

# Boletim Gaúcho de Geografia

<http://seer.ufrgs.br/bgg>

---

## O AGRONEGÓCIO E AS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DO MUNICÍPIO DE RIO VERDE-GOIÁS

*Roberto Eduardo Castillo Pizarro*

*Maria Geralda de Almeida*

*Boletim Gaúcho de Geografia, 32: 113-130, dez., 2007.*

Versão online disponível em:

<http://seer.ufrgs.br/bgg/article/view/37451/24201>

---

Publicado por

**Associação dos Geógrafos Brasileiros**

---



**Portal de Periódicos**  
**UFRGS**

UNIVERSIDADE FEDERAL  
DO RIO GRANDE DO SUL

---

### Informações Adicionais

**Email:** [portoalegre@agb.org.br](mailto:portoalegre@agb.org.br)

**Políticas:** <http://seer.ufrgs.br/bgg/about/editorialPolicies#openAccessPolicy>

**Submissão:** <http://seer.ufrgs.br/bgg/about/submissions#onlineSubmissions>

**Diretrizes:** <http://seer.ufrgs.br/bgg/about/submissions#authorGuidelines>

---

Data de publicação - dez., 2007

Associação Brasileira de Geógrafos, Seção Porto Alegre, Porto Alegre, RS, Brasil

## O AGRONEGÓCIO E AS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DO MUNICÍPIO DE RIO VERDE-GOÍÁS

Roberto Eduardo Castillo Pizarro<sup>1</sup>

Maria GERALDA de Almeida<sup>2</sup>

### Resumo

Este artigo tem o objetivo de discutir como o agronegócio possibilita ou não a criação ou o incentivo do turismo no município de Rio Verde. O agronegócio foi resultado das políticas públicas que inseriram a modernização da agricultura e os *pacotes tecnológicos* e, posteriormente, possibilitaram o processo de agroindustrialização, constituindo atualmente uma complexa cadeia produtiva denominada de agronegócio. Eventos como a Exposição Agropecuária e a Agrishow-COMIGO são exemplos de formas de divulgação e comercialização dos produtos agropecuários e agroindustriais. Além destes eventos, o aumento das taxas de ocupação da rede hoteleira, nos últimos anos, levantou a idéia do desenvolvimento do turismo na cidade. Porém, o desconhecimento das potencialidades turísticas por parte dos empresários dos meios de hospedagem, A&B (alimentos e bebidas) da população local e, ainda, da inexperience dos agentes públicos ligados ao turismo, desarticulam até o momento o turismo como nova atividade econômica do município. Existem, além dos eventos ligados ao agronegócio, as potencialidades turísticas culturais e naturais que podem ser exploradas pelo turismo e seus agentes promotores.

**Palavras-chave:** agronegócio - turismo - turismo de negócio e eventos - potencialidade turísticas - pacotes tecnológicos.

### THE AGRIBUSSINESS AND TURISTICS POTENTIALITIES OF RIO VERDE-GO

### Abstract

This article discusses how agribusinesses allows or not the creation or favours tourism in Rio Verde town. Expositions related to cattle-raising and agriculture, such as Agrishow- COMIGO are examples of strategies of marketing and publicity for cattle raising, agriculture and technologic agriculture products. Besides those events, the increase of the rate of occupation in the hotel network in the last years raised the idea of developing

---

<sup>1</sup> Mestrando em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação do Instituto de Estudos Sócio-ambientais(IESA) da Universidade Federal de Goiás (UFG)

<sup>2</sup> Professora Doutora do curso de graduação em Geografia e do Programa de pós-graduação do Instituto de Estudos Sócioambientais(IESA) da Universidade Federal de Goiás (UFG)

tourism in the city. The touristic potential of the city is ignored by businessmen involved with lodging, foods and beverages. Inexperience affects also public agents in charge of tourism promotion, creating obstacles to the development of tourism as a new economic activity in the town.

**Key-words:** agribusiness - tourism - business and events tourism - tourism potentialities - Rio Verde - GO.

### **Introdução**

O município de Rio Verde, localizado na microrregião do Sudoeste de Goiás, tem no agronegócio a sua principal atividade econômica.

As transformações do município de Rio Verde são resultados das ações de políticas públicas adotadas pelo Estado desde 1838 por meio da Carta de Lei, de 5 de setembro de 1838 (CAMPOS, 1971), que isentava de impostos as atividades da pecuária bovina extensiva.

A modernização da agricultura introduzida na região dos cerrados nas décadas de 1960 e 1970 transformou este espaço municipal em produtor de grãos, com destaque para o arroz, a soja e o milho. Esta produção agrícola possibilitou o processo de agroindustrialização de Rio Verde nas décadas de 1980 e 1990, por meio das construções de plantas industriais de beneficiamento de grãos, com ênfase para o processamento da soja em óleo e farelo. Esta industrialização foi marcada, nos anos de 1990, com a implantação do Projeto Buriti que inseriu no espaço do município e da região as atividades agropecuárias de produção de integração de aves e suínos e, ainda, aumentou o uso de técnicas e equipamentos no setor agropecuário e industrial. Assim, no final da década de 1990, as relações campo e cidade concretizam-se por meio do fenômeno chamado de agronegócio.

O agronegócio transformou as relações socioambientais do espaço geográfico do município, como o aumento do número de habitantes, o crescimento da malha urbana, a especulação imobiliária, a implantação de novas unidades industriais e etc.

Os aumentos dos fluxos de visitantes na cidade em decorrência das atividades do agronegócio promoveram o maior uso da utilização de serviços típicos do setor turístico, como meios de hospedagens, A&B (alimentos e bebidas) etc. O crescimento do uso destes serviços do setor turístico fez aflorar as idéias do turismo em Rio Verde, repercutindo nas ações do poder público municipal e de parte dos empresários do setor.

Este artigo tem o propósito de analisar se o agronegócio está contribuindo para o incentivo das atividades turísticas do município e apontar algumas potencialidades turísticas de Rio Verde. Para tal debate, dividimos o artigo em três partes. A primeira aborda a formação e as características do

agronegócio no município. A segunda discute como o agronegócio interfere ou não nas atividades turísticas e nas potencialidades do município. Finaliza-se o artigo com algumas considerações sobre as formas com as quais o turismo deve ser tratado para ser uma nova atividade econômica de Rio Verde.

#### **A formação do agronegócio no município de Rio Verde**

A modernização da agricultura e a formação do agronegócio no município de Rio Verde é resultado das ações das políticas públicas adotadas para inserir as atividades da produção de grãos nas áreas dos cerrados a partir das décadas de 1960 e 1970.

Destacamos o POLOCENTRO (Programa de Desenvolvimento dos Cerrados) como uma das principais políticas públicas para a articulação da modernização da agricultura de Rio Verde. Outra política importante foi o SNCR (Sistema Nacional de Crédito Rural) que criou recursos subsidiados para os produtores rurais incorporarem os denominados *pacotes tecnológicos*.

Os *pacotes tecnológicos*, segundo Aguiar (1985), são conjuntos de técnicas, práticas e procedimentos aplicados nas atividades agropecuárias, de lavoura e criação de animais, de maneira indivisível e segundo os padrões estabelecidos nas pesquisas. Entre os elementos dos *pacotes tecnológicos*, destacam-se as máquinas e implementos agrícolas, fertilizantes artificiais, rações e suplementos para alimentação animal, sementes híbridas, técnicas de correção de acidez dos solos e etc.

A COMIGO (Cooperativa Mista dos Produtores Rurais do Sudoeste Goiano) também serviu de apoio para a divulgação e introdução dos componentes dos *pacotes tecnológicos*. A cooperativa foi fundada em 1976 com apoio do SAC (Serviço de Assistência ao Cooperativismo) e com recursos financeiros do Governo Federal que eram intermediados pelo Banco do Brasil e o BNCC (Banco Nacional de Crédito Cooperativo). Os usos e os componentes dos *pacotes tecnológicos* eram difundidos e vendidos pela cooperativa com o auxílio do DAT (Departamento de Assistência Técnica) COMIGO.

No ano de 1981, com recursos do BNCC, é construída a primeira unidade esmagadora e refino de óleo de soja na unidade da COMIGO da cidade de Rio Verde. A partir de então, a soja produzida, no município e na região, passa a ser processada próxima ao seu local de produção.

A segunda metade da década de 1980 é marcada pela redução dos preços agropecuários mundiais, levando grande parte dos produtores e agroindústrias à falência ou à queda dos lucros. Isto é agravado pela redução dos financiamentos públicos ao setor agropecuário com diminuição drástica dos recursos do SNCR.

O ano de 1997 é marcado pela implantação do Projeto Buriti que instalou a Perdigão Agroindustrial S/A e o sistema de produção integrado de

aves e suínos. Este sistema é composto pela parceria entre os produtores rurais, que prestam o serviço de produção e engorda dos animais para o processamento das proteínas animais pela agroindústria. Esta por sua vez é responsável por fornecer os animais, tecnologia de produção, rações e assistência técnica aos produtores integrados. O Projeto Buriti intensificou as relações entre o campo e a indústria, estreitando as relações entre os produtores rurais, as tecnologias, as novas formas de comercialização da produção e dos serviços prestados.

Afirma-se que, a partir de então, as cadeias produtiva do agronegócio concretizam-se no município e região.

Gasquez et ali definem (2004, p.8)

[...] o agronegócio é visto como a cadeia produtiva que envolve desde a fabricação de insumos, a produção nos estabelecimentos agropecuários, a sua transformação, até o seu consumo. Esta cadeia incorpora todos os serviços de apoio, desde a pesquisa e assistência técnica, processamento, transporte, comercialização, crédito, exportação, serviços portuários, distribuidores (*dealers*), bolsas, industrialização, até o consumidor final.

Aplicando esta definição na análise da realidade de Rio Verde, o agronegócio manifesta-se no espaço do município por meio dos serviços de pesquisa e assistência técnica nas atividades agropecuárias realizadas pela COMIGO e FESURV (Universidade de Rio Verde, ex-Fundação de Ensino Superior de Rio Verde). O processamento dos produtos agropecuários, com ênfase para a soja, milho, sorgo, aves e suínos, ocorre nas plantas industriais da COMIGO, Perdigão, Kowalski Alimentos (óleo e farelo de soja), Cargill (óleo e farelo de soja), Cereal (rações animais, óleo e farelo de soja) e Adubos Moema. Os recursos financeiros são gerenciados pelo Banco do Brasil que administra as linhas de crédito para o setor industrial, agropecuário e agroindustrial. Na mesma instituição financeira, os produtores rurais podem comercializar suas produções diretamente na BM&F (Bolsa de Mercadorias e Futuro) de São Paulo e Bolsa de Valores de Chigado. A produção agropecuária e agroindustrial é transportada por empresas que deslocam as mercadorias para exportação pelos portos de Santos (São Paulo), Paranaguá (Paraná) e, ainda, para o mercado consumidor interno.

O agronegócio é constituído de setores que envolvem desde a área de produção agropecuária até a sua distribuição ao mercado consumidor nacional e internacional.

Já Girardi e Fernandes (2006, p.8) afirmam que,

[...] para que uma atividade agropecuária seja classificada como agronegócio ela deve apresentar características como: 1) necessidade de grandes estabelecimentos agropecuários e concentração fundiária; 2) utilização intensiva de tecnologias e máquinas em detrimento ao trabalho humano; 3) danos ambientais em grande escala; 4) utilização de grandes

quantidades de água no cultivo irrigado; 5) presença de modificações genéticas para melhoria de sementes ou rebanhos; 6) concentração de capitais; 7) gozo de facilidades de empréstimos de bancos devido à terra, possível de ser dada como garantia de pagamento; 8) predominância de relações de trabalho de assalariamento; 9) dependência de insumos e equipamentos importados e; 10) direcionamento da produção majoritariamente para mercado internacional. A soja, algodão, cana-de-açúcar, milho, laranja e carne bovina são os principais produtos do agronegócio brasileiro.

O município de Rio Verde caracteriza o agronegócio, conforme os autores, pois:

- Existem grandes propriedades rurais com concentração fundiária. Segundo o censo do agropecuário de 1995-96, 53,8% das propriedades rurais com mais de 100 hectares ocupam 93% das áreas dos estabelecimentos rurais do município.
- A população rural é de apenas 9% do total do município (IBGE, 2004), deixando claro que as atividades agropecuárias são mecanizadas, não absorvendo grande quantidade de mão-de-obra;
- As modificações genéticas das lavouras e dos rebanhos são percebidas nos elevados índices de produtividade do município;
- A intensificação do capital em determinados setores socioeconômicos é representada pela concentração de terras e, ainda, pela presença de grandes empresas agroindustriais, como a COMIGO, Perdigão Agroindustrial, Orsa Papel e Celulose, Cargill, Kowalski Indústria e Comércio;
- Os empréstimos e linhas de financiamentos presentes nas atividades do agronegócio de Rio Verde são o FCO (Fundo Constitucional do Centro Oeste), FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador), SNCR (Sistema Nacional de Crédito Rural), Recursos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), Leis Municipais de isenções de impostos e ainda Leis Estaduais de fomento à industrialização;
- Uso de máquinas e tratores de grande e médio porte oriundos de empresas multinacionais (Ford, John Dear, Massey Ferguson) e a presença de produtos químicos de empresas multinacionais, como a Monsanto, Bayer;
- A produção agropecuária do município é baseada na produção de soja, exportada em forma de farelo e grão para mercado internacional. 95% da produção de suínos é direcionada para o mercado russo e a produção de aves é destinada principalmente para o mercado asiático e europeu.

Para Castro (2000, p.5)

O agronegócio compõe-se de cadeias produtivas, e, estas possuem entre seus componentes, os sistemas produtivos que operam em diferentes ecossistemas ou sistemas naturais. Operando como contexto, existe um conglomerado de instituições de apoio, composto de instituições de crédito, pesquisa, assistência técnica,

entre outras, e um aparato legal e normativo, exercendo forte influência no desempenho do agronegócio.

Para a autora, o agronegócio consolida-se em determinado espaço e por meio das ações do estado, suas instituições e mecanismos econômicos e tecnológicos. Este processo é nítido no município de Rio Verde que constitui a cadeia produtiva do agronegócio ao longo das décadas de 1970 a 1990.

O agronegócio, repete-se, é a cadeia de produção agroindustrial, inserida no contexto do processo de globalização. A produção é determinada pela capacidade de consumo das unidades industriais, que por meio das empresas multi e transnacionais inserem novas tecnologias no campo para garantir o abastecimento de matérias-primas às plantas industriais.

A circulação de capitais e tecnologia no agronegócio evidencia a dependência tecnológica e econômica dos países subdesenvolvidos economicamente, sendo que estes ficam a mercê das inovações tecnológicas desenvolvidas pelos países mais articulados economicamente. A modernização da agricultura e a agroindustrialização fortalecem as relações de produção agropecuária e industrial, fomentando a construção do agronegócio. Este, por sua vez, impõe novas relações socioeconômicas no espaço do município de Rio Verde, intensificando e aprimorando as relações capitalistas mundiais no espaço local rio-verdense.

#### **Turismo e agronegócio no município de Rio Verde**

Elias e Pequeno (2005) classificam Rio Verde como uma *cidade do agronegócio*, nova designação das *cidades do campo*. Os autores desenvolvem as idéias de Milton Santos referentes ao *meio-técnico-científico-informacional*, *agricultura-científica* e *circuitos espaciais da produção e seus círculos de cooperação*. Identificam nesta *cidade do agronegócio* os problemas urbanos existentes em cidades maiores como deficiência de infra-estrutura social (déficit de escolas, creches, hospitais), favelização, vazios urbanos que promovem a especulação imobiliária etc. Concordar-se com os autores, estes problemas surgem na cidade de Rio Verde, mas, ela também apresenta os elementos das cidades maiores e turísticas nos aspectos da utilização dos elementos do setor turístico.

O melhor exemplo desta característica da *cidade do agronegócio* reside no surgimento de uma rede hoteleira de 1.623 leitos, segundo a Superintendência de Turismo. Estes leitos atendem aos visitantes/trabalhadores principalmente durante os dias úteis da semana.

O município de Rio Verde, de acordo com a mesma fonte e o levantamento de dados de campo, tem 32 hotéis em funcionamento, oferecendo 57 quartos e 861 apartamentos. A rede hoteleira atende, em sua maioria, hóspedes que prestam serviços ou têm negócios com empresas do

município. Assim, a taxa de ocupação estimada pela Superintendência de Turismo e de alguns empresários do ramo hoteleiro gira em torno de 50% a 60% durante os dias úteis da semana. Nos finais de semana, a taxa é baixa. Alguns hotéis não registram a presença de hóspedes, a não ser nos períodos que antecedem aos grandes eventos como a Agrishow-COMIGO e a Exposição Agropecuária. Durante a pesquisa de campo, esta ausência de visitantes foi constatada. Houve dificuldade de encontrar hóspedes no final de semana, fazendo-se necessário percorrer pelo menos quatro estabelecimentos para encontrar clientes e aplicar os questionários.

Cabe registrar que a imprecisão dos dados sobre a taxa média de ocupação é resultado do não levantamento desta informação por parte dos empresários. Isto decorre pelo temor da fiscalização do poder público municipal, segundo a Superintendência de Turismo.

O perfil do hóspede é de pessoas que estão trabalhando (92%) e têm as suas despesas pagas pelas empresas que o empregam. Parte dos hóspedes não tem conhecimento do total de seus gastos. A maioria (85%) não frequenta outros locais no município/cidade em seu tempo livre, alegando que os mesmos não têm atrativos turísticos ou de lazer.

Pelos dados levantados, os hóspedes são oriundos principalmente dos estados de São Paulo, Mato Grosso, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e de cidades goianas. Tais localidades são sedes das empresas tradicionais do agronegócio, como as de máquinas agrícolas e industriais. Pode-se afirmar esses hóspedes são representantes de insumos agropecuários, assistência técnica de produtos e máquinas do setor agrícola, ou pessoas ligadas ao setor de representações comerciais de bens de consumo para o mercado consumidor local e regional.

Dos entrevistados, metades dos hóspedes frequentam os eventos da cidade, principalmente a Agrishow-COMIGO e a Exposição Agropecuária em virtude dos interesses profissionais na busca de aperfeiçoamento técnico, de novas tecnologias e produtos comercializados. Igual quantidade não frequenta os eventos, pois as datas de suas realizações não coincidem com as suas estadas na cidade, embora apresentem interesse em participar.

Os *pacotes tecnológicos* continuam essenciais para a existência do agronegócio de Rio Verde na atualidade, levando as empresas deste setor econômico a buscarem novos canais de divulgação e comercialização de seus produtos junto aos empresários rurais e agroindustriais. Conforme Silva Júnior (2007), a necessidade de aumentar o fluxo de mercadorias, informações e montantes monetários na cadeia produtiva do agronegócio obriga as empresas envolvidas na cadeia produtiva a elevarem a sua participação no mercado, a desenvolver e fomentar o consumo de seus produtos e, portanto, disponibilizá-los de maneira eficiente ao consumidor final.



As feiras do agronegócio são importantes eventos da Europa, e segundo o autor citado acima, a principal feira internacional voltada para o agronegócio é a SIA (*Salon International de l'Agriculture*), que ocorre em Paris desde 1964. No de 2004, foi registrado um público de 673 mil visitantes e 1.130 expositores.

Segundo a AUMA (Associação Alemã do Setor de Feiras e Exposições) (apud SILVA JÚNIOR, 2007), das feiras cadastradas que são realizadas no mundo, 55% ocorrem na União Européia, 13% nos demais países europeus, 19% na Ásia e 10,7% nas Américas. A Alemanha tem a maior relevância na tradição em feiras e conta com 20% da capacidade mundial em sediar tais eventos.

No Brasil, é expressivo o número de feiras e exposições agropecuárias, mas de acordo com este autor, estes eventos enfatizam os atrativos do público em geral, oferecendo como principais atrações os espetáculos musicais e rodeios. Os expositores agem consolidando a marca dos seus produtos e não implementado e aperfeiçoando as ações para o contato de distribuidores e parceiros de negócios.

Concorda-se com o autor quando afirma que existe um desvio do evento do agronegócio para atender os interesses do grande público, com show de cantores e rodeio. Os moldes deste evento na cidade de Rio Verde é a Exposição Agropecuária que tem como sua principal atração o rodeio em touros. Porém, discorda-se dele quando classifica a Agrishow-COMIGO no contexto da perda de foco da feira do agronegócio. Como será discutido oportunamente, o sistema Agrishow surgiu para romper com a idéia de feiras voltadas para o público em geral. A Agrishow foi uma especialização na realização de eventos agropecuários que visam a mostrar na prática o uso das máquinas e insumos das empresas expositoras.

A primeira Exposição Agropecuária do município foi realizada pela Associação Rural, atual Sindicato Rural de Rio Verde, em 1958. O evento da época ocupou as dependências do Colégio Estadual Martins Borges de maneira precária e pitoresca. Nesta primeira edição, as atividades dos pecuaristas participantes eram os desfiles e julgamentos dos animais da raça Gir (Ribeiro, 2005). Em 1959, o evento foi transferido para o atual parque de exposições Garibaldi da Silveira Leão, na época local afastado do centro urbano. Atualmente, o recinto de exposições localiza-se no meio de bairros populosos, como o Bairro Popular e Setor Pauzanes. A afirmativa de que o evento perdeu o seu foco do agronegócio para atender o público em geral confirma-se com o fortalecimento do rodeio como principal atrativo do evento.

A Exposição Agropecuária e o Rodeio em Touros de Rio Verde são importantes para a rede hoteleira durante o período da sua realização no mês de julho. A taxa de ocupação dos hotéis durante o período dos eventos é maior que na média registrada durante as semanas normais. A taxa de

ocupação é mais significativa no final de semana durante o evento, pois como já foi abordado anteriormente é comum hotéis que não tenham a presença de visitantes.

Existem relatos de pessoas que se deslocam de outras cidades apenas para assistir ao Rodeio, mas não utilizam seu tempo livre diurno e vespertino para outras atividades. Para eles não são apresentados roteiros para conhecer a cidade e suas potencialidade turísticas, como cachoeiras, trilhas, “pousadas rurais”, prática de esportes de aventura (parapente, rapel e cachoeirismo).

Se por um lado a Exposição Agropecuária de Rio Verde perdeu o seu foco para o agronegócio, por outro, a Agrishow-COMIGO fortalece a imagem do município como a capital da produção agroindustrial.

A feira tecnológica Agrishow teve a sua primeira edição no ano de 1994, na cidade de Ribeirão Preto - SP. O seu intuito foi de valorizar a exposição e a comercialização das máquinas e demais insumos agrícolas diretamente com o público alvo, os produtores rurais. A feira foi baseada na *Farm Progress Show* nos Estados Unidos e na *Expoachaca*, na Argentina. Estas feiras são denominadas de dinâmicas, pois apresentam os produtos expostos em condições reais de uso. Até a realização da Agrishow, as feiras eram do modelo estático, sendo os produtos apresentados apenas nos formatos de painéis, exposição e recursos audiovisuais.

A Agrishow de Ribeirão Preto, nos anos de 1990, tinha a necessidade de especializar a exposição de máquinas e insumos, afastando-a das exposições de animais que atraíam outras atividades aos eventos, como rodeios e shows musicais que distorciam os objetivos dos negócios das empresas e dos produtores rurais. Almejava evidenciar ao público alvo, os produtores rurais, as qualidades e vantagens dos produtos expostos em condições reais de uso (AGRISHOW, 2006).

Em 2002, a cooperativa realiza o I Encontro Tecnológico da COMIGO no seu Centro Tecnológico com o objetivo de divulgar as novas tecnologias utilizadas no setor agrícola. Era um evento modelo dinâmico, semelhante da Agrishow. A segunda edição do evento em 2003 foi visitada por aproximadamente 15 mil pessoas, segundo a assessoria de imprensa da cooperativa. Os expositores da Agrishow-COMIGO são dos seguintes estados: Goiás (56%), São Paulo (22%), Minas Gerais (6%), Paraná (6%), Rio Grande do Sul (5%), Santa Catarina (2%), Mato Grosso (1%), Distrito Federal (1%), e Ceará (1%). Observa-se que as maiorias dos expositores são do estado de Goiás, o que pode afirmar que o evento tem uma abrangência regional ao Sudoeste Goiano.

ano \ local	Número de Expositores	
	Agrishow Ribeirão Preto	Agrishow-COMIGO
2006	700	180
2005	640	180
2004	604	150

**Quadro 1:** Agrishow Ribeirão Preto e Agrishow COMIGO: Quantidade de Expositores - 2004-2006.

**Fonte:** disponível em: [www.agrishow.com.br/ribeirao/info.asp?img=esta&cat=qtd\\_visitantes](http://www.agrishow.com.br/ribeirao/info.asp?img=esta&cat=qtd_visitantes) e [www.comigo.com.br/agrishowcomigo2007/estatisticas.php](http://www.comigo.com.br/agrishowcomigo2007/estatisticas.php) ; acesso em 05 mai. 2007. Organizado por: Roberto Eduardo Castillo Pizarro

Observando os números dos expositores, 700 em 2006, e de público, 115 mil no mesmo ano, evidencia-se que a Agrishow de Ribeirão Preto tem maiores proporções que a Agrishow-COMIGO, 180 mil de Ribeirão Preto contra os 38 mil visitantes de Rio Verde no mesmo período. Tais dados demonstram ainda que o município de Rio Verde e o Sudoeste de Goiás ainda estão em processo de formação e consolidação do evento. Temos que considerar que a Agrishow de Ribeirão Preto tem uma divulgação nacional e internacional e atende aos centros consumidores maiores de produtos agropecuários, como, por exemplo, os estados de São Paulo e Paraná. Porém, a Agrishow-COMIGO fez duplicar o número de visitantes em relação ao Encontro Tecnológico que atraiu no ano de 2003 um público estimado de 15 mil visitantes e após o sistema Agrishow ser adotado, o público passou para 30 mil visitantes, segundo a Assessoria de Imprensa da cooperativa.

A feira tem a sua montagem com três meses de antecedência com o preparo do plantio das culturas que serão apresentadas ou das áreas que servem para a demonstração de máquinas e implementos agrícolas. Este preparo dos campos movimenta a rede hoteleira, aumentando a taxa de ocupação. O aumento de visitantes para a Agrishow-COMIGO é tão significativo que, em 2004, a TV Riviera (filiada da Rede Globo/TV Anhanguera) apresentou matéria jornalística na qual comentava o aluguel de residências para visitantes e expositores do evento. Este fato é comprovado pelo relato de uma moradora que alugou a sua residência de quatro quartos em bairro nobre da cidade pelo valor de R\$ 3.000,00 por um período de cinco dias.

A montagem dos estandes é iniciada quinze dias antes da inauguração do evento. Neste período de montagem, alguns hotéis apresentam elevada taxa de ocupação, chegando ao seu limite de 100%. Estas informações são de alguns proprietários e gerentes de hotéis que evidenciaram que a Agrishow-COMIGO é um dos responsáveis pela movimentação hoteleira da cidade nos meses de sua realização, entre o final de março e início de abril.

Roberto Eduardo Castillo Pizarro e Maria Geralda de Almeida

A Agrishow-COMIGO, conforme a sua assessoria de imprensa, produz os seguintes números: executa aproximadamente 300 demonstrações de funcionamento de máquinas no campo com situações do preparo da terra até a colheita; exposição de 70 (setenta) experimentos; o número pessoas que trabalham no evento gira na casa dos 4.500 (quatro mil e quinhentos) trabalhadores, sendo 3 (mil) empregos temporários; ocupação de três mil leitos de hotéis, pousadas (residências de aluguel na zona rural) e residências durante a realização do evento; são servidas em média de 2.500 refeições diárias no recinto da Agrishow-COMIGO. A Agrishow-COMIGO representa bem as atividades do agronegócio, sendo que seus expositores de indústrias, máquinas e implementos agropecuários, sementes, agentes financeiros, agroindústrias e entidades públicas de pesquisa. As atividades agropecuárias com significativa utilização de máquinas e insumos industrializados, o parque industrial e a formação do agronegócio possibilitaram o surgimento de eventos como Agrishow-COMIGO e a Exposição Agropecuária.

Os eventos em Rio Verde e a presença dos trabalhadores em deslocamento ao longo do ano fortalecem a idéia de desenvolver o turismo como nova atividade econômica.

#### **O turismo, agronegócio e potencialidades turísticas: relações e contradições.**

O turismo de eventos e negócios é uma das segmentações do setor que se manifestam na cidade de Rio Verde com os eventos descritos e a presença de visitantes que realizam suas atividades profissionais ou educacionais relacionadas ao agronegócio.

O conceito de Turismo de Negócios e Eventos para o MinTur (2006, p. 46) é “[...] o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”.

O MinTur denominou a expressão Turismo de Negócios e Eventos, pois ambos utilizam as estruturas de centros de convenção, hotéis, salas e outros espaços específicos para a sua realização.

Para Conceição e Nascimento et. all (2004), o turismo de negócios e eventos é movimentado em virtude da necessidade constante das empresas na participação de eventos e reuniões de negócios e, ainda, da presença de empresários, executivos, empregados e profissionais liberais em participar de feiras, congressos e demais eventos com finalidade de aperfeiçoamento profissional e intercâmbio comercial. Ao contrário do turista de lazer que viaja por prazer e autonomia, o “turista de negócio” é obrigado a realizar suas viagens por motivos profissionais. Os “turistas de negócio” gastam mais

em suas despesas de viagens que os turistas de lazer. Suas despesas são arcadas, na sua grande maioria, pelas empresas empregadoras.

Considerar o turista de negócio como turista é um erro. Suas relações econômicas, sociais e culturais no espaço turístico possuem características.

Para a OMT e o Mintur (MINTUR, 2006), turista é todo o visitante que viaja para um destino diferente da sua residência habitual e realiza pelo menos um pernoite. Sua estadia não deve exceder um ano, nem ter como objetivo exercer uma atividade remunerada. Ora, considerando esta definição da OMT e do MinTur, os “turistas de negócios” não podem ser considerados como turistas, pois estes praticam sua atividade profissional nas suas viagens. Mesmo se eles estiverem participando de eventos de cunho profissional, o negócio é o principal motivo da viagem. Os contatos realizados nestas viagens refletem numa qualificação e no aumento do seu faturamento. Considerar o “turista de negócio” significa repensar nas atuais definições dadas para o turista e ter em conta novas categorias de turistas, mais amplas.

Urry (1999) considera que o turista realiza a atividade turística com o intuito de lazer, de conhecer novas culturas e novos lugares. Já para Almeida (1998), o objetivo do turista é contemplar e interagir com o exótico, daquilo que não faz parte do seu cotidiano. Conclui a autora que o turista busca uma realidade não vivenciada.

Brenner (2002) aponta que as viagens são motivadas pela existência de novos valores a respeito do ócio, da cultura e do espetáculo; a vontade/necessidade de troca do consumidor na busca do diferente e das novidades e experiências alternativas; repulsam o turista por oferta de produtos/destinos homogeneizados. Diferentes estilos de vida personalizam os produtos/destinos turísticos, coloca em prática o imaginário que as viagens podem realizar.

O turista é o consumidor do imaginário, ele compra a idéia do local turístico. Viaja por prazer e utiliza o seu tempo livre para contemplar o novo e o exótico. Estes autores Urry(1999), Almeida (1998) e Brenner (2002) citam características de turista que não se adequam no perfil do “turista de negócio”. O fato de viajar, muitas vezes, obrigado, e a cumprir tarefas ordenadas pela empresa ou da sua responsabilidade profissional, retiram uma característica essencial da condição de ser turista, isto é, de utilizar o seu tempo livre. O seu tempo é utilizado para a realização de tarefas profissionais, retirando a oportunidade de contemplar o exótico e fazer do turismo uma troca cultural.

O simples fato do “turista de negócio” utilizar os serviços para resolver suas necessidades essenciais (alimentação, hospedagem e deslocamento) que se assemelham daquelas feitas pelo turista não afirma que este seja um turista. O turista viaja, se desloca para conhecer o produto

turístico que permite passear, visitar e conhecer atrativos, fazer esporte e divertir-se (BOULLÓN, 2002).

Portanto, podemos afirmar que os “turistas de negócios” não são turistas enquadrados na definição da OMT e dos autores citados. Estes “turistas de negócios” são trabalhadores em deslocamento, que utilizam os serviços e os estabelecimentos para saciar suas necessidades básicas. Nas pesquisas de campo, os hóspedes dos hotéis de Rio Verde apontaram que não possuem tempo livre para realizar o lazer na cidade. Dedicam seu escasso tempo livre noturno para utilizar os estabelecimentos de A&B, sendo que uma parcela significativa de cerca 80% faz sua refeição noturna no próprio hotel.

Contudo, os “turistas de negócio e eventos” são importantes consumidores de bens e serviços e, ainda, movimentam de maneira expressiva os estabelecimentos do setor turístico. Estes *turistas* são consumidores em potenciais para utilizarem as potencialidades e os produtos turísticos do município devido ao seu poder aquisitivo elevado.

Os eventos tornaram-se produtos turísticos a partir do momento que não atraem apenas os profissionais de um determinado setor envolvido, mas também uma parcela da população que busca conhecer inovações tecnológicas, ou mesmo saciar a curiosidade sobre determinado segmento econômico.

O desconhecimento das potencialidades turísticas do município por parte da população, dos empresários do setor turístico e das ações do poder público para a formatação do produto turístico, impediu até o momento a formação de produto turístico no município.

A população de Rio Verde não reconhece a presença das atividades turísticas. Segundo a pesquisa de campo, 64,4% da população afirmam que não há potencialidades turísticas no município. O restante dos entrevistados (35,6%) aponta que existem potencialidades turísticas como: as cachoeiras e os eventos (Agrishow-COMIGO, Exposição Agropecuária e SUDOEXPO - Feira da Indústria, Comércio e Prestação de Serviços do Sudoeste Goiano).

Os dados sobre a compreensão das atividades turísticas demonstram que caso o município deseje criar um produto turístico deverá investir maciçamente em campanhas de divulgação. Como afirma Almeida (2003), os agentes locais devem assumir a função de construtores do objeto turístico e/ou produto turístico. Estes quase sempre captam os desejos e anseios dos visitantes, possibilitando o consumo dos produtos turísticos. No caso de Rio Verde, os agentes do turismo, empresários e a população não reconhecem suas potencialidades e, portanto, não conseguem identificar o turismo como atividade econômica e sociocultural. As ações isoladas de empresários e a falta de políticas públicas por parte da Superintendência de Turismo, não consolidam a idéia do turismo e seus elementos no cotidiano rio-verdense.

Os dados identificados junto aos empresários do setor A&B (Alimentos e Bebidas), apontam que 68% não acreditam que existam potencialidades turísticas no município. E, estranhamente, eles apontam que as potencialidades encontram-se no setor hoteleiro. Este apontamento deixa claro que a hotelaria e os meios de hospedagem são considerados como sinônimos de turismo. Para os empresários dos meios de hospedagem, metade acredita que existam potencialidades turísticas no município. Tal afirmativa reside no fato da existência de visitantes em seus estabelecimentos durante grande parte dos dias úteis do ano.

O turismo, para a população entrevistada, está relacionado a conhecer lugares e culturas diferentes, ao lazer e à diversão e ao ato de viajar. Nota-se que nestas afirmativas, a população rio-verdense aponta o turismo como o deslocamento para espaços diferentes do seu cotidiano. O lazer na cidade de Rio Verde não é público. Da população entrevista, 92,7% afirmou que realiza suas atividades de lazer nas áreas privadas, como clubes, bares e festas.

Para Boullón (2002), o déficit de áreas públicas de lazer e da elaboração e prática de políticas públicas, para a implantação do lazer no município, contribuem para população rio-verdense não perceber o turismo e seus elementos, pois o produto turístico seria aquele que lhe permite passear, visitar os atrativos, fazer esportes e divertir-se.

Assim, concluímos que não é apenas uma rede hoteleira e um grande fluxo de pessoas que possibilitam a existência de atividades turísticas em determinado município, conforme já discutimos e afirmamos.

Haveria em Rio Verde embriões para produtos turísticos? Apontamos que o município tem espaços geográficos e, principalmente, naturais que podem ser transformados em produtos turísticos.

As potencialidades do município se manifestam em eventos de grande porte com projeção regional, estadual e nacional. Estes eventos manifestam de maneira nítida os costumes rurais que a cidade reproduz no seu cotidiano, como o Arraial das Abóboras<sup>3</sup>, o Rodeio em Touro e a Festa da Melancia<sup>4</sup> do distrito da Lagoa do Bauzinho, grande produtor desta fruta na região.

---

3 O Arraial das Abóboras é um evento realizado pela Secretaria Municipal de Comunicação e Eventos na busca de resgatar os valores culturais locais das festas juninas por meio de competições de quadrilhas, show com artistas locais e regionais que expressem a cultura goiana e rural e a comercialização de comidas típicas como pamonhas, chicha-doida (creme de milho assado com ingredientes locais como queijo fresco, pequi, guariroba e lingüiça) e etc. O nome Arraial das Abóboras advém do apelido da cidade originado no século XIX devido a presença de tal vegetal nas margens do córrego do Sapo e Barrinha, local da fixação das primeiras construções da cidade de Rio Verde.

4 Esta festa segue os padrões da tradicional Festa da Melancia da cidade de Uruana (Região Central de Goiás) que apresenta exposição de frutos pelos produtores locais, concurso de maior devorador de melancias e a escolha da rainha da festa. Ainda são realizadas apresentações artísticas que atraem cerca de 10 mil pessoas, segundo a Secretaria de Comunicação e Eventos.

As cachoeiras foram citadas por 90% dos entrevistados que afirmaram existir potencialidades turísticas no município, assim são importantes elementos do espaço do município. Mas, nenhum entrevistado afirmou freqüentar tal potencialidade.

A respeito das cachoeiras e esportes de aventura, o distrito de Ouroana merece destaque. A localidade possui um CAT (Centro de Atendimento ao Turista) desde 1998 e existem guias e proprietários rurais explorando o espaço com atividades turísticas.

#### **Algumas considerações antes de finalizar**

A modernização da agricultura iniciada a partir dos anos de 1970, introduziu os *pacotes tecnológicos*, por meio das políticas públicas de financiamento agropecuário. Isto facilitou a inserção de novas relações capitalistas no espaço geográfico do município de Rio Verde.

O processo de agroindustrialização do município foi fomentado pela existência abundante de matérias-primas (soja, milho, sorgo) e de incentivos fiscais para a construção do parque industrial a partir da década de 1980.

As relações do agronegócio materializam-se no espaço do município com maior intensidade pela implantação do Projeto Buriti, que introduziu novos produtos e formas de produzir. O sistema de produção integrado de aves e suínos fez do município de Rio Verde um dos principais pólos agroindustriais do Brasil.

As transformações do espaço geográfico promovidas por estes três processos, modernização da agricultura, agroindustrialização e o agronegócio, aumentaram os fluxos de pessoas para a cidade. Parte destas pessoas fixou residência, outras visitam o município na prestação de algum serviço relacionado às atividades agropecuárias e do agronegócio.

O fluxo de visitantes aumentou a demanda por vagas nos meios de hospedagem da cidade. Alguns estabelecimentos hoteleiros foram instalados, na década de 1990, em construções destinadas para outras finalidades, como, por exemplo, clínica médica e condomínios residenciais verticais.

Buscamos neste artigo compreender como a modernização da agricultura e o agronegócio podem gerar ou não atividades turísticas. Partimos do entendimento que a presença de uma rede hoteleira e de alimentação seria suficiente para afirmar a existência do turismo.

Os eventos da cidade de Rio Verde são originados pelas intensas relações do agronegócio. Podemos concluir que os *pacotes tecnológicos* formam um conjunto de uma potencialidade turística, quando estes ocasionam o deslocamento de pessoas aos eventos e, conseqüentemente, consomem do espaço de Rio Verde os serviços tradicionais do setor turístico.



A presença de trabalhadores no exercício de suas atividades profissionais poderia ser aproveitada para convertê-los em turistas durante o tempo livre. Porém, a falta da formatação do produto turístico Rio Verde e o não conhecimento das potencialidades turísticas por parte da população e dos empresários dos meios de hospedagem e de A&B dificultam o acesso de visitantes às potencialidades turísticas do município de Rio Verde. Cabe reforçar que o turismo só ocorre quando existe o conhecimento do produto turístico e o turista passa a consumi-lo durante a sua visita.

As potencialidades turísticas do município existem, porém não são devidamente aproveitadas pelo capital privado e o poder público. A falta de sincronia destes poderes dificulta uma formatação do produto turístico, levando ao retardo da exploração do turismo como novo setor econômico do município.

A criação da Superintendência Municipal de Turismo de Rio Verde em 2005 foi um grande avanço no desenvolvimento do turismo local. Mas a falta de experiência e da compreensão do fenômeno turístico por parte dos integrantes do órgão, dificultou o planejamento e a execução das ações. Atualmente, a Superintendência está com seus esforços voltados para a realização do InvTur (Inventário Turístico do Ministério do Turismo). Ela constitui a primeira etapa para iniciar a formatação de um produto turístico chamado de Rio Verde.

O turismo em Rio Verde se consolidará com eficiência e eficácia quando a população local o reconhecer como atividade econômica que interfere diretamente em seu cotidiano. Para esclarecer todos os segmentos da população rio-verdense da importância e da existência do turismo no município, devem ser efetuadas campanhas publicitárias constantes a respeito do turismo e suas relações.

Para começar, lembramos que o turismo é um dos temas transversais da disciplina de Geografia no PCN (Parâmetros Curriculares Nacionais). Debater o turismo no ensino fundamental nas escolas do município, esclarecer os jovens estudantes que o turismo é uma alternativa econômica e pode ser realizada com responsabilidade por todos os agentes envolvidos. Esta ação já foi adotada pelo município de Caldas Novas, desde 2006.

O caminho para a formatação do produto turístico Rio Verde é longo. Não depende apenas da população local e dos empresários de todos os setores da economia. Principalmente resultará das ações públicas do Governo Municipal que dará ou não condições para o desenvolvimento dessa atividade econômica no espaço geográfico de Rio Verde.

### Referências Bibliográficas

- AGRISHOW. **Informações para os visitantes**. 2006. disponível em [http://www.agrishow.com.br/ribeirao/info.asp?img=info\\_visitantes&cat=historico](http://www.agrishow.com.br/ribeirao/info.asp?img=info_visitantes&cat=historico). Acessado em: 05 mai. 2007
- AGUIAR, Ronaldo Conde. **Abrindo o pacote tecnológico**: Estado e pesquisa agropecuária no Brasil. São Paulo: Polis; Brasília CNPq, 1986.
- ALMEIDA, Maria Geralda de. Cultura - invenção e construção do objeto turístico. In. AGB, Funcap, 1998. (p. 17-30)
- \_\_\_\_. Lugares Turísticos e a falácia cultural do intercâmbio cultural. In. ALMEIDA, Maria Geralda (organizadora). **Paradigmas do Turismo**. Goiânia: Alternativa, 2003. p.11-9
- BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Bauru - São Paulo: EDUSC - Editora da Universidade do Sagrado Coração, 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo**: marcos conceituais. Brasília: 2006. Disponível em : [http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/export/sites/default/institucional/arquivos/Segmentaxo\\_Turismo\\_Marcos\\_Conceituais.pdf](http://institucional.turismo.gov.br/portalmtur/export/sites/default/institucional/arquivos/Segmentaxo_Turismo_Marcos_Conceituais.pdf). Acessado em: 12 set. 2006.
- BRENNER, Eliane Lopes. **El reto de la conservación ambiental y la diversificación del turismo masificado de balneario**: el diseño de una estrategia para Caldas Novas, Brasil. 2002. 421f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra (Cerdanyola del Vallés), 2002.
- CAMPOS, Onaldo. **Rio Verde**: histórico. São Paulo, EDIGRAF, 1971.
- CASTRO, Ana Célia e FONSECA, Maria da Graça. **A dinâmica do Centro-Oeste**. Brasília: IPEA, 1995. CASTRO, Antônio Maria Gomes de. **Análise da competitividade de cadeias produtivas**. Manaus: EMBRAPA 2000. Disponível em: [http://www.temasemdebate.cnpm.embrapa.br/textos/anal\\_compet\\_cadeias\\_produtivas\\_cp.pdf](http://www.temasemdebate.cnpm.embrapa.br/textos/anal_compet_cadeias_produtivas_cp.pdf). Acessado em: 16 mai. 2006.
- CONCEIÇÃO, Cláudio da e NASCIMENTO, João Francisco do et.ali. **Estratégias competitivas adotada pelas empresas de turismo de negócio da cidade do Salvador**: ESTUDO DE CASO SALVADOR DA BAHIA CONVENTION BUREAU. 2004. 73f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização) - Núcleo de pós-graduação em Administração CPA - programa de capacitação profissional avançada, Faculdade de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador - Bahia, 2004. Disponível em: [http://www.adm.ufba.br/estrategia\\_competitivas\\_adotada.pdf](http://www.adm.ufba.br/estrategia_competitivas_adotada.pdf). Acessado em 04 mai. 2007.
- ELIAS, Denise e PEQUENO, Renato. Espaço urbano no Brasil agrícola moderno e desigualdades socioespaciais. In. **Terra Livre**, ano 21, v.2, n. 25. p. 13-33.
- GASQUES, José Garcia et ali. **Desempenho e crescimento do agronegócio no Brasil**. Brasília: IPEA - DISET - Diretoria de Políticas e Estudos Setoriais, 2004.

Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/TemasEspeciais/agronegocio.pdf>>. Acessado em: 20 mar. 2006.

GIRARDI, Eduardo Paulon ; FERNANDES, Bernardo Maçano. **Territorialização da produção de soja no Brasil: 1990-2002**. In: 17º Encontro Nacional de Geografia Agrária, 2004, Gramado. XVII ENGA tradição X tecnologia: as novas territorialidades do espaço agrário brasileiro. Gramado-RS : UFRGS, 2004.

RIBEIRO, Regina Borges. **PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DA 47ª EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA DE RIO VERDE - GO**. 2005. 45f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo) - Faculdade Objetivo/IESRIVER, Rio Verde - Goiás, 2005.

SILVA JÚNIOR, Aziz Galvão da . **Feiras de negócios como instrumento de marketing de canais no agronegócio**. 2007. Disponível em: <http://www.gestaodoagronegocio.com.br/aziz/download/marketingCanaism04.pdf>. Acessado em: 24 mai. 2007.

URRY, John. **O Olhar do Turismo: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Estúdio Nobel SESC, 1990.