ASPECTOS DO MERCADO TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE BARRA DO BUGRES-MT: ANÁLISE DO POTENCIAL DO TURISMO RURAL ATRAVÉS DA DEMANDA E DA OFERTA

Fábio Nobuo Nishimura[1]

Carlos Eduardo de Freitas[2]

Raul Quintino Sebold[3]

RESUMO

O presente estudo analisou o perfil da oferta e da demanda do mercado turístico do município de Barra do Bugres no estado do Mato Grosso, verificando se existe potencial ao turismo rural. Foram aplicados questionários na cidade de Barra do Bugres – MT, entrevistando pessoas que não residiam na cidade para verificar o perfil do visitante. O resultado apontou que a demanda turística é formado por mato-grossenses, com uma permanência média de 1 a 3 dias, gasta diariamente algo em torno de Trinta Reais (R$ 30,00), tem mais de 43 anos, possui filhos, é casado e na sua grande maioria homens, possui renda média entre 02 a 03 salários mínimos, ficou sabendo da cidade através de informações da empresa onde trabalha ou porque já esteve no município, e chega até Barra do Bugres de ônibus e sozinho, ainda hospeda-se em hotéis e está viajando por motivo de negócios e trabalho. A estrutura turística é toda voltada a atividades ligada ao turismo de negócio. Assim observou-se que o potencial turístico da região não é voltado a prática do turismo rural e sim a outro segmento do turismo, o de Negócios.

Palavras-chave: Mercado Turístico; Turismo Rural; Barra do Bugres; Desenvolvimento Regional.

ABSTRACT

The present study analyzed the profile of supply and demand of the tourism market in the municipality of Barra do Bugres in the state of Mato Grosso, checking for potential rural tourism. Questionnaires were used in the city of Crane Bar - MT,

[1] Professor do Curso de Ciências Econômicas da Univerdade Federal de Mato Grosso – Campus Rondonópolis.

[2] Professor do Curso de Ciências Econômicas da Univerdade Federal de Mato Grosso – Campus Rondonópolis.

[3] Acadêmico do Curso de Ciências Econômicas da Univerdade Federal de Mato Grosso – Campus Rondonópolis

*Trabalho Financiado pela FAPEMAT – Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de Mato Grosso.

interviewing people who did not live in the city to see the profile of the visitor. The result showed that tourism demand is made up of Mato Grosso, with an average stay of 1-3 days, each day spent somewhere around thirty dollars ($ 30.00), has over 43 years, has children, is married and mostly men, have average incomes between 02 to 03 minimum wages, the city learned through information from the company where you work or because they have stayed in the city, and comes to the bar Bugres bus and alone, still-hosts in hotels and traveling because of business and labor. The tourist infrastructure is geared to all activities linked to tourism business. Thus it was observed that the tourism potential of the region is not returned to practice in rural tourism, but to another segment of tourism, Business.

Keywords: Tourism Market, Rural Tourism, Barra do Bugres; Regional Development.

INTRODUÇÃO

O turismo apresenta em sua essência o feito multiplicador da economia, o aumento de frentes de trabalho, a qualificação da mão-de-obra local, a distribuição de renda entre as regiões e também o avanço tecnológico através de novos aportes de capital.

A atividade turística promove o aumento e a ocupação da mão-de-obra local de forma multiplicadora, tornando produtivo o contingente ocioso existente, melhorando e alavancando a renda e por seqüência o consumo criando um fluxo nos demais setores da economia local. Segundo Fernandes e Coelho (2002:90):

> Em áreas geográficas carentes de recursos que possibilitem a industrialização e o desenvolvimento da agropecuária e que dispõem de recursos naturais e culturais, além de infra-estrutura básica, o turismo decisivamente multiplica as atividades produtivas e cria empregos diretos e indiretos. (FERNANDES E COELHO, 2002:90)

A presença do turista em dada região proporciona o aquecimento econômico local, fazendo com que a moeda circule de forma mais veloz e ocorra a multiplicação das ações em vários setores promovendo um crescimento econômico.

Outro fator de grande importância ocasionada pelo turismo é a necessidade de profissionalização e avanços na educação dos moradores da região receptora. O trato com os turistas nos dias atuais se tornou processo complexo, devido ao alto

nível de critério estabelecido pelo viajante. Segundo Fernandes e Coelho (2002, p. 31):

> Começa a perder espaço o imediatismo oportunista na operação dos negócios do ramo. O amadorismo e o charlatanismo estão igualmente batendo retirada. Atividade econômica e poderosa, o turismo exige planificação adequada. Tanto dos governos como das empresas e até dos cidadãos. (FERNANDES E COELHO, 2002:31)

Devido à pluriação da atividade turística, os efeitos gerados pelo segmento, conseguem estabelecer melhoras nos demais setores econômicos da região, esse efeito é chamado de fator multiplicador. Essa pluriação do turismo, devido à necessidade de utilização de serviços pelo turista (ou seja, pelos gastos dos turistas), provoca o entrelaçamento em setores como: transportes, entretenimento, construção civil, comunicações, indústria de móveis, têxteis, além dos setores de alimentação, hospedagem já observados de forma direta.

Através da hipótese lançada onde o turismo proporciona o desenvolvimento da região, o estudo busca identificar o potencial do mercado turístico com foco no turismo rural do município de Barra do Bugres, que é ressaltado pelo governo estadual como pólo receptor deste tipo de segmento turístico.

1. Turismo no Estado de Mato Grosso: Panorama Geral sobre aspectos turísticos.

O estado do Mato Grosso, no atual cenário, é sinônimo de progresso na área denominada agronegócio, onde despontam as cadeias da soja, algodão e também a bovina, tanto para o comércio interno como também para as exportações. Dentro da cadeia da soja, segundo dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, através da pesquisa Censo Agropecuário de 2006, o estado produz 10.659.324 toneladas, isso representa 26% da produção nacional, o que o torna o maior produtor brasileiro do grão. Em relação ao algodão o estado produz 1.230.486 toneladas (IBGE/SIDRA, 2010), representando 52% da produção nacional, também se destacando em primeiro lugar na produção desta fibra. Já na cadeia animal o estado fica em uma posição de destaque junto com Mato Grosso do Sul e Minas

Gerais. O estado do Mato Grosso apresenta um rebanho bovino de 19.807.559 cabeças (IBGE/SIDRA, 2006), com uma participação de 12% em relação ao rebanho nacional.

Esses números demonstram que as políticas públicas em consonância com o trabalho desenvolvido pelos gestores e produtores ligados a cadeia da soja, algodão e bovina tem gerado bons resultados, porém o potencial do agronegócio não pode ficar focado apenas em suas lavouras temporárias e no manejo de animais, aliás, atividades muito bem consolidadas no estado como visto anteriormente, porém com certo tom agravante, devido essas culturas estarem ligadas com muita força a agricultura patronal deixando a agricultura familiar de lado e com baixo potencial de crescimento e sustentabilidade.

Como forma de agregar e fortalecer a economia do estado, e minimizar os impactos da agricultura de exploração patronal, deve-se planejar e executar atividades que ajudem atingir o objetivo do desenvolvimento e crescimento econômico. Uma destas atividades é o turismo.

O estado de Mato Grosso recebe em média 6.635 turistas no intervalo de seis meses, dentro deste período (setembro a março) os picos de visitantes se encontram em janeiro com 10.207 turistas e janeiro 13.457 turistas, segundo dados do gráfico 01.

Gráfico 01 – Número de Visitantes no Estado de Mato Grosso. 2010/09 a 2011/03.
Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo. 2011.

O turista que visita o estado de Mato Grosso é originário em sua grande maioria da Alemanha com 19% de participação do total de visitantes estrangeiros, segundo gráfico 02. Em seguida vêm os Americanos com 18%, Franceses 13%, e Espanhóis com 8%.

Já em relação os turistas domésticos 32% dos turistas são das várias regiões do estado do Mato Grosso e também do estado de São Paulo, em seguida temos o estado do Rio de Janeiro com 8% e o estado do Paraná com 5%, conforme gráfico 03.

Gráfico 02 – Dados Relativos ao País de Procedência dos Visitantes Mato-grossense.
Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo. 2011.

Gráfico 03 – Dados Relativos à Procedência dos Visitantes Mato-grossense.
Fonte: Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo. 2011.

Os visitantes do estado do Mato Grosso possuem idade média que varia entre 31 a 40 anos (25,5% do total de entrevistados), e pertence ao sexo feminino sendo 50,7% do total de visitantes.

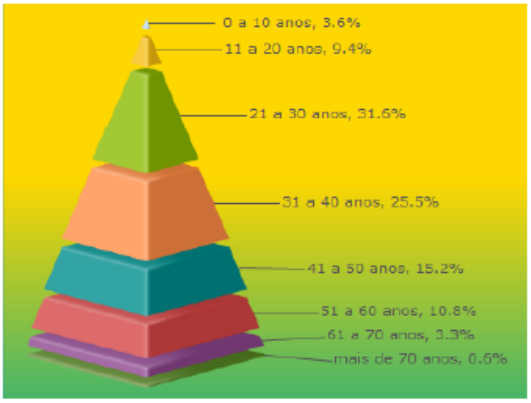

Gráfico 04 – Faixa Etária dos Visitantes Mato-grossense.
Fonte: Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo. 2011.

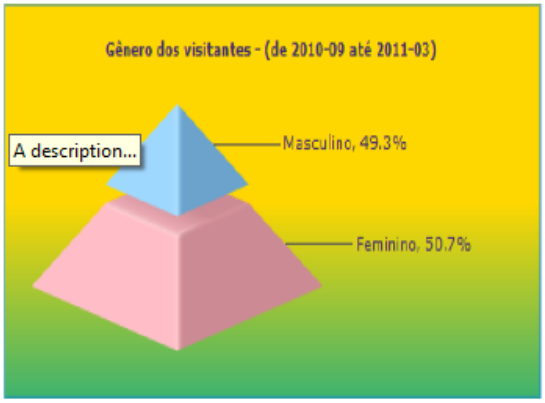

Gráfico 05 – Gênero dos Visitantes Mato-grossenses.
Fonte: Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento do Turismo. 2011.

Desta forma, o estado de Mato Grosso possui um turista que visita com maior freqüência os meses de dezembro e janeiro, como pólo emissor internacional a Alemanha, e como pólo doméstico, várias região de Mato Grosso ainda possui idade média entre 31 e 40 anos sendo em sua maioria mulheres.

2. Economia do Turismo, Turismo Rural e demais Segmentações Turística: Levantamento Teórico.

2.1. Economia do Turismo: Oferta Turística e Demanda Turística

O Turismo como os demais setores econômicos formam um mercado com seus elementos de oferta e demanda na qual através de sua dinâmica provoca as oscilações comuns a sua natureza. Entender os efeitos problemáticos gerados por essas oscilações torna passível de melhorias contínuas em suas relações econômicas. Segundo Nogueira (2006):

> ... A atividade turismo se relaciona com a economia, em pelo menos, duas esferas. Na primeira indivíduos e instituições tomam decisões que afetam direta ou indiretamente o turismo: quanto gastar nas viagens de férias?, onde realizar uma próxima conferência?, quanto investir em um novo hotel?, que parcela de do orçamento público deve se gastar na construção de uma nova atração cultural?, que impostos devem incidir em uma atração turística? Uma segunda interface turismo e economia relaciona-se com os impactos do turismo sobre a economia de uma cidade, Estado ou País e

> com os impactos da economia municipal, estadual e nacional sobre o desempenho e lucratividade do turismo. (NOGUEIRA, p. 01; 2006).

Sobre o segundo aspecto que se baseia o presente artigo, debruçando as analises sobre as relações da oferta, demanda e políticas públicas, ou seja, dos agentes públicos e privados.

A importância na análise da oferta turística para a localidade receptora basicamente reside por ser o principal produto de comercialização e com isso integra um dos fatores geradores da atividade turística (complementa-se com os turistas). Segundo Cerqueira e Freire (2010) a oferta turística é definida como o conjunto de bens e serviços a disposição dos consumidores, no caso, turistas, para satisfação de suas necessidades.

Ainda a oferta turística deve ser de qualidade, a tal ponto de transferir ao seu usuário a máxima sensação de bem estar, satisfação e conforto possível. Essa exigência se encontra nas palavras Lage e Milone (2000) e Cerqueira e Freire (2010) citam que onde os turistas, na função de consumidores, emitem juízos determinantes a respeito da qualidade dos bens e serviços que adquirem, pois quem deixa a sua residência espera encontrar o conforto contratado e pelo qual pagou.

Nesta mesma área de estudo o trabalho de Cerqueira e Freire (2010) verificou os fatores determinantes da oferta turística no município de Ilhéus-BA, foi separado a oferta turística em equipamento, atrativos e infra-estrutura, fazendo com que os turistas classificassem seu nível de satisfação por estes itens. O resultado do trabalho apontou satisfação nos atrativos naturais, Os resultados indicam que os atrativos naturais, a hospitalidade, a gastronomia e os meios de hospedagem agradaram. Por outro lado, o patrimônio histórico-cultural, as manifestações populares, as empresas de receptivo, os guias, e as diversões noturnas destacam-se como os mais criticados.

Em relação à oferta o que se pode verificar é a necessidade de entendê-la de forma com que ocorram estratégias de ação para torna-se atrativa para seus consumidores.

Este consumidor que busca conforto na aquisição da oferta turística forma um elo de importância na composição da ação turística, pois não há evolução de nenhum segmento sem a participação da demanda.

O ato de deslocar-se de um ponto geográfico a outro com o intuito executar determinada tarefa, ação ou simplesmente praticar o ócio é de natureza extremamente ligada à ação da demanda turística. Essa demanda turística, ou seja, o turista possui um novo perfil ligado, a desejos, as expectativas e as suas necessidades particulares aonde se alteram conforme seus objetivos de deslocamento.

No trabalho realizado por Silva, Silva e Caixeta (2008) eles avaliam a demanda turística no município de Pirenópolis-Go bem como seu impacto de desenvolvimento no município, onde inicialmente se baseava em uma oferta turística histórica e cultural passando a promover também o ecoturismo na região. Os resultados apontaram um turista que busca a fuga dos centros cotidianos onde a "correria" é grande, idealizando um momento de descanso, relaxamento e descontração na cidade receptora. Em relação à cidade observou-se uma alteração socioeconômica e fruto disso uma mudança nos costumes locais.

Blasco e Perez (2007) apontam em seu trabalho que os turistas espanhóis já apresentam um novo perfil devido ás experiências acumuladas durante os anos que vivenciaram a atividade turística, chamando-os de pós-modernos. Assim levantam alguns direcionamentos para esse novo perfil como ligação com aspectos culturais, e a busca de atividades fora da rotina diária, ainda citam que a idade dos turistas também influencia na determinação do destino turístico e provoca alterações na forma como a cidade receptora planeja as estratégias para seu pólo turístico.

Outro estudo que analisa a questão da demanda turística é de Moretto Neto e Schmitt (2008) na qual avaliaram o comportamento do consumidor de produtos turísticos no mercado turístico de Florianopolis-Sc, buscando entender sua dinâmica e fomentar formas estratégicas para o turismo da cidade. Como resultado verificou que o turista que freqüenta Florianópolis é originário do MERCOSUL (Argentina, Uruguai e Paraguai), e isso gera a necessidade por parte do capital humano da empresas ofertantes que esteja habilitado a conversar em língua estrangeira para melhor compreender os turistas. Também ressalta que a idéia de "turismo de sol e mar" limita a visitação, tornando-se um problema de sazonalidade climática (cheio no verão e menos visitantes do inverno). Finaliza propondo que se devem orientar

práticas de divulgação do destino turístico e a adaptação do pólo receptivo as necessidades da demanda turística.

2.2 Segmentações na atividade turística.

A prática do turismo se apresenta nas mais diversas formas, assim o Ministério do Turismo Brasileiro instituiu o Manual de Segmentações Turísticas 2010. Neste manual os segmentos do turismo são classificados como: Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercambio Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negocio e Eventos, Turismo de Saúde e Turismo Rural.

Focam-se nesta discussão teórica os dois seguimentos que abrangeram com maior importância o resultado do trabalho o Turismo Rural e o Turismo de Negócio.

O turismo rural segundo o Ministério do Turismo é:

> Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010:49)

Assim como o próprio conceito fornecido pelo Ministério do Turismo expõe, as práticas agrícolas desenvolvidas pelas unidades rurais e utilizadas de forma a tornar-se um atrativo turístico faz da atividade turística rural mais uma forma de geração de renda por parte dos agentes do campo.

É de suma importância ressaltar que o turismo rural apresenta diferenças em relação ao turismo no Espaço Rural. O trabalho de Candiotto (2010) deixa claro o debate no conceito de Turismo Rural em relação ao Turismo no Espaço Rural, onde devido aos avanços das práticas excursionistas ao campo existe uma singularidade de conceitos na qual torna errada a forma da analise do objeto de estudo, declarando que Turismo Rural são atividades que estão ligadas diretamente a prática agrícolas, pecuárias e intimamente relacionadas à atividade do homem rural (plantar, colher, ordenhar, entre outros). Já atividade do Turismo no Espaço Rural, engloba mais ações que são realizadas no meio rural, contemplação da natureza,

esportes radicais, pescas esportivas. Desta forma, torna-se relevante explanar que a atividade analisada neste trabalho busca entender o Turismo Rural.

A busca pela atividade do Turismo Rural vem crescendo e tornando-se como mais uma opção na escolha do turista que necessita de rupturas com o ato cotidiano urbano na qual está inserido e desta forma promove o desenvolvimento local do pólo receptor. Schneider e Fialho (2000) apresentam em seu trabalho uma mudança no paradigma relacionado às atividades do homem do campo apresentando as ações pluriativas de suas fontes econômicas. E como alternativas de melhora de renda passam a executar atividades de turismo rural. Ainda levantam que o turismo rural praticado pode levar ao desenvolvimento local na qual está inserido o agente econômico, pois segundo os autores a ação turística promove a valorização do ambiente. Porém conforme o artigo de Froehlich (2000), em algumas situações a falta de planejamento e ações que possam vir a alavancar o desenvolvimento local através do turismo rural está descasada e faz com que o objetivo de melhora na renda e emprego dos agentes econômicos não seja atingido. Desta Forma observa-se que o Turismo Rural pode sim provocar o desenvolvimento local desde que todos os agentes estejam em consonância de objetivos e também executem de forma plena e coordenada as ações planejadas a sustentabilidade e sucesso da atividade.

3. Metodologia aplicada à pesquisa.

3.1 Tipo de método

Neste trabalho será realizado um estudo de caso que segundo (BARROS e LEHFELD, 2000) se volta à coleta e ao registro de informações sobre um ou vários casos particularizados, elabora-se relatórios críticos para melhor visualização do local de estudo, dando margem a decisões e intervenções sobre o objetivo escolhido para a investigação. A pesquisa tipo estudo de caso caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado de um único caso. Este estudo é preferido pelos pesquisadores que desejam aprofundar seu conhecimento a respeito de determinado caso específico. (BEUREN, 2006, p.84).

Esse tipo de pesquisa é realizado de maneira mais intensiva, pois os esforços dos pesquisadores são concentrados em um determinado objetivo. No entanto o fato de relacionar-se a um único objeto ou fenômeno constitui-se em uma limitação, uma vez que seus resultados não pedem ser generalizados a outros objetos ou fenômenos.

3.2. Caracterizações do sujeito, local de análise, o universo e a amostra

O agente de estudo deste projeto serão os ligados a atividade turística rural no estado do MT. O universo ou população é o conjunto de objetos com pelo menos uma característica em comum. Por essa razão faz-se necessário uma quantidade amostral, ou seja, uma pequena parte dos elementos que compõem o universo para a aplicação da pesquisa. Quanto à amostra será pesquisado o perfil sócio – cultural dos sujeitos participantes da entrevista. O local para a realização da pesquisa é o município de Barra do Bugres indicado pela Secretaria de Turismo do estado do Mato Grosso como pólo da atividade de turismo rural.

3.3. As técnicas de coletas de dados

As especificações e metodologia usada para coletar dados na pesquisa exploratória são enfatizadas da seguinte forma:

> As especificações ou a metodologia usadas para coletar os dados devem ser examinadas de forma critica para identificar possíveis fontes de tendências. Essas considerações incluem o tamanho e a natureza da amostra, o índice das respostas e sua qualidade, a criação e a administração dos questionários, os procedimentos usados para o trabalho de campo e os procedimentos de analise de dados e elaboração de relatórios. (MALHOTRA, 2006, p.125).

Analisados os conceitos de Malhotra (2006) as verificações fornecem informações sobre a confiabilidade e a validade dos dados e ajudam a determinar se eles podem ou não ser considerados no problema em pauta. A confiabilidade e a validade podem ser adicionalmente averiguadas por um exame do erro, da

atualidade, dos objetivos, da natureza e da confiabilidade associados aos dados existentes “secundários”.

3.4 Instrumentos de coleta de dados

O instrumento de coleta de dados que foi utilizado é o questionário de entrevista para elaboração de relatórios, visando agilizar o processo sistemático e analítico da pesquisa.

Malhotra (2006) diz que o questionário é um instrumento de coleta de dados que busca mensurar alguma coisa, para tanto, requer esforço intelectual anterior de planejamento com base na conceituação do problema, no plano de pesquisa e algumas entrevistas exploratórias preliminares.

O questionário é uma técnica de recolhimento de dados que presta um importante serviço à pesquisa exploratória como ferramenta facilitadora das respostas dos problemas que serão analisados para um provável diagnóstico.

4. Análise dos Resultados

4.1. Análise da demanda turística

A demanda turística do município de Barra do Bugres recebe visitantes das regiões sul, sudeste, nordeste e centro-oeste brasileiro. O estado de Mato Grosso, devido à proximidade das regiões emissoras com o município receptor, aparece com maior participação em relação à origem do visitante. Do total dos visitantes entrevistados 82% são oriundos do próprio estado (MT), seguido do estado do Paraná (8%), São Paulo (6%) e demais estado (4%), conforme gráfico abaixo.

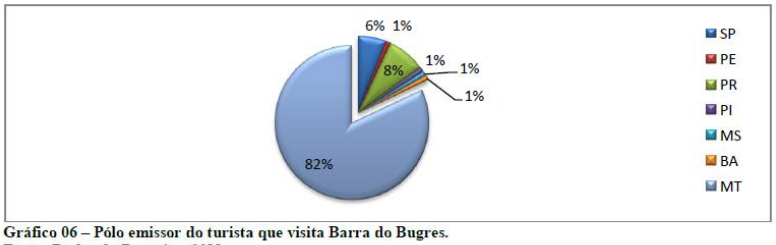

Gráfico 06 – Pólo emissor do turista que visita Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Esse turista que visita o município de Barra do Bugres proporciona no município a transferência ou a distribuição de renda entre regiões e localidades. Esse impacto é observado quando se avalia os dias de permanência e os gastos diários efetuados pelos visitantes.

Visto desta forma, 45% dos turistas que visitam o município de Barra do Bugres permanece por volta de 1 a 3 dias, porém é importante ressaltar que grande parte destes entrevistados estão só de passagem e buscam como destino final outra localidade. Ainda 19% ficam entre quatro a cinco dias, outros 17% ficam entre seis a oito dias e acima de nove dias responderam 19% dos entrevistados.

Como forma de gastos diários percebe-se que 28% gastam até trinta reais por dia, 27% gastam de trinta a sessenta reais por dia, 18% gastam de sessenta a noventa reais por dia.

Com isso pode-se verificar que grande maioria dos turistas entrevistados permanece em média dois dias na cidade e com isso gastam em média quarenta e cinco reais por dia. Isso gera uma receita de noventa reais por visitante.

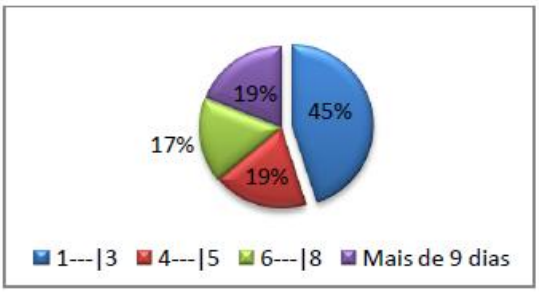

Gráfico 07 – Permanência em dias dos turistas.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011

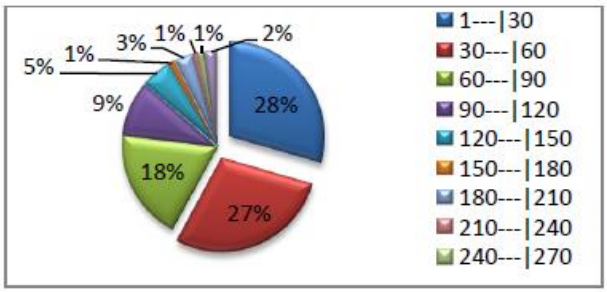

Gráfico 08 - Gastos diários dos Turistas.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Em relação ao perfil etário, gênero dos entrevistados, estado civil e existência de filhos na composição da família, afirma-se segundo os dados coletados e descrição dos gráficos abaixo que 38% possuem idade igual ou superior a 43 anos, seguidos de 12% com idade entre 38 a 42 anos, 14% com idade entre 23 a 27 anos; em relação ao gênero 68% são homens e 32% são mulheres; o estado

civil revela que 50% são casados, 40% são solteiros, 10% são divorciados, viúvos ou outros e em relação à composição da família 64% possuem filhos.

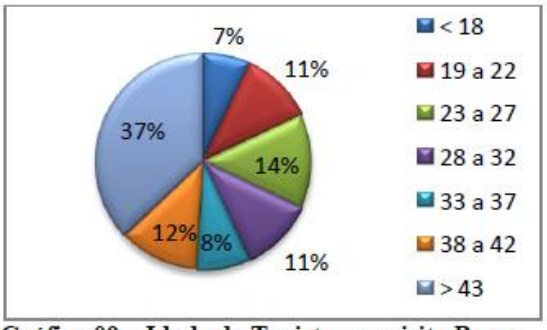

Gráfico 09 – Idade do Turista que visita Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011

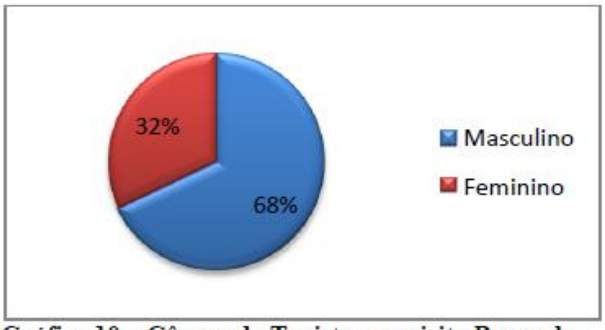

Gráfico 10 – Gênero do Turista que visita Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011

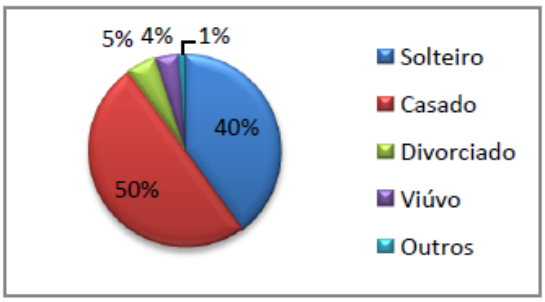

Gráfico 11 – Estado Civil do Turista que visita Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011

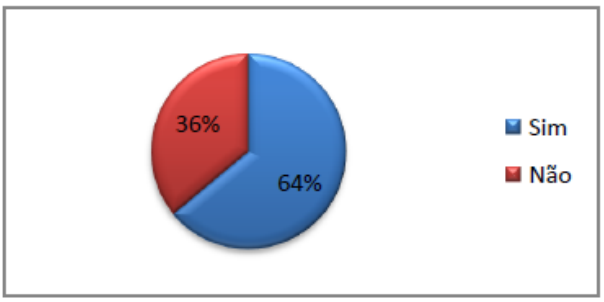

Gráfico 12 – Existência de Filhos do Turista que visita Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011

Em relação à renda do turista que visita o município de Barra do Bugres, observa-se nos dados da pesquisa que existe uma composição bem distribuída, em relação as faixas de renda. Assim 20% apresentam uma renda entre 02 a 03 salários mínimos, 19% possuem ganhos de 01 a 02 salários mínimos, na faixa dos 16% dos entrevistados observamos três classes de renda, os que ganham até 01 salário mínimo, os que ganham acima de 06 salários mínimos e ainda os que ganham entre 04 a 05 salários mínimos.

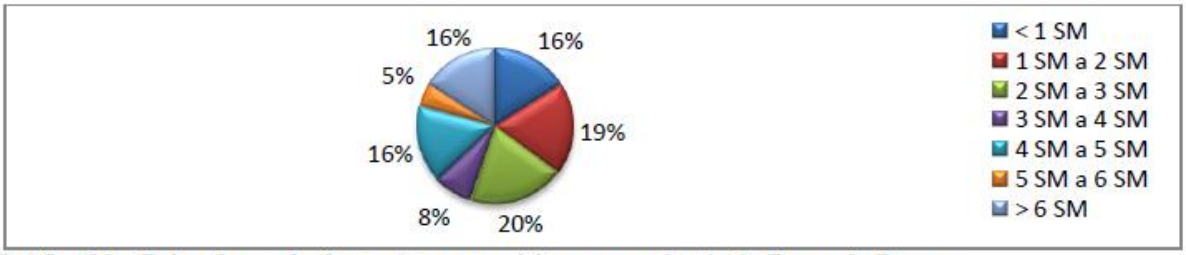

Gráfico 13 – Faixa de renda dos turistas que visitam o município de Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Voltando a análise aos aspectos de informação e meio de deslocamento do turista, observa-se através dos dados que para 83% dos entrevistados a forma pelo qual conheceram ou ficaram sabendo do município foi através de outros argumentos não ligados a ações de comunicação publicitária, comentam que conheceram através de viagens que fizeram e passaram pelo município e ainda por intermédio das empresas onde trabalham. Outros 25% conheceram Barra do Bugres através de parentes e amigos.

Em relação ao meio de locomoção utilizado para a vinda ao município, pode-se verificar que 47% dos entrevistados utilizaram o ônibus para chegar à cidade, outros 36% chegaram de automóvel.

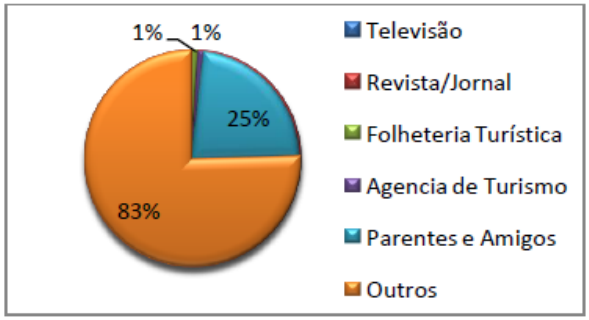

Gráfico 14 – Meio de Informação utilizado para conhecer Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

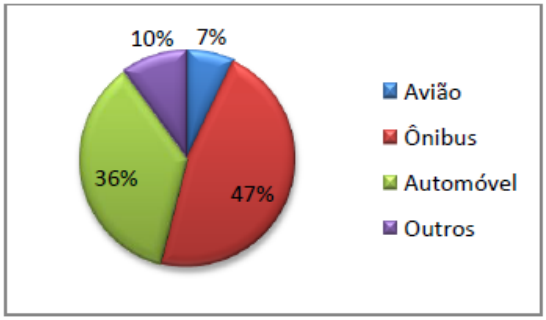

Gráfico 15 – Meio de Transporte utilizado para visitar Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Segundo os entrevistados, a grande maioria está viajando sozinho, representando 62% dos entrevistados, e ainda sua permanência na cidade se dá através de pousos e hospedagens em hotéis locais, com 57% afirmando esta opção.

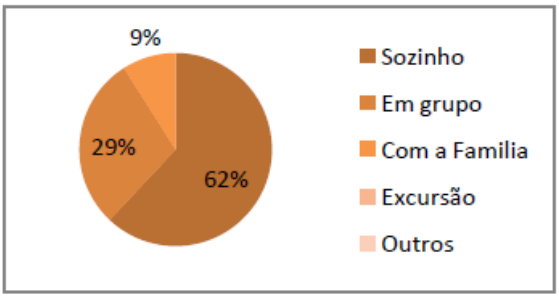

Gráfico 16 – Forma de viagem do turista.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

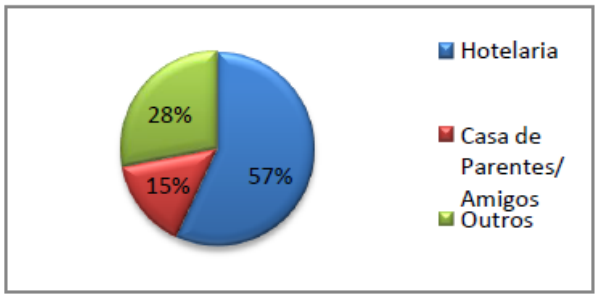

Gráfico 17 – Meio de Hospedagem do turista.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Como parte principal da verificação do motivo da viagem a Barra do Bugres, constata-se que o turista busca a cidade não para práticas de turismo rural, mas sim para efetuar a prática de turismo de negócios, sendo composto por 65% dos entrevistados. Ainda, com 21% dos entrevistados a viagem se realiza devido a outros motivos como: necessidades de consulta médicas, visitas a parentes ou até mesmo por estarem apenas de passagem pela cidade.

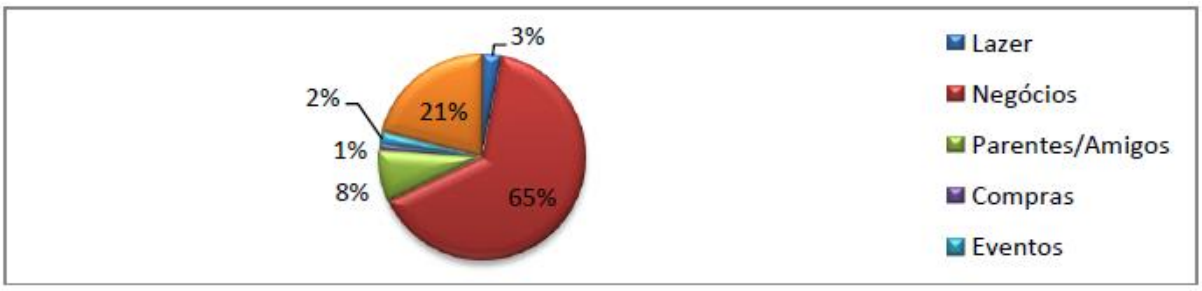

Gráfico 18 – Motivo da Viagem a Barra do Bugres.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Para analisar a vocação do município em relação ao turismo e principalmente ao turismo rural, foi levantado pelo questionário qual seria o segmento do turismo que interessa ao visitante de Barra do Bugres. Como resposta verificou-se que os turistas buscam no município turismos com enfoque ecológico, sendo representado por 44% dos entrevistados, ainda 21% buscam o turismo negócio como principal fator de interesse em visitar a cidade.

Esses dados demonstram que apenas 14% têm interesse em praticar o turismo rural no município.

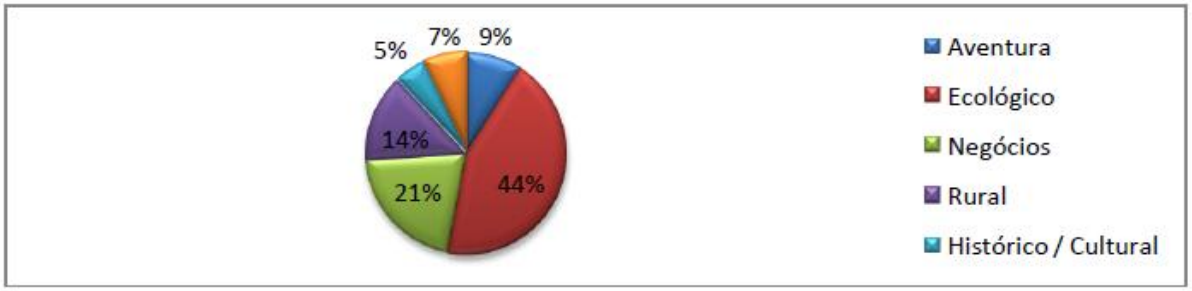

Gráfico 19 – Interesse de segmento do turismo por parte dos visitantes.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

O resultado acima demonstra que o turismo rural do município é pouco explorado e possui pouco interesse pelos visitantes, porém essa situação pode ser aprofundada devido à falta de conhecimento por parte dos visitantes em relação aos atrativos turísticos rurais do município, onde 84% dos entrevistados citam que não conhecem nenhum atrativo rural em Barra do Bugres, conforme dados do Gráfico 20.

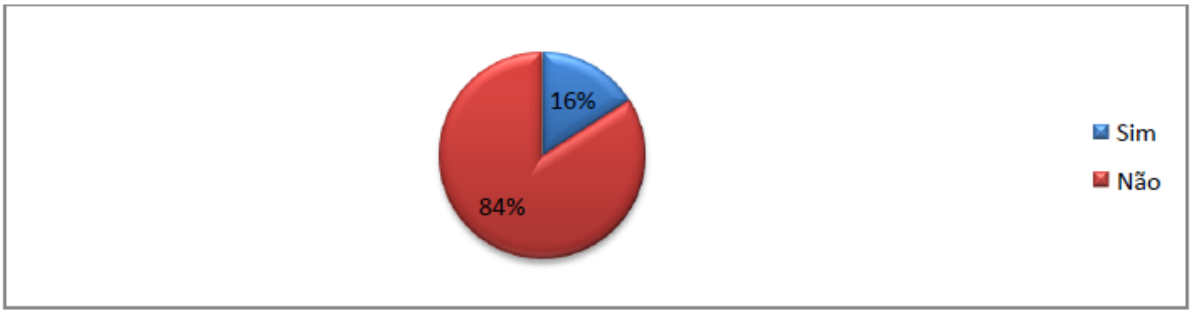

Gráfico 20 – Conhecimento do turista sobre os atrativos de turismo rural.
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Desta forma, o perfil do turista que visita município de Barra do Bugres é formado por mato-grossenses, com uma permanência média de 1 a 3 dias, gasta diariamente algo em torno de Trinta Reais (R$ 30,00), tem mais de 43 anos, possui filhos, é casado e na sua grande maioria homens, possui renda média entre 02 a 03 salários mínimos, ficou sabendo da cidade através deinformações da empresa onde trabalha ou porque já esteve no município, e chega até Barra do Bugres de ônibus e sozinho, ainda hospeda-se em hotéis e está viajando por motivo de negócios e trabalho. Como forma de interesse no turismo da cidade busca atividades ligadas ao

ecoturismo e se perguntado sobre os atrativos turísticos rurais da cidade não conhece nenhum.

4.2 Oferta Turística de Barra do Bugres

A oferta turística de Barra do Bugres segundo dados da pesquisa se encontra basicamente voltada as atividades do turismo ecológico e de negócios. Como composição da oferta turística o município conta segmentos relacionados a atrativos turísticos, infra-estrutura de hospedagem e eventos.

Como atrativos turísticos, observam-se os seguintes pontos segundo informações da Prefeitura Municipal de Barra do Bugres 2010:

- **Rio Juba**

Formado pelo rio Juba, com praia natural de água doce. Distante 71 km do centro de Barra do Bugres, fica em área de assentamento agrário. Potencial: pesca esportiva, balneário natural, passeio ecológico com trilhas, mergulho livre, bike, passeio de bote, cachoeira e turismo rural.

- **Serras: Araras e Currupira**

Berço das águas de corredeiras e cachoeiras excelentes para a prática de esportes radicais, as serras da região tem uma vegetação mista entre serrado e mata. Conta com uma fauna bastante diversificada, sendo representada pela onça-pintada, capivara, cachorro-do-mato, etc. A fauna e muito rica e destaca-se a presença de várias espécies da família Psittacidae(araras, papagaios, entre outros) e Cariamidae (seriemas) e outras aves raras (a harpia e um exemplo).

Entre as serras encontram-se comunidades descendentes quilombolas, que resguardam suas tradições e costumes como as festas tradicionais, vinculados a religiosidade e a arquitetura vernácula casas de sape e pau-a-pique, com chão de barro socado.

- **Pousada Currupira d'Araras**

Parte de uma fazenda com criação de gado e cavalo pantaneiro, localizada a 50 km da cidade, num belíssimo vale do complexo da Serra das Araras, entre a Serra do Currupira e a Serra do Descalvado. Estruturada para proporcionar conforto e hospitalidade, fica distante apenas 110 km de Cuiabá. O ecoturismo circunda a região, atraindo observadores de pássaros, principalmente os amantes do gavião real (harpia harpyja), maior ave de rapina do mundo, ou amantes da natureza que busca grutas, serras, cânions, sítios, flora e fauna com espécies raras e diversificadas. O gavião encontrou na região as condições ideais de nidificar e criar filhotes, por isso "nenhum outro lugar do mundo se tem a noticia de que uma situação na qual a harpia possa ser observada com tanta facilidade" (revista globo rural N 172 Fev/2000)

Atrativos: caminhadas na mata, banhos em cascatas, piscinas naturais, piscina aquecida, cavalgadas em legítimos campeões pantaneiros, pescaria em represa, campos de futebol, voleibol e jogos de salão.

- **Aldeia Umutina**

Com preservação da cultura indígena, distante 12 km de Barra do Bugres, e cercada pelos rios Bugres e Paraguai. O ritual do culto aos mortos e uma de suas manifestações culturais mais importantes. As etnias que compõem atualmente a aldeia são: Paresi, Umutina, Nabikwara, Kayabi, Terena e Irantxe. Os primeiros contatos com os não-índios ocorreram no século XVIII, devido ao extrativismo da poaia. Além da arquitetura indígena é possível encontrar na aldeia 11 casas construídas na época da comissão de Marechal Candido Rondon, tombadas como Patrimônio Histórico e Artístico Estadual. Potencial: visitação cultural e passeio ecológico.

- **Igrejinha de Santa Cruz**

Centro Histórico de Barra do Bugres: Região ribeirinha do Paraguai e Bugres, pode ser caracterizado como uma rota turística, percorrendo a Rua Frederico Josetti, atravessando a Avenida Marechal Candido Rondon, seguindo a rua Voluntários da Pátria ate o antigo cemitério.

As edificações e o entorno são testemunhas da formação da cidade, das famílias tradicionais e festas religiosas

Observa-se que em relação aos atrativos turístico o foco é o turismo ecológico, onde a contemplação da natureza é a atividade principal, não apresentando relação com a idéia do turismo rural diagnosticado pelo Estado.

A infra-estrutura de hospedagem no município é composta por 05 hotéis localizados na área urbana com sua capacidade sendo ocupada principalmente por turistas que buscam realizar atividades ligadas a negocio, ou seja, visitam a cidade com a intenção de trabalho conforme informações dos gerentes dos hotéis.

Através dos dados da Prefeitura Municipal apresenta-se abaixo o quadro 01 demonstrando a capacidade da rede hoteleira do município.

Quadro 01 – Informações sobre a infra-estrutura de hospedagem em Barra do Bugres.

Hotéis/Itens	Quantidade	Unidades de Habitação	Leitos	Taxa Média de Ocupação	Períodos de Maior Ocupação	Períodos de Menor Ocupação
Hotéis	Seis	134	298	64%	Abril e Agosto	Novembro, Dezembro e Janeiro

Fonte: Prefeitura Municipal de Barra do Bugres, 2011.

Assim em relação à infra-estrutura de hospedagem observa-se que possuem 06 hotéis, com capacidade para 298 hospedes, com taxa média de ocupação da ordem de 64% do total (202 hospedes), com sazonalidade nos períodos de abril e agosto demonstrando maiores altas de hospedes e os meses de novembro, dezembro e janeiro as maiores desocupações em sua estrutura hoteleira.

O município também realiza eventos que atraem o publico visitante de varias regiões. As principais festas e eventos são (dados da Prefeitura Municipal):

- Barra Folia (fevereiro): Carnaval de Rua de Barra do Bugres, Realizado pela prefeitura municipal por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo na Praça Ângelo Masson.
- Fest Bugres e Aniversario da cidade (Abril): festividades esportivas, culturais e gastronômicas na Praça Ângelo Masson e nas margens do Rio Paraguai.
- Festa junina integrada (julho): Festa tradicional realizado na Praça Ângelo Masson pelas escolas municipais e estaduais com o objetivo de integrar toda a comunidade. E composto de apresentações de danças caipiras e de venda de alimentos típicos.
- Exposição Agropecuária de Barra do Bugres (agosto): Festa do Peão, e promovida pelo sindicato do Produtor Rural, com rodeios, shows e exposições.
- Festa de Santa Cruz (setembro): Realizada pelo Centro Tradicional Mato-grossense na igrejinha de Santa Cruz – conta com atividades religiosas e apresentações culturais.
- Réveillon (dezembro): Realizado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo na Praça Ângelo Masson em comemoração a chegada do Ano Novo.

As principais festas e eventos explicam a ocupação da rede hoteleira devido aos seus dois principais eventos Fest Bugres e Exposição Agropecuária atraírem mais visitantes ao Município. Desta forma relacionam-se os principais segmentos no quadro 02 abaixo e classificam-se em atividade rural ou outro segmento turístico ou com outra prática turística.

Quadro 02 – Resumo da Classificação da Oferta Turística no município de Barra do Bugres.

Atrativo Turístico		
Ponto Turístico	**Turismo Rural**	**Outro Segmento Turístico**
Rio Juba		X
Serra das Araras		X
Serra das Currupiras		X
Aldeia Umutina		X
Igrejinha Santa Cruz		X
Hospedagens		
Hotéis	**Turismo Rural**	**Outro Segmento Turístico**
Hotéis no meio Urbano		X
Hotéis no meio Rural		X
Eventos		
Eventos	**Turismo Rural**	**Outro Segmento Turístico**
Barra Folia		X
Fest Bugres		X
Festa Junina		X
Exposição Agropecuária		X
Festa de Santa Cruz		X
Réveillon		X

Fonte: Dados Reunidos da Pesquisa, 2011.

Desta forma pode-se avaliar que o turismo rural não apresenta atrativos turísticos ligados a seu segmento, e sim ligados a turismo de natureza e cultural. Em relação aos meios de hospedagem, grandes partes dos hotéis, no meio urbano, não se dedicam e nem fornecem informações sobre o turismo rural, se dedicando a receber os turistas de negócios e mesmo existindo uma hospedagem no meio rural, ela não se dedica a prática do turismo rural e sim ao de saúde com suas instalações voltadas a prática do SPA e também dedica ao ecoturismo com atividades voltadas a contemplação da natureza existente ao seu entorno. Ainda, os eventos realizados na cidade ou são voltados a negócios ou então a práticas de turismo cultural e ecológico.

Considerações Finais

O presente estudo levantou os aspectos potenciais do mercado turístico no município de Barra do Bugres, onde através da citação do estado existe forte prática turística rural implantada e em desenvolvimento.

O que foi observado na realidade é um município onde as práticas turísticas não são voltadas para o turismo rural e sim para outros segmentos da atividade turística, essas ações são tanto públicas como privadas.

Isso pode ser observado através do lado da oferta onde os atrativos são todos voltados para práticas de turismo ecológico ou cultural, os meios de hospedagem são praticamente todos voltados a receber um turista de negócios, elaborando suas estratégias para o conforto de suas necessidades, e ainda em relação aos eventos são voltados para atividades culturais e também relacionadas a negócios. Outro ponto importante a ser ressaltado é que os outros agentes inseridos na infra-estrutura de apoio ao turismo como taxistas, comerciantes entre outros, não possuem qualquer conhecimento das atividades de turismo rural na localidade receptora, nem tão pouco conseguem se organizar e elaborar planos estratégicos onde provocam uma ruptura no desenvolvimento regional da atividade.

Em relação à demanda turística, o próprio turista desconhece a cidade como pólo receptor de turismo rural, isso já deixa claro que a visita deles a cidade não é com o intuito de praticas de lazer rural, e sim com o objetivo de praticar as ações de negocio ou trabalho remunerado, o que implica em baixo crescimento do mercado em análise.

Considera-se que o turismo rural de Barra do Bugres através dos fatos verificados não possui potencialidade quanto a pratica de visitação em instalações com finalidade rural e deve ser enquadrado no estado como outro tipo de segmento turístico, até como forma de alinhar suas estratégias e atingir níveis de desenvolvimento com essa atividade.

Referencias

BARROS, A. J. S. e LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica: um guia para a iniciação científica**. São Paulo: Makron Books, 2000.

BEUREN, I. M. **Gerenciamento da Informação.** 2° ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BLASCO, E. F.; PEREZ, M. A. Análise socioeconômica da demanda turística dos espanhóis*:* alguns dados socioeconômicos*.* In: **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 07, n° 01, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo – **Anuário Estatístico do Turismo.** Site: www.turismo.gov.br. Acesso em: 10 de julho de 2010

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Dados da SIDRA.** Disponível em: www.sidra.gov.br. Acessado em 20 de janeiro de 2010.

CANDIOTTO, L. Z. P. **Elementos para o Debate Acerca do Conceito de Turismo Rural.** In: Turismo em Análise, vol 21, n° 01, 2010.

CARVALHO, A. F. Políticas públicas em turismo no brasil. In **Sociedade e cultura.** Vol. 3, Núm. 1-2, enero-diciembre, 2000.

CERQUEIRA, C. A.; FREIRE, C. F. R. Fatores Determinantes da Oferta Turística do Município de Ilhéus (Bahia) na Alta Estação do Ano de 2007. **In: Turismo em Análise.** Vol. 21; n° 01, 2010.

ELESBÃO, I; ALMEIDA, J. A. O turismo rural como vetor do desenvolvimento local: a experiência de são martinho/SC. In: **Economia e Desenvolvimento**, nº 13, agosto/2001

FERNANDES, I. P., COELHO, M. F. **Economia do turismo**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

FROEHLICH, J. M. Turismo rural e agricultura familiar: explorando criticamente) o cruzamento de abordagens e estratégias para o „desenvolvimento". In: **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento.** Bauru: EDUSC, 2000, p.181-198.

LAGE, B.; MILONE, C. **Economia do turismo**. Campinas: Prós, 1991.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 4. ed. Porto Alegre: Bochan, 2006.

MATO GROSSO. **Dados sobre a demanda turística.** Secretaria de Desenvolvimento do Turismo. Acessado em março de 2011. Disponível em: www.sedtur.mt.gov.br.

MORETO NETO, L.; SCHMITT, V. G. H. Análise do comportamento do turista estrangeiro em Florianópolis: a demanda por informações turísticas. In: **Race**, vol. 06; n° 02; 2007.

MOURA, A. K. C.; GARCIA, L. G. Políticas públicas de turismo e Sustentabilidade: O pólo turístico cabo branco em análise. In: **CULTUR**, ano 03, n. 03 – Junho/2009.

NOGUERIA, J. M. **Economia do Turismo**. Curso de curta duração. Universidade de Brasília. 2006.

BARRA DO BUGRES. **Informações Turísticas de Barra do Bugres.** Prefeitura Municipal de Barra do Bugres. 2011.

ROCHA, J. S. da R; ALMEIDA, N. de P. Políticas públicas federais de turismo: uma análise circunstancial do Plano Nacional de Turismo 2003-2007. In: **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 1, n. 2, outubro de 2008

SANTOS, R. S.; GOMES, C. M. Políticas públicas de turismo: a importância para o desenvolvimento do Maranhão. In: **III Jornada Internacional de Políticas Públicas**, São Luís – MA, 2007.

SCHNEIDER, S ; FIALHO, M. A. V. Atividades não agrícolas turismo rural no rio grande do sul. In: **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**.1ª ed.Bauru : EDUSC, 2000,

SILVA, B. C.; SILVA, M. C.; CAIXETA, J. C. Demanda turística e desenvolvimento em Pirenópolis-Go. In 3° Seminário sobre Sustentabilidade, 2008, Curitiba-PR