



Turismo como Instrumento Dinamizador do Corredor Rodoviário Bioceânico

Tourism as a Dynamic Instrument of the Bioceanic Road Corridor

Article Record

João Carlos Parkinson de Castro^{§*}

Diplomata – Chefe da Coordenação-Geral de Assuntos Econômicos da América do Sul, Central e Caribe

*Corresponding Author



§ Ministério das Relações Exteriores, Brasília, Brazil (OA)

RECEIVED

2026-06-03

ACCEPTED

2026-06-16

ONLINE PUBLISHED

2026-07-10

PUBLISHED

2026-07-28

PEER REVIEW

Double Blind

Abstract

Tourism has a great potential to accelerate economic growth across the Bioceanic Road Corridor that will link the Atlantic to the Pacific Ocean across Brazil, Paraguay, Argentina and Chile, from Porto Murinho, in the Midwest of Brazil, to Antofagasta, in the north of Chile. If well managed and with the appropriate governance, tourism can generate quality jobs and reduce poverty, as well as create incentives for environmental protection. The promotion of tourism throughout the Road Corridor has the potential to assist policy makers in a smooth transition towards a more inclusive, resilient and sustainable economy. However, these expected changes depend not only in setting up a modern tourism infrastructure. Success will be contingent upon developing public-private and multi-stakeholder partnerships, the integration of tourism and non-tourism enterprises along the value chain, the enhancement of statistical capacity-building and sectorial analysis, as well as the promotion of high-quality education and vocational training, with the technical support of local universities. Policy makers need to understand that positive results are more likely if all countries unite efforts and ensure sustainable use of ecosystems. Despite current fiscal restrictions, there are ways to move ahead by exploiting innovative financing mechanisms and ensuring the effective use of university and private sector capacities.

bioceanic corridor

tourism

AI USE STATEMENT

No generative AI was used for analysis or results.

FUNDING

No external funding was declared for this work.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

DATA AVAILABILITY

Not applicable for this article.

ETHICS

No ethics committee approval was required for this article type.

CONSENT

Not applicable for this article.

TRIAL REG.

Not applicable.

Crossref DOI: 10.34257/GJHSSB257947

How to Cite: Parkinson de Castro (2026). Turismo como Instrumento Dinamizador do Corredor Rodoviário Bioceânico. Global Journal of Human-Social Science, 26(1), 16-21. DOI: 10.34257/GJHSSB257947

LICENSE

© 2026 Global Journals. Open-access article under CC BY-NC-ND 4.0 International License.



Print ISSN 0975-587X



9 770975 587004

Online ISSN 2249-460X



9 772249 460013

Under the strict compliance and defined process of



METADATA CONTINUATION

AUTHOR CONTACT QR LEDGER

João Carlos Parkinson de Castro^{§†*}



ARCHIVAL RECORD

Turismo como Instrumento Dinamizador do Corredor Rodoviário Bioceânico

João Carlos Parkinson de Castro^{§*}

Affiliations

§ Ministério das Relações Exteriores, Brasília, Brazil (OA)

Qualifications / Designations

§ Diplomata – Chefe da Coordenação-Geral de Assuntos Econômicos da América do Sul, Central e Caribe

Abstract

O turismo possui grande potencial para acelerar o crescimento econômico através do Corredor Rodoviário Bioceânico, que conectará o Atlântico ao Pacífico cruzando Brasil, Paraguai, Argentina e Chile, desde Porto Murtinho, no Centro Oeste do Brasil, até Antofagasta, no norte do Chile. Com boa gestão e a governança apropriada, o turismo pode gerar empregos de qualidade e reduzir a pobreza, bem como criar incentivos para a proteção ambiental. A promoção do turismo ao longo do Corredor Rodoviário também pode ser um instrumento para uma transição gradual em direção a uma economia mais inclusiva, resiliente e sustentável. As mudanças esperadas, no entanto, dependem não apenas da instalação de uma infraestrutura moderna. O sucesso estará condicionado ao desenvolvimento de parcerias público-privadas, envolvendo os diversos atores interessados, à integração de empresas do setor de turismo a empresas de outros setores ao longo da cadeia de valor, à melhoria da produção de estatísticas e análises setoriais, bem como à educação e treinamento vocacional, com o apoio das universidades locais. Os tomadores de decisão precisam entender que resultados positivos serão mais facilmente atingidos se todos os países unirem esforços e garantirem o uso sustentável dos ecossistemas. Por fim, apesar das atuais restrições orçamentárias, é possível avançar explorando mecanismos de financiamento inovadores e garantindo o uso efetivo das capacidades das universidades e do setor privado.

Keywords: *corredor bioceânico, turismo*

* Corresponding Author

João Carlos Parkinson de Castro

DOI

10.34257/GJHSSB257947

1. Introdução

Em reunião realizada à margem do Conselho do Mercado Comum do Mercosul, em 21 de dezembro de 2015, os Presidentes de Brasil, Argentina, Chile e Paraguai firmaram a Declaração de Assunção, por meio da qual se criou um Grupo de Trabalho (GT), coordenado pelas chancelarias e integrado pelos Ministérios de Transportes dos quatro países. O GT está encarregado de realizar estudos técnicos e articular ações transnacionais que viabilizem a implantação do Corredor Rodoviário Bioceânico Porto Murtinho (Brasil) - Portos do Norte do Chile. Na ocasião, o traçado proposto tem sua origem em Porto Murtinho (MS), no Brasil, se estendendo a Carmelo Peralta – Mariscal Estigarribia – Pozo Hondo, no Paraguai, seguindo por Misión La Paz – Tartagal – Jujuy, Salta, na Argentina, e terminando em Sico – Jama - Antofagasta/Mejillones/Iquique, no Chile. Ou seja, conecta o Centro Oeste brasileiro com o chaco paraguaio, as províncias do Norte da Argentina e os portos do Norte do Chile, no Pacífico.

O Corredor Rodoviário Bioceânico Porto Murtinho - Portos do Norte do Chile é, portanto, uma iniciativa que, desde sua origem, goza de elevado apoio político e, como era esperado, alimenta enormes expectativas tanto no setor privado quanto na população local. De fato, a infraestrutura tem condições de transformar a realidade, na medida em que romperá com o isolamento do chaco paraguaio, aliviará as durezas do cotidiano de Porto Murtinho, valorizará

Salta e Jujuy como pontos logísticos e levará carga para os portos chilenos, estimulando o crescimento do setor de serviços. Criará, portanto, novas oportunidades de comércio e investimento nos territórios cobertos pelo Corredor, melhorando as condições de vida da população.

Para a articulação e a implementação das ações acordadas foi instituído um mecanismo de coordenação intergovernamental, ao qual se somaram, por iniciativa dos Coordenadores Nacionais, os interesses privados (Conselho Empresarial) e a experiência e o conhecimento acadêmico (Rede Universitária). A implantação do Corredor Rodoviário Bioceânico é, portanto, um esforço tripartite, que procura, por meio do diálogo e ações coordenadas, garantir o alinhamento dos objetivos estratégicos com as iniciativas empreendidas por todos os envolvidos e interessados, no curto, médio e longo prazo.

Em face da estratégia e da governança criada no âmbito do Corredor Rodoviário Bioceânico, depreende-se que a iniciativa não se resume à implantação de uma infraestrutura viária, mas sim instituir um verdadeiro Corredor de Desenvolvimento.

Com a implantação da infraestrutura física, os recursos humanos e naturais adormecidos das regiões atravessadas pelo Corredor serão mobilizados e, consequentemente, mais emprego e renda serão gerados. Por meio de parcerias entre os setores privados e a articulação de ações promovidas pela esfera pública, pretende-

se somar as vantagens comparativas dinâmicas dos territórios, identificar novas complementariedades comerciais, promover a agregação local de valor, estimular o desenvolvimento dos serviços de logística, transporte e seguros, bem como explorar oportunidades comerciais oferecidas pelo esforço de transição de uma economia primária-exportadora para uma economia de baixo carbono mais diversificada.

A instituição do Corredor Rodoviário Bioceânico cria, portanto, uma situação ímpar: as autoridades dos territórios dos quatro países e os demais “stakeholders” são induzidos a valorizar os territórios de fronteira, a “pensar” seu entorno geográfico e a conhecer em profundidade a realidade dos países vizinhos, ou seja, incorpora-se à perspectiva nacional uma visão transfronteiriça. A fronteira deixa de ser vista como um “muro” e passa a ser considerada uma “ponte”. Além disso, os novos fluxos de comércio e investimento trarão consigo o aumento da presença do Estado e, como resultado, maior segurança nas fronteiras.

O Corredor Rodoviário Bioceânico não oferece apenas uma oportunidade de transformar a realidade local. Além de romper com as fronteiras físicas, passa a valorizar o interesse coletivo das populações beneficiadas pelo Corredor. A riqueza e as vantagens do nosso vizinho nos revigora para além de uma perspectiva meramente mercantilista. Nessa visão, o interesse comum deve ser fortalecido e a todo custo protegido, na medida em que iniciativas unilaterais ou ações motivadas unicamente por interesses pontuais podem comprometer o resultado das ações coletivas. Num Corredor Rodoviário não se pode pensar de modo segmentado ou isolado, nem beneficiar apenas os que estão na origem ou no fim do eixo rodoviário. Os desafios são comuns e as soluções devem ser construídas por todos, de modo a gerar benefícios para todos.

Com objetivos estratégicos acordados previamente e uma abordagem holística e inovadora - amparada em estruturas institucionais tripartites, transnacionais, colaborativas e flexíveis, orientadas pela defesa e preservação do interesse coletivo - ficam criadas as condições que permitem não só transformar a realidade local, mas também alimentar na população um sentido de pertencimento ao espaço sul-americano, aceitando e valorizando seu entorno geográfico. Com efeito, se o japonês se sente um asiático, e o alemão um europeu, o chileno de Antofagasta, o argentino de Salta ou Jujuy, o paraguaio do Chaco e o brasileiro do Centro Oeste ainda não se veem como sul-americanos.

Entende-se que o turismo pode ser um fator dinamizador do Corredor Rodoviário Bioceânico, sendo necessário ressaltar que o desenvolvimento de práticas sustentáveis de consumo e a produção de serviços turísticos exigirão uma mudança de mentalidade dos atores envolvidos. Deverão entender que, no médio e longo prazo, a sustentabilidade e a inclusão social beneficiam os agentes turísticos, os usuários e a economia local, gerando “forward e backward linkages”, em termos de renda e empregos de qualidade.

Este trabalho tem por propósitos oferecer uma visão estratégica e sugerir uma governança alinhada com o tripé criado no âmbito do Corredor, de modo a estimular a articulação em vez de propor ações isoladas ou pontuais. Visa, também, a formular propostas capazes de tornar o desenvolvimento da atividade turística em fator de dinamização do Corredor Rodoviário Bioceânico. Todas as ações ou sugestões partem do princípio de que os benefícios devem ser estendidos a todos os países, em particular às comunidades locais e às pequenas e médias empresas. As soluções ou iniciativas que venham a ser acordadas deverão estar orientadas pelos objetivos e metas do Acordo do Clima e a Agenda para o Desenvolvimento Sustentável 2030 (metas 8,12,14 e 17); devem valorizar a capacidade criativa do indivíduo, incentivar a agregação local de valor, estimular o uso

de energias renováveis e novas tecnologias, bem como promover a utilização sustentável dos recursos humanos e naturais.

2. Turismo, motor do crescimento econômico, sustentável e inclusivo do Corredor Rodoviário Bioceânico

À semelhança do comércio, do investimento ou da integração produtiva, o turismo tem uma natureza transnacional. No entanto, devido à natureza fragmentada da atividade turística, que envolve empresas de todos os tamanhos e o oferecimento de serviços para públicos diversos, com distintos graus de sofisticação e propósito, é necessária uma abordagem holística e multidisciplinar. O planejador não deve ver apenas seu entorno mais imediato, mas também entender as transformações que estão em curso nos quatro países, nos territórios e no mundo. A atividade turística não é exceção. Ela é muito sensível aos efeitos resultantes das grandes mudanças globais atualmente em curso.

O turismo como atividade econômica desempenha um papel fundamental para as economias. Em 2016, nos países que integram a OCDE (OECD, 2018, p.26-27), o turismo foi capaz de gerar 4,1% do PIB, 5,9% do emprego e 21,3% das exportações totais de serviços. Em 2017, o turismo mundial movimentou 1,2 bilhão de pessoas (aumento de 7% em relação ao ano anterior). Foi o maior crescimento registrado nos últimos sete anos. Gerou uma renda global de US\$ 1,3 trilhão. Em 2030, segundo avaliação da OCDE, o número de turistas internacionais deverá elevar-se a 1,8 bilhão de pessoas. Os gastos globais com turismo mais do que dobraram nos últimos anos, em decorrência da melhoria das condições econômicas dos mercados emissores (Europa, Japão e EUA), o advento de novos “players” (China, Índia e Rússia) e o avanço da tecnologia digital e da internet. Na atualidade, o turismo global representa 7% das exportações mundiais de bens e serviços, 10% do PIB mundial e 10% de todos os empregos gerados no mundo. O turismo gera, hoje, mais empregos do que o conjunto da indústria automobilística e química.

Em 2017, a América do Sul (UNWTO, 2017) captou 36,7 milhões de turistas estrangeiros (aumento de 8%), gerando uma receita de US\$ 29,3 bilhões (incremento de 2%). Na região do Corredor, o Chile recebeu 6,4 milhões de turistas, o Brasil, 6,5 milhões, a Argentina, 6,7 milhões e o Paraguai, 1,5 milhão. No conjunto, os quatro países receberam 21,1 milhões de turistas. Naquele ano, o Chile e o Paraguai registraram as maiores taxas de crescimento, respectivamente, 14% e 17%.

Para efeito de identificação do potencial turístico que ainda pode ser explorado, em 2016, a França recebeu 82,5 milhões; os EUA 75,8 milhões; a Espanha 75,3 milhões; a Alemanha 35,5 milhões; o México 35 milhões; a Itália 32,5 milhões; a Grécia 28 milhões; o Japão 24 milhões; o Marrocos 10,3 milhões; a Irlanda 8,4 milhões e o Peru 5,9 milhões. Como se pode verificar, Brasil, Chile, Paraguai e Argentina, em bloco, atraem menos turistas do que o Japão e a Grécia. A Irlanda, país de menor população e território, atrai mais turistas do que Brasil, Argentina e Chile.

Embora esses números mostrem, de um lado, um diferencial expressivo de escala, de outro, escondem o potencial turístico da região. Muito ainda pode ser feito para dinamizar esse potencial adormecido. Para que isso ocorra, porém, algumas dificuldades terão que ser superadas. No plano global, a atividade turística enfrenta enormes desafios. Como era de se esperar, esses também se fazem sentir na América do Sul: 1) a complexidade e a fragmentação da atividade turística demandam abordagens transversais, multi-dimensionais e multisetoriais; 2) o turismo é impactado por alguns fatores exógenos: a mudança das condições macroeconômicas (taxa

de câmbio, inflação e depressão), os desastres naturais (furacões, enchentes, queimadas, longos períodos de seca) e os solavancos dos ciclos políticos e das tensões geopolíticas; 3) a atividade turística sofre também o impacto das mudanças tecnológicas, do advento das redes sociais, da economia do compartilhamento e do avanço das plataformas digitais; e 4) o turismo sente, como qualquer outro setor, os efeitos das megatendências globais (OECD, 2018, p.63-64) (envelhecimento da população, aumento da classe média global, sustentabilidade ambiental e inclusão social).

Em face dos desafios que a atividade turística enfrenta e das grandes transformações globais, os responsáveis pelo turismo de Mato Grosso do Sul, da região do Chaco paraguaio, das Províncias do norte da Argentina e no Chile poderiam implementar as seguintes linhas de ação:

- Criar uma instância de coordenação permanente no âmbito do Corredor, que esteja orientada por objetivos estratégicos, que conte com a participação dos governos locais, do setor privado e das academias, de modo a definir uma agenda de ações prioritárias e um planejamento de médio e longo prazo. Para tanto, poderiam alinhar as políticas existentes com iniciativas concretas que já estejam em curso; encomendar à academia estudos específicos para a tomada de decisão futura e identificar ações coordenadas que possam atender às necessidades imediatas do setor privado e das comunidades locais;
- Compartilhar e promover políticas de turismo inovadoras, que considerem o avanço da economia digital e os efeitos da economia compartilhada, atendam às demandas específicas de uma população que envelhece e que deve dobrar de tamanho nos próximos 30 anos (1,4 bilhão de pessoas terão mais de 60 anos) (OECD, 2018, p.65); elaborar produtos turísticos que satisfaçam desejos específicos como turismo de aventura, de pesca e gastronômico; ou daqueles que busquem emoções fortes (rafting ou o Rally dos Sertões, de Aquidauana, além de promover ações que respondam às necessidades de turistas com deficiências físicas (cadeirantes, síndrome de Down).
- Essa instância seria também responsável pelo desenvolvimento de iniciativas que tenham foco em segmentos populacionais (Geração Z, nascidos entre 1990 e 2010, e a geração Y ou “milênio”, nascidos entre 1980 e metade dos anos 90), cujos interesses e motivações devem ser melhor identificados e explorados. Esses segmentos populacionais cresceram com a tecnologia digital e a internet e tendem a organizar suas viagens de forma independente, sem utilizar as tradicionais agências de turismo. Recorrem, em grande medida, às plataformas digitais (TripAdvisor, Expedia, Booking.com) e aos “sites” de reserva e avaliação das experiências individuais para definir sua hospedagem (Trivago). Não compram pacotes nem vão a feiras ou recorrem à assessoria especializada. Em 2020, a geração Z deverá atingir 2,6 bilhões de pessoas. O grupo do milênio, por sua vez, é responsável por 20% do fluxo internacional de turistas. Os indivíduos desse segmento gastam com suas viagens em torno de US\$ 203 bilhões por ano (OECD, 2018, p.67). Com o avanço da idade, esses grupos irão envelhecer, mas a vontade de viajar permanecerá viva. Por tenderem a ser mais conservadores no futuro, é necessário que recebam tratamento prioritário, desde agora;
- Apoiar a criação de um ambiente que incentive o turismo e a instituição de empresas de pequeno e médio porte; estimular,

por meio da troca de experiências e conhecimento entre os países, o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores, alinhados com a necessidade de preservar o meio ambiente e promover a economia verde;

- Desenvolver um mapa da infraestrutura turística existente, bem como realizar o levantamento dos pontos de interesse para o usuário (restaurantes, hotéis, etc). Para empreender esses e outros trabalhos, será necessário definir uma moeda padrão e harmonizar conceitos e definições, que permitam a comparação de resultados e a elaboração de estudos de interesse comum.
- Criar um Observatório do Turismo. Sua função principal seria a elaboração de estatísticas e indicadores de desempenho. Os indicadores vão permitir que os planejadores possam adequar os serviços ao crescimento e à variação da demanda dos atores da cadeia de valor do turismo, o que permitirá monitoramento e ajustes. A partir dessas informações, os responsáveis pelo setor de turismo do Corredor poderão ofertar cursos de capacitação nas áreas de hotelaria, gastronomia, assim como estágios para treinamento de alunos universitários em empresas argentinas, chilenas, brasileiras ou paraguaias;
- Utilizar os recursos acadêmicos (alunos de graduação, mestres e doutores em turismo) para apoiar os governos provinciais na formulação de programas ou na elaboração de ações transversais e transnacionais, para o setor; e
- Recorrer à cooperação internacional (por exemplo, da Segittur, companhia estatal espanhola) para realizar pesquisa, compartilhar experiências e desenvolver novos serviços ou produtos inovadores. A Colômbia desenvolve uma iniciativa muito similar (Estratégia dos Corredores Turísticos), lançada em 2016, que compreende a promoção de 12 corredores ou regiões, com características ou ofertas muito semelhantes. Outra possibilidade que poderia ser explorada seria a experiência peruana com o Programa “Al Turista, lo Nuestro”, pelo qual procura difundir a comercialização dos produtos e serviços locais (frutas, artesanato, danças folclóricas, etc.).

3. O Corredor Rodoviário Bioceânico, as grandes tendências do turismo e algumas ações específicas

Nos últimos anos, o turismo tem crescido a uma taxa média anual de 3,3%, índice superior à variação do comércio internacional e do produto mundial. Em grande medida, esse expressivo crescimento se deveu ao advento dos mercados emissores emergentes. À semelhança do que se verifica em outros campos, a participação das economias emergentes no mercado mundial de turismo deverá crescer ainda muito mais, de 45%, em 2016, para 57%, em 2030 (OECD, 2018, p.26). Embora os EUA e a Alemanha devam continuar no topo dos “outbound markets”, é inegável o forte aumento do turismo emissor de China, Índia, Coreia do Sul, Turquia, entre outros. Diante dessa tendência, as autoridades responsáveis pelo setor de turismo no âmbito do Corredor Rodoviário Bioceânico deveriam empreender ações específicas para captar esses fluxos de turistas. Dentre as iniciativas, poderiam estar contempladas missões internacionais conjuntas para alguns desses países-alvo, a participação coordenada em feiras de promoção do turismo na Ásia e outras regiões emergentes ou, simplesmente, o convite para que diplomatas desses países, lotados em Embaixadas no Brasil, Argentina, Paraguai e Chile, façam uma viagem de exploração

para conhecer o potencial turístico do Corredor. Para promover as belezas naturais e as possibilidades turísticas do Corredor, os quatro países, com o apoio da academia e de seus departamentos de publicidade e marketing, poderiam elaborar material de divulgação (filmes, conteúdos para redes sociais etc), em inglês, para veiculação nos meios de comunicação em massa na Ásia e em outras regiões do globo.

O setor de turismo é intensivo em mão de obra especializada. E emprega indivíduos de diferentes idades e experiências. No entanto, como outros setores da economia, a atividade turística requer, cada vez mais, pessoas especializadas e bem treinadas. A digitalização e o progresso tecnológico contínuo (big data, blockchain, internet das coisas, inteligência artificial), característica das sociedades modernas, tornaram a necessidade da especialização ainda mais premente. A difusão e a comercialização dos serviços turísticos do Corredor devem fazer uso crescente das plataformas digitais e da internet. Os meios tradicionais de divulgação e venda de pacotes turísticos devem ser gradualmente substituídos por meios eletrônicos.

É fato que várias das propostas ou ideias formuladas demandam recursos financeiros. Diante de um quadro de austeridade fiscal, o tomador de decisão, seja na Argentina, Brasil, Paraguai ou Chile, vê-se impossibilitado de utilizar os tradicionais incentivos econômicos, como isenções tributárias e linhas de crédito subsidiadas, ainda que reconheça a importância da atividade turística para o desenvolvimento local.

Essa dificuldade não deve, porém, representar uma barreira intransponível ou levar ao imobilismo. O compartilhamento de conhecimento e experiências entre entidades interessadas no turismo, a promoção de parcerias entre os órgãos públicos e a academia, a identificação de fontes inovadoras de recursos são algumas das alternativas que poderiam ser exploradas. Na atualidade, os instrumentos de financiamento não se restringem ao tradicional crédito bancário. O mercado financeiro oferece os títulos verde, a abertura do capital acionário, o “crowd-funding” e as fintechs, que reduzem os custos e oferecem outras facilidades ao tomador. O “green bond”, que ajudou a financiar a construção do novo aeroporto da Cidade do México, procura atender às necessidades financeiras de projetos que têm impacto positivo na redução da poluição, no uso de fontes renováveis de energia e na utilização sustentável de recursos de modo geral. Existem, também, fundos soberanos e investidores estrangeiros privados, sempre interessados em bons projetos. Além disso, empresas do setor turístico poderiam juntar-se e coletivamente negociar linhas de crédito bancário em condições mais vantajosas.

Para explorar essas e outras possibilidades de captação de recursos do exterior e nos países do Corredor, sugere-se a elaboração de um Mapa de Oportunidades de Investimento no Setor do Turismo do Corredor Rodoviário Bioceânico. Os projetos listados devem conter dados básicos e produzir um impacto positivo no local explorado, levando em consideração a necessidade de preservação do meio ambiente, a promoção de inclusão social e a criação de empregos para famílias e jovens em situação de vulnerabilidade. Essas informações devem estar refletidas no Mapa de Oportunidades de Investimento.

Iniciativas exitosas dos países que integram o Corredor poderiam ser compartilhadas: o Chile, por exemplo, poderia replicar na região o programa “Foco Destino”, pelo qual procura eliminar brechas de competitividade de alguns destinos turísticos, tornando-os mais atraentes aos olhos de um investidor estrangeiro. É possível, também, fazer uso dos recursos humanos e tecnológicos universitários para desenvolver soluções modernas e eficazes. Os Departamentos de Tecnologia da Informação da Rede Universitária poderiam organizar uma competição entre os alunos para a criação de um aplicativo digital que viesse a promover o turismo no Corredor Rodoviário,

iniciativa de baixo custo e de efeito prático. O grupo ganhador, em reconhecimento do trabalho, poderia receber um prêmio. Diante do valor comercial do aplicativo, não seria difícil identificar um “sponsor”.

De fato, são muitas possibilidades que se descortinam. As universidades poderiam oferecer espaços para cursos de especialização; as agências de turismo poderiam atuar em conjunto ou ainda ofertar estágios para nacionais dos países integrantes do Corredor; uma universidade poderia oferecer cursos à distância, em idioma português e em espanhol, para capacitação de técnicos em turismo; os centros acadêmicos poderiam negociar convênios com restaurantes, hotéis, pousadas, companhias de turismo e outros estabelecimentos e disponibilizar estágios não-remunerados e de curta duração que permitam aos jovens, enquanto cursam a universidade, conhecer o trabalho rotineiro de um serviço turístico. Outra possibilidade seria organizar uma competição entre alunos do segundo grau sobre os melhores destinos do Corredor Rodoviário. Essa iniciativa teria a vantagem de promover entre os jovens a consciência do potencial turístico da região, no entendimento de que eles serão futuros consumidores de serviços turísticos.

Compartilhar recursos, conhecimentos e experiências é, portanto, uma forma simples e barata de superar a carência de recursos. Desenvolver bons projetos e saber vendê-los para investidores em potencial é outra forma de reagir à falta de apoio financeiro. De várias formas, portanto, poderiam ser formados trabalhadores mais produtivos e conhecedores do entorno geográfico e dos costumes nacionais. Sempre é bom recordar que o compartilhamento de experiências e a conscientização de diversos segmentos da população têm como subprodutos a criação de redes formais e informais de contatos que potencializam as oportunidades turísticas presentes e futuras.

Não se pode desconhecer que o nível de atenção e o apoio político e financeiro que um país ou uma região dá ao turismo não é uniforme. Na realidade, depende da percepção que o governo e as altas lideranças nacionais e locais tenham da relevância da atividade turística como geradora de emprego, renda, inclusão social e sustentabilidade. No México (OECD, 2018, p.232), por exemplo, o Plano de Desenvolvimento Nacional 2013-2018 reconhece o papel fundamental do turismo. No Japão (OECD, 2018, p.210), a Estratégia de Revitalização do Japão de 2016 identifica o turismo como um dos dez pilares do crescimento econômico. Na Suíça (OECD, 2018, p.281), o turismo é parte da Nova Política Regional. Diante dessas iniciativas, cabe a indagação: seria possível ter um Plano Regional de Promoção do Turismo para o Corredor Rodoviário Bioceânico?

Os países tampouco veem o turismo doméstico e o turismo internacional sob a mesma perspectiva. Em alguns países, o turismo nacional é visto como uma forma de enfrentar o desafio da sazonalidade, na medida em que permite a oferta de pacotes turísticos em diferentes meses do ano (por exemplo, no Brasil, quando cessa a estação de pesca, surge a oferta de fazendas-hotéis no Pantanal sul-mato-grossense). No entanto, essas iniciativas não devem se limitar à exploração dos produtos existentes. Podem também compreender o desenvolvimento de novos destinos turísticos: Israel oferece todo o ano o produto “deserto” (OECD, 2018, p.45) como atração turística alternativa a seus destinos tradicionais. Nesse contexto, há países que singularizam algumas de suas regiões, valorizando-as como uma experiência única e diferenciada, disponível todo o ano: a Irlanda promove a costa ocidental e suas cidades históricas com o programa “Wild Atlantic Way” (OECD, 2018, p.47), ou convida o turista para um novo “olhar” para a cidade de Dublin, com o programa “A Breath of Fresh Air”. A Itália (OECD, 2018, p.205), por sua vez, promove o “tracking” ao longo do ano com o programa “I Cammini d’Italia”. É,

possível, portanto, dispor de atividades turísticas que minimizem o impacto da sazonalidade.

O Corredor Rodoviário Bioceânico possibilita o desenvolvimento de programas similares, que valorizem a experiência de uma viagem pelo deserto de Atacama, a visita guiada por um biólogo a sítios naturais para conhecer a fauna e a flora, a hospedagem numa fazenda na região do chaco paraguaio para conhecer os costumes e a gastronomia do homem do campo, a visita para saborear os vinhos de montanha do norte da Argentina ou os pratos da gastronomia chilena. São inúmeras as atrações que podem ser exploradas comercialmente ao longo do ano, sem, necessariamente, enfrentar a restrição da sazonalidade.

Outro aspecto que também deve ser abordado é o interesse natural do indivíduo pelos destinos tradicionais, como Miami ou as capitais europeias. Nesse contexto, cabe aos agentes do Corredor divulgarem, por meio de técnicas agressivas de marketing turístico, as vantagens do Corredor e a qualidade dos serviços turísticos. Por meio de campanhas publicitárias adequadas e promoções comerciais focadas, é possível oferecer produtos customizados, que atendam a demandas específicas, geradas pela idade (no Chile, existe o Programa de Férias da Terceira Idade), pelo segmento geracional, seu nível de renda e gosto (pacotes para conhecer as vinícolas da região ou os melhores restaurantes) ou ainda pelo tamanho familiar e idade dos filhos (parques aquáticos e ecoturismo). É possível oferecer descontos para reservas antecipadas ou para grupos. Por meio do apoio de Associações (Associação de Hotéis e Restaurantes), clubes desportivos (golfe, futebol, canoagem, rugby e outros) oferecer uma experiência local a custo promocional ou ainda clínicas desportivas para praticantes de esportes.

Há segmentos da população que, mesmo com recursos para custear outras viagens, estariam propensos a conhecer as vinícolas argentinas e chilenas, a neve da Cordilheira dos Andes e as águas do Pacífico. Com a infraestrutura física que será implantada, o custo e o tempo de uma viagem internacional deverão se reduzir de forma expressiva. Hoje, um deslocamento aéreo a partir de Brasília requer longas conexões e penosos deslocamentos aéreos. Ademais, a variação cambial, a isenção de vistos e a possibilidade de viajar por terra e em veículo próprio são vantagens expressivas, em relação às viagens aéreas para destinos tradicionais, normalmente mais caros e distantes.

As entidades governamentais, promotoras do turismo pelo Corredor, poderiam aplicar recursos com vistas ao desenvolvimento de uma plataforma digital (“Visit the Beauties of the Bioceanic Road Corridor”), bem como negociar convênios com operadores turísticos internacionais (Expedia, por exemplo) ou com plataformas digitais de hospedagem mundialmente conhecidas, como a Trivago, para promover o Corredor como destino turístico. A digitalização está transformando o setor de turismo a um ritmo muito acelerado e os operadores regionais devem estar capacitados para responder aos desafios criados por um destino ainda pouco conhecido regional e globalmente.

Serviços logísticos são essenciais para o crescimento do setor do turismo. Na atualidade, não há voos internacionais que conectem Campo Grande a Assunção ou a Salta e Jujuy. Iquique é uma zona de livre comércio que atrai investidores dos quatro quadrantes do globo, mas são poucos os brasileiros que conhecem a cidade e as vantagens fiscais do comércio local. É difícil investir e controlar um negócio distante e de difícil acesso. A razão principal é a falta de voos diretos ou conexões amigáveis. Essa preocupação é ainda mais justificada na hipótese de se desejar atrair grupos específicos, como o turista idoso. Já o turismo corporativo ou de eventos é um

dos nichos turísticos mais lucrativos, mas ainda pouco explorado no Corredor.

Há necessidade de mais vôos diretos e regionais, conectando cidades do Corredor, inclusive vôos de companhias de baixo-custo. Não há necessidade de passar por Buenos Aires para se chegar a Salta ou por Santiago para visitar Antofagasta ou ainda por São Paulo para chegar a Campo Grande. Para promover o turismo, todo e qualquer tipo de barreira deve ser removida, seja ela de natureza física, econômica, legal, administrativa ou de transporte. Ademais, como assinalado, esforços devem ser empreendidos para, quando possível, customizar o pacote turístico, levando em conta a idade, a composição familiar, o nível de renda e o tipo de vida do turista. Deve-se dar atenção às novas formas de avaliação de serviços turísticos, como as “reviews” e as notas de usuários em sites especializados.

Fatores que estimulam os movimentos turísticos incluem, entre outros, uma boa acessibilidade, isenção de vistos, trânsito aduaneiro eficiente, sistemas informativos em vários idiomas (português e espanhol), facilidades para os deficientes físicos (a França (OECD, 2018, p.171) oferece o programa “Tourisme et Handicap”) ou a possibilidade de conexões multimodais nos grandes centros logísticos (avião, ônibus e veículo). Aviões poderiam ser fretados (vôos charters) para escolas, universidades ou empresas interessadas em passar uns dias em San Pedro de Atacama; as empresas de ônibus poderiam fazer o trajeto rodoviário de Salta/Jujuy para o destino final no Chile e se pagaria apenas um só valor (“ticket integrado”). Esse pacote poderia incluir hospedagem e alimentação, se necessário.

Em grandes centros urbanos, a exemplo de Campo Grande ou Salta, há também a possibilidade de compartilhamento de residências mediante o aluguel de quartos, o que reduz o custo da estada para um turista de menor poder aquisitivo. No entanto, para turistas exigentes, acostumados a frequentar bons hotéis, é necessário que as principais cidades do Corredor também estejam em condições de oferecer hotéis cinco estrelas. Uma grande cadeia hoteleira (Four Seasons, por exemplo) atrai um turista de maior poder aquisitivo e conhecimento, que busca qualidade, conforto e experiências diferenciadas. A relevância desse turista não é apenas o quanto ele gasta por dia, mas sua rede de contatos e amigos, capaz de multiplicar a divulgação do destino e atrair futuros turistas. O turista de alto poder aquisitivo deve ser visto, ainda, como um investidor em potencial. São conhecidos os casos de turistas estrangeiros que visitaram o Brasil se encantaram com a beleza das praias e a hospitalidade do brasileiro e investiram em pousadas ecológicas. Com políticas e mecanismos em favor de uma economia verde, é possível atrair investimento para projetos inovadores e sustentáveis, capazes de preservar o meio ambiente, promover a inclusão social e estimular a integração das pequenas e médias empresas.

4. Considerações Finais

Não há a menor sombra de dúvida que o turismo será importante fator de dinamização do Corredor Rodoviário Bioceânico. Com a possibilidade de realizar viagens frequentes aos países vizinhos e a um custo mais baixo, o indivíduo passará a ver a fronteira segundo uma outra perspectiva. Os indivíduos acumularão muito mais conhecimento e informação sobre a cultura do país vizinho, suas características, vantagens e fraquezas. Passará, portanto, a ver seu entorno geográfico, indo além da fronteira. Desse modo, eliminam-se algumas barreiras e se reduz progressivamente a desinformação, por vezes responsável por estereótipos equivocados.

O turismo atrairá mais investimento, emprego e renda, valorizando o intercâmbio cultural e a prestação de serviços de toda

natureza. Na esteira do aumento dos fluxos de comércio e investimento, as autoridades locais passarão também a interagir com maior frequência e intensidade. Como resultado, os “policy makers” passarão a ter maior sentido regional e maior sensibilidade para a integração na elaboração das políticas públicas.

No entanto, para que se produzam os efeitos desejados, faz-se necessário que se implante uma governança transnacional e tripartite, amparada em três pilares, o governo, o setor privado e a academia. O turismo tem, por sua natureza, uma tendência natural à fragmentação, devendo ser objeto de uma abordagem holística e multidisciplinar.

O planejador turístico deverá, também, estar atento às grandes transformações nacionais e às megatendências globais, de modo a desenvolver produtos customizados. Para tanto, deverá conhecer as potencialidades de todos os países do Corredor e não apenas as suas. A criação de instâncias permanentes de coordenação, o compartilhamento de informações e experiências, a promoção articulada de políticas inovadoras e a identificação de ações customizadas serão algumas das respostas necessárias para a dinamização do turismo no âmbito do Corredor Rodoviário Bioceânico.

É indiscutível que várias das propostas ou sugestões que venham a ser definidas exigirão recursos financeiros e humanos compatíveis. Aparentemente, essa necessidade poderia constituir uma barreira intransponível e, de antemão, levar ao imobilismo. Esse risco existe. No entanto, conforme indicado, o desenvolvimento de parcerias entre os órgãos públicos, o setor privado e a academia e o compartilhamento de informações e boas práticas, assim como o uso criterioso dos recursos humanos acadêmicos, permitem empreender ações efetivas com um baixo custo financeiro. Ademais, as fintechs, a utilização de instrumentos financeiros inovadores (“crowd-funding”, “green bonds”, entre outros) e a captação de investimentos nacionais e estrangeiros constituem possibilidades que poderiam ser exploradas, de modo a contornar as dificuldades financeiras conjunturais.

Na realidade, em se tratando da implantação do turismo no Corredor Rodoviário Bioceânico, cabe ressaltar que os países têm objetivos convergentes e, como resultado, devem estar dispostos a se ajudarem mutuamente, no entendimento de que os desafios são comuns e as soluções devem ser construídas por todos, de modo a gerar benefícios para todos.

Com objetivos estratégicos bem definidos, apoio político de alto nível, uma governança que favoreça a articulação entre todos os atores envolvidos, criam-se as condições para que se explorem as vantagens comparativas dinâmicas, se agregue valor aos serviços, se valorizem os territórios e o potencial turístico existente, se gere mais renda e emprego, beneficiando, em particular, as pequenas e médias empresas. A transformação da realidade deve ocorrer com o reconhecimento da necessidade de preservar os recursos naturais para as gerações futuras. O turismo não só transforma a realidade local, mas também sensibiliza o indivíduo para a proteção do meio ambiente, a necessidade de promover maior inclusão social e dar todo o apoio possível para a integração ordenada das famílias e comunidades em situação de vulnerabilidade.

■ REFERÊNCIAS

- [1] BELIZ, Gustavo. *Eco-integración de América Latina*. 1ª ed. Buenos Aires: Planeta, 2017.
- [2] OECD. *OECD Tourism Trends and Policies*. Paris: OECD Publishing, 2018. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en>
- [3] MCDANIELS, Jeremy, ROBINS, Nick (2017). *Mobilizing sustainable finance for small and medium sized enterprises*. Geneva: United Nations Environment Programme, 2017. http://unepinquiry.org/wp-content/uploads/2017/06/Mobilizing_Sustainable_Finance_for_Small_and_Medium_Sized_Enterprises.pdf
- [4] UNCTAD. *FDI in tourism – the development dimension*. Geneva: UNCTAD, 2007.
- [5] UNWTO. *Tourism and the sustainable development goals – journey to 2030*. Madrid: UNWTO, 2017.
- [6] _____. *World Tourism Organization Compendium of Tourism Statistics. Data 2011 – 2015*. Madrid: UNWTO, 2017.
- [7] _____. *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid: UNWTO, 2018.
- [8] World Bank Group. *Global Investment Promotion Best Practices: Winning Tourism Investment*. Washington DC: World Bank, 2013. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/20766>