 para 5 dias de experiências.

## Aspectos Metodológicos

Para a consecução dos objetivos optou-se por uma pesquisa exploratória na qual os dados foram coletados por meio de um questionário semiestruturado aplicado a turistas-consumidores no Uruguai. A aplicação foi efetivada de forma presencial no evento



internacional Expocannabis que trata de questões industriais, medicinais e recreativas da maconha. Após breves questionamentos sócios econômicos e questões relacionadas a deslocamento, hospedagem e motivação, foi perguntado especificamente sobre atividades pertinentes à segmentação de turismo cannabico em termos de atividades realizadas e anseios. Para averiguar as atividades de turismo cannabico utilizou-se uma listagem composta por atividades ofertadas por duas empresas americanas (MY420TOURS, s/d; KUSH TOURS, s/d) com a opção de inserção de outros. Foram obtidas 82 respostas e os dados foram analisados por meio de estatística-descritiva e análise de conteúdo.

## **Resultados e Discussões**

A amostra de turistas que responderam ao questionário é majoritariamente composta por pessoas que visitavam o Uruguai pela primeira vez (70%) cuja motivação principal para ir ao destino foi a legalização da maconha (80%). Esses visitantes utilizaram meios de transporte variados, sendo que 50% optou pelo aéreo. Com relação aos locais de hospedagem, houve prevalência do uso de meios de hospedagem formalmente constituídos (não hospedagem na casa de familiares e amigos, airBnB ou *couchsurfing*) do tipo hotel ou hostel (78%). Destacase que em 65% dos meios de hospedagem nos quais os sujeitos se encontravam hospedados havia permissividade ao uso de maconha.

Com relação à realização de atividades realizadas e de interesse relacionadas à cannabis o gráfico 1 apresenta uma síntese dos achados da pesquisa. Visitas em locais de cultivo e bares que permitem a utilização foram as quem mais se destacaram em termos de atividades realizadas. Outras atividades que foram mencionadas, em menor proporção foram o consumo de algum alimento ou produto com maconha na sua composição. Essas duas questões demandaram que os turistas recorressem a um mercado informal, pois ainda não há lojas com venda de derivados. Essa ausência de oferta também é responsável pela ausência de realização de outras atividades listadas, pois há atitude positiva do turista com relação à realiza-las caso fossem ofertadas.

Com relação ao interesse em realizar atividades, a de maior interesse é a de degustação gastronômica, seguido da experimentação de produtos com maconha em sua composição e visitação à locais de cultivo. Esse resultado indica que existe público interessado em diferentes formas de absorção e ingestão da maconha e seus princípios ativos. Além disso, a oferta de



diversas atividades poderia resultar em múltiplas experiências, aumentando a possibilidade de satisfação dos turistas com essa motivação específica.

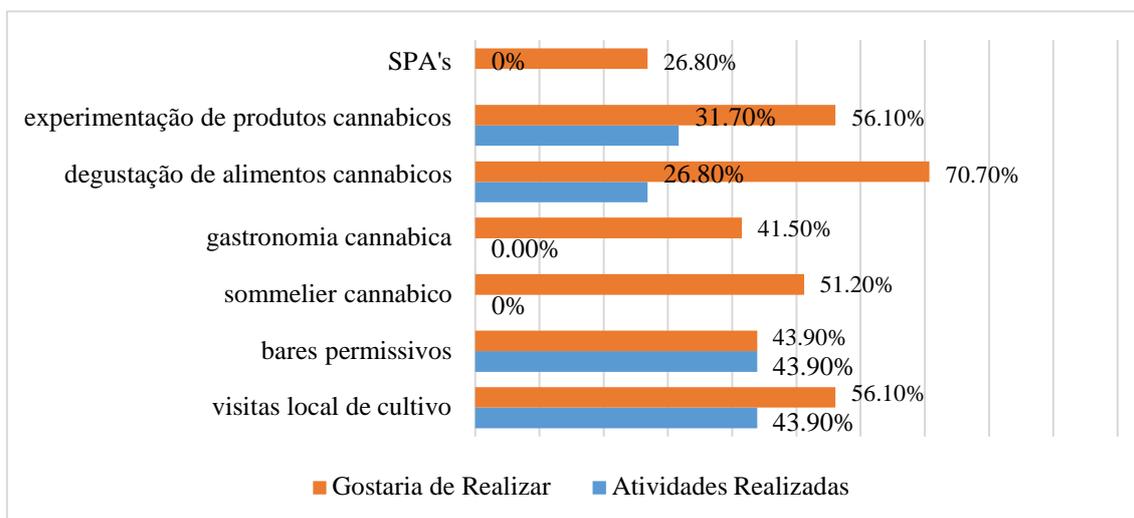


Gráfico 1: Realização de atividades e atitude com relação as atividades do Turismo cannabico

Além das questões com relação às atividades específicas também se indagou o interesse em comprar um possível pacote de turismo cannabico. A maioria, 88% dos respondentes, responderam positivamente. Desses, 42% assinalaram a qualidade do serviço como sendo fator que mais levaria em consideração para contratar pacotes.

## Conclusão

O Uruguai recebe turistas por diversas motivações. Atualmente uma delas pode ser a legalização da maconha. O fato do mercado ser amigável também incentiva para que já ocorra ainda que de maneira tímida a pratica do turismo cannabico. Assim se objetivou analisar o turismo cannabico no Uruguai com base na perspectiva do turista.

Verificou-se a realização de algumas atividades, algumas das quais já estão estruturadas e outras ainda não formalizadas. Em contrapartida há atitude favorável em realizar no Uruguai todas as atividades de turismo cannabico listadas (que foram compiladas de agências americanas especializadas nesse segmento).

Uma limitação de pesquisa que pode ser apontada é o fato da coleta de dados ter se dado na Expocannabis e não em um espaço público ou aberto das cidades uruguaias, entretanto entende-se que para uma pesquisa exploratória seria interessante focar um público em comum interesse da indústria cannabica. Ainda há poucas pesquisas nessa área e, conseqüentemente, há diversas possibilidades para pesquisas futuras. Poderia se realizar uma pesquisa abrangendo



respondentes em diversos atrativos ou ainda em locais de entrada e saída do país. Assim como também poderiam se realizar estudos relacionados especificamente à alguns negócios como aos meios de hospedagem ao turista cannabico (tendo no Uruguai o exemplo desse serviço com o THC Hostel, em Punta Del Leste). Outra possibilidade de estudos é quanto ao evento Expocannabis em si, que anualmente engloba o universo da cannabis, e na edição de 2016 (3ª) teve como foco seu potencial industrial, além do medicinal e recreativo.

Assim há que se destacar que esse estudo não encerra a discussão ou busca estimular o consumo, mas sim aponta para uma segmentação turística emergente (e provavelmente lucrativa) em alguns destinos. Segmentação essa que começa a ocorrer no Uruguai e da qual o país ainda pode explorar diversas atividades de interesse aos sujeitos de pesquisa. Os achados possuem relevância acadêmica e mercadológica na medida em que contribuem ao arcabouço teórico ainda diminuto no âmbito do turismo e também apontam oportunidades de negócios.

## Referências Bibliográficas

BENDER, A. Marijuana Tourism Bringing Big Bucks To Colorado, Or Is It? p. 2, abr. 2014.

GOLD, N. Cannabis para turistas: una trampa en la ley. **El Observador**, 30 abr. 2017.

KUSH TOURS. **Welcome do Kush Tourism: Explore Legal Marijuana**. Disponível em: <<http://kushtourism.com/>>. Acesso em 11 set 2016.

LAGE, B. H. G. Segmentação de Mercado Turístico. **Turismo em Análise 3.2**, p. 61–74, 1992.

Marihuana para venderse en farmacias está pronta y espera habilitación del MSP. **La Red 21**, 2017.

MARTY, A. G. **Gestion Commerciale - Connaitre et Satisfaire de Cliente**. J. Delmes ed. Paris: J. Delmes, 1971.

OBSERVADOR, E. Al menos 560 personas se registraron para comprar marihuana en farmacias. 2 maio 2017.

MY420TOURS. **Plan Your Cannabis Experience**. Disponível em: <<https://my420tours.com/>>. Acesso em 11 set 2016.

SENADO Y CÁMARA DE REPRESENTANTES DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY. **Ley Número 19.172**, 2013. Disponível em: <[http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/leyes/2013/12/cons\\_min\\_803.pdf](http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/leyes/2013/12/cons_min_803.pdf)>