



LOURDES MAJORIE ALVES DE BARROS LOPES DA SILVA

**ANÁLISE DA DEMANDA POTENCIAL DE BRASILEIROS DE TURISMO CANÁBICO:
A EXEMPLO DA EXPOCANNABIS URUGUAY**

LOURDES MAJORIE ALVES DE BARROS LOPES DA SILVA

ANÁLISE DA DEMANDA POTENCIAL DE BRASILEIROS DE TURISMO CANÁBICO:
A EXEMPLO DA EXPOCANNABIS URUGUAY

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador (a): Dr. Roberson da Rocha Buscioli

Rosana

2023

LOURDES MAJORIE ALVES DE BARROS LOPES DA SILVA

ANÁLISE DA DEMANDA POTENCIAL DE BRASILEIROS DE TURISMO CANÁBICO:
A EXEMPLO DA EXPOCANNABIS URUGUAY

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Rosana, ____/____/____.

Componentes da Banca Examinadora:

Presidente e Orientador: Drº Roberson da Rocha Buscioli, Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista.

Membro Titular: Drª Savanna Ramos, Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista.

Membro Titular: Drª Juliana Maria Vaz Pimentel, Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista.

S586a

Silva, Lourdes Majorie Alves de Barros Lopes da

Análise da demanda potencial de brasileiros de turismo canábico : a exemplo da Expocannabis Uruguay / Lourdes Majorie Alves de Barros Lopes da Silva. -- Rosana, 2023

52 p. : il., tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Turismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana

Orientadora: Roberson da Rocha Buscioli

1. Expocannabis. 2. Uruguay. 3. Guerra às drogas. 4. Turistas brasileiros. 5. Impacto demanda potencial. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

RESUMO

Considerando o crescimento do setor canábico na América Latina, a discussão sobre a consolidação do turismo relacionado à cannabis se torna relevante. O mercado mundial de cannabis é estimado em US \$55,3 bilhões em 2024, e a América Latina deve responder por US\$824 milhões desse total (Valor, Globo, 2022). O estudo se baseia na busca do público brasileiro por eventos e roteiros relacionados à *cannabis*, a hipótese de que essa busca é impulsionada pela proibição e curiosidade em relação à qualidade e legalidade dos produtos. Nesse contexto, a pesquisa tem como objetivo: Levantar o perfil de possíveis brasileiros público do evento *ExpoCannabis* do Uruguai. A metodologia utilizada envolve uma pesquisa bibliográfica exploratória, levantamento de dados em sites, revistas e periódicos, e a elaboração de um questionário para coleta de informações de forma online. É abordado o histórico da guerra às drogas, a repressão à *cannabis* no Brasil, a legalização no Uruguai e a criação da *ExpoCannabis* como uma oportunidade para debater e mostrar o potencial de demanda de cannabis em uma amostra de brasileiros e sua familiaridade com o assunto a pesquisa pretende analisar o perfil socioeconômico do potencial público brasileiros do consumo de turismo canábico, como por exemplo: o evento *ExpoCannabis* Uruguay, coletando informações sobre sua familiaridade com atividades relacionadas ao *trade* turístico tendo a cannabis como motivação. através da aplicação de questionário de maneira on line. a qual se mostrou mais positiva a questões ligadas diretamente a atividade turística canábica em uma amostra de maioria jovens entre 22 á 30 anos

Palavras-chave: Expocannabis Uruguay, Guerra às Drogas, Turistas Brasileiros, Impacto Demanda potencial.

RESUMEN

Considerando el crecimiento del sector del cannabis en América Latina, la discusión sobre la consolidación del turismo relacionado con el cannabis se vuelve relevante. Se estima que el mercado mundial del cannabis alcance los 55,3 mil millones de dólares en 2024, y América Latina debería representar 824 millones de dólares de ese total (Valor, Globo, 2022). El estudio se fundamenta en la búsqueda por parte del público brasileño de eventos y rutas relacionadas con el cannabis, partiendo de la hipótesis de que esta búsqueda está impulsada por la prohibición y la curiosidad sobre la calidad y legalidad de los productos. En este contexto, la investigación tiene como objetivo identificar el perfil del posible público brasileño del evento ExpoCannabis en Uruguay. La metodología utilizada incluye una investigación bibliográfica exploratoria, la recopilación de datos en sitios web, revistas y publicaciones periódicas, así como la elaboración de un cuestionario para la recolección de información de manera online. Se aborda la historia de la guerra contra las drogas, la represión del cannabis en Brasil, la legalización en Uruguay y la creación de ExpoCannabis como una oportunidad para debatir y mostrar el potencial de demanda de cannabis en una muestra de brasileños y su familiaridad con el tema. La investigación pretende analizar el perfil socioeconómico del potencial público brasileño en el consumo de turismo relacionado con el cannabis, por ejemplo, el evento ExpoCannabis Uruguay, recopilando información sobre su familiaridad con actividades relacionadas con el turismo donde el cannabis sea la motivación principal. Esto se lleva a cabo a través de la aplicación de un cuestionario en línea, que mostró una respuesta más positiva a preguntas directamente relacionadas con la actividad turística relacionada con el cannabis en una muestra mayoritaria de jóvenes de entre 22 y 30 años.

Palabras-clave: ExpoCannabis Uruguay, Guerra contra las Drogas, Turistas Brasileños, Impacto en la Demanda Potencial.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Tabela 1 - Tendências centrais sobre a idade dos participantes.....	23
Gráfico 1 - Distribuição da Idade da Amostra.....	24
Gráfico 2 - Alcance do Questionário.....	25
Gráfico 3 - Gênero Gráfico.....	26
Tabela 2- Tendências Centrais sobre renda dos participantes.....	28
Gráfico 4- Curva da Renda Dentro da Amostra.....	29
Gráfico 5 -Importância da renda na família.....	30
Gráfico 6 - Conhecimento sobre Destinos Canábico.....	32
Gráfico 7 - Destinos Canábicos lembrados pela amostra.....	33
Gráfico 8-Conhecimento Sobre Atrativos Canábico da Amostra.....	35
Gráfico 9 - Atrativos Canábico Lembrado Pela Amostra.....	37
Gráfico 10- Adesão a Compra de Pacotes Turísticos Canábicos.....	39
Gráfico 11 -Adesão a Meios de Hospedagem Permissivo ao Uso Adulto de Cannabis.....	40
Gráfico 12 - Adesão a frequentar restaurante permissivo ao uso da cannabis.....	41
Gráfico 13 - Adesão ao consumo de alimento a base de cannabis em restaurantes especializados	
Gráfico 14 - Adesão a Atrativos Permissivo ao Uso de Canábis.....	43
Gráfico 15 - Adesão a entretenimento canábico.....	44
Gráfico 16 - Adesão A Feiras Canábicas no Brasil.....	45
Gráfico 17 - Adesão a feiras canábicas na América Latina.....	46
Gráfico 18 - Adesão a feiras canábicas fora do continente Sul Americano.....	47

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
1.1 JUSTIFICATIVA.....	9
1.2 METODOLOGIA.....	10
2.1 HISTÓRICO.....	13
2.2 HISTÓRICO DA CANNABIS BRASIL.....	14
2.3 OS SEGMENTOS DE TURISMO CANÁBICO E O PODER DO EVENTO.....	17
3. RESULTADOS.....	21
3.1 DADOS SOCIOECONÔMICOS.....	21
3.2 KNOW-HOW DA DEMANDA SOBRE TURISMO CANÁBICO.....	29
3.3 POTENCIAL DE ADESAO AO TURISMO CANÁBICO DENTRO DA AMOSTRAGEM.....	37
4. APONTAMENTOS.....	46
4.1. A DEMANDA POTENCIAL DE BRASILEIROS POR TURISMO CANÁBICOS	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS.....	50

1 INTRODUÇÃO

A legalização da *cannabis* na América Latina têm demonstrado uma grande versatilidade de produção e uma demanda crescente em diferentes áreas, o turismo que é um fenômeno de grande impacto socioeconômico. Cabe a discussão da consolidação do turismo canábico. Apontamentos indicam que "só a América Latina deve responder por US\$ 824 milhões dos US\$ 55,3 bilhões estimados para o mercado mundial de cannabis no ano de 2024" (Valor, Globo, 2022).

Segundo Moraes (2019, p. 47) "[...] a Expocannabis difunde informação científica, avanços tecnológicos e técnicas de agricultura para seguir fomentando o mercado da cannabis e quiçá, assim, o início de uma nova história."

Diante disso, temos dois quadros distintos: Um é o Uruguai que tem um atrativo de excelência dentro do segmento de evento e feiras, e do outro lado o Brasil, que apesar de apresentar avanços sobre o assunto, inclusive, sediando uma Expocannabis no estado de São Paulo, ainda apresenta uma postura conservadora.

E podemos notar que o número de brasileiros na *Expocannabis*, em especial a do Uruguai, é bastante expressivo; de acordo com a InfoMoney (2021) metade do público da feira foi de brasileiros. Diante deste cenário, abre-se espaço para a discussão sobre a participação do Brasil no segmento de turismo canábico.

Por isso propõe-se a discussão sobre a potencialidade de consumo do turista brasileiro de turismo canábico, e com isso contribuir com a análise da demanda potencial de brasileiros de turismo canábico.

Para isso é pertinente perguntar: Como reage uma amostra de brasileiros diante da proposta de turismo canábico? Para responder essa pergunta foi elaborado um questionário para identificar os aspectos socioeconômicos desse público, e comparar com dados teóricos, documentais e primários, para poder satisfazer essa indagação.

No Brasil a *cannabis* é considerada uma substância psicotrópica, sendo assim, ela é regulamentada pela Anvisa o "Art. 5º A Autorização Especial é também obrigatória para as atividades de plantio, cultivo, e colheita de plantas das quais possam ser extraídas substâncias entorpecentes ou psicotrópicas" (Brasil, 1998, art. 5º).

No que tange a vigilância sanitária, vemos uma abertura significativa para o mercado canábico voltado para relações comerciais de interesse laboratorial, onde o Brasil demonstra

avanços no acesso ao mercado das medicações de origem canábica como diz o : “Art. 1º Esta Resolução define os critérios e os procedimentos para a importação de Produto derivado de Cannabis, por pessoa física, para uso próprio, mediante prescrição de profissional legalmente habilitado, para tratamento de saúde” (Brasil, 2022, art. 1º).

Porém, apesar das regulamentações, seu consumo e comércio para fins recreativos pode acarretar várias consequências penais, caracterizando assim sua proibição.

Não é possível caracterizar um “setor cannabico” na regulamentação do turismo brasileiro, e sim, em especial, pelo tema cannabis não ser uma assunto amplamente discutido nas políticas públicas no Ministério do Turismo, “no Brasil, o narcoturismo não é reconhecido como uma segmentação concreta de turismo, mesmo sabendo-se de sua existência e prática, movimentando o mercado de ilícitos no país” (Buscioli, Soares, p.83, 2017).

Apesar dos entraves do cenário e o não reconhecimento do narcoturismo, mesmo o órgão tendo ciência dessa prática dentro de seu território, Moraes (2019) aponta que os avanços da Anvisa podem abrir espaço para mudanças de paradigmas e adequação da tendência internacional abrindo espaço para as atividades recreativas da cannabis .

Levando em conta a abertura da discussão dentro do administrativo público na área da saúde, motivado pela conjuntura apresentada, observamos no Uruguai e no evento *expocannabis* um exemplo prático para fomento da discussão em vista dos avanços contemporâneos sobre a guerra às drogas dentro do narcoturismo e através do turismo canábico.

Assim, torna-se interessante à análise da disponibilidade de turista brasileiro em consumir produtos turísticos, como: meio de transporte, hospedagem, alimentação, intermediação e a utilização de outros atrativos no contexto do turismo canábico e estimar um público potencial.

Portanto, o objetivo desta pesquisa é:

Analisar o potencial público consumidor de turismo canábico, em especial no evento expocannabis de 2023

Considerando que o Brasil e Uruguai tem o potencial público consumidor, alguns

aspectos sociais, seu conhecimento desse mercado além de sua abertura para esse consumo de atividades turísticas cujo a motivação envolve a cannabis, em comparação com os dados da literatura e documental sobre a feira da ExpoCannabis, e em especial a questões de, qual a importância de se estudar este eventos a partir da motivação: uso das cannabis sativa e cannabis indica, verificando a importância do evento no cenário regional.

Discutir a amostra coletada estabelece a relação de brasileiros com esse evento, e com isso, espera-se concluir se o turista brasileiro é um público com alto ou baixo potencial consumidor de serviços turísticos motivados por essa planta.

Este trabalho está estruturado em objetivos geral e específico, que define o que essa coleta de dados e informações em uma busca para saber qual o perfil socioeconômico de uma amostra e sua aceitação frente o mercado do turismo canábico.

Os objetivos específicos são os seguintes:

- i) Levantar o perfil socioeconômico de maneira ampla e diversas;
- ii) Analisar a receptividades do consumo de atividades e serviços relacionados ao turismo canábico e atestar seu conhecimento sobre destinos onde se é permitido o uso da cannabis e por fim;
- iii) Discutir o quão positiva ou negativa a amostra se mostra em relação ao turismo canábico através da comparação de dados das diferentes metodologias de coleta propostas.

Neste trabalho atuando como resultado, que traz a importância de se discutir a questão Canábica dentro do turismo, a apresentação da metodologia utilizada, uma revisão de literatura, contendo o histórico da cannabis no Brasil, a América Latina a exemplo do Uruguai, a apresentação dos dados coletados na nossa pesquisa, contendo análises e discussões e considerações finais.

1.1 JUSTIFICATIVA

A procura de brasileiros por roteiros canábicos como os que incluiu o evento Expocannabis Uruguay acredita-se pode ser impulsionado pelo fator proibição, levando as pessoas a buscar um uso dentro de ambientes seguros, mesmo porque, a utilização recreativa da *cannabis* acaba colocando em risco a integridade legal do usuário dentro do Brasil. Então “[...] búsqueda de autenticidad del cannabis, es decir, para conocer cómo y dónde se produce

la marihuana que consume; y de practicidad, ya que su compra es más fácil que en el lugar de origen del turista” (Camargo; Flores; Gonzales *et al.* 2022, p.131).

Ou seja, a curiosidade em conhecer onde se cultiva, consome e vende a marijuana é mais fácil do que no lugar onde o turista reside, sendo assim se concebe uma relação mais acessível a esse produto de forma lícita criando uma demanda isto significa [...] abordar este assunto é necessário para compreender a relação do surgimento de uma nova demanda turística e também desmistificar a história por trás de todo preconceito que foi instaurado ao longo das últimas décadas” (Silva, sd, 2022).

Então o turismo canábico será tratado teoricamente como uma segmentação nesta pesquisa, isso será importante como conteúdo para este trabalho em seu desenvolvimento. Buscando demonstrar uma potencial demanda e sua familiaridade com o tema turismo canábico, assim como, sua receptividade do nicho.

Essas evidências são importantes por não somente ressaltar o valor monetário que é capaz de gerar, mas também, a complexidade envolvida no assunto e sua consequência motivado pelo dogma originado a banalização do assunto.

Sendo assim, a temática afeta de maneira profunda o nosso convívio social em diferentes níveis comunitários incluindo a acadêmica, em especial, os pesquisadores e pesquisadoras que ousam tocar no assunto, esse trabalho se propõe a um estudo transcurricular e multidisciplinar para um exame de qualidade, contribuindo com as pesquisa nesse campo.

1.2 METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza como sendo uma pesquisa bibliográfica de caráter exploratório além de ser uma pesquisa documental e qualitativa. Para Gil (1987, p. 44) “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Para o autor, boa parte dos estudos bibliográficos podem ser definidos como exploratória, Estruturamos esta produção da seguinte maneira: *Levantamento bibliográfico* em sites, revistas e periódicos, visto que, de acordo com Gil (1987) quase todos os estudos exigem a pesquisa bibliográfica, sendo este, desenvolvido com base em material já elaborado, principalmente de livros e artigos científicos.

Para o autor, a principal vantagem da pesquisa bibliográfica é a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Esses foram utilizados para levantamentos de dados os quais foram complementares aos resultados na pesquisa, além da fundamentação teórica deste trabalho.

Um questionário para podermos utilizar como ferramenta para captar aspectos importantes da capilaridade do turismo canábico em uma amostra segundo Gil (1987, p. 116), a plataforma usada para elaborar e distribuir as perguntas foi o formulário Google Forms, que foi divulgado por linha de transmissão do Whatsapp (que é uma ferramenta da plataforma para a propagação para um número de pessoas e que a mesma recebe não em forma de grupo, mas sim, individual, ou seja, manda coletivo e a pessoa recebe individual), dentro dessa lista as pessoas foram incentivadas a compartilhar o questionário com outras pessoas, para que tivesse um crescimento de participante de maneira orgânica, na lista de transmissão conta com 182 pessoas, dessas algumas relataram ter compartilhado.

Então, dentro da amostra não é possível saber quem é da lista e quem respondeu a partir do compartilhamento do documento. Instagram postado nos *storys* pessoal da pesquisadora a qual é o meio que se tem uma grande visibilidade e maior número de interações, porém, como o limite é 24 horas, também não foi possível calcular qual foi a capilaridade do meio.

O universo onde foi coletado a amostra, ou seja, as pessoas que eu busquei para responder o questionário não necessariamente são usuária da planta como psicoativo, importante ressaltar que fazer o uso recreativo da planta não foi critério de exclusão e nem de adesão, sendo essa questão um ponto a ser trabalhado em possíveis trabalhos posteriores

A elaboração de um questionário consiste basicamente em traduzir os objetivos específicos da pesquisa em itens bem redigidos” para que possamos tirar nossas conclusões, vamos utilizar a estatística descritiva que “É aquela que possui um conjunto de técnicas para planejar, organizar, coletar, resumir, classificar, apurar, descrever, comunicar e analisar os dados em tabelas, gráficos ou em outros recursos visuais, além do cálculo de estimativas de parâmetros representativos desses dados, interpretação de coeficientes e exposição que permitam descrever o fenômeno (Costa, 2011)

O questionário buscou compreender a demanda por bens e serviços canábicos como feiras e exposições tendo o exemplo da *expocannabis* uruguay que pode ser impactante no que diz respeito nos principais serviços, estruturas e atividades principais do turismo, então Gonçalves, Farias e Horta (2020, p. 90) ressaltam a importância das Atividades

Características do Turismo (ACTs) ao permitirem uma abordagem mais próxima do conceito de turismo, tornando-se essenciais para compreender o comportamento dos vários setores que integram essa atividade. mesmo o porque, os autores completam dizendo sobre a complexidade da atividade turística, formada por múltiplos setores, demanda a definição das atividades específicas que compõem esse âmbito, conhecidas como Atividades Características do Turismo (ACTs) (*ibidem* p. 91 e para definir os setores que os turistas serão questionados vamos através da literatura definir demanda e os setores chaves do turismo para a interpretação dos dados do formulário, dentro dos trabalhos de Gonçalves, Farias e Horta veremos o que eles definiram ACT's da seguinte maneira:

A Organização Mundial do Turismo (OMT) desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas - CIUAT para criar uniformidade nas comparações das estatísticas a nível internacional.” (Gonçalves; Farias; Horta, 2020,p.92)

A aplicação deste questionário tem o objetivo de observar a reação da amostra em relação às atividades relacionadas ao turismo, ou, ACT's em conjunto com o mercado Canábico legalizado, por isso buscamos conhecer melhor o perfil social e econômico do entrevistado, também procura-se entender se possuem conhecimento sobre o mercado turístico canábico, e por fim, se estão dispostas a consumirem bens e serviços que são associadas ou permissivas ao uso de cannabis.

Assim podemos observar o comportamento de uma amostra diante da ideia de um setor que pode ser definido como: “[...] el desplazamiento de personas hacia un destino donde la producción, venta, compra y el consumo de marihuana son legales, y cuyo motivo de visita a ese destino es el consumo de Cannabis sativa en su variedad de presentaciones” (Camargo; Flores; González *et al* . 2022,p.129). podemos dizer que, vamos fazer uma comparação de uma amostra com a literatura apresentada, levando em consideração o turismo canábico se caracterizando como um setor, por movimentar os meios de produção ligados ao turismo motivado pelo tema cannabis.

Os questionários sobre o título “Pesquisa: Impacto do Turista Brasileiro na ExpoCannabis Uruguay 2023” (2023) abordou as seguintes questões: cidade, estado e país onde mora (ex: Curitiba, Paraná, Brasil) ; Idade; Gênero (feminino, masculino, neutro e entre outros); Renda (o quanto você ganha); A sua renda é a principal da casa? opções de respostas: sim, não; Você conhece ou já ouviu falar de algum destino canábico (país, cidade,

ou seja, relacionado a localidade)? Se sim qual? Você conhece ou já ouviu falar de atrativos turísticos canábicos (feiras, praças, praias, restaurantes, hotéis, ou seja, pontos dentro do destino escolhido)? se sim qual? Essas foram questões abertas, exceto a que diz respeito se a pessoa é a principal renda da sua família.

A seguir vem as questões fechadas as quais foram focadas no setor turístico, todas tiraram as seguintes opções como respostas: como indicativo mais positivo temos, é um pré requisito fundamental, sim; como indicativos mais negativos temos: não é um pré requisito fundamental, não. Sendo assim, as questões relacionadas a essas respostas foram: a Você compraria um pacote turístico para uma experiência de turismo canábico? Você se hospedaria em um meio de hospedagem onde pode ter consumo de cannabis? você comeria em um restaurante que permite o uso de cannabis? você comeria em um restaurante de culinária canábica? Você iria a um atrativo onde as pessoas estivessem utilizando cannabis livremente ou não ter o uso reprimido? Você iria em uma feira de cannabis no Brasil? Você iria em uma feira cannabica na américa latina? Você iria em uma feira cannabica fora do continente?. Esse foi o mesmo questionário utilizado no projeto de pesquisa “Análise do perfil socioeconômico do Turista Brasileiro na *ExpoCannabis* no ano de 2023 no Uruguai-Prévia dos Resultados¹” desenvolvido pela autora no projeto de pesquisa com o mesmo nome no segundo semestre, o qual continua em aberto até o fim da pesquisa.

O questionário para esse trabalho funcionou do dia 15 de agosto de 2023 a 31 de outubro de 2023.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 HISTÓRICO

A guerra às drogas foi um substituto para a Lei Seca nos Estados Unidos, com o findar da mesma, viu-se a necessidade de criação de um outro departamento que atendesse as necessidades puritanas da época, então, o combate às drogas em especial *Cannabis sativa*, se mostrou um repressor social voltado a minorias, em especial, as comunidades negra e latina entre as décadas de 1920 e meados 1930

Com o fim da proibição, em 1933, a burocracia governamental responsável por combater as bebidas corre o risco de perder seus empregos. Anslinger, [...], escapou transferindo-se para outra agência governamental, o FBN –

escritório federal de narcóticos[...] (Burgierman, 2011, p.33).

A agenda anti narcótica foi seguida por diversos países fomentando atos xenófobos e racista, pois era uma planta muito consumida em região perto da fronteira e onde a comunidade negra era abundante, “Ainda nos anos 1910, os estados americanos da fronteira começaram a proibir a canábis,[...] a Califórnia foi a primeira, em 1913. Na década seguinte, a maconha subiu o Mississippi [...], e foi parar em Saint Louis [...].” (Burgierman 2011, p.35), e com isso, se deu o modelo pelo qual temos pautado o assunto marijuana ou cannabis, dado a adesão da América do Sul.

Atualmente no Brasil, embora o porte e uso de cannabis continuem a ser ilegais no Brasil atualmente, o porte e cultivo de quantidades para consumo pessoal foram descriminalizados em 2006, e um limitado número de medicamentos à base de cannabis foi permitido a partir do início de 2017 (New Fronteira Data, p. 4. 2018).

Neste mesmo sentido, houve também uma expansão significativa da cannabis legalizada nas Américas, como pode ser observado no estabelecimento de mercados medicinais legais na América Latina. ” (New Fronteira Data,, 2019), tal como apresenta Pereira (2020, p. 83)

Over the years, it has undergone several changes, mainly related to the expansion of the supply of medicines, the adaptation of issues related to the needs of drug tourists and to the emergence of new destinations, but despite these changes, the initial proposal would have always been maintained (Pereira, p.84, 2020).

2.2 HISTÓRICO DA CANNABIS BRASIL

No Brasil já existia essa opressão, em especial aos que praticavam religião de matrizes africanas “ [...] foi o primeiro país do mundo a criar uma lei contra à maconha ou “pito de pango”, como era conhecida a maconha à época” (Moraes, 2019).

A autora reforça que na era Vargas, as forças do estados invadia terreiros com a justificativa de reprimir o uso da cannabis em sua prática ritualística e nesse contexto racista a qual o país se encontrava e a campanha mundial proibicionistas norte americanas seguiram leis as quais o usuário da planta eram marginalizados.

Em 2006 no Brasil, foi diferenciado as penas entre traficante e usuário a partir da Lei

11.346 e em 2016, a Anvisa regulamentou o uso medicamentoso a base de cannabis, (MORAES, 2019), ou seja, mesmo de forma conservadora, o Brasil apresenta abertura tornando possível o acesso, desde que, se submeter-se a diversas fases burocráticas tornado dentro legalidade do produto pouco acessível.

Em concordância “A ONU já classificou a *Cannabis* para a lista das que têm propriedades medicinais reconhecidas, embora devam ser controladas. Então, isso é um avanço diante da proibição em nível internacional. O Brasil está na retaguarda desse movimento, mas é um processo que já começou” (Agência Senado, 2021).

Diante desse cenário, vemos um mercado promissor se abrindo, porém, é atravancado por questões moralistas que se reflete no acesso à planta, na proibição da erva em si, o racismo se encontra em sua raiz histórica.

No Brasil, a prática do uso da maconha era principalmente associada aos negros, tal fator teria sido crucial para a proibição da Cannabis no país, além de outras práticas da cultura africana como maneira de incriminar os negros que acabavam de sair da condição de escravo (Moraes, 2015)

Contando que a erva era de uma cultura que se sincretizou rapidamente com os povos originários, houve assim uma dispersão desse hábito nessas populações. “Por volta do ano de 1549, acredita-se que a cannabis apareceu no Brasil trazida pelos escravos africanos, tendo uma rápida disseminação entre essa população e entre os indígenas” (Martins; Passos, p. 75. 2023).

Diante desse passado repressivo, e no presente vemos o desejo de alguns setores de fazer parte dessa mudança de paradigma, podemos ver mudanças avançando para um futuro promissor, em especial se levarmos em conta a velocidade em que medidas legais vem abrindo caminho para uma aceitação mais acentuada, levando em conta os efeitos de um histórico já tendenciosamente racista sendo validadas por ações internacionais que acentuam esse cenário.

Em relação ao tempo, é notável que o que antes se demorava mais para ser discutido dentro de um discurso jurídico, vem diminuindo o seu tempo e aumentando as ações durante o ano que possibilita assim a formação de um mercado voltado para a *cannabis*, mesmo que essa indústria se restrinja ao mercado medicinal, e o avanço para abranger maior número de paciente, diminuindo seu preço e processo burocrático, o pode surtir efeito quanto ao uso recreativo.

Mas ainda assim, o Brasil vem se fortalecendo quanto a produtor e destino canábico dentro do setor de eventos, sediando duas feiras importantes, a medical cannabis fair e a Expocannabis Brasil, e porque não, no A & B com a utilização de temperos para a fabricação de bebidas e etc, com aroma e sabor de cannabis porém sem o princípio ativo que causa os efeitos psicotrópicos da maconha.

Então podemos dizer que a demanda de turismo canábico obedece algumas variáveis além das que o mercado exige, entre elas, a regulamentação para seus diversos usos inclusive o recreativo, mesmo o porquê, essa regulamentação atinge uma grande população que é reprimida e acaba tendo parte dessa renda desviada para o mercado paralelo, “A força de atração da demanda age do mesmo jeito que a força da gravidade: puxando irresistivelmente.” (Burgierman, 2011), diz o autor em uma crítica de como a repressão causada pela política de guerra às drogas ajudou a fundamentar um mercado paralelo ao estado.

Por isso, mercados como o Uruguai que optou por um postura inversa acaba criando a possibilidade de abertura de mercado e facilitando assim atender as necessidades desse público, inclusive dentro de um trade turístico.

Em mercado fechado para o uso recreativo como o do Brasil, legalidade pode ser um fator que motiva o seu deslocamento no momento de lazer e como proximidade de um destino influi diretamente no preço final, destinos dentro do continente sul americano como o Uruguai, pode influenciar na decisão final de compra se a motivação for o uso da erva.

Algumas variáveis de caráter coletivos ajudam a explicar parcialmente as preferências dos indivíduos; Na análise da demanda por viagem turística, os gastos dos consumidores têm estreitas relações com a motivação da viagem; as preferências de um turista pode variar em razão da idade, do convívio social, dos local de residência e de muitos outros fatores”(Santos; Kadota, 2012, p. 35)

Levando em consideração o mercado canábico como uma atividade em um funcionando em duas perspectivas paradoxais, uma sendo legal, acaba gerando dados de qualidade a qual é possível ser analisado, em um ponto de vista de um ambiente ilegal essa base de dado fica comprometida, “Logo o questionamento de como a demanda se alteraria dada uma mudança na política é uma pergunta fundamental que a literatura não possui resposta clara.” (Moraes, 2015, p. p.29).

2.3 OS SEGMENTOS DE TURISMO CANÁBICO E O PODER DO EVENTO.

O movimento de legalização e descriminalização vem crescendo junto com os interesses do mercado, inclusive o de capital aberto.

Em 2020 empresas de maconha cresceram cerca de 35,3%, (Poder 360, 2020), mostrando assim a *cannabis* como um produto sensível a geopolítica assim como o café, açúcar e entre outras.

O turismo tem acompanhado esse movimento junto do mercado, mesmo porque, já há locais onde cannabis inserida em seus roteiros, a revista forbes em 2021 listou os 5 melhores destinos canábicos sendo três deles estadunidenses, um na Jamaica e um no Canadá, essa última, é uma franquia que se pode ter acesso em varias localidades (Forbes, 2021), se levarmos em conta que

O turismo canábico se concebe porque as pessoas querem experienciar um momento único em lugar em que a maconha é legalizada, deste modo, observa-se. um fator motivacional emocional no qual o indivíduo percebe a viagem como uma oportunidade de viver a experiência de estar em um local em que ele possa realizar atividades canábicas (sejam elas recreativas ou medicinais) de forma segura” (Silva,, p.12. 2022

Esse movimento abre portas para os diversos segmentos do turismo, onde as pessoas se locomovem motivadas pelo uso da planta em suas diferentes formas (medicinal, industrial e recreativo) e há um mercado legal onde se é ofertado a experiência a qual a autora se refere; Isso indica que há uma formação de demanda através da regulamentação da oferta. Seguindo a tendência do setor , a atividade pode auxiliar na criação de oportunidades, avanços sociais e econômicos através da pesquisa visando melhor discussão sobre o mercado dessa erva.

Se tratando de cannabis medicinal, de acordo com os dados dos Estados Unidos, que é um mercado já estabelecido, destaca como o poder aquisitivo do consumidor influencia o gasto com medicamentos à base de *cannabis*.

Segundo o relatório da New Frontier Data (2018) em 2016, pacientes gastaram, em média, US\$135,61 (na cotação de 2018) por visita a um dispensário, as quais ocorriam em um frequência média a cada 10,25 dias.

Esse panorama serve como base especulativa de análise de tendência, em especial, pela confiabilidade que o fator legalidade proporciona na qualidade de informações, que

possibilita um planejamento para que o retorno sócio econômico seja eficiente, nesse exemplo, podemos chegar a conclusão que o paciente nesse caso tem que dispor uma quantidade significativa de sua renda, limitando então o grupo que poderia ter acesso a esse tratamento, e a partir daí, criar estratégias coerentes com o objetivo desse nicho para atender mais pessoas ou menos de acordo com a relação preço e demanda.

No caso do Brasil, que vem de um processo de repressão histórica, tem avançado de acordo com a tendência de descriminalização do uso medicinal da Cannabis, isso pode ser visto nas recentes mudanças: em 2019 a Anvisa abre para o estudo e incentivo de pesquisa científica (Morais, 2019), isso se deu através da RDC nº 327/2019 (Webinar, 2022).

Em 2022 foi definido critérios para a importação de medicamentos à base de cannabis através da RDC 660 (Brasil, 2022). Um grande marco no acesso a esse medicamento foi a Lei nº 17.618, de 31/01/2023 do estado de São Paulo que prevê o acesso ao mesmo no SUS (sistema único de saúde) (SÃO PAULO, 2023), mas apesar dos avanços, nesse acesso pelo meio público é algo burocrático que a lei e as RDCs determinam, tornando o acesso caro e de difícil acesso e não atendendo a grande parte de possíveis pacientes.

O uso recreativo e a venda da cannabis estão relacionadas ao tráfico de drogas por serem atividades ilegais no Brasil.

Apesar da proibição, tivemos uma abertura para movimentação de pessoas em prol da planta, mostrando a força do “turismo canábico” brasileiro. Os marcos importantes deste início de transformações culturais, foram a realização da segunda edição da Medical Cannabis Fair e do Congresso Brasileiro da Cannabis Medicinal, 4 e 5 de Maio (Cannabis Medicinal, 2023) e a Expo Cannabis Brasil, 15, 16 e 17 de Setembro (Expo Cannabis Brasil, 2023) ambas na cidade de São Paulo no ano de 2023.

Esses eventos só foram possíveis devido às mudanças enquanto ao posicionamento frente à Guerra às Drogas. As quais dependem de suporte dentro de seu território, balizando interesses em diversos setores, como a cultura, que interage com as normas que se adaptam à sociedade.

Quando eventos são bem posicionados dentro de um nicho, tem o poder de influenciar uma narrativa, principalmente, quanto à confiabilidade em se tratar de temas como a cannabis, que teve seu processo histórico de uso ligado à marginalidade, e hoje, desperta grandes

interesses em setores chave dentro da sociedade, entre elas: a medicina, a indústria, o turismo e o mercado aberto. A localidade se encontra imersa em um paradoxo: ver-se dentro de uma estrutura proibicionista, mas, apresenta um grande potencial de negócio.

O assunto tende a uma crescente de visibilidade, levando em conta os contrastes do tema no Brasil. As feiras sobre usos canábicos, aproximam profissionais com diversas expertises no assunto, despertando interesse do público, tornando possível o diálogo com um tom mais brando. “Os evento bem - sucedidos só acontecem por meio de ação de algum indivíduo ou grupo que faz com que as coisas aconteçam” (Watt, p.16 .2024), então, esse encontro de agentes faz com que seja possível a realização de eventos de Cannabis, atendendo a diversas discussões a respeito da erva.

Uma relação predecessora com a cannabis legalizada e a realização de eventos é a relação do Uruguai com a temática, de acordo com o relatório regional latino americano sobre cannabis “Embora as vendas legais de cannabis sejam restritas a cidadãos uruguaios e residentes permanentes, existe uma demanda por cannabis entre visitantes internacionais.” New Frontier Data (2019).

Sendo o Brasil o país de origem do público estrangeiro que mais se atrai pela feira, chegando a ser metade do público, segundo a revistas especializadas em negócios Forbes (2021).

O Uruguai, através da **Lei 19.172**, foi pioneiro na legalização abrindo um mercado não somente medicinal, mas sim, baseado no controle governamental e cobrança de impostos como uma estratégia de enfrentamento ao tráfico de drogas, buscando atenuar os efeitos do chamado fenômeno “guerra às Drogas”.

Com isso, a partir de 2013, se estabeleceu a possibilidade de eventos como a expocannabis que acompanhou o pioneirismo histórico em países latinos, demonstrando que: os “governo dá localidades de receptora [...] é possuidor de valores turísticos e realizador das transformações via políticas e planejamentos, estabelecendo ambientes econômicos favoráveis ao processo de agregação”(Lemos, p. 97 ,2005) sendo palco de mudanças profundas em questões estruturantes como as da “Maconha” (nome informal da *cannabis*).

Por isso, hoje, é possível um evento consolidado e referência nos diversos aspectos da erva se destacando na qualidade do evento dentro do país vizinho.

A *ExpoCannabis* no Uruguai sinaliza uma renovação do paradigma sobre a questão. Movimentando cerca de 18 mil pessoas (Infomoney, 2022), em especial brasileiro os quais lidam com a repressão da “ganja”(palavra de origem do hindustâni *ganjhā*, «id», a qual um de seus significados é árvore de angola, segundo o site Meu Dicionário. Org).

Essa política está entrelaçada a problemas sociais como: o racismo e associação a dependência química, esse cenário pode explicar o porquê experiência em países vizinhos acaba sendo desejável.

Levando em consideração que o público de um evento tem o papel de consumidor nas relação oferta e demanda, podemos observar: “[...] primeiramente, o consumidor tem renda limitada segundo lugar, eles agem de maneira racional, em terceiro, buscando maximizar sua satisfação total.” (Tribe,p.70.2003), podemos dizer que o turista brasileiro dentro da ExpoCannabis Uruguay é um agente que movimenta a oferta turística e se comporta para atender às condições expostas pelo autor. Portanto, “entender o comportamento da oferta é fundamental para compreender o funcionamento do mercado”(Santos; Kadota p.85, 2012).

A atividade turística tem muito dos seus parâmetros relacionados ao comportamento do consumidor, uma vez que, o conjunto de serviços oferecido está relacionado com a experiência do turista dentro da localidade.

Pensando nesse ponto, quando o consumidor decide se tornar um turista, existe uma gama de necessidades que o mercado busca atender para satisfazer a demanda do público, a qual, é inerente a suas expectativas. Podemos ver que: “mais que necessidades, o turista lida com desejos - e até mesmo sonhos” (Lemos, 2005, p. 179).

Essa análise pode ajudar na compreensão do turismo canábico e como o público brasileiro reage à possibilidade de consumir as atividades que lhe norteiam.

A dualidade entre a legalidade e a ilegalidade da cannabis cria desafios, a análise de eventos como a *ExpoCannabis* no Uruguai torna-se crucial, pois transcende as diferenças culturais da legalização da cannabis que está em constante evolução e influencia a demanda por produtos e serviços relacionados ao turismo canábico, destacando a necessidade de compreender a demanda potencial do brasileiro nesse contexto (Pereira, 2020). especialmente, considerando as mudanças globais nas atitudes em relação à política de combate às drogas.

3. RESULTADOS

A partir do levantamento feito através do *Google Form*, em comparação com as reflexões apresentadas, será feita uma interpretação quali quantitativa dos dados apresentados, visto que, a pré venda de um destino turístico comporta informações que podem gerar tendência ao consumo de uma determinada proposta de viagem, então “O planejamento, a produção e a distribuição buscam agregar valor em termos quantitativos e qualitativos, de maneira crescente, duradoura e sustentável” (Lemos, p. 89, 2005).

Por isso convém analisar dentro do turismo canábico fatores determinantes da pré - venda, que no caso, será relacionada ao seu perfil social como gênero, idade e cor, fatores econômicos como renda e a participação desta dentro da família.

Além de fatores como conhecimento desse público sobre o mercado, relacionado aos setores determinantes no sistema que compõem a atividade turística, como agências, hotelaria, eventos, restaurantes e entre outros.

3.1 DADOS SOCIOECONÔMICOS

Esses desejos e sonhos são diversos e limitado pelo poder de compra de seu público alvo, fazendo essa atividade ter características multifacetada quanto a motivação, podemos ver ao decorrer desse trabalho que o turismo canábico surge como um nicho dentro do mercado de Turismo, com uma quantidade significativa de pessoas que buscam satisfação em gastar parte de sua renda em uma experiência em consumir uma planta psicoativa que até então era proibida e estigmatizada. Esse estigma, por sua vez, pode despertar o desejo no público brasileiro de fazer uso de atividades em territórios onde não há proibição e nem tamanho ostracismo social do usuário de “maconha”.

Para refletir sobre os fatores socioeconômicos que estão presentes na formulação das questões a seguir, é importante ter em mente que, o social se aplica como sistemas sociais, incluindo as características das pessoas que dela participam (Johnson, 1997).

Ainda de acordo com o autor, a economia também se apresenta sistemática uma economia é um conjunto de dispositivos institucionais através dos quais bens e serviços são produzidos e distribuídos em uma sociedade. Então os dados socioeconômicos serão vistos, de acordo com a junção desses dois conceitos, ou seja, será visto como: um sistema de produção de bens e serviços que são ligados às relações sociais, organizada por características

que destacam aspectos para formação de diversos grupos.

Nesse caso, o grupo social a ser comparado será os que conhecem o segmento dentro do narcoturismo, que pode ser encarado sob o seguinte ponto de vista: “Contextualizar o Turismo de Experiência o relacionando com o Narcoturismo; Compreender a não efetividade de tal segmentação uma vez que as substâncias psicoativas estão entrelaçadas com o meio social” (Soares,2018,p.21).

Buscando compreender o que seria um nicho do turismo canábico, em comparação com aqueles que não conhece, de acordo com característica de grupos em gênero, renda e recorte étnico. Posto isso, os dados coletados apresentaram as seguintes características: 56 respostas com idades tem uma variação de 19 e 70 anos; sendo uma média de 28 anos; e os participantes com 22 anos são os mais numerosos. Ou seja, a pesquisa teve uma aderência entre jovens adultos, maiores que vinte anos e menores que 30, onde a amostra demonstra ter 22 anos em sua maior parte, a qual o ponto médio é 25 anos.

Então, apesar da janela de idade ser grande, quase todo período de tempo de um adulto economicamente ativos, a amostra apresenta a tendência a ter uma renda menor as dos mais velho, segundo o IBGE, sua renda tende a ser de em média R\$ 2700.00, em quanto às renda de quem tem entre 30 e 40 é na média de R\$ 3200,00 e de 40 a 50, R\$ 3800,00.

Tabela 1 - Tendências centrais sobre a idade dos participantes

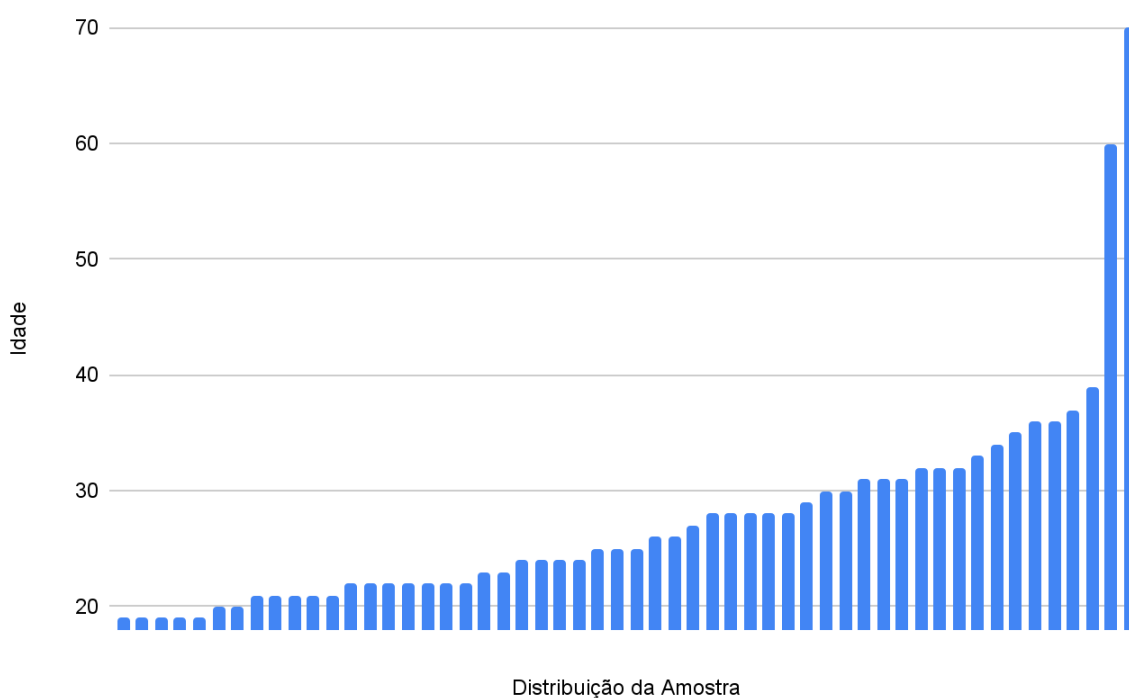
Média	28
Moda	22
Mediana	25

Fonte: Autora (2023)

Então de acordo com as tendências centrais apresentadas, pode demonstrar algumas tendência mais positiva em termos de já ter ouvido falar sobre do Turismo canábico, pelo alto grau de exposição a informações, que é intensa em sua geração(achar algo que fale a respeito), mas com um poder de compra menor do que as que estão representada acima da média de idade.

O gráfico 1 demonstra como a amostra está distribuída dentro da pesquisa.

Gráfico 1 - Distribuição da Idade da Amostra



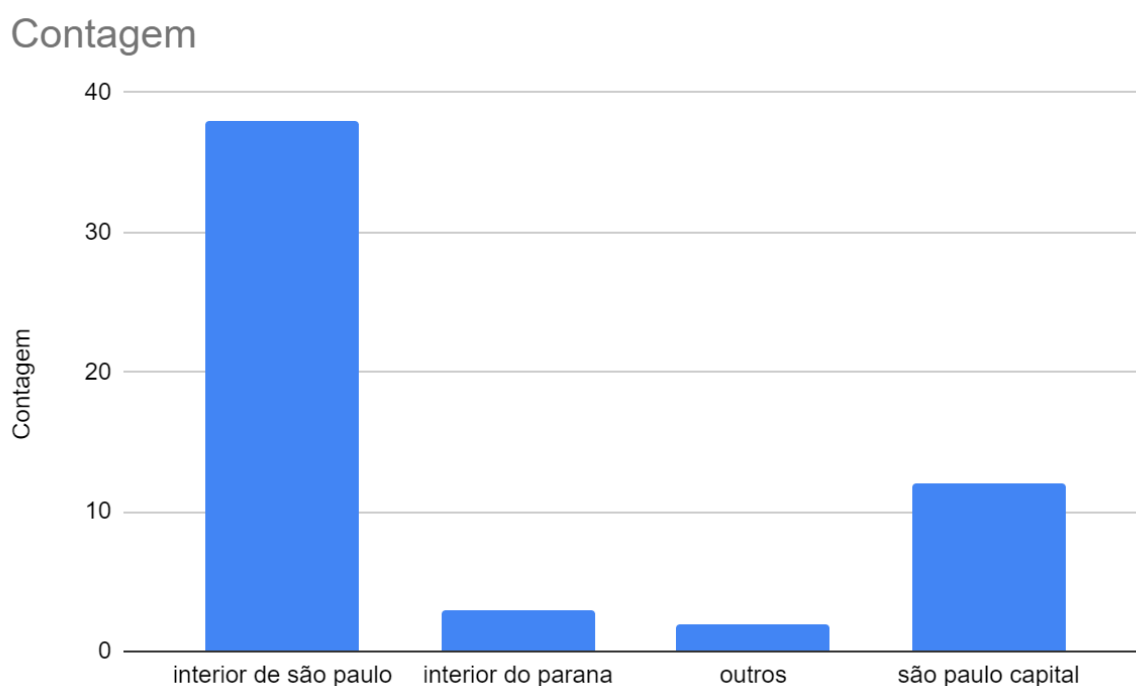
Fonte: Autora (2023)

O gráfico mostra que a maior parte dos que responderam o questionário está em entre a faixa dos 20 anos e 40, tendo dois pontos de dispersão acima dos 40 anos, o caracteriza à amostra como Jovem, e a pesquisa atingiu uma faixa importante do que conhecemos como população economicamente ativa (definição). Se compararmos com as tendências centrais podemos perceber que maior parte das pessoas se concentram entre os 25 e 28, porém essa concentração ela tem um crescimento uniforme até chegar nos pontos de dispersão, o que pode demonstrar uma dificuldade do questionário atingir um público mais velho, o que pode demonstrar uma resistência ao assunto, causado por conta dos aspectos criminais criminais que estigmatizam o tema, em especial que temos uma abertura legal sobre o assunto a partir de 2006, mas ainda entre esse período é interpretativo o que é o “traficante” e/ou usuário. então esse histórico pode ter influenciado na adesão em uma população que acompanhe o debate de maneira mais recente (visto que maior parte dos renascido das pesquisa foram da geração 90 e 2000) do que o ponto de dispersão, que viveram a massiva campanha antidroga das grande agenda mundiais, como o “ diga não às drogas” a qual a cannabis estava associada

e as pesquisa e o que mais se propunha discutir a erva foram duramente reprimido pelo estado, mesmo nunca tendo registro ligados diretamente ao que se pode considerar uma “overdose” e essa sendo tratada pelo senso comum de “porta de entrada para outros ilícitos”.

Outro fator que influencia a amostra, é a localidade a qual o questionário teve alcance. A maior parte das respostas foram do interior de São Paulo(40), São Paulo Capital (13); interior do Paraná (3), interior de Minas Gerais(1), litoral de Alagoas (1), a localidade influencia economicamente pela cultura em que o sujeito está inserido e como cada lugar lida com seus estigmas morais, o quais a questão da Cannabis, principalmente para o uso adulto, está inserido dentro de seu histórico. No gráfico 2 podemos ver o alcance que teve o questionário do google forms.

Gráfico 2 - Alcance do Questionário



Fonte: Autora (2023)

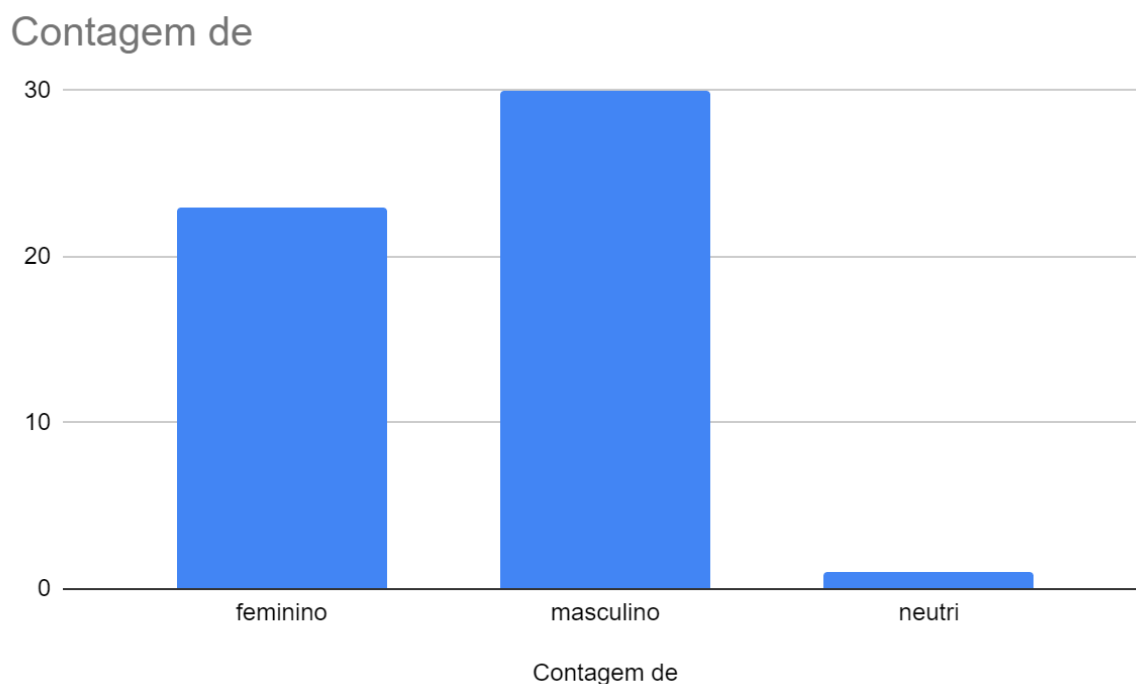
A maior parte dos participantes são do Estado de São Paulo que tem uma política a respeito da cannabis através de um viés medicinal e farmacêutico, em especial no que diz respeito ao avanço da temática no sistema único de saúde (SUS) que através da Lei 17.618/2023, que torna possível a aquisição de medicamento a base de THC e Canabidiol, o que pode indicar uma mudança de ponto de vista de uma população de acordo com que o

caráter medicinal descrito em normatização do assunto pode causar, saindo de um modo de se ver a cannabis como um elemento criminoso para uma substância com propriedades medicinais.

Além de que em 2022, sediou dois eventos marcantes na questão de eventos canábicos, que foi a Medical Cannabis Fear (2022) e a ExpoCannabis Brasil (2023), o que pode ser um fator que influencia a abertura da amostra enquanto a estigmatização do tema da pesquisa.

Então para a delimitação do grupo socioeconômico atingido pela pesquisa, o grupo se mostrou jovem, nascidos entre os anos 90 e começo dos anos 2000, em sua maioria e com uma concentração geográfica pertencente ao estado de São Paulo, e outra característica para a formação da amostra, que ela demonstra ser, em grande parte, masculino. as respostas ficaram divididas: entre Masculino 30, feminino 23, 1 gênero neutro

Gráfico 3 - Genero



Fonte: Autora (2023)

De acordo com a definição de gênero do IBGE (2023) “Compreende as estatísticas sobre a forma como a sociedade cria os diferentes papéis sociais e comportamentos relacionados aos homens e às mulheres, criando padrões do que é próprio para o feminino e

para o masculino[...]”. o que pode impactar economicamente em produtos com um marketing mais voltado para um público de um gênero ou de outro, no caso, da questão, foi deixado aberto para uma resposta livre, visto que a definição usada abrange uma diversidade o qual o próprio participante se identifica.

A renda por sua vez, é um dos fatores de caracterização da amostra que se destaca dentro da literatura, uma vez que o tema trata de um acesso a um tipo de turismo que é burocrático e acaba se tornando caro, Soares (2018 p.52) traz os segmentos relacionado a substâncias que podem causar alterações de consciência , ou psicoativo como sendo de mais fácil acesso para quem tem um maior poder aquisitivo, seja o turismo voltado para Ayahuasca ou, os segmentos que não tem o mesmo estigma narcótico como enoturismo e o turismo cervejeiro, (sendo um exemplo representado na pesquisa do autor, que vemos o turismo com que tenha a motivação o consumo de substâncias que alteram o estado de consciência, mas, no caso da Ayahuasca a busca é espiritual, diferente da ExpoCannabis, que a demanda do evento procura diversificação, tanto para o uso industrial quanto o recreativo cultural.

O mesmo pode se aplicar ao turismo canábico em relação ao público brasileiro, visto que, mesmo nos países vizinhos, tem-se que se fazer um planejamento de viagem internacional, caso não seja de localidades de fronteira, que é o caso da amostra, a qual nenhum dos participantes se localiza nas fronteiras onde a cannabis é legalizada ou descriminalizada para uso recreativo.

Então de um modo geral, o turismo canábico acaba se tornado um produto de alto valor agregado, mesmo porque, “quanto mais elevado o poder aquisitivo do turista, maior será a quantidade de produtos turísticos demandado” (Lage; Milone, 2004).

Em relação da amostra e de quanto ganha para um parâmetro média do teto de liquidez dos participantes , quando questionados sobre a renda o resultado foi entre R\$ 0 à R\$ 7500.00.

Tabela 2- Tendências Centrais sobre renda dos participantes

Média	R\$ 2.110,85
Moda	3000
Mediana	R\$ 1.600,00

Fonte: Autora (2023)

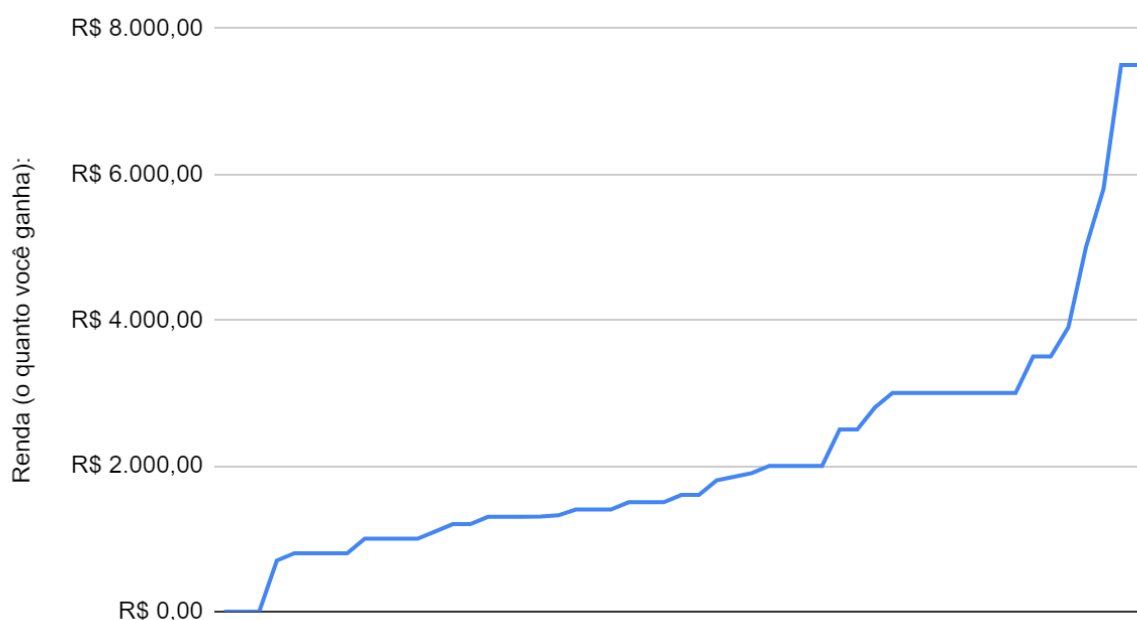
A relação entre o nível de renda do consumidor e sua demanda por produtos é um fenômeno bem estabelecido. Conforme observado por Santos e Kadota (2012), quanto maior o nível de renda de um consumidor, maior é a quantidade demandada de produtos considerados normais, enquanto a quantidade demandada de produtos considerados inferiores diminui.

Isso ressalta a influência da renda na demanda por produtos de cannabis medicinal, onde aqueles com maior capacidade financeira têm mais recursos disponíveis para investir em tratamentos e produtos relacionados à cannabis. demonstrando que “o nível de renda do consumidor, maior a quantidade demandada de produtos normais; quanto maior o nível de renda do consumidor, menor a quantidade demandada de produtos inferiores (Santos; Kadota, 2012)”.

Se observarmos as tendências centrais da renda está um pouco abaixo das expectativas de características de renda apontado pela análise de dados da idade, ou seja, a renda da amostra tem uma média menor que R\$ 2700,00, mas com uma repetição de rendas dentro dessa expectativa ou seja, maior que R\$ 2700,00 porém menor que R\$ 3200,00 que é a média das pessoas de 30 a 40.

Gráfico 4- Curva da Renda Dentro da Amostra

Renda (o quanto você ganha):



Fonte: Autora (2023)

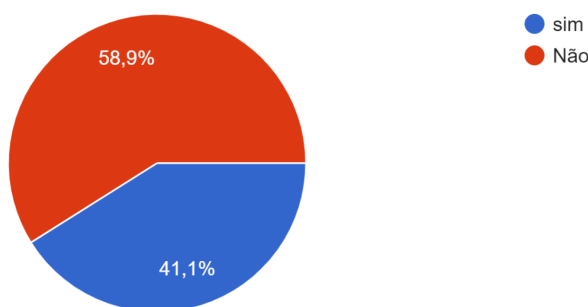
O gráfico 4 mostra a curva da diferença de renda das amostras. Outro fator importante é o nível de comprometimento de sua renda, e a autonomia financeira, por exemplo, a pessoa que não é a renda principal da casa, pode ter uma propensão maior a gastos em atividades hedonistas, porém, quem exercesse uma maior importância da renda em um núcleo, tem sua renda comprometida com gastos fixos familiares que são significativo a sua receita, como aluguel, gastos com transporte diário e etc.

Por outro lado, aqueles que compõe a renda principal da família tem uma maior voz dentro das decisões de compras de um modo geral, no caso da amostra, 58,9% não é a principal renda de seu núcleo familiar, em contrapartida 41.1% são a principal renda da sua casa, o que representa uma sensível diferença entre esses dois quadros, a questão tem a limitação de saber quais destes os que são a principal fonte de renda e das que não são, quantos em particular desses dois grupos os que se mostram mais favorável a consumir ou a conhecer o turismo canábico ou não, sendo necessário complementar essa informação com dados dentro a literatura apresentada.

Gráfico 5 -Importância da renda na família

A sua renda é a principal da casa?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

No gráfico 5, os dados dizem respeito ao poder de compra do entrevistado, quem tem um domínio econômico e possibilidade de excedente de suas despesas fixas que o participante provavelmente dispõe para o lazer, e dentro desse lazer, a disposição em aplicá-lo em um roteiro canábico.

3.2 KNOW-HOW DA DEMANDA SOBRE TURISMO CANÁBICO

Após conhecer melhor alguns aspectos do perfil social do público, o questionário seguiu para mensurar o conhecimento do público sobre o turismo canábico sendo questionado, essa parte foi elaborada a fim de perceber o conhecimento da amostra sobre a existência de bens e serviços relacionado a canábis como atividade turística, mesmo o porque, “Observam-se impactos econômicos do turismo com maconha avaliados em três níveis: direto, indireto e induzido, sobretudo nos destinos em que existe o segmento de Turismo de Saúde para além do uso recreativo da Cannabis”.(Kang; O’Leary; Miller, 2016 *apud* Silva, 2022,p.5).

Então foi importante questionar:

Você conhece ou já ouviu falar de algum destino canábico (país, cidade, ou seja, relacionado a localidade)? Se sim qual? Você conhece ou já ouviu falar de atrativos turísticos

canábicos (feiras, praças, praias, restaurantes, hotéis, ou seja, pontos dentro do destino escolhido)? se sim, qual?

No gráfico 6 vemos 54,5% pessoas respondendo que sim e 45,5% respondendo não, esse é um dado positivo em termos de presença, mas dentro dessa amostra a quantidade de pessoas que não conhece é bem expressiva. É importante mencionar, que o gosto do turista é um fator relevante na decisão de compra, salientando, “quanto mais intenso o gosto pelo produto, maior a sua quantidade de demanda” (Santos; Kadota, p. 45, 2012).

Porém a questão, para ter uma maior aceitação, não responde se o entrevistado se relaciona com a *cannabis*, ou seja, não diz respeito se a pessoa é usuária da planta, ou se ela não tem um comportamento permissivo ao uso de cannabis, é uma questão importante quanto a pesquisa da demanda potencial, mas como é uma questão estigmática, a relação pessoal da amostra não será abordada diretamente.

A abordagem a seguir será levada em conta o que compõe a formação do produtos turísticos, relacionando a demanda da amostra em relação ao elementos que a compõe e é capaz de classificar o turismo canábico, apenas como turismo de experiência, mas seu possível impacto sobre esse mercado, uma vez que: “A classificação de um produto característico do turismo é particular de cada destino turístico ou país. aquilo que em um destino é um produto característico, em outro pode ser considerado apenas conexo ”(Santos; Kadota, p. 85 2012).

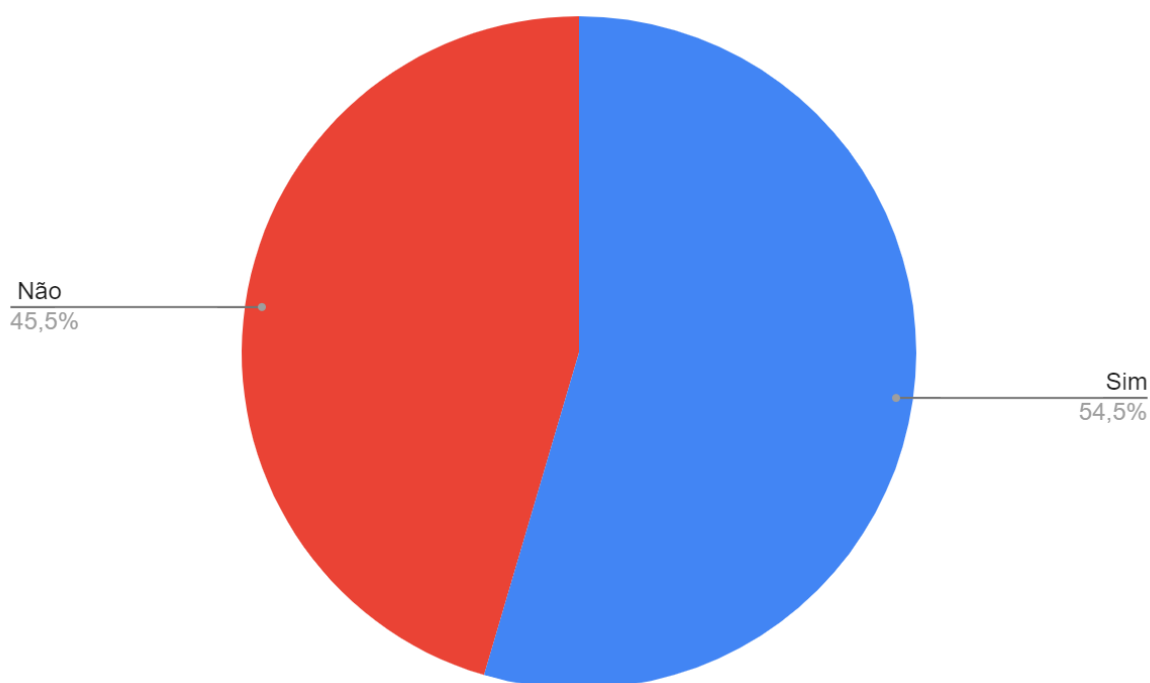
Ou seja, enquanto alguns serviços e produtos caracterizam a forma a qual a atividade turística acontece em uma localidade, outros estão apenas associados a ela, no caso, estamos abordando o evento com um fator associado, ou seja, conexo ao turismo Uruguaio, o qual pode apresentar um grande impacto sobre serviços que caracterizam a atividade turística de uma maneira estrutural.

Então podemos dizer que será analisada o know how, sobre produtos canábicos que se caracterizam além da experiência psicoativa, mas, a influência em atividades econômicas relacionadas ao consumo da mesma enquanto a demanda tem os comportamentos e hábitos de consumo de turista, além da utilização da chamada estrutura turística em conjunto com o segmento canábico e a prática do narcoturismo como um todo. Estes elementos como destino, como foi abordado logo abaixo, é importante sendo visto como, o destino que se caracteriza como um elemento objetivo, visto que, os destinos citados mais adiante são famosos pela

legalização, estando então, na memória em grande parte da amostra. “os elementos observados pelo turismo como fenômeno econômico são as pessoas que realizam o ato de viajar e consomem, temporariamente, bens e serviços em outras localidades” (Lemos, p. 87 2005).

Assim, uma característica do destino *canábico*, é o deslocamento necessário para se acessar o fator de atratividade, então a contradição entre como o uso recreativo é tratado, pode sim ser um motivador de atratividade desse grupo, e na América Latina tende-se a ter uma melhor chance de acesso, visto que tem uma variedade modal, que o turista pode ir por vias terrestres ou aéreas, diferente aos fora do continente que o turista terá o acesso através de vias aéreas ou marítimas. Além da facilidade burocrática, visto que os destinos lembrados na América Latina fazem parte do Mercosul, facilitando o acesso a esses territórios, portando uma documentação básica, a qual em uma viagem para o Continente Europeu ou Estadunidense, dependeria de vistos é um processo burocrático mais extenso que os destinos latinos.

Gráfico 6 - Conhecimento sobre Destinos Canábico



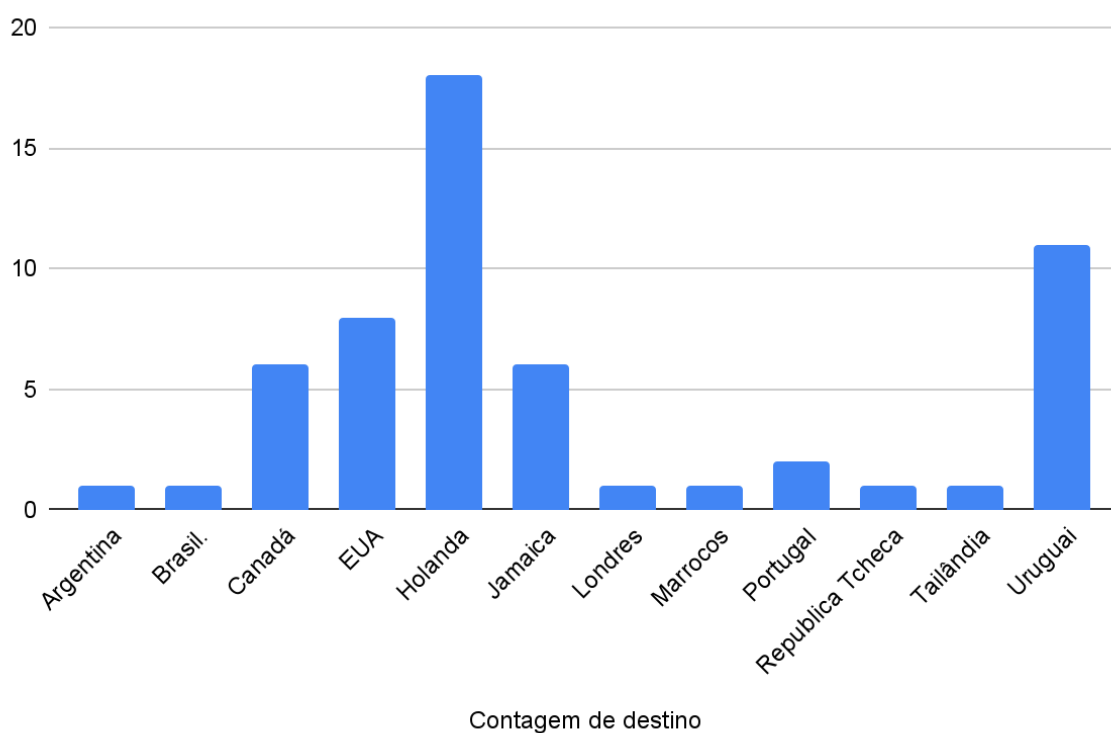
Fonte: Autora (2023).

Dessa forma, maior parte deste destino com um enfrentamento à dependência química através de uma política de redução de danos, apresentam preocupação com o turismo relacionado a drogas, em especial ao turismo do cannabis, visto os efeitos indesejáveis que a massificação pode causar a uma comunidade, em especial, que essas localidades apresentam uma gama cultural mais ampla que os próprios agentes turísticos estão dispostos a negociar.

A partir disso forma-se o mercado específico do turismo, que são os bens estruturais físicos ou intrínsecos, que são negociados ao mercado turístico e cria-se as atividades características do turismo.

Gráfico 7 - Destinos Canábicos lembrados pela amostra

Contagem de destino



Fonte: Autora (23)

Vemos acima a relação de destinos mais lembrados de possuírem um turismo canábico, “ as localidades e seus valores turísticos são mais fortalecidos como valor constituído de atratividade quando são exclusivos” (Lemos, p. 95).

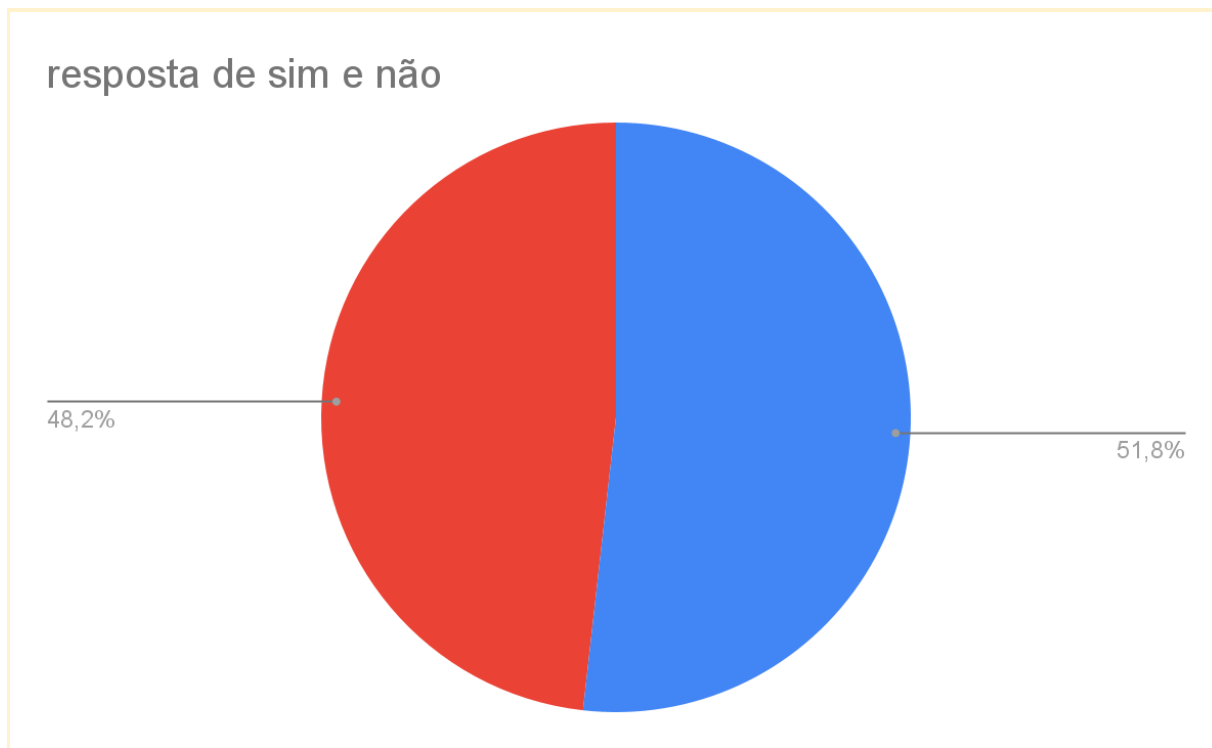
Vemos os dois destinos que são reconhecidos como destinos canábicos, seria a

Holanda que, já faz parte da cultura canábica através de filme e a divulgação de seus Coffee Shop, e o Uruguai, que foi o primeiro a facilitar o acesso a cannabis para um público geral dentro da América do Sul sendo os destinos divididos da seguinte forma: Holanda/Amsterdã (16 respostas) , Uruguai (10), EUA/Califórnia (8), Canadá (7), Jamaica(6), Portugal(2), outras localidades (4).

Como já citado, a indústria de cannabis é diversa assim como o turismo, portanto seria um caminho lógico a diversificação de produtos desses dois modelos de negócio, e com isso, a criação de atrações com a temática voltada para Ganja, isso é possível, como traz a autora através dos, “acontecimentos programados: congressos e convenções, feira e exposições , realizações diversas (desportivas, artísticas, culturais, sociais, gastronômicas, científicas), etc.”(Lage; Milone p.43. 2004).

No gráfico 8 procurou-se atestar dentro da amostra se elas conheciam algum atrativo em específico, no qual a temática seja os variados uso da cannabis, seja em seus serviços e produtos, como acontecimento programados (feiras, congressos, festas), hotéis com experiência com cannabis em seus serviços, restaurantes que serve alimentos com os tempero (THC e CBD), passeios que levam o turista a conhecer plantações, dispensário, museus.

Gráfico 8-Conhecimento Sobre Atrativos Canábico da Amostra



Legenda:

	Sim: 48,2%
	Não: 51,8%

Fonte: Autora (2023)

Observamos que 51,8 % dos entrevistados demonstraram conhecimento quanto aos lugares onde a maconha é legalizada do que as atividade ligada ao turismo canábico, porém, muitas vezes a divulgação desses espaços não se dá de forma massificada, visto que poderia gerar um estigma do lugar.

Um exemplo é o Uruguai, que apesar do pioneirismo quanto ao uso da erva pela comunidade local, há restrições ao uso de estrangeiro, exatamente para que o país não sofra com o estigma de “fornecedor de Drogas”, apesar de ter atrativos claramente voltadas para o setor, o uso de cannabis para estrangeiro depende de uma série de burocracia a qual um residente não precisaria passar para o uso recreativo ou medicinal.

Dentro dessa perspectiva, e como as respostas de sim conhece atrativos e foi uma questão aberta a qual os participantes responderam sim e em seguida citou alguns de maneira livre os atrativos que vieram a mente dos participantes, os atrativos citados foram:

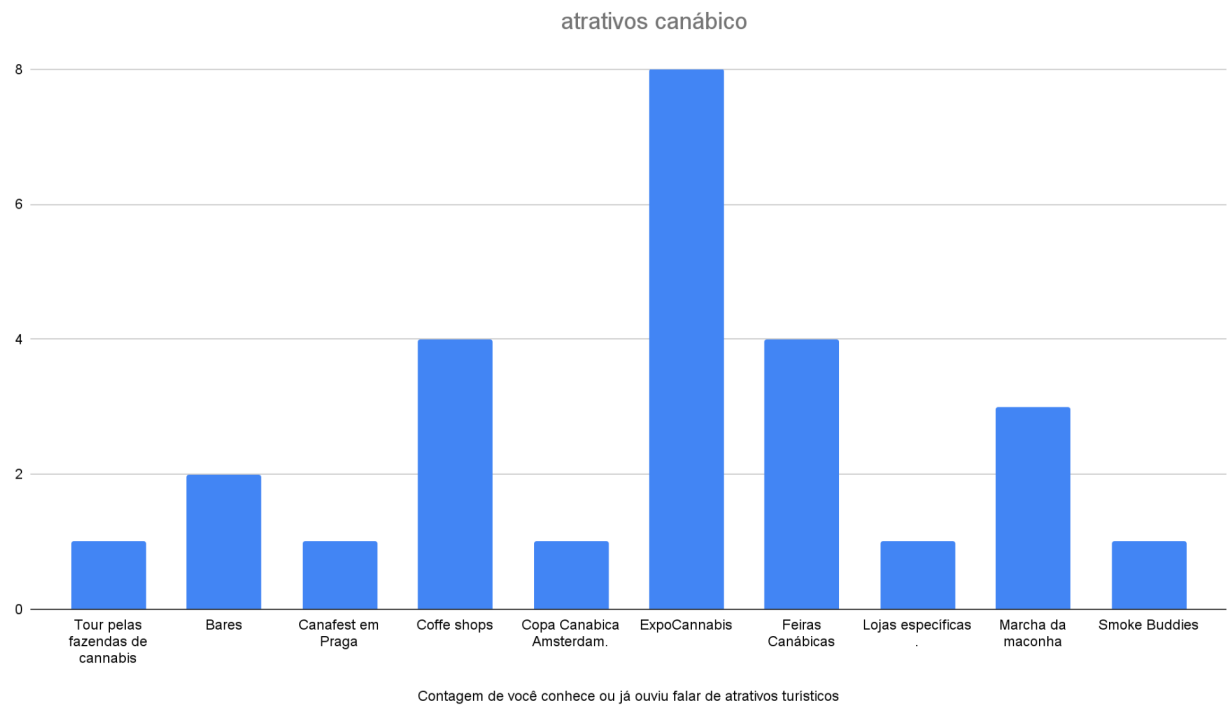
Coffee Shop (5), Expocannabis(4), feiras (4), marcha da maconha (3), expocannabis brasil (2), expocannabis EUA (1) loja (1), tours pelas fazendas de cannabis (1), canafest praga (1), Cerveja canábica na vila Madalena beco do Batman (1), smokin bud (1), copa canábica amsterdam(1).

Em maior parte dos participantes lembraram dos coffeeshop da Irlanda e o caso de Amsterdam, provavelmente pelo tempo em que ocorreu a liberação da maconha para o uso recreativo. Porém, em maior quantidade de opções, são citados eventos, dentre esses a marcha da maconha e as expocannabis, essa se destaca por ser o segundo atrativo mais lembrado, em especial a expo cannabis do Uruguai, ou seja, é um atrativo latino mais lembrado pela amostra, sendo maior que o EUA, o qual foi muito lembrado pelo estado da Califórnia, demonstrando assim a importância dos eventos na questão de deslocamento em prol da cannabis. Assim,

“A atividade turística pode ser efetivada em melhores termos se for pensada de forma conjunta, ou seja, que os atrativos e destinos turísticos sejam articulados entre si, trazendo efeitos positivos imediatos e com menores riscos de insucesso” (Caris, Souza; Richter, 2016).

No gráfico 9 observamos a distribuição das respostas:

Gráfico 9 - Atrativos Canábico Lembrado Pela Amostra



Fonte: Autora (202

Para identificarmos uma demanda em um mercado que está saindo das sombras da irregularidade, em frente de agentes industriais têm cada vez mais interesse em que a cannabis se torne um insumo cada vez mais lucrativo, vemos uma tendência de consolidação de uma política mais voltada para redução de danos, em países como os Estados Unidos, Canadá vemos países periféricos como o Uruguai, o México, Argentina entrando com qualidade no mercado através desses ter uma forma de lidar com os efeitos negativos a guerra às drogas.

De um modo geral a amostra analisada apresenta maioria masculina, em sua maior parte tendo entre 20 e 45 anos, que ganha em média de R\$ 2200 R\$ a 3500, e não é a principal renda do núcleo familiar, podemos ver que tem um Know How de um nível médio sobre destinos e atrativos canábicos, tendo um potencial dentro dessa amostragem em volta dos 50 %, sendo estes maior partes conhecedores da existência dos Coffee Shops holandeses e a expo cannabis como as mais lembradas por esse público.

3.3 POTENCIAL DE ADESÃO AO TURISMO CANÁBICO DENTRO DA AMOSTRAGEM

Com a busca de se medir um impacto potencial, vamos ver a disposição de participação em eventos e locais que a cannabis é presente, por tanto vamos ver a disposição da amostra em consumir equipamentos turísticos “também denominados de superestrutura, pois incluem as principais instalações de superfície, o conjunto de edificações e os serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística.” (Lage; Milone p. 44, 2004).

Destacar o possível consumo da amostra. “são de particular importância quando novos produtos são desenvolvidos e a experiência, a capacitação, bem como os recursos financeiro e o poder de marketing são limitados.”(Caris; Souza; Richter, p. 147, 2006).

Veremos isso nos diferentes serviços prestados e a criação de roteiros que podem ser gerados a partir dessa perspectiva. “Já vimos que os roteiros turísticos constituem uma das principais formas de contextualizar os atrativos existentes em uma localidade e, conseqüentemente, potencializar seu poder de atratividade” (Caris; Souza; Richter, p. 162).

Então, os elementos dentro de um turismo canábico foram analisados através do alcance de atrativos e equipamentos já tradicionais associado a visão da literatura aqui levantada. Nesse momento do questionário procurou entender se a amostra estava disposta a consumir produtos e atividades que são familiares a atividades turísticas, no caso, o que

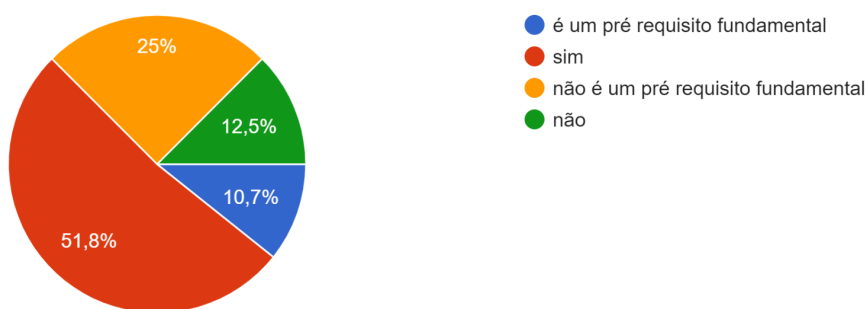
podemos definir como ACT's ou atividades característica do turismo, que são as atividades chave a qual a pessoa usufrui enquanto exerce suas atividades quanto turista.

No caso desta pesquisa, vamos trabalhar as acts através da identificação de setores chaves, para poder fazer essa interpretação, foi elaborado essa parte do questionário, seguiu a partir de questões de múltipla escolhas, só poderia responder uma delas, estão distribuídas em: é um pré requisito fundamental, sim, não é um pré requisito fundamental, não. As perguntas estão representadas através dos gráficos abaixo:

Gráfico 10- Adesão a Compra de Pacotes Turísticos Canábicos

Você compraria um pacote turístico para uma experiência de turismo cannabico?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

Um pacote estaria envolvido transporte, meio de hospedagem e atrativos, “os pacotes incluem diversos serviços necessários à execução da viagem: meio de transporte, hospedagem, Guias de Turismo, serviços diversos de receptivos, seguro assistencial de viagem etc.” (Stefani, p. 97, 2014).

Podemos observar que juntando os que responderam que é um pré requisito fundamental e os que disseram sim soma 62,5 % de uma demanda em potencial.

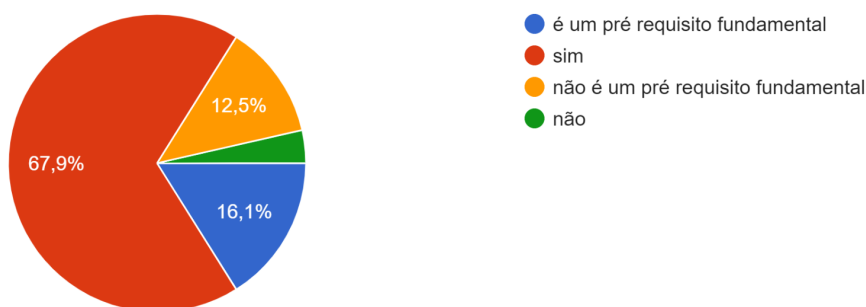
Dos que disseram que não ou não é um pré requisito fundamental somam 37,5%, ou seja, um pacote estruturado para o público da amostra, poderia ser bem aceito por grande parte da amostra, porém as respostas negativas com a soma do não é um pré requisito fundamental, foram bem significativo, ou seja, a aceitação com pacotes de viagens não teria uma aceitação plena, cabe lembrar que a pergunta não se aborda sobre o quanto estariam

dispostos a pagar pelas atividades sugerida

Gráfico 11 -Adesão a Meios de Hospedagem Permissivo ao Uso Adulto de Cannabis

you would stay in a place of accommodation where you could have cannabis consumption?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

No requisito meios de hospedagem a demanda potencial é de 84% somando com pré requisitos fundamental e o item sim, os que somam não é um pré requisito fundamental e não fica em torno dos 16%. levando em consideração “Todo o turista quando viaja gosta de se hospedar com conforto e se alimentar bem, de preferência com produtos típicos dos locais visitados.”(Caris; Souza; Richter, p. 128, 2016).

A experiência de se hospedar em um lugar Green freddy, poder ser trabalhado de maneira interessante dentro dessa amostra, visto que, se mostrou bem receptiva para o consumo dessa estrutura fundamental, associada ao turismo canábico. Essa pergunta teve como objetivo, utilizar o termo meio de hospedagem como sinônimo de alojamento, mesmo o porquê “Como alojamento, entendem-se os meios de hospedagem, hotéis, pousadas, albergues etc. (Caris; Souza; Richter, p. 128 2016).

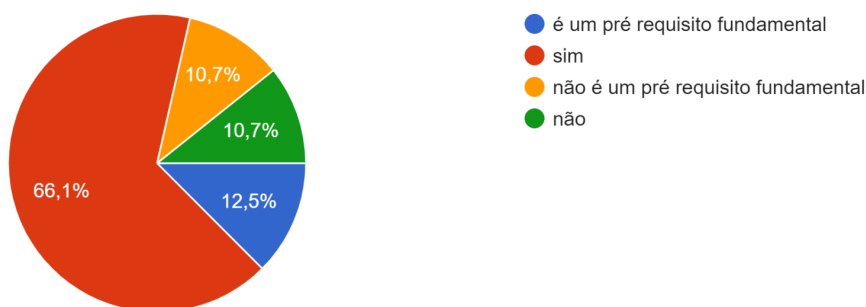
Neste caso da questão, o meio de hospedagem não necessariamente ofereceria uma experiência canábica, mas seria uma estrutura Green friendly.

Outro produto e serviço que foi questionado foi a possibilidade de se alimentar em restaurantes permissivo ao uso de cannabis como serviço, e como produto, foi questionado se o participante comeria pratos contendo cannabis ou seus temperos em uma experiência gastronômica, como podemos ver nos gráficos 12.

Gráfico 12 - Adesão a frequentar restaurante permissivo ao uso da cannabis

você comeria em um restaurante que permite o uso de cannabis?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

Em questão do restaurante “Já como alimentação, entende-se bares, lanchonetes, restaurantes, dentre outros.” (Caris; Souza; Richter, p. 128, 2016) A amostra se mostrou positiva para restaurante, em uma maior proporção que o meio de hospedagem, que permite o uso de cannabis de seus usuários, podemos ver isso com 78,6%da somatória dos dados mais positivos em relação aos dados mais negativos, que somam 21,4%.

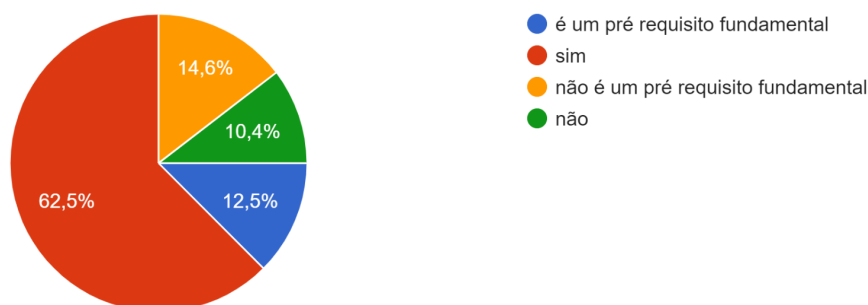
O que pode ser interpretado como o fato das pessoas estarem fazendo uso de cannabis em um restaurante, não influenciará de maneira negativa a experiência gastronômica do local, levando em consideração que “Cada região apresenta sua vocação turística, podendo ter ênfase na cultura, culinária e bens naturais.”(Caris; Souza; Richter, p. 58, 2016).

Esse pode ser um fator de curiosidade, mesmo porque a questão do fumo, em especial no estado de São Paulo de onde é proveniente grande parte da amostra, não se é permitido fumar em locais fechados ou aberto, o fato dos restaurantes permissivo ao uso de cannabis era esperado um número maior de negativa, visto o fato cultural causado pela restrição do uso do tabaco em lugares fechado. o que pode ser visto números parecido quando questionados sobre comer um alimento à base de *cannabis*.

Gráfico 13 - Adesão ao consumo de alimento a base de cannabis em restaurantes especializados

you would eat in a cannabis cuisine restaurant?

48 responses



Fonte: Autora (2023)

A tendência se repete quanto a experimentar comidas de culinária canábica com 75% de resultados positivos contra 25% mais próximo ao negativo. A experiência gastronômica é um item que compõe “Os roteiros turísticos clássicos para conhecer a cultura e a culinária europeia são os mais procurados, perdendo apenas para as visitas à América do Norte e países vizinhos na América do Sul” (Caris; Souza; Richter, p. 61, 2016).

Podemos dizer que a amostra tende a ter uma recepção positiva a roteiros que oferecem a experiência gastronômica contendo *cannabis*.

A culinária é um traço marcante de uma população, sendo este parte de um aspecto cultural que torna um roteiro característico, logo, a conexão das atividades com os saberes de uma região, junto a visita de monumentos arquitetônicos e outros componentes do roteiro (Caris; Souza; Richter, p. 67, 2016).

As autoras também trazem as seguintes colocações sobre o desenvolvimento dos produtos turísticos: “desenvolver produtos e roteiros turísticos significa criar uma programação de visitas a um determinado local, combinando atrativos, equipamentos, informações e serviços, considerando a infraestrutura oferecida” (*ibidem*, p. 9).

Desse modo, os atrativos canábicos podem ser compreendidos como fazendo parte de uma cultura global que se busca reparações históricas, no caso, reparações econômicas a comunidades que sofrem com a Guerra às Drogas, e que se consolida através da criação de

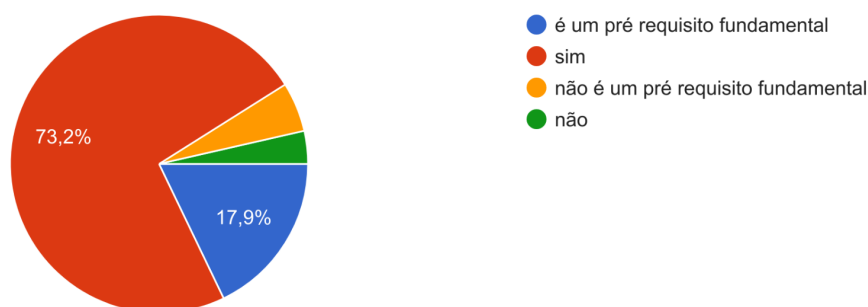
equipamentos, informações, produtos, serviços e infraestrutura voltada para aceitação ou ofertas ligados a *cannabis*.

No gráfico 14, buscou-se saber se os participantes consumiram esses espaços que compõem os atrativos turísticos, os quais dividiram a convivência com pessoas fazendo o uso recreativo da *cannabis*.

Gráfico 14 - Adesão a Atrativos Permissivo ao Uso de Canábis

Você iria a um atrativo onde as pessoas estivessem utilizando cannabis livremente ou não ter o uso reprimido ?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

A grande parte em relação à aceitação de estar convivendo em um mesmo espaço onde tem pessoas fazendo uso da ganja é muito alto, chegando ao 89,6% contra 10,04%, ou seja, um atrativo que fosse permissivo ao uso da erva, talvez, não fosse motivo de deferir a atratividade, lembrando que os que não conheciam atrativos canábicos foram em maior número dos que conheciam, então uma composição de roteiros, atrativos permita o uso da *cannabis*, pode se conquistar um público mais abrangente, de acordo com o comportamento da amostra.

Ainda levando em conta o roteiro tratado como uma unidade formada por um objetivo, seja ele conhecer a cidade e sua história, aproveitar uma boa comida e uma boa bebida, o fluxo de turista pode ser demasiadamente estimulada, por tanto, cada vez mais vem se estabelecendo limites, a fim de assegurar a longevidade dos destinos visitados.

Desse modo, “O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um

aproveitamento racional dos atrativos a visitar” (Caris; Souza; Richter, p. 9, 2016).

Podemos dessa forma dizer que de acordo com a amostra e a colocação das autoras, a aceitação do uso da cannabis não seria um desafio, mais sim a criação de diretrizes que balizam os efeitos do turismo, ainda mais, em uma atividade que pode ter grande alcance

O turismo canábico pode aparecer tanto como um diferencial em setores estruturantes com parte do entretenimento, afinal: “A existência de atividades de recreação e lazer aos visitantes são fatores que levam os turistas a optarem ou não por permanecer por mais tempo em determinado local ao longo de um roteiro turístico ou mesmo de um determinado destino.” (Caris; Souza; Richter, p. 129, 2016).

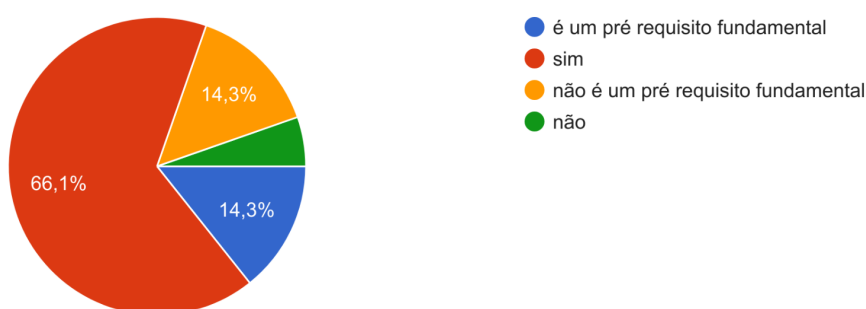
Entendemos que a cannabis faz parte de uma cultura tradicional, mas divulgada dentro dos ideais de contracultura, tendo então uma miscelânea de atividades, artísticas, culturais e que vão além do uso medicinal da cannabis, sendo este uma alternativa de diversificação da atividade turística em uma região.

No gráfico 15 busca-se demonstrar o interesse em atividades de uso recreativo da *cannabis*.

Gráfico 15 - Adesão a entretenimento canábico

você iria a um atrativo onde a cannabis faz parte do entretenimento?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

Assim como o quadro anterior a amostra se positiva, em sua soma de 77,1% em

contraposição de uma negativo de 22,9%, do modo que pode ser notado um comportamento coincidente com o da questão anterior, visto que, apesar da repressão constante ao usuário de cannabis brasileiro, a abertura de se falar do assunto de uma maneira não vexatória, ainda mais se tratando da cannabis medicinal, abriu portas para a possibilidade de ser fazer feiras, criação de produtos , desmistificando em partes a visão negativa que a planta carrega.

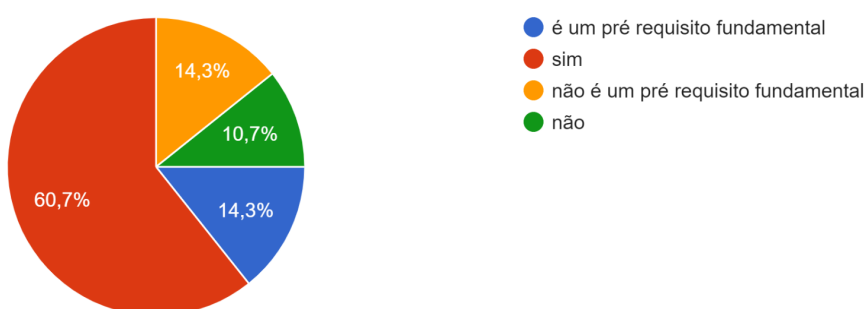
Os eventos por sua vez, “Entre as ações de promoção podemos destacar a participação em eventos e feiras, divulgando o produto turístico” (Caris; Souza; Richter, p. 137, 2016) se destaca como grandes divulgadores da cannabis, atraindo um público diverso, um exemplo: é a *ExpoCannabis do Uruguai*, que foi um dos mais lembrados pela amostra, o Brasil já sediou eventos com a temática, inclusive, sua primeira expocannabis, que sua página no instagram, demonstra a participação de 21 mil pessoas.

O gráfico abaixo busca mostrar o interesse da amostra em ir em feiras com a temática dentro do brasil:

Gráfico 16 - Adesão A Feiras Canábicas no Brasil

Você iria em uma feira de cannabis no Brasil?

56 respostas



Fonte: Autora,2023

A amostra também se mostrou positiva na soma de 73%, em contraponto mais voltado para o negativo: 27%. “O objetivo da feira, via de regra, não é de proporcionar contato com consumidor, mas sim com os canais de comercialização” (Andrade, p. 49, 2002).

A ExpoCannabis Brasil trouxe essa proposta do setor dentro das limitações legais, de acordo com o poder 360, o evento que aconteceu em setembro 2023, inaugurou com

esgotamento dos ingressos e expositores, sua primeira edição, se destacando quanto na área de eventos e negócios canábicos.

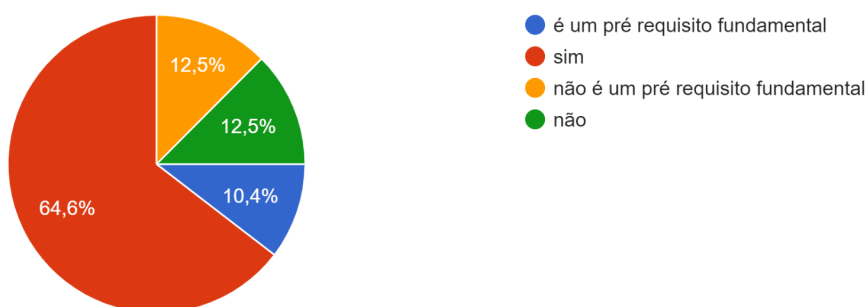
A exposição refere-se à exibição pública de produção artística, industrial, técnica ou científica, com ou sem o objetivo de venda dos produtos expostos “exibição pública de produção artística, industrial técnica ou científica. Pode haver ou não objetivo de vendas dos produtos expostos” (Matias, p. 66, 2002).

O desenvolvimento de roteiros turísticos com exposição temática, fundamentada em conteúdos culturais e naturais, desperta o interesse das pessoas e preenche sua motivação para viajar (Caris; Souza; Richter, p. 12, 2016).

O gráfico 17 apresenta as respostas quanto ao interesse em participar de feiras sobre a cannabis na América Latina

Gráfico 17 - Adesão a feiras canábicas na América Latina

Você iria em uma feira cannabica na america latina?
48 respostas



Fonte: Autora (2023)

A amostra se mostrou positiva, com 75% de respostas sim e é um pré-requisito somadas, contra 25% negativo. É interessante observar que as feiras e exposições, de acordo com Matias (2003, p. 50), são consideradas instrumentos altamente eficazes em termos comerciais, facilitando o contato direto entre fabricantes, compradores e usuários.

No contexto da América Latina, eventos como a Expo Cannabis podem se beneficiar significativamente desse formato, proporcionando um ambiente propício para a interação

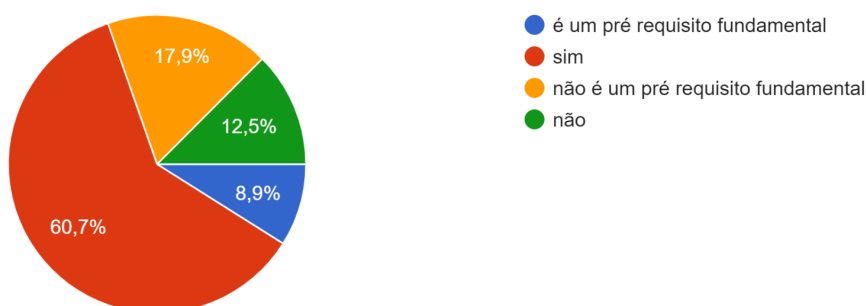
entre os participantes da indústria, potenciais compradores e entusiastas.

A dinâmica direta estabelecida nessas ocasiões pode contribuir para o crescimento e a compreensão do setor na região. “Feira e exposições são instrumentos de comprovada eficácia comercial, por estabelecer o contato direto entre fabricante, comprador e usuário” (Matias, p. 50, 2003).

Gráfico 18 - Adesão a feiras canábicas fora do continente Sul Americano

Você iria em uma feira cannabica fora do continente?

56 respostas



Fonte: Autora (2023)

Com relação a Feiras fora do continente, o gráfico 18 apresentou resposta similar ao gráfico 16.

Os eventos mencionados são concebidos com o propósito de expor publicamente e/ou comercializar serviços e produtos industriais, técnicos e científicos para um público específico, conforme destacado por Matias (2003, p.50).

Essa abordagem alinha-se à natureza direcionada dessas ocasiões, proporcionando uma plataforma dedicada para a divulgação e negociação de itens e serviços especializados.

4. APONTAMENTOS

As análises do questionário se organizaram da seguinte forma: para determinar a faixa etária, correspondente da pergunta idade, podemos ver os resultados da tabela 1 tendências centrais e o gráfico 1 distribuição da idade da amostra.

A localização de onde mora os participantes que teve a pergunta Cidade, estado e País onde mora (exemplo Curitiba, Paraná, Brasil) o qual gerou o gráfico 2 Alcance do questionário.

Na pergunta gênero (feminino, masculino, neutro e entre outros) correspondente ao gráfico 3 gênero. A questão renda (quanto você ganha) corresponde a tabela 2 Tendências Centrais sobre renda dos participantes e o gráfico 4 Curva da Renda Dentro da Amostra. Na indagação sobre, a sua renda é a principal da casa? Temos o gráfico 5 Importância da renda na família.

Nas perguntas que buscaram avaliar a possibilidade de consumo de setores chaves pacote de viagem, hospedagem, A&B, Atrativos, Eventos e se iriam para feiras dentro de país, na América Latina e fora dela, estando esses setores envolvidos ou que seja permissivo ao uso da cannabis, vimos essas características dentro do questionário nas perguntas: você conhece ou já ouviu falar em algum destino Canábico (país, cidade, ou seja, relacionado a localidade)? o quais os resultados se refletem no gráfico 6 Conhecimento sobre Destinos Canábico e o gráfico 7 Destinos Canábicos Lembrados Pela Amostra; a pergunta você conhece ou já ouviu falar de atrativos turísticos canábicos (feiras, praças, praias, restaurantes, hotéis, ou seja, pontos dentro do destino escolhido)? se sim qual? Foi responsável pelo Gráfico 8-Conhecimento Sobre Atrativos Canábico da Amostra e Gráfico 9 - Atrativos Canábico, lembrado pela amostra.

No que diz respeito ao potencial de consumo dentro da amostra, tivemos as seguintes relações: Você compraria um pacote turístico para uma experiência de turismo canábico? Foi refletida no Gráfico 10- Adesão a Compra de Pacotes Turísticos Canábicos. na questão você se hospedaria em um meio de hospedagem onde pode ter consumo de cannabis? Está relacionada no Gráfico 11 -Adesão a Meios de Hospedagem Permissivo ao Uso Adulto de Cannabis. Já em, você comeria em um restaurante que é permitido o uso de cannabis? As respostas construíram o Gráfico 12 - Adesão a Frequentar Restaurante Permissivo Ao uso de Canábis. Em: você comeria em um restaurante de culinária Canábica? É responsável pelo Gráfico 13 - Adesão ao Consumo de Alimento a Base de Canábis em Restaurantes Especializados. A questão: Você iria a um atrativo onde as pessoas estivessem utilizando livremente ou não ter o uso reprimido? Constituiu o Gráfico 14 - Adesão a Atrativos Permissivo ao Uso de Canábis. Você iria a um atrativo onde a cannabis faz parte do entretenimento ? Gráfico 15 - Adesão a Entretenimento Canábico.Você iria em uma feira canábica no Brasil? Gráfico 16 - Adesão A Feiras Canábicas no Brasil.Você iria em uma feira canábica na américa latina? Gráfico 17 - Adesão a Feiras Canábicas Na América Latina. Você

iria em uma feira canábica fora do continente? Gráfico 18 - Adesão a Feiras Canábicas Fora do Continente Sul Americano

Então os dados analisados demonstrados pelos gráficos e tabelas do questionário são referente as respostas dadas pelos participantes, sobre dados socioeconômicos, foram quase todas abertas, exceto pela correspondente se a renda da pessoa era a principal da casa (pergunta do questionário: a sua renda é a principal da casa?) a qual poderia responder entre sim e não.

As correspondentes ao Know How foram todas abertas, inclusive com o participante podendo citar mais de um destino quanto atrativo. Às em relação a adesão e potencial de consumo, as respostas foram fechadas sendo essas: pré requisito fundamental (P.R.F) como extremo positivo, sim intermediário mais positivo, não é um requisito fundamental (N.P.R.F) intermediário mais negativo e não o extremo negativo. em quase todos os itens há uma propensão maior a consumo de uma atividade turística canábica (em média, 75,9% contra 24,1%).

As respostas quanto à renda principal de casa 60,4% não são, contra 39% que são. Dentro do alcance do questionário, as respostas se tornaram mais positivas do que negativas para a adesão de produtos turísticos canábicos.

4.1. A DEMANDA POTENCIAL DE BRASILEIROS POR TURISMO CANÁBICOS

A análise do interesse no turismo canábico busca validar tendências identificadas na bibliografia e entender o papel do Brasil como emissor para destinos relacionados à cannabis.

O questionário divulgado inicialmente, destaca os participantes do interior de São Paulo e Paraná, na faixa etária dispersa entre 19 a 70 anos, maior parte masculina, que ganham até R\$3.500.

Possibilitando uma análise abrangente das tendências emergentes nas Atividades Turísticas (ACTs) relacionadas à cannabis, contribuindo para o desenvolvimento contínuo da pesquisa.

O turismo, como uma opção concorrencial no mercado de lazer, está intrinsecamente ligado ao comportamento do consumidor, cujas escolhas são influenciadas por uma variedade de produtos substitutos disputando sua renda limitada (Tribe, 2003).

Dentro desse panorama, o turismo canábico emerge como um nicho significativo, atendendo a uma demanda específica que busca experiências ligadas ao consumo de cannabis, onde, regulação, ou a falta dela, torna-se uma variável-chave, com destinos como o Uruguai,

abrindo espaço para o mercado e influenciando a decisão de compra de turistas motivados pelo uso recreativo da flor de cannabis.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados socioeconômicos coletados revela uma amostra predominantemente composta por jovens adultos, com idades entre 19 e 30 anos, indicando uma tendência de aderência entre aqueles economicamente ativos.

Com a maior parte da amostra situada na faixa dos 20 aos 30 anos. Em relação à renda, observa-se que, de acordo com o IBGE, a média de renda para essa faixa etária é de aproximadamente R\$2.700,00.

Em comparação, as faixas etárias de 30 a 40 anos e 40 a 50 anos que apresentam renda média de R\$3.200,00 e R\$3.800,00, respectivamente, a amostra indica uma tendência de renda menor entre os mais jovens.

Infere-se, a partir das tendências centrais apresentadas nos dados socioeconômicos, que há uma predisposição mais positiva em relação ao conhecimento sobre o turismo canábico entre os participantes mais jovens, neste grupo, espera-se que tenha uma exposição maior a informações internas sobre o tema.

O mesmo recorte amostral, apresenta um poder de compra inferior da àqueles representados acima da média de idade, que podemos interpretar como tendo uma menor disponibilidade de renda para se praticar a categoria de turismo canábico, porém o questionário não entra nesses dois tocantes(disponibilidade da renda para o turismo e o quanto o participante está disposto a pagar), e com isso, surge a necessidade em questionários futuros, além de sanar essas informações, de se questiona o quanto a pessoa estaria disposta a pagar pela experiência.

A fim de gerar constrangimentos aos participantes, não entramos na questão se o respondente era usuário ou não, e nem se o mesmo era favorável à legalização da cannabis ou não sendo outro tema interessante para outras pesquisas.

O questionário revela que a maioria dos participantes está concentrada no estado de São Paulo, região que está sob a justiça da Lei 17.618/2023 (vide dados socioeconômicos) e

onde há presença de eventos significativos relacionados à cannabis, como a Medical Cannabis Fair (2022) e a Expocannabis Brasil (2023), pode ter contribuído para a adesão positiva à pesquisa, mas, sugere a necessidade de estratégias de divulgação científica mais abrangente sobre as abordagens específicas, para atingir um maior número de pessoas, em busca de informação mais sólidas sobre o assunto Expocannabis e demais produtos relacionados ao turismo canábico.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Diretoria Colegiada. Resolução RDC nº 660, de 30 de março de 2022. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 mar. 2022. Edição: 62, Seção: 1, Página: 333. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-rdc-n-660-de-30-de-marco-de-2022-389908959>. Acesso em: 15 nov. 2022.

BUSCIOLI, Roberson da Rocha; SOARES, Thiago Pedroso. O narcoturismo como segmentação. In: Anais da IX Semana de Turismo, VI Mostra Científica, UNESP, Rosana - SP, 18-20 de outubro de 2017. v.1, p. 82. ISSN 0000-0000.

CAMARGO, Blanca Alejandra et al. Legalización de la marihuana y cannaturismo: ¿una oportunidad para destinos turísticos mexicanos?(Marijuana Legalization and Cannatourism: An Opportunity for Mexican Tourist Destination?). Marijuana Legalization and Cannatourism: An Opportunity for Mexican Tourist Destination, 2022. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4011182. Acesso em: 17 de out. de 2022.

CONTATO. Maio acontece a 2ª edição da Medical Cannabis Fair. Cannabis Medicinal, [S.l.], janeiro 20, 2023. Disponível em: <https://cannabismedicinal.com.br/maio-acontece-a-2a-edicao-da-medical-cannabis-fair/>. Acesso em: 02 de abr. de 2023.

DINO. Mercado de cannabis mundial deve crescer US\$ 105 bilhões até 2026. Valor Econômico, São Paulo, 26 de maio de 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2022/05/26/mercado-de-cannabis-mundial-d-eve-crescer-us-105-bilhoes-ate-2026.ghtml>. Acesso em: 5 de jun. de 2023.

EXPOCANNABIS BRASIL. Disponível em: <https://expocannabisbrasil.com/>. Acesso em: 06 de dez. de 2022.

FERRARI, Hamilton. Ações de empresas de cannabis crescem 35,5% depois das eleições nos EUA. Poder360, [S.l.], 6 dez. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/acoes-de-empresas-de-cannabis-crescem-355-depois-das-eleicoes-nos-eua/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

GERÊNCIA DE MEDICAMENTOS ESPECÍFICOS, FITOTERÁPICOS, DINAMIZADOS, NOTIFICADOS E GASES MEDICINAIS – GMESP; GERÊNCIA-GERAL DE MEDICAMENTOS – GGMED; AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA – ANVISA. Webinar Revisão da RDC no 327/2019 - Participação Social. Realizado em 13 de outubro de 2022.

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Caio César Soares; FARIA, Diomira Maria Cicci Pinto; HORTA, Tatiana de Almeida Pires. Metodologia para Mensuração das Atividades Características do Turismo: uma aplicação para o Brasil e suas Unidades da Federação. Revista X, [S.l.], v. X, n. X, p. XX-XX, ano. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/QBpb3RxcNSPsMSg3YqLjNMx/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 17 de out. de 2022.

INFOMONEY. Uruguai atrai brasileiros para ExpoCannabis; perspectivas para o segmento abrem espaço para novas opções de investimento. 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/uruguai-atrai-brasileiros-para-expocannabis-perspectivas-para-o-segmento-abrem-espaco-para-novas-opcoes-de-investimento/>. Acesso em: 28 de nov. de 2023.

JOHNSON, Allan G. Dicionário de sociologia: guia prático da linguagem sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. Turismo na economia. São Paulo: Aleph, 2004.

LEMOS, Leandro. A classificação da demanda turística. In: A decisão de viajar. São Paulo: Aleph, 2005. p. 177 a 194

MACHADO, Leandro. Enquanto mercado legal de maconha já movimenta R\$ 130 milhões no Brasil, usuários ainda são presos por ‘farelo’. BBC News Brasil, São Paulo, 2 jun. 2022. Atualizado em 3 jun. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-61402479>. 05 de jun. de 2023.

Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Portaria nº 344, de 12 de maio de 1998. Aprova o Regulamento Técnico sobre substâncias e medicamentos sujeitos a controle especial. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 13 maio 1998. Seção 1, p. 9. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/svs/1998/prt0344_12_05_1998_rep.html. Acesso em: 17 de out. de 2022.

Meu Dicionário. Marijuana. Disponível em: <https://www.meudicionario.org/marijuana>. Acesso em: 20 de nov. de 2023.

Meu Dicionário. Ganja. Disponível em: <https://www.meudicionario.org/ganja>. Acesso em: 20 de nov. de 2023.

MORAIS, Manuela de Jesus. Análise do impacto gerado pela regulamentação da cannabis no Uruguai. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comércio Internacional) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; KADOTA, Decio Katsushigue. Economia do Turismo. São Paulo: Editora Aleph, 2012. Capítulo 3.

SÃO PAULO (Estado). Assembleia Legislativa. Lei nº 17.618, de 31 de janeiro de 2023. Projeto de lei nº 1180, de 2019, dos Deputados Caio França - PSB, Erica Malunguinho - PSOL, Patrícia Gama - PSDB, Marina Helou - REDE, Sergio Victor - NOVO, Adalberto Freitas - PSDB, Isa Penna - PCdoB e Mônica da Mandata Ativista - PSOL. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/lei/2023/lei-17618-31.01.2023.html>. Acesso em: 10 mai. 2023.

SILVA, Maria Luiza Vieira da. Cannabis como tendência do mercado turístico em países legalizados. 2022. 24 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Cap. 5. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/48972>. Acesso em: 01 out. 2022.

SIMONETTI, Giovanna. 5 refúgios de cannabis ao redor do mundo para você relaxar. [S.l.], 21 maio de 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2021/05/5-refugios-de-cannabis-ao-redor-do-mundo-para-voce-relaxar/>. Acesso em: 10 mai. 2023.

TRIBE, John. Demanda: escolhas, elasticidade e estimativa. In: TRIBE, John. Economia do lazer e do turismo. 2. ed. São Paulo: Manole, 2003. p. 69-88.

TRIBE, John. Economia do Turismo e Lazer. 2ª edição. Editora Manole, 2003. Brueri-SP. Introdução.

WATT, David C. Gestão de eventos em lazer e turismo. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2004.