

ALAMBIQUES COMO ATRATIVO TURÍSTICO: Por que abrir as unidades produtivas para visitação?

ALINE DELMANTO

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

RAQUEL TRINDADE

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

LUCIANA FLORÊNCIO DE ALMEIDA

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING (ESPM)

ALAMBIQUES COMO ATRATIVO TURÍSTICO: Por que abrir as unidades produtivas para visitação?

Introdução

O turismo é vetor de incremento do faturamento das empresas contribuindo para o desenvolvimento dos destinos vocacionados. Alguns engenhos oferecem visitação com estruturas receptivas desenvolvidas. A literatura sobre turismo, especialmente aquela relacionada a visitação de unidades produtivas para conhecimento do processo de produção e degustação de produtos pouco ainda explorou a relação entre cachaça e turismo ou dimensionou o benefício que a visitação dos alambiques pode trazer aos produtores.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Considerando o aumento do interesse dos brasileiros pela cachaça e a utilização do espaço rural pelo turismo a presente pesquisa propõe investigar: Por que os produtores de cachaça estão abrindo suas unidades produtivas para a visitação dos turistas? São, ainda, objetivos específicos: (1) descobrir que ações de adequação são necessárias para permitir a recepção de visitantes e (2) identificar os resultados gerados pela visitação realizada.

Fundamentação Teórica

A revisão de literatura apresenta o turismo como alternativa de diversificação econômica para propriedades rurais e discute a cachaça como geradora de visitação nos alambiques. Para isso, analisa estudos que apresentam os requisitos mínimos necessários para recebimento dos visitantes e os resultados obtidos com a visitação.

Metodologia

Trata-se de um estudo de casos múltiplos. Foram selecionadas, por juris, três empresas produtoras de cachaça artesanal que identificam no turismo uma atividade complementar importante para o suporte do negócio principal. Foram realizadas entrevistas, a partir de um roteiro semiestruturado, com três blocos temáticos validados com doutores estudiosos da área. As entrevistas foram gravadas e transcritas integralmente. Para a análise e interpretação de dados, foi aplicada uma análise qualitativa de dados com base no modelo de ordenação por casos (Case-Ordered Descriptive Meta-Matrix).

Análise dos Resultados

A análise dos resultados foi estruturada em 4 partes sendo elas: (1) apresentação das motivações para abertura à visitação, (2) identificação dos requisitos mínimos necessários para abertura à visitação, (3) resultados provenientes das visitas e (4) diagrama de resultados que consolida as principais evidências a partir do material analisado, com destaque aos fatores chaves para abertura à visitação (parte esquerda do diagrama) e os fatores esperados resultantes do investimento e planejamento para execução dos fatores chaves.

Conclusão

O turismo apresenta-se como vetor de desenvolvimento econômico nas regiões verdadeiramente vocacionadas e preparadas para acolher o fluxo de visitantes. Para as empresas visitadas é fator de incremento do faturamento, aumento de vendas e fortalecimento de marca. A abertura à visitação e a extensão das atividades de turismo trazem benefícios para o negócio. A visitação gera conhecimento do processo produtivo, divulgação da cachaça e, conseqüentemente, induz a compra de produtos nas lojas, principalmente após a degustação.

Referências Bibliográficas

Braga, M. V. F., & Kiyotani, I. B. (2015). A Cachaça como patrimônio: turismo, cultura e sabor. *Revista de Turismo contemporâneo*, 3(2).
Canovi, M., & Lyon, A. (2020). Family-Centred Motivations for Agritourism Diversification: The Case of the Langhe Region, Italy. *Tourism Planning & Development*, 17(6), 591-610.
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage publications.
Souza, M., Elesbão, I., & Schaidhauer, M. (2011). Os benefícios do turismo rural: Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves. *Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 3(2)

