



ESTUDOS PROSPECTIVOS DA PRODUÇÃO DE QUEIJOS ARTESANAIS NOS MUNICÍPIOS QUE CIRCULAM O LAGO CORUMBÁ IV E DO SEU POTENCIAL PARA INCENTIVO DO TURISMO RURAL

Marina Almeida Pinto¹

Luiz Fernando Whitaker Kitajima²

RESUMO

Em um contexto de crescente valorização dos produtos artesanais e do seu consumo no Brasil, o mercado de queijos artesanais tem se mostrado promissor. Quando aliado ao turismo rural, esse mercado pode impulsionar o turismo e valorizar a cultura e os moradores locais, representando novas fontes de lucro para os produtores de queijo e promovendo a valorização das regiões onde estão situados. Nesse cenário, o presente trabalho buscou entender melhor a produção de queijos artesanais nos sete municípios que circundam o Lago Corumbá IV, bem como o potencial do turismo rural para esses produtores. Para isso, foram realizadas análises de dados disponibilizados por instituições como o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Censo Agro 2017, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, o Ministério do Turismo, a pesquisa do SPRINT Dados, a Rede Turismo Rural Consciente (Rede RDC) e o Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Também foram conduzidas entrevistas semiestruturadas e não estruturadas com produtores de queijos artesanais de Goiás. Os resultados indicaram que o consumo de queijos no Brasil tende a crescer com o aumento da renda familiar e que o cenário legislativo atual favorece a produção e comercialização de produtos artesanais, ampliando o alcance de mercados e garantindo a certificação da qualidade dos produtos. Na região do Lago Corumbá IV, observou-se que as atividades turísticas já apresentam crescimento, embora de forma desigual entre os municípios e sem ações coordenadas de incentivo por parte das gestões locais. Entre os produtores, foi identificado o interesse em melhorar a qualidade dos produtos e realizar vendas diretas ao consumidor, mas os custos de adequação às regulamentações foram destacados como um desafio relevante.

Palavras-chave: queijos; queijos artesanais; Lago Corubá IV; Turismo Rural; Goiás.

ABSTRACT

In a context of increasing appreciation for artisanal products and their consumption in Brazil, the market for artisanal cheeses has shown promising potential. When combined with rural tourism, this market can drive tourism, enhance local culture, and benefit residents, providing new sources of income for cheese producers while promoting the development of the regions where they operate. This study aimed to better understand the production of artisanal

¹ Faculdade CNA. Pós-graduação em Liderança Empreendedora e Inovação no Agronegócio, marinaalmeidap8@gmail.com

² Faculdade CNA. Graduação CST Gestão Ambiental. e-mail: luiz.fernando@faculadecna.edu.br



cheeses in the seven cities surrounding Lake Corumbá IV, as well as the potential of rural tourism for these producers. To achieve this, data from institutions such as the Ministry of Agriculture, Livestock, and Food Supply, the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE), the 2017 Agricultural Census, the National Institute of Industrial Property, the Ministry of Tourism, SPRINT Dados, the Conscious Rural Tourism Network (Rede RDC), and the Tourism Observatory of the State of Goiás were analyzed. Additionally, semi-structured and unstructured interviews were conducted with artisanal cheese producers in Goiás. The results indicated that cheese consumption in Brazil is likely to increase with rising household income and that the current legislative framework supports the production and commercialization of artisanal products. This expands market reach and ensures product quality certification. In the Lake Corumbá IV region, tourism activities are already growing, although unevenly across municipalities and without coordinated incentive actions from local governments. Among producers, interest was identified in improving product quality and increasing direct sales to consumers. However, the costs associated with complying with regulations were highlighted as a significant challenge.

Keywords: Cheese; Artisanal Cheese; Lake Corumbá IV; Rural Tourism; Goiás.

1. INTRODUÇÃO

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2017), o Brasil apresentou 175.198 estabelecimentos produtores de queijo, representando 20,5% do total das agroindústrias rurais, com volume de produção na ordem de 222.652 toneladas de queijo e valor estimado em R\$ 2.811.496.000,00.

Conforme explicado por Araújo et al. (2020), a cadeia produtiva de queijos artesanais no Brasil apresentou uma evolução relevante desde a década de 2000, que foi viabilizada pelo desenvolvimento das normas específicas relacionadas a esses produtos. Entre essas normas, pode-se destacar a Instrução Normativa 67/2019 (BRASIL, 2019), que estabeleceu os requisitos para que os estados e o Distrito Federal concedam o Selo Arte a alimentos de origem animal produzidos artesanalmente.

O estado de Goiás é o segundo maior produtor de queijo do país, e apresenta, portanto, um grande potencial de exploração e crescimento dessa atividade econômica (IBGE, 2017).

Pensando da perspectiva do produtor de queijos artesanais, encontrar atividades que aumentem o valor do seu produto e aumentem o lucro em sua propriedade é algo vantajoso para o crescimento valorização de suas atividades. Dessa forma, conforme destacado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2003), a necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos, e a vontade dos moradores urbanos de reencontrar suas raízes, de conviver com a natureza, com os modos de vida, tradições, costumes e com as formas de produção das populações do interior faz do turismo rural um segmento em expansão no Brasil. Dentro dessa realidade encontra-se a região do Lago Corumbá IV, que foi formado após a instalação de uma barragem que deu origem ao reservatório da Usina Hidrelétrica (UHE) Corumbá IV, inaugurada em 2006, com capacidade de gerar energia para cerca de 250 mil habitantes do Distrito Federal (DF). O Lago é utilizado também para o lazer e o turismo; tem 173 km² de área, aproximadamente; localiza-se na Região Centro-Oeste do Brasil; e banha sete municípios do estado de Goiás: Abadiânia, Alexânia, Luziânia, Silvânia, Novo Gama, Corumbá de Goiás e Santo Antônio do Descoberto (BORGES ET AL., 2021).

Para Castro (2014) o espelho d'água é o que faz surgir novos interesses de moradores, de empreendedores do turismo e de visitantes. Por meio da sua pesquisa realizada nas principais estradas de acesso ao reservatório Corumbá IV, foi identificado que aproximadamente 14% das pessoas que circulam por elas eram moradores e 86% eram turistas.

Por fim, destaca-se que atividades que promovam as dinâmicas provocadas pelas cadeias agroalimentares curtas possibilitam a criação de sinergias e coesão social com outros componentes e atores territoriais, assim como promovem a diversificação em nível local, garantindo melhor competitividade dos agricultores, e fazendo emergir novas facetas do desenvolvimento rural (SCARABELOTTI; SCHNEIDER, 2000). Dessa forma, entendendo a potencialidade de turismo na região do lago Corumbá IV e como isso pode ser usado pelos produtores de queijos artesanais, esse artigo tem como objetivo explorar cenários de futuros possíveis para os produtores de queijos artesanais nos municípios que circulam o Lago Corumbá IV e do seu potencial para incentivo do turismo rural.

2. METODOLOGIA

Inicialmente foi feito o levantamento de legislações pertinentes ao assunto. Informações sobre a produção de queijo e turismo no Brasil foram então levantadas por meio de dados secundários do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Censo Agro 2017, Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Ministério do Turismo, SPRINT Dados, a Rede Turismo Rural Consciente (Rede RDC) e o Observatório do Turismo Estado de Goiás.

Em seguida foram usados dados obtidos em entrevista semiestruturada, por meio de formulário on-line (google forms) entre agosto e outubro de 2023 em que produtores de queijos artesanais de Goiás responderam a sua percepção no cenário de produção de queijo e o que gostariam de mudar e alcançar. No formulário os produtores realizaram uma priorização de ações que gostariam de realizar, em que os entrevistados classificavam a importância e a distância do ideal entre diferentes ações. Para cada ação os produtores votavam a importância, entre 1 (nada relevante) e 6 (extremamente relevante), e a distância do ideal, entre 1 (satisfeito) e 6 (muito insatisfeito). As ações classificadas foram:

- Aumentar as parcerias entre produtores e instituições de ensino e capacitação.
- Aumentar o conhecimento sobre quem são os consumidores finais e suas preferências.
- Aumentar o número de fontes de renda da queijaria.
- Aumentar o percentual de vendas diretas ao consumidor final.
- Aumentar o preço do produto.
- Aumentar a quantidade de divulgação de sua propriedade e seus produtos.
- Aumentar o número de comércios que revendem o seu produto.

Ainda no formulário, os produtores tiveram a oportunidade de responder em perguntas abertas outras ações que gostariam de realizar e escrever sugestões e ideias para o futuro.

Posteriormente foi também realizada entrevista não estruturada em outubro de 2023 para que os produtores falassem mais livremente sobre visões e expectativas para o futuro dos produtores de queijo artesanais de Goiás.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Consumo de Queijo no Brasil

Em 2017, o Brasil apresentou 175.198 estabelecimentos produtores de queijo, representando 20,5% do total das agroindústrias rurais. O volume de produção foi de 222.652 toneladas de queijo, com valor estimado em R\$ 2.811.496.000,00 (IBGE, 2017).



Conforme a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) do IBGE de 2018, o consumo per capita anual de queijo e requeijão no Brasil é de 2,185 kg (Tabela 2). O estado que mais consome é o Rio de Janeiro, com 3,095 kg, enquanto o Maranhão apresenta o menor consumo, com 0,320 kg (Tabela 1). Também pode-se observar que Goiás, com 2,068 kg per capita, e o Distrito Federal, com 2,596 kg, estão entre os dez estados que mais consomem queijos.

Tabela 1. Aquisição alimentar domiciliar per capita anual de queijos e requeijão.

Estados Brasileiros	Aquisição alimentar domiciliar per capita anual (Quilogramas)
Rio de Janeiro	3,093
Santa Catarina	2,973
Pernambuco	2,971
São Paulo	2,938
Rio Grande do Sul	2,918
Distrito Federal	2,596
Minas Gerais	2,488
Rio Grande do Norte	2,395
Goiás	2,068
Paraná	2,065
Paraíba	2,061
Mato Grosso	1,960
Sergipe	1,745
Mato Grosso do Sul	1,577
Bahia	1,375
Espírito Santo	1,315
Ceará	1,279
Amapá	1,015
Rondônia	0,933
Alagoas	0,899
Roraima	0,867
Amazonas	0,752
Piauí	0,730
Tocantins	0,554
Pará	0,514
Acre	0,452
Maranhão	0,320

Fonte: Elaboração da autora com dados do IBGE - Pesquisa de Orçamentos Familiares; Ano – 2018 (IBGE, 2018)

Além disso, o consumo de queijos e requeijão tem-se mantido estável entre 2002 e 2018, mostrando ser um grupo alimentício presente de forma constante na dieta do brasileiro (Tabela 2).



Tabela 2. Aquisição alimentar domiciliar per capita anual de queijos e requeijão (Quilogramas) no Brasil e suas Grandes Regiões.

Brasil e Grande Região	Ano		
	2002	2008	2018
Brasil	2,045	2,154	2,185
Norte	0,678	0,843	0,641
Nordeste	1,14	1,549	1,556
Sudeste	2,812	2,667	2,787
Sul	2,473	2,797	2,606
Centro-Oeste	1,595	1,708	2,061

Fonte: Elaboração da autora com dados do IBGE - Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2018).

Siqueira et al. (2021), ao analisar o consumo de queijos finos e especiais no Brasil, observaram que, apesar do aumento significativo nos preços e das variações na renda da população entre 2008 e 2018, o consumo desse tipo de queijo aumentou. Isso evidencia uma crescente valorização dos queijos no Brasil.

Analisando o perfil econômico dos consumidores desse grupo alimentício, nota-se que o aumento do consumo é proporcional ao rendimento mensal familiar (Tabela 3), indicando um potencial público consumidor.

Tabela 3. Aquisição alimentar domiciliar per capita anual por classes de rendimento total variação patrimonial mensal familiar e aquisição de queijos e requeijão no ano de 2018.

Brasil e Grande Região	Classes de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar						
	Total	Até 1.908 Reais	Mais de 1.908 a 2.862 Reais	Mais de 2.862 a 5.724 Reais	Mais de 5.724 a 9.540 Reais	Mais de 9.540 a 14.310 Reais	Mais de 14.310 Reais
Brasil	2,2	0,7	1,2	1,8	3,0	5,1	6,9
Norte	0,6	0,2	0,5	0,7	1,5	1,7	2,3
Nordeste	1,6	0,7	1,1	1,6	3,2	5,0	6,3
Sudeste	2,8	1,0	1,3	2,1	3,3	5,8	7,4
Sul	2,6	0,9	2,0	2,0	2,6	4,7	7,0
Centro-Oeste	2,1	0,7	1,0	1,5	2,2	3,3	6,2

Fonte: Elaboração da autora com dados do IBGE - Pesquisa de Orçamentos Familiares (IBGE, 2018)

3.2 Cenário Legislativo



A Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2018 (BRASIL, 2018), define queijo artesanal como:

"Art. 1º. Considera-se queijo artesanal aquele elaborado por métodos tradicionais, com vinculação e valorização territorial, regional ou cultural, conforme protocolo de elaboração específico estabelecido para cada tipo e variedade, e com emprego de boas práticas agropecuárias e de fabricação".

A cadeia produtiva de queijos artesanais no Brasil apresentou uma evolução relevante desde a década de 2000, impulsionada pelo desenvolvimento de normas específicas relacionadas a esses produtos (ARAÚJO ET AL., 2020).

Em 2006, o Decreto 5.741 (BRASIL, 2006) regulamentou as Leis nº 8.171 (1991) e nº 9.712 (1998), que organizaram o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (Suasa) e o Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (Sisbi-POA). Além disso, esse decreto previu que os órgãos de fiscalização estaduais e municipais poderiam atuar como regulamentadores, definindo normas específicas para estabelecimentos de produtos artesanais (BRASIL, 2010). Dessa forma, o Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa) viabilizou a ação dos serviços de inspeção estaduais e municipais em pequenos estabelecimentos industriais e propriedades, locais onde tradicionalmente são produzidos queijos artesanais no Brasil (ARAÚJO ET AL., 2020).

Com o intuito de favorecer a produção de produtos artesanais, a Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018, alterou o Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), publicado em 1950 (BRASIL, 2018). Essa lei incluiu o artigo 10-A, que autorizou a comercialização interestadual de produtos alimentícios de origem artesanal, identificados com o Selo Arte, desde que submetidos à fiscalização pelos órgãos de saúde pública dos estados e do Distrito Federal (BRASIL, 2018). A criação do Selo Arte facilitou a comercialização de produtos artesanais, incluindo queijos, ao permitir sua livre circulação em todo o território nacional como destacado por Silva et al. (2022).

3.3 Turismo Rural e sua Demanda em Goiás e Distrito Federal

O turismo rural despontou como uma atividade econômica em meados do século XX, especialmente na Europa. No Brasil, os primeiros registros de atividades vinculadas ao turismo rural são dos anos 1980. Esse surgimento tem uma marca regional no estado de Santa Catarina, mais especificamente no município de Lages, onde ocorreu a abertura das primeiras propriedades rurais à visitação (BRASIL, 2020).

Conforme destacado pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2003) a necessidade de o produtor rural diversificar suas fontes de renda e agregar valor aos seus produtos, aliada ao desejo dos moradores urbanos de reconectar-se com suas raízes e vivenciar a natureza, os modos de vida, tradições e costumes das populações do interior, fazem do turismo rural um segmento em expansão no Brasil. Exemplos incluem os municípios de Venda Nova do Imigrante (ES), cuja economia é voltada ao café; Bento Gonçalves (RS), responsável por 85% da produção nacional de vinho; e a região Acolhida na Colônia, onde famílias de agricultores que produzem alimentos orgânicos recebem visitantes interessados em vivenciar seu modo de vida (G1, 2017).

O mercado tem valorizado produtos artesanais, tradicionais ou inovadores, que carregam a identidade do território ou do produtor. Pequenos produtores vêm ganhando espaço em diferentes canais de comercialização, contribuindo para o desenvolvimento regional e a sustentabilidade do negócio (EMBRAPA, 2021). Ferramentas como a Indicação Geográfica (IG), amplamente utilizadas na União Europeia, apresentam oportunidades significativas no Brasil. No caso dos queijos, apenas cinco produtos possuem IG, embora o movimento Slow Food Brasil tenha identificado 48 queijos tradicionais com potencial para novos registros em 16 estados (CORRÊA; BARRETTO; DE OLIVEIRA JÚNIOR, 2023).

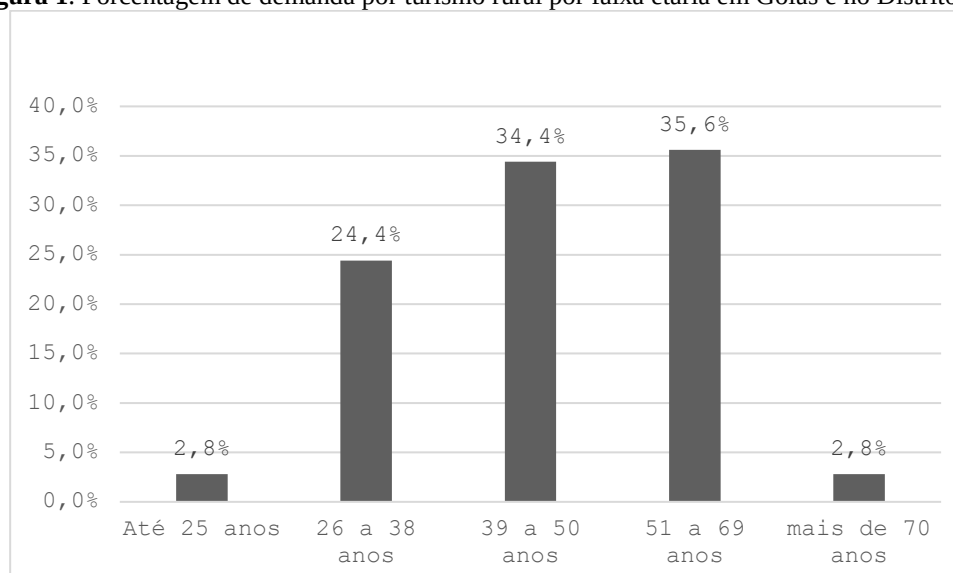
Ademais, como mostrado por Valduga et al. (2023), programas governamentais, como o Projeto Experiências do Brasil Rural, têm incentivado a inserção de produtos da agricultura

familiar no mercado turístico, abrangendo cadeias produtivas específicas, como queijo, vinho, cachaça e mel.

O mercado dos queijos artesanais é amplo e diversificado e o produtor deve estar atento à identificação do seu público de interesse e dos canais de comercialização a serem utilizados (EMBRAPA, 2021) e já é utilizado por produtores de Queijo Minas Artesanal como para o turismo gastronômico ligado a ferramenta de indicação geográfica, como mostrado por Netto (2011). Por isso, conhecer melhor o seu público-alvo é fundamental. Em entrevista nas principais estradas de acesso ao reservatório Corumbá IV, Castro (2014) verificou que 86% dos entrevistados eram turistas, vindos principalmente de Goiás e do Distrito Federal.

A pesquisa de demanda por turismo rural realizada pela SPRINT Dados (SPRINT DADOS, 2023), com apoio do Ministério do Turismo, analisou o perfil de turistas em Goiás e no Distrito Federal. Constatou-se que a faixa etária predominante é de 51 a 69 anos (35,6%), seguida pela de 39 a 50 anos (34,4%), conforme apresentado pela Figura 1.

Figura 1. Porcentagem de demanda por turismo rural por faixa etária em Goiás e no Distrito Federal.



Fonte: Elaboração da autora com dados da Demanda do Turismo Rural (SPRINT DADOS, 2023).

Entre as atividades mais buscadas, destacam-se:

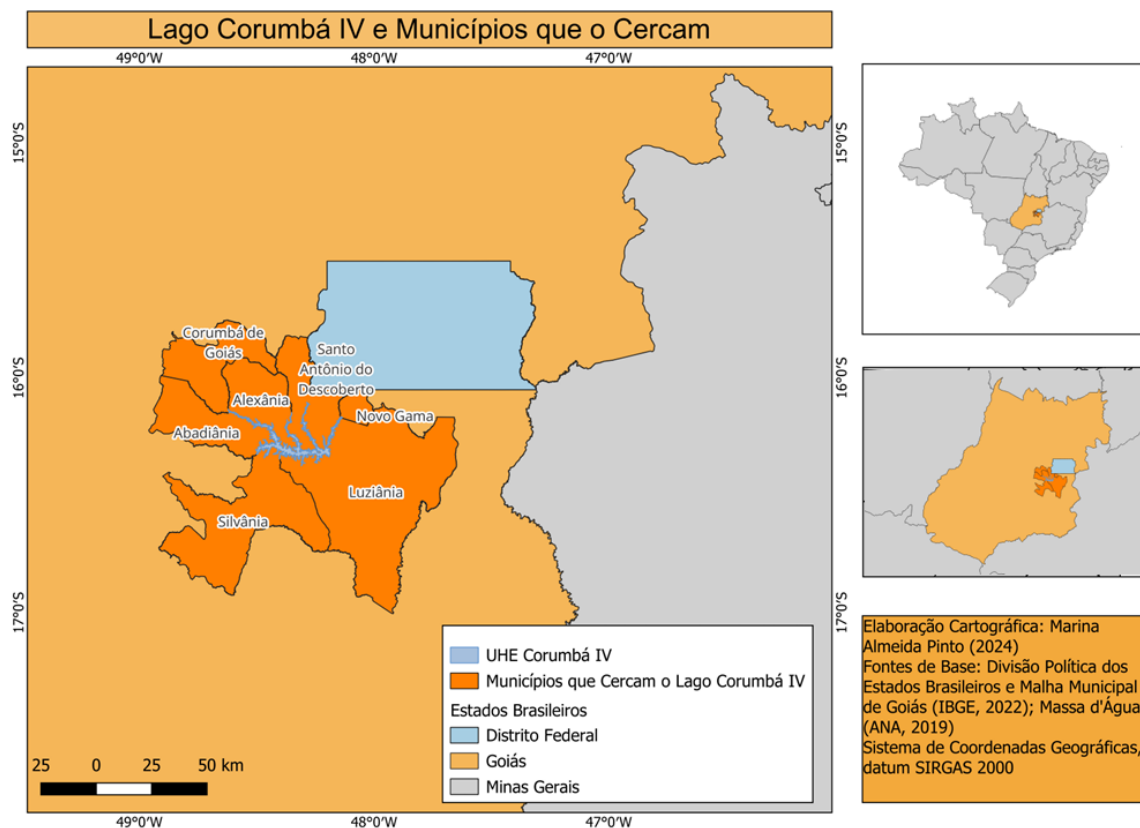
1. Contemplação da natureza (80%)
2. Comida caseira (74%)
3. Trilhas (64%)
4. Atividades em famílias (62%)
5. Espaços de relaxamento (51%)

3.4 Região do Lago Corumbá IV

A região do Lago Corumbá IV formou-se após a instalação de uma barragem, que originou o reservatório da Usina Hidrelétrica (UHE) Corumbá IV, inaugurada em 2006. A usina possui capacidade para gerar energia suficiente para cerca de 250 mil habitantes do Distrito Federal (DF). Além de sua importância energética, o lago é amplamente utilizado para lazer e turismo. Possui aproximadamente 173 km² de área, está localizado na Região Centro-Oeste do

Brasil e banha sete municípios do estado de Goiás (Figura 2): Abadiânia, Alexânia, Luziânia, Silvânia, Novo Gama, Corumbá de Goiás e Santo Antônio do Descoberto (BORGES ET AL., 2021).

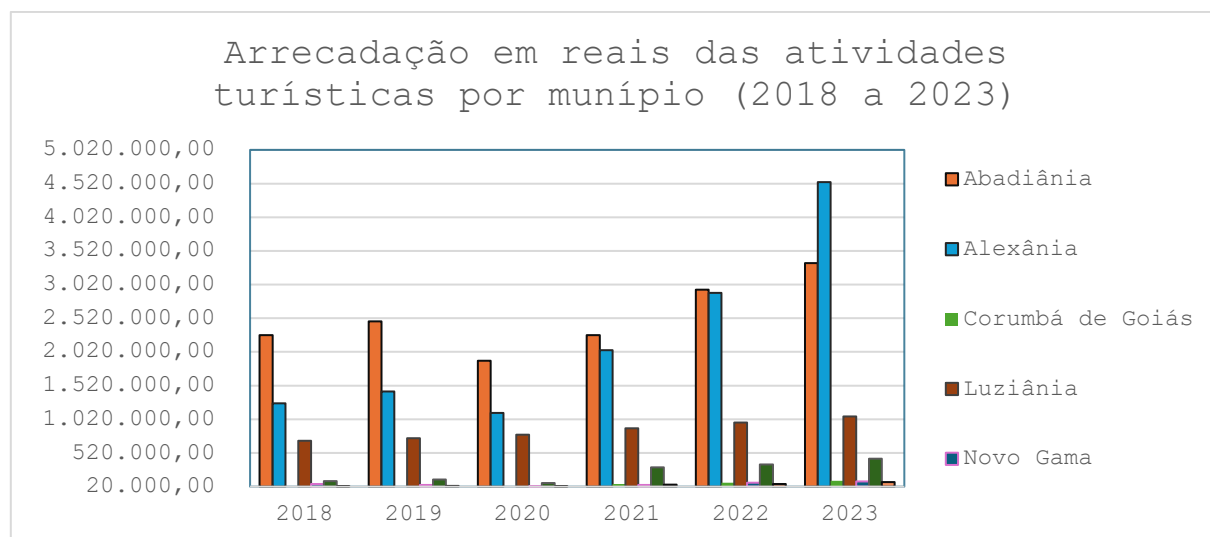
Figura 2. Reservatório da Usina Hidrelétrica Corumbá IV e municípios que o cercam.



Fonte: Elaboração da autora.

Conforme os dados apresentados na Figura 3, observa-se um crescimento contínuo na arrecadação proveniente de atividades turísticas nos sete municípios da região desde 2018. Destacam-se, entretanto, os municípios de Alexânia e Abadiânia, que, apenas no ano de 2023, arrecadaram R\$ 4.540.032,61 e R\$ 3.338.593,52, respectivamente. Esses números evidenciam a relevância dessas localidades no contexto turístico regional, superando as arrecadações e taxas de crescimento observadas nos outros municípios (OBSERVATÓRIO DO TURISMO ESTADO DE GOIÁS, 2024).

Figura 2. Arrecadação (R\$) com atividades turísticas dos sete municípios que compõem a região do Lago Corumbá IV entre os anos de 2018 e 2023



Fonte: Elaboração da autora com dados do Observatório do Turismo do Estado de Goiás. Elaboração da autora com dados do Observatório do Turismo do Estado de Goiás
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNDM0Y2U4MTItNDZkOC00N2NiLTlkYjgtMGJiNTBhZjg0YmZkIiwidCI6IjY3ZmQ0MzFjLWlyYWQtNDg2Ny04MWJjLWQ3NTYyMjBiNTZkNCJ9>.

A análise das queijarias certificadas com Selo Arte em Goiás revela que oito das quatorze estão localizadas em municípios da região do Lago Corumbá IV, reforçando a relevância dessa área para a produção de queijos artesanais (Tabela 4) (BRASIL, 2024).

Tabela 4. Lista de queijarias com queijos que possuem Selo Arte em Goiás.

Queijaria	Município de Goiás
João Batista Cabral	Abadiânia
Queijaria Dona Aroeira	Abadiânia
Gervasio da Silva Oliveira	Alexânia
Queijaria Fazenda Seu Lininho Ltda/Queijaria Artesanal Seu Lininho	Alexânia
Rafael da Silva Lima	Alexânia
Queijaria Leiteria (Rogério Trevisoli)	Caçu
Lourenço Romel Ponte Peixoto/Fazenda Coqueiral	Corumbá de Goiás
Queijaria Alpina	Corumbá de Goiás
Valdevanio Aparecido de Moraes	Corumbá de Goiás
Queijaria Serra do Bálsamo	Guapó
Queijaria Helou (Helou Indústria e Comércio de Laticínios Ltda.)	Itauçu
Queijaria Tino Weber	Ouro Verde de Goiás
Ana Delfina de Jesus/Recanto Suíno	Ouro Verde de Goiás
Queijaria WM	Santa Rita do Araguaia

Fonte: Ministério da Agricultura e Pecuária e Agência Goiana de Defesa Agropecuária, consultado em 18/11/2024 (BRASIL, 2024).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao analisar os dados da Tabela 1, que mostram Goiás e o Distrito Federal entre as unidades da federação que mais consomem queijos, juntamente com o perfil de consumo crescente de queijos finos e especiais evidenciado por Siqueira et al. (2021) e o aumento no consumo de queijos e requeijões (Tabela 3), identifica-se uma demanda potencial pela produção de queijos artesanais na região. Essa tendência aponta oportunidades promissoras para o mercado de queijos artesanais, que geralmente possuem um custo mais elevado devido ao processo de fabricação manual e ao valor agregado por suas características regionais e culturais. Esse cenário sugere um aumento na demanda por esses produtos, especialmente entre consumidores de maior poder aquisitivo.

Do ponto de vista legislativo, observa-se que, tanto no cenário nacional quanto no estado de Goiás, há esforços do governo para regulamentar a produção e comercialização de queijos artesanais dentro de padrões sanitários adequados, buscando expandir esse mercado. Entretanto, a regularização ainda representa um desafio significativo. Conforme destacado pela Embrapa (2021), muitos produtores operam de forma informal, e Netto (2011) e Silva et al. (2022) apontam que as exigências legais podem desestimular pequenos empreendedores, devido aos altos custos financeiros para atender às normas.

No contexto do turismo rural, Goiás e o Distrito Federal apresentam um público interessado em vivenciar experiências autênticas, como o contato com a natureza e a degustação de produtos típicos. Esse interesse, aliado a incentivos públicos e privados, representa uma oportunidade valiosa para fortalecer a produção de queijos artesanais e dinamizar o comércio na região.

A análise da região do Lago Corumbá IV revela que a atividade turística nos sete municípios cresce de forma desigual. Além disso, a região já conta com produtores de queijos artesanais certificados com o Selo Arte, o que pode ser explorado como atrativo turístico. De acordo com Borges et al. (2021), Corumbá de Goiás é o único município com um Plano Municipal de Turismo, enquanto Silvânia está em fase de elaboração. Abadiânia, Silvânia e Santo Antônio do Descoberto possuem Inventário da Oferta Turística, e Alexânia desenvolveu um Diagnóstico do Potencial Turístico. No entanto, a gestão regional não utiliza de forma coordenada os recursos oriundos de compensações ambientais e financeiras para fomentar o turismo.

A promoção de um turismo responsável, com a colaboração do setor público e privado, é essencial para valorizar a cultura local e melhorar a qualidade de vida das comunidades, como defendem Castro (2014) e Borges et al. (2021). Segundo Castro (2014), a população rural não deve ser apenas expectadora ou prestadora de serviços precarizados, mas protagonista no processo.

Compreender o perfil dos produtores de queijo artesanal na região, bem como seus objetivos e dificuldades, é essencial para integrar essa produção ao turismo rural. Um levantamento realizado entre agosto e outubro de 2023, por meio de formulário on-line, buscou identificar as prioridades desses produtores. Nove participantes classificaram a importância de diferentes ações em uma escala de 1 (nada relevante) a 6 (extremamente relevante) e avaliaram



a distância do ideal em uma escala de 1 (satisfeito) a 6 (muito insatisfeito). Os resultados médios estão apresentados na Tabela 5.

Tabela 5. Resultado de priorização respondida on-line por produtores de queijos artesanais de Goiás.

Ações Priorizadas	Importância	Distância do Ideal
Aumentar as parcerias entre produtores e instituições de ensino e capacitação.	5,6	3,5
Aumentar o conhecimento sobre quem são os consumidores finais e suas preferências.	5,9	4,1
Aumentar o número de fontes de renda da queijaria	5,1	3,4
Aumentar o percentual de vendas diretas ao consumidor	5,9	4,4
Aumentar o preço do produto.	4,4	3,4
Aumentar a quantidade de divulgação de sua propriedade e seus produtos.	5,5	3,8
Aumentar o número de comércios que revendem o seu produto.	4,4	4,5

Fonte: pesquisa da autora.

Toda ação considerada muito importante deve ser priorizada. Entretanto, ações que já estejam próximas do ideal não demandam intervenções urgentes. Com base nesse critério, destacam-se duas ações prioritárias que obtiveram altas notas tanto em importância quanto em distância do ideal:

- Aumentar o conhecimento sobre quem são os consumidores finais e suas preferências (Importância: 5,9; Distância do ideal: 4,1).
- Aumentar o percentual de vendas diretas ao consumidor final (Importância: 5,9; Distância do ideal: 4,4).

Essas duas prioridades indicam que os produtores reconhecem a importância de entender melhor o perfil de seus consumidores e desejam ampliar formas de comercialização direta, reduzindo a dependência de intermediários. Essas metas podem ser alcançadas, entre outras estratégias, por meio do incentivo ao turismo rural.

Em entrevistas não estruturadas realizadas em 2023, os produtores ressaltaram a vontade de consolidar o queijo artesanal goiano como um produto de qualidade e autenticidade, seguindo boas práticas agropecuárias e de produção. Contudo, eles também destacaram que o processo de legalização representa um obstáculo significativo, devido ao aumento dos custos e às restrições em determinadas técnicas de produção.

Assim, é fundamental que os produtores se organizem para aprimorar a qualidade de seus produtos, enquanto recebem incentivos para superar os desafios econômicos e legais.



Nesse sentido, a colaboração entre órgãos governamentais, como a Agrodefesa, e instituições de ensino e capacitação, como o SENAR e o SENAC, pode ser decisiva para promover o crescimento sustentável do setor. Essa parceria não apenas fortaleceria a produção de queijos artesanais, mas também impulsionaria o desenvolvimento do turismo rural, consolidando a região como referência em qualidade e experiência cultural.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A região do Lago Corumbá IV apresenta um crescente potencial para integrar a produção de queijos artesanais à oferta de turismo rural, criando oportunidades para o desenvolvimento econômico local. A valorização da cultura e a melhoria da qualidade de vida das comunidades rurais são resultados esperados dessa integração.

O consumo de queijos no Brasil se mantém estável e tende a crescer com o aumento da renda familiar. Além disso, o cenário legislativo atual, com iniciativas como o Selo Arte, favorece a produção e comercialização de produtos artesanais, ampliando o alcance de mercados e certificando a qualidade dos produtos.

Na região do Lago Corumbá IV, as atividades turísticas já demonstram crescimento, mas ainda de forma desigual entre os municípios e sem ações coordenadas de incentivo por parte das gestões locais. A demanda turística é predominantemente de adultos entre 39 e 59 anos, interessados em vivenciar a natureza e degustar produtos típicos. Entre os produtores locais, há interesse em melhorar a qualidade dos produtos e realizar vendas diretas ao consumidor, mas os custos de adequação às regulamentações são um desafio importante.

Recomenda-se a realização de estudos mais aprofundados para orientar estratégias de desenvolvimento sustentável na região e entender melhor o perfil dos turistas da região. Ressalta-se a necessidade de parcerias entre entidades públicas e privadas para impulsionar o turismo e valorizar a cultura e os moradores locais, garantindo benefícios à comunidade de forma responsável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, J.P.A.; CAMARGO, A. C.; CARVALHO A. F.; NERO, L. A.. Uma análise histórico-crítica sobre o desenvolvimento das normas brasileiras relacionadas a queijos artesanais. **Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia**, v. 72, n. 5, p. 1845–1860, Viçosa-MG, set. 2020.

BORGES, Amanda Alves; SANTOS, Ivaneli Schreinert dos; TOMAZZONI, Edegar Luis; BRAGA, Débora Cordeiro. Gestão turística e potencialidade de desenvolvimento da região do Lago Corumbá IV no estado de Goiás/Brasil. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 9, n. 3, p. 354–373, 13 set. 2021. DOI: 10.26512/revistacenario.v9i3.35793. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/35793>.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL. **Decreto 5.74, de 31 de março de 2006. Regulamenta os arts. 27-A, 28-A e 29-A da Lei no 8.171, de 17 de janeiro de 1991, organiza o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária, e dá outras providências**. Brasília, DF, 2006.



BRASIL. Decreto nº 7.216, de 17 de junho de 2010. **Dá nova redação e acresce dispositivos ao Regulamento dos arts. 27-A, 28-A e 29-A da Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991, aprovado pelo Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006, e dá outras providências.** Brasília, DF, 2010.

BRASIL. Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2018. **Dispõe sobre a elaboração e a comercialização de queijos artesanais e dá outras providências.** Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2018.

BRASIL. Instrução Normativa nº 67, de 10 de dezembro de 2019. **Estabelecer os requisitos para que os Estados e o Distrito Federal realizem a concessão do Selo Arte, aos produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal, na forma desta Instrução Normativa.** Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2019.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Boletim de Inteligência de Mercado no Turismo – BIMT.** 7ª Edição. Brasília: Ministério do Turismo, 2020. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/rede-inteligencia-mercado/Boletim_Turismo_Rural_compressed.pdf.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **CNPA-Outubro de 2024.pdf.** 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/producao-animal/selo-arte-selo-queijo-artesanal/cadastro-nacional-de-produtos-artesanaais-cnpa/cnpa-outubro-de-2024.pdf/view>

CASTRO, Marinez Caetano de. **Território Usado E A Produção Social Do Turismo Na Usina Hidrelétrica Corumbá Iv.** Orientador: Everaldo Batista da Costa, 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia) Universidade de Brasília, Brasília, 2014. Disponível em: <http://icts.unb.br/jspui/handle/10482/16246>.

CORRÊA, S. J. P.; BARRETTO, L. C. de O.; DE OLIVEIRA JÚNIOR, A. M. Estudos prospectivos da produção de queijos nacionais e do seu potencial para a indicação geográfica. **OBSERVATÓRIO DE LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA**, [S. l.], v. 21, n. 9, p. 11932–11954, 2023. DOI: 10.55905/oelv21n9-077. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/881>.

EMBRAPA. **Queijos Artesanais Brasileiros.** EMBRAPA: Brasília, DF, 2021. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/226359/1/Queijos-artesanaais-brasileiros.pdf>.

G1. **Turismo rural faz sucesso no Brasil.** Publicado em 16 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/descubra-o-brasil/noticia/turismo-rural-faz-sucesso-no-brasil.ghtml>.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017.** Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **POF - Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018.** Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares-2>



NETTO, Marcos Mergarejo. **A geografia do queijo minas artesanal**. 2011. 420 f. Orientadora: Lívia de Oliveira, 2011. Tese - (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas, 2011. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/items/2dca5bdc-0921-4626-b374-ed278014f0d5>.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO ESTADO DE GOIÁS. **Ipê – Painel do Turismo Goiano**. 2024. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiNDM0Y2U4MTItNDZkOC00N2NiLThkYjgtMGJiNTBhZjg0YmZkIiwidCI6IjY3ZmQ0MzFjLWIyYWQtNDg2Ny04MWJjLWQ3NTYyMjBiNTZkNCJ9>

SCARABELOT, M.; SCHNEIDER, S. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza / SC. **Revista Faz Ciência**, [S. l.], v. 14, n. 19, p. 101, 2000. DOI: 10.48075/rfc.v14i19.8028. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/8028>.

SILVA, Lavínia Ventura da; NASCIMENTO, Daniel da Silva; SILVA, Romário Nunes da; ANDRADE, Horasa Maria Lima da Silva; ANDRADE, Luciano Pires de. Boas práticas na produção de queijos artesanais: uma revisão sistemática da literatura. **Diversitas Journal**, [S. l.], v. 7, n. 2, 2022. DOI: 10.48017/dj.v7i2.1994. Disponível em: https://diversitasjournal.com.br/diversitas_journal/article/view/1994.

SIQUEIRA, K. B.; VIANA, C. C.; CHAVES, D. O.; STOCK, L. A. Evolução do consumo de queijos finos no Brasil. **Indústria de Laticínios**, ano 25, n. 149, p. 30-31, 2021. Disponível em: <http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1134249>.

SPRINT DADOS. **Demanda do Turismo Rural**, 2ª Edição. SPRINT Dados, 2023. Disponível em: <https://www.sprintdados.com.br/turismorural>.

VALDUGA, M. C.; OLIVEIRA, R. L.; SANT'ANNA, E. S.; MARQUES, O. R. B. Experiências turísticas memoráveis em ambientes rurais: Pesquisa-ação com empreendedores da Rota do Queijo – Terroir Vertentes, Minas Gerais, Brasil. **Turismo: Visão e Ação**, 25(2), 198–218. 2023. DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p198-218>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/7n5hHRYwBkm9D4GpvmnvLzS/?lang=pt#>.