

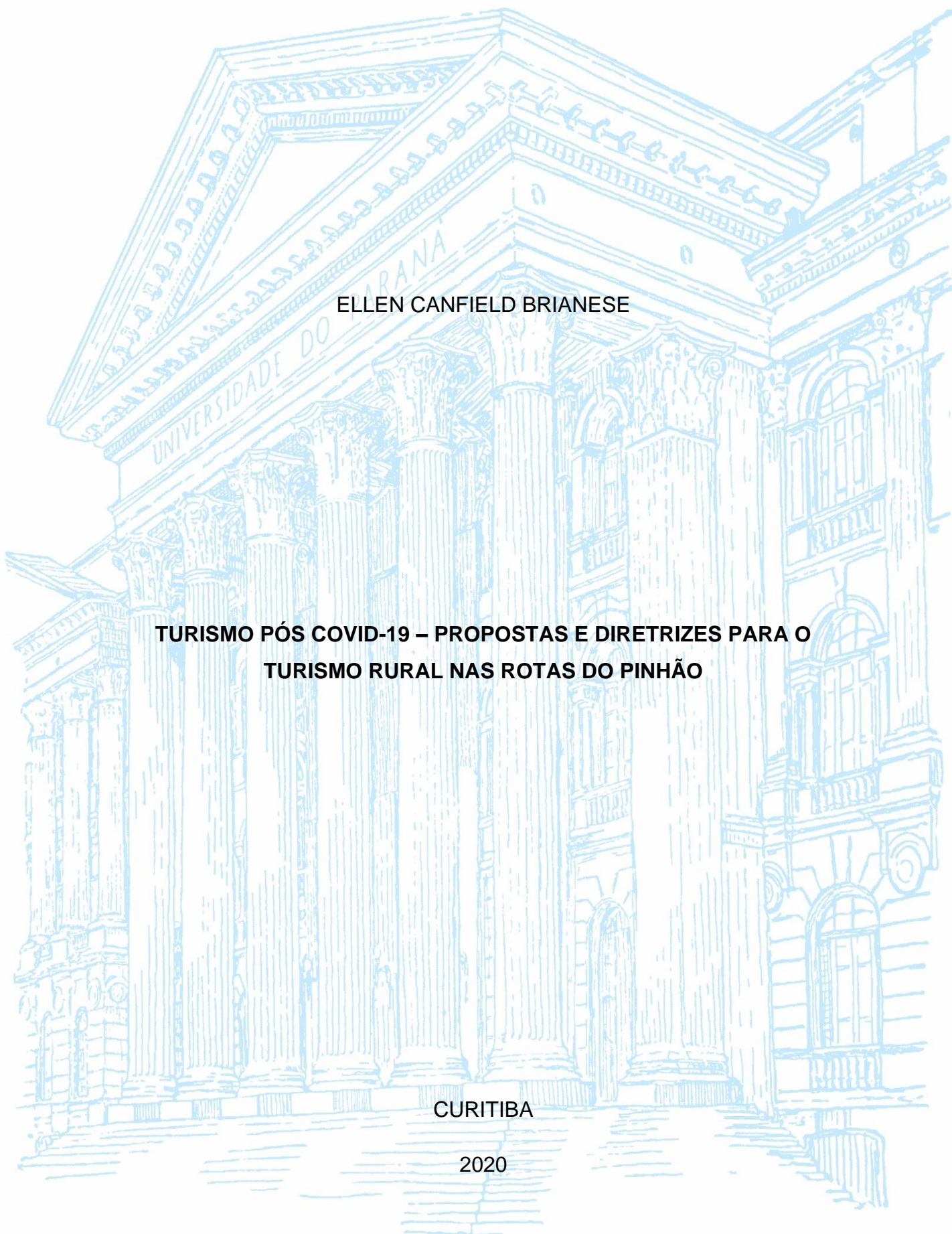
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ELLEN CANFIELD BRIANESE

**TURISMO PÓS COVID-19 – PROPOSTAS E DIRETRIZES PARA O  
TURISMO RURAL NAS ROTAS DO PINHÃO**

CURITIBA

2020



ELLEN CANFIELD BRIANESE

**TURISMO PÓS COVID-19 – PROPOSTAS E DIRETRIZES PARA O  
TURISMO RURAL NAS ROTAS DO PINHÃO**

Trabalho de Graduação apresentado à disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão do Turismo II, como requisito parcial para conclusão do Curso de Turismo, do Departamento de Turismo - DETUR, Setor de Humanas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira

CURITIBA

2020

## RESUMO

Este trabalho foi realizado para conclusão da disciplina de Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná, com o objetivo de ajudar o desenvolvimento da atividade turística rural pós Covid-19. O Turismo Rural é um dos segmentos da atividade turística que ainda cresce nacionalmente e internacionalmente, utilizando os recursos naturais ainda protegidos. Para se alcançar um equilíbrio entre ser humano e espaço rural, é preciso investir na sustentabilidade, na conservação e no desenvolvimento da comunidade autóctone que em muitos casos dependem da atividade turística como meio de sustentação. A pandemia mundial de Covid-19 traz o desafio aos destinos e agentes da atividade turística de se readaptar, reinventar e seguir as regras de distanciamento e sanitárias. O presente trabalho abordará os principais temas do assunto, tais como, a história do Turismo Rural quando se desenvolveu no Brasil na década de 90 e seus conceitos, exemplos práticos do desenvolvimento da atividade na região da Rota do Pinhão - PR, desenvolvendo uma metodologia de consultoria que atinja os interesses de preservação e dos microempreendedores locais para melhor desenvolver seus produtos turísticos, relacionadas com este novo formato de promover turismo. A metodologia utilizada foi de abordagem qualitativa, pesquisa descritiva, delineada em estudos de casos, cujos procedimentos favorecem os objetivos de obter informações relevantes sobre quaisquer temas que se abrangem ao Turismo Rural, alinhando com suas atividades em seu espaço adaptadas às novas medidas e protocolos sanitários e estruturais da Secretaria de Saúde. Criou-se, portanto, uma Consultoria Personalizada afim de diagnosticar, auxiliar e implementar por meio de serviço contratado, um suporte para adaptação dessas novas medidas em empreendimentos rurais na Região Turística da Rota do Pinhão.

Palavras-chaves: Turismo e Segmentação; Turismo Rural na Região Metropolitana de Curitiba; Turismo Rural e COVID-19.

## **ABSTRACT**

This work was carried out to conclude the discipline of Project Planning and Management in Tourism II, of the Tourism course at the Federal University of Paraná, aiming to help the development of rural tourism activity after Covid-19. Rural Tourism is one of the segments of tourism that still grows nationally and internationally, using natural resources that are still protected. To achieve a balance between human beings and rural space, it is necessary to invest in sustainability, conservation and the development of the indigenous community, which in many cases depend on tourism as a means of support. The global pandemic of Covid-19 poses a challenge to the destinations and agents of the activity of readapting, reinventing and following the rules of distance and health. This work will address the main themes of the subject, such as the history of Rural Tourism and its concepts, practical examples of the development of the activity in the region of Rota do Pinhão - PR, developing a consultancy methodology that reaches the interests of preservation and local microentrepreneurs to better develop their tourism products, related to this new format of promoting tourism. The methodology used was a qualitative approach, descriptive research, outlined in case studies, whose procedures favor the objectives of obtaining relevant information on any topics that cover Rural Tourism, aligning with its activities in its space adapted to the new health measures and protocols. and structural of the Health Secretariat. Therefore, a Personalized Consultancy was created in order to diagnose, assist and implement, through a contracted service, support for adapting these new measures in rural enterprises in the Rota do Pinhão region.

Keywords: Tourism and Segmentation; Rural Tourism in the Metropolitan Region of Curitiba; Rural Tourism and Covid-19.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	6
2 MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 CONCEITUAÇÃO DO TURISMO .....	10
2.2 TURISMO E SEGMENTAÇÃO .....	11
2.3 O RURAL E O TURISMO RURAL .....	14
2.4 TURISMO RURAL: CONTEXTUALIZAÇÃO E DEFINIÇÕES .....	18
2.5 IMPACTOS AMBIENTAIS ORIUNDOS DAS ATIVIDADES DO TURISMO RURAL.....	19
2.6 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS ATRAVÉS DO TURISMO RURAL.....	23
2.7 PLURIATIVIDADE, MULTIFUNCIONALIDADE: O TURISMO RURAL COMO ESTRATÉGIA PARA O PRODUTOR RURAL .....	25
2.8 TURISMO RURAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA .....	26
2.9 PRODUTOS TURÍSTICOS RURAIS NA REGIÃO ROTAS DO PINHÃO .....	27
3 TURISMO E OS IMPACTOS DA COVID-19 .....	29
3.1 TURISMO E COVID-19 NO PARANÁ.....	30
3.2 TURISMO E AS DIRETRIZES PÓS PANDEMIA EM CURITIBA E REGIÃO .....	32
3.3 REABERTURAS E ISOLAMENTO .....	33
3.4 MEDIDAS OBRIGATÓRIAS PARA REABERTURA .....	34
4 METODOLOGIA.....	35
4.1 TIPOS DE PESQUISAS.....	35
4.1.1 PESQUISA DESCRITIVA .....	35
4.1.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	36
TÉCNICAS DE PESQUISAS .....	37
4.2.1 PESQUISA DOCUMENTAL E BIBLIOGRÁFICA.....	37
5 PROJETO DE TURISMO .....	38
5.1 CONSULTORIA PARA ADEQUAÇÃO DAS ATIVIDADES DO TURISMO RURAL FRENTE ÀS MEDIDAS OBRIGATÓRIAS CONTRA COVID-19.....	39
5.2 ESTRUTURAÇÃO DA CONSULTORIA PERSONALIZADA.....	42
5.3 CUSTOS PARA O EMPREENDEDOR .....	43
5.4 CUSTO MÉDIO TOTAL DAS ADAPTAÇÕES AO MÊS.....	43
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	44
REFERÊNCIAS.....	46

## 1. INTRODUÇÃO

O Brasil é um país extenso, com mais de 85 milhões de Km<sup>2</sup> de área aproximada de biomas, a extensão florestal, litorânea e a biodiversidade de nossa natureza, permite desenvolver vários segmentos turísticos. (IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA, 2006)

O Turismo encontra-se no setor terciário da economia brasileira, sendo uma atividade que presta serviços a turistas, pessoas que visitam aquele local. É a atividade que movimenta economias e muitos países dependem diretamente da receita que o turismo gera. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), em 2016, foram mais de US\$ 300 bilhões de dólares movimentados por mais de 190 milhões de turistas na América do Norte, Europa e Ásia. Se fazendo cada vez mais necessária a discussão sobre a importância de um consumo responsável, do bem-estar coletivo, da preservação dos recursos naturais.

Por ser uma atividade de caráter multidisciplinar, envolve diversas áreas como geografia, antropologia, filosofia dentre outras, e segmenta-se em diversas áreas para desenvolver-se por seus diferentes setores. (HORODYSKI, 2014).

Permite-se segmentar a atividade turística em diferentes áreas, como Turismo Cultural, Turismo de Sol e Praia, Ecoturismo, Turismo de Estudos, Turismo Rural, Turismo de negócios e Eventos, Turismo Náutico, Turismo de Esporte e Turismo de Saúde, estes, definidos como segmentos prioritários para o desenvolvimento do Brasil. (MTUR – MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006).

No mundo contemporâneo cada vez mais vem sendo discutida a importância do consumo responsável, da preservação dos recursos naturais, do bem estar coletivo e da crescente preocupação com a sustentabilidade, mais intensamente dos anos 90 até os dias atuais.

O Turismo Rural é um segmento recente no Brasil, com pouco mais de trinta anos considerado uma atividade econômica, embora a visitação a propriedades rurais não seja prática incomum ou atual no Brasil. No contexto histórico, segundo MTUR (2010), em meados do século XX o Turismo Rural desponta na Europa e Estados Unidos como atividade econômica, atingindo o

Brasil na década de 80, mas apenas em 1990 que os aspectos positivos desta atividade foram amplamente difundidos por todo nosso país.

Visando o desenvolvimento do segmento Turismo Rural, considerando o produtor rural que passa a exercer um importante papel, sendo um empreendedor e prestador de serviços turísticos em diversas regiões, possibilitando ao turista uma série de opções, contemplação, entretenimento e interação, não apenas com as comunidades locais dessas regiões, mas também com o meio ambiente onde se encontram.

A relevância da atividade do turismo rural em áreas onde há a predominância da agricultura familiar pode ser constatada, na medida em que essa associação reverte em novas oportunidades de trabalho e renda, pois, nesses casos, a economia local é ativada através da diversificação de novas formas de trabalho no campo (BLANCO, 2004).

Esse crescimento do turismo no espaço rural está intimamente ligado à ampliação da oferta turística no rural, bem como à maior procura da sociedade por atrativos e empreendimentos relacionados à tranquilidade e simplicidade do campo, a partir do aproveitamento de atrativos naturais, históricos, culturais e gastronômicos (CANDIOTTO, 2010).

Neste trabalho será adotada a definição de Turismo Rural como o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural (hospedagem, alimentação, transporte de visitantes, recreação, entretenimento, atividades pedagógicas atreladas ao contexto rural, etc.), que sejam comprometidas com a produção agropecuária (vínculo com as coisas da terra, valorização e preservação da identidade rural típica de cada população, que pode ser expressa por práticas de trabalho, modelos arquitetônicos, modo de vida, etc.) agregando valor a produtos e serviços (viabilização da produção além da produção primária de alimentos, como hospitalidade, venda de produtos elaborados a partir do in natura, artesanatos, etc.) resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade (autenticidade na apresentação e representação do modo de vida, da cultura, no resgate das práticas regionais). (MTUR, 2004).

A gastronomia possui um peso dentro da atividade turística, tanto cultural quanto econômico (YURTSEVEN, 2011), sendo uma forma do ser humano relacionar-se com o seu alimento, e tem o papel de aproximar a sociedade global; promover sustentabilidade por meio da produção de alimentos locais, da

biodiversidade, transmitindo conhecimentos, promovendo, conseqüentemente, o bem-estar social, principalmente dentro da atividade turística (SCARPATO, 2003).

Com isso, permite-se não apenas uma interação turista x natureza, mas também agrega-se fatores econômicos, sustentáveis, culturais e de intercâmbio, que nada mais é do que a troca e relacionamento entre visitante e agentes locais, dando oportunidade para pequenas regiões e atrativos, normalmente sem muita estrutura, a possibilidade de desenvolver-se mesmo sem considerável infraestrutura e equipamentos turísticos.

Neste viés de valorização do meio rural e proposta de desenvolvimento turístico em áreas rurais, a Região Metropolitana de Curitiba (RMC) possui extenso território Rural, com total de população rural de 267.564 mil habitantes, segundo dados do IBGE (2010), e embora promova determinadas atividades turísticas relacionadas ao espaço rural, o alcance da divulgação de atrativos que contemplem a natureza em conjunto da educação ambiental é pequeno.

Percebe-se então, carência de divulgação e incentivo a estas práticas, devida responsabilidade social que a educação ambiental de um indivíduo, quanto cidadão, acarreta no mundo.

Com tudo isso exposto, desde 2019 o mundo deparou-se com uma pandemia que não mudou os conceitos do passado, entretanto exige de todos os agentes da atividade uma adaptação às novas diretrizes sanitárias, estruturais e sociais, visto que, o turismo, principalmente, é uma atividade que gera aglomeração de pessoas. É uma atividade desenvolvida por seres humanos, portanto leva-se em consideração neste estudo toda a mudança que já está ocorrendo no mundo todo.

O objeto de estudo deste trabalho é a Rota do Pinhão, localizada na região metropolitana de Curitiba – PR, que é uma Região Turística no Estado do Paraná, que abrange uma área de 16.578 km<sup>2</sup> e constituída por 29 municípios (LACAY, 2012). Será feita uma abordagem sobre turismo rural atual no Brasil pretendendo apresentar a relação de preservação versus desenvolvimento no contexto do turismo rural, permitindo atingir uma base teórica rica para aprofundar nos detalhes de desenvolvimento das atividades da região da Rota do Pinhão e seus microempreendedores.



O objetivo geral deste trabalho é criar uma proposta de consultoria para auxiliar o desenvolvimento do Turismo Rural na Região da Rota do Pinhão, respeitando e auxiliando os agentes locais a desenvolverem suas atividades atentamente às novas regras pós pandemia.

Para atingir o objetivo principal, foram traçados os seguintes objetivos específicos:

- Relacionar conceitos sobre Turismo Rural na Região Metropolitana de Curitiba (Rota do Pinhão);
- Mensurar os impactos econômicos nos empreendimentos da atividade no Brasil e no Paraná;
- Apresentar as regras e diretrizes para reabertura dos estabelecimentos e espaços;
- Criar uma consultoria personalizada aos microempreendedores de Turismo Rural para desenvolvimento de suas atividades turísticas dentro das novas regras sanitárias, estruturais e sociais.

Os autores predominantes na discussão teórica de Turismo e Segmentação são Lage (1992) e Kotler (2000). Para tratar de Turismo Rural os principais autores elencados são Ministério do Turismo (2010), Klein e Souza (2014), Graziano; Vilarinho; Dale (1998) e Motta (2013). Por fim, para elucidar sobre o vírus Covid-19 as entidades mais expressivas utilizadas no trabalho são Secretaria Municipal da Saúde de Curitiba (2020), Sebrae (2020), e Fundação Getúlio Vargas - FGV (2020).

## 2 MARCO TEÓRICO

Para poder alinhar o que é o Turismo Rural, atividades turísticas do espaço rural em conjunto com a nova realidade que a covid-19 impôs, será necessário apresentar conceitos distintos de cada uma destas modalidades. Com isso, a revisão bibliográfica deste trabalho será dividida em 4 seções, sendo elas: Turismo e Segmentação; Turismo Rural na Região Metropolitana de Curitiba; Turismo Rural e Covid-19, que também são palavras-chave do presente estudo.

### 2.1 CONCEITUAÇÃO DO TURISMO

Apesar da diversidade referente às definições técnicas, acadêmicas e mercadológicas de turismo, não se propõe neste trabalho fazer uma ampla revisão conceitual, mas tão somente discutir alguns conceitos e proposições que venham a relevar o tema em foco da pesquisa.

Atualmente todo tipo de viagem, independentemente de sua motivação ou propósito, pode ser considerada turismo (CRUZ, 2001). Entretanto alguns autores ressaltam que as visitas turísticas devem ser temporárias, tendo como motivação apenas o lazer, a cultura e o entretenimento, nas quais não pode haver remuneração (SOUZA E CORREA, 2000).

Sendo uma prática social, a atividade turística consome elementarmente o espaço, sendo este o principal “produto” procurado pelo turista/consumidor. Necessita, portanto, que o consumidor se desloque até o objeto de consumo, e não o contrário, pois leva o consumidor até o produto, que o consome in loco (CRUZ, 2001).

Rodrigues (2000) ressalva a impossibilidade de separar produção de consumo, de modo que o turismo seria, então, “uma atividade complexa, que compreende tanto a produção como o consumo, tanto as atividades secundárias (produção industrial) como terciárias (serviços)”. Contudo os motivos que incentivam as pessoas a saírem de seu espaço cotidiano podem ser de ordem diversa, mas, a busca por paisagens e situações que fogem do

habitual direciona o olhar do turista para obtenção experiências autênticas e não apenas contemplação, quer sejam no campo ou na cidade (URRY, 1996).

Com relação especificamente ao turismo praticado em áreas rurais, Catai (2006) lista entre os possíveis motivadores a tentativa de resgatar “vínculos familiares, históricos e culturais”, com o intuito do reencontro com raízes e laços com o campo, rompidos com o êxodo rural, mas ainda assim presentes na memória pessoal ou nas histórias de família. Deste modo o espaço rural representa um importante componente na vida das pessoas, mesmo para aquelas que não vivem ou dependem diretamente dele, mas que o imaginam como um local sem as atribuições da cidade, mais saudável e renovador das energias despendidas no trabalho e vida urbanos (WEISSBACH, 2007).

## 2.2 TURISMO E SEGMENTAÇÃO

Para iniciar este estudo com base teórica contundente, prevê-se a importância de conceituar o turismo e suas segmentações de mercado para assim possibilitar o aprofundamento teórico nas suas segmentações. Barreto inicia os e conceitos sobre turismo com uma definição que vem desde 1911, pelo economista austríaco Hermann von Shullern, que foi um dos primeiros a conceituar a atividade:

O turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado. (BARRETO, 1995, p.09).

Sabe-se que a palavra *tour* é de origem francesa e quer dizer volta. No inglês há seu equivalente *turn* e no latim *tornare*. Com o passar das décadas, os conceitos de turismo também vieram sendo modificados por conta da intensificação dos estudos e a segmentação de suas áreas. A própria Organização Mundial do Turismo (OMT), proporciona ao longo da história diversas conceituações de turismo. As primeiras definições de turismo pela OMT datam o ano de 1937, apesar de que o órgão ter sido fundado em 1970 tem seu embrião formado desde 1925, quando ocorreu o Primeiro Congresso Internacional de Associações Oficiais de Tráfego Turístico. (PAKMAN, 2014, pg. 5).

O último conceito de turismo, dado pela OMT, junto com as Nações Unidas, em Recomendações Internacionais para as Estatísticas de Turismo - 2008 (IRTS 2008) é que “o turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, geralmente por prazer”.

Com o desenvolvimento da atividade turística no passar dos anos e sua especialização no setor de serviços, também começaram a existir necessidades dos turistas levando em consideração também a evolução do marketing. Neste trabalho, o intuito de apresentar a segmentação turística vale-se pelo fato de que é uma atividade complexa, multidisciplinar e exige uma maior compreensão de suas vertentes, assim como também de seus consumidores.

Para Bazanini et al (2016, p. 51):

O fundamento da segmentação de mercado baseia-se na ideia de que um produto comum não pode satisfazer necessidades e desejos de todos os consumidores, uma vez que os consumidores são muitos, dispersos em diversas regiões; têm hábitos de compra variados, gostos diferenciados e variam em suas necessidades, desejos e preferências. Assim sendo, não se pode tratar a todos da mesma forma, bem como não se pode tratar todos de forma diferente. O que se pode fazer é tentar reunir grupos de pessoas com características, preferências e gostos semelhantes, e tratá-los como se fossem iguais. (BAZANINI et al, 2016, p. 51).

Entende-se a necessidade de segmentar o mercado a partir da ideia formada de que um produto não satisfaz a necessidade de todos os consumidores. Cada consumidor possui um desejo específico, uma necessidade específica naquela situação e é necessário que o mercado esteja apto a oferecê-lo o serviço/produto que lhe interesse.

Diferentes autores criam propostas de segmentação com suas diferentes variáveis. Ora, se o consumidor vai modificando seus interesses e necessidades, a segmentação também precisa continuar se adaptando para as novas exigências e estilos de consumidores. Porém, foi necessário, de maneira tradicional e efetiva, estipular alguns critérios de segmentação, para facilitar este processo. Para Kotler (1992), a segmentação de mercado é o cerne das estratégias de marketing de uma empresa e que a segmentação deve orientar estas estratégias, porém deve começar com a separação das necessidades e interesses dos consumidores.

Caso óbvio para o turismo, onde um destino não vai conseguir ofertar todos os seus segmentos, porém deve-se qualificar e fornecer produtos e serviços que possam atingir seu público alvo e assim se desenvolver turística e economicamente.

Kotler (2000) também afirma que o mercado é composto de consumidores que possuem diferentes estilos de vida, diferentes condições financeiras e que é preciso pensar e estipular estratégias para atingir esses consumidores de diferentes formas, respeitando os limites de cada um, porém reconhecendo tais características.

Lage (1992) aponta as características básicas para segmentação, que são os critérios demográficos, geográficos, psicográficos, econômicos e sociais. Que se diversificam nas demasiadas qualificações de quando, onde, como, por quê, etc.

Lage (1992) também apresenta a proposta de segmentação de mercado a partir da oferta e da demanda, levando em consideração os critérios demográficos. São características como idade; sexo; tamanho da família; religião; etnia; classe social; estilo de vida; renda; ocupação; nível de escolaridade dentre vários outros segmentos.

Para Beni (1998), a melhor maneira de se estudar o mercado turístico, que por si só é complexo, é utilizando a segmentação que propõe, que estipula a população a ser dividida em grupos de igual gênero e natureza, focando nas características do segmento. Isso viabiliza também, segundo o autor, a construção de pacotes de turismo, pois existe uma pretensão maior a interesses iguais na adequação desses pacotes, pelo tipo de transporte, da acomodação, dos passeios e visitas e dos atrativos.

Ignarra (2003) segmenta o turismo em diferentes formas, assim como diversos outros autores. Por ser uma atividade de caráter multidisciplinar, são variadas as características de mercado para o turismo e também de perfil de turista.

O Ministério do Turismo (2006) definiu também alguns segmentos como prioritários para desenvolvimento no Brasil, dentre eles está o Turismo Rural.

## 2.3 O RURAL E O TURISMO RURAL

No Brasil as áreas rurais recebem uma definição de caráter residual e administrativo: é rural tudo o que escapa ao perímetro urbano de um município, conforme decreto da prefeitura (ABRAMOVAY, 2011). Sendo assim uma proposição artificial, já que os espaços marcados, de maneira quase indiscriminada, por diversas ciências, tais como ciência, técnica e de informação (RODRIGUES, 2000). Entretanto Candiotto (2010) que prefere utilizar os conceitos de ruralidades e urbanidades ao invés de definir o que é urbano e o que é rural, dada a dificuldade em se definir essas categorias de análise. De modo que o espaço rural é incorporado por seus habitantes, de maneira simbólica da cultura urbana, formando assim uma identidade multicultural (FROELICH, 2003).

Muitos moradores urbanos viajam com o intuito de reencontrar suas raízes, interagir com a comunidade local, participar de suas festas tradicionais, desfrutar da hospitalidade e do aconchego nas propriedades, conhecer o patrimônio histórico e natural no meio rural, conviver com os modos de vida, tradições, costumes e com as formas de produção das populações do interior, vivenciar novas experiências, buscar novos conhecimentos, saberes, descansar física e mentalmente, fugir da rotina da vida urbana e adquirir produtos típicos. Isso somado à necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos, pode explicar o crescimento do segmento de Turismo Rural no Brasil. (MTur-MINISTÉRIO DO TURISMO, p.14, 2010)

De acordo com o Ministério do Turismo (2004), turistas que possuem interesse no espaço rural são aqueles que optam por um modo de vida, paisagens e atividades produtivas que diferem do ritmo urbano em que estão inseridos.

Para adentrar na temática do segmento turismo rural, antes se faz necessário ter conhecimento da diferenciação dos termos que serão tratados ao decorrer do texto. Para tal, em específico sobre o espaço rural, utiliza-se como determinante de distinção a definição do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa de áreas urbanas e rurais:

Na situação urbana consideram-se as pessoas e os domicílios recenseados nas áreas urbanizadas ou não, correspondentes às cidades (sedes municipais), às vilas (sedes distritais) ou às áreas urbanas isoladas. A situação rural abrange a população e os

domicílios recenseados em toda a área situada fora dos limites urbanos, inclusive os aglomerados rurais de extensão urbana, os povoados e os núcleos. (IBGE, 1997)

Em continuidade, acerca do tema e para melhor compreender o conceito de espaço rural, propõe-se como definição de rural:

[...] elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial manifestam-se, predominantemente, pela destinação da terra, notadamente focada nas práticas agrícolas e na noção de ruralidade, ou seja, no valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural. Tal valor contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, o modo de vida, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza. (MINISTÉRIO DO TURISMO, p.18, 2010)

A interação da economia globalizada e do desenvolvimento das novas tecnologias e informações trouxeram mudanças para o espaço rural que afetaram suas funções, em amplitude técnica, social, cultural e econômica, chegando a modificar as unidades de produção primária. O modo de vida rural, suas manifestações culturais, paisagens, artesanatos, além da tradicional produção agropecuária, têm encantado a população urbana que demonstra crescente interesse pelo espaço rural, seja pelas características acima citadas ou por motivos de lazer e residência. (CANDIOTTO, 2009)

Estas mudanças no cenário rural possibilitam ao produtor rural novos tipos de atividades ligadas ao seu cotidiano, mas que vão além de apenas cumprir funções de primária da produção agrícola, podendo desenvolver as chamadas atividades não-agrícolas. Estas atividades não-agrícolas, conduzem a uma refuncionalização do rural dando as famílias rurais oportunidades de criar novas fontes de renda. Neste cenário, surgem atividades de meio de hospedagem, lazer, educativas, de conservação do patrimônio cultural e natural, entre outras. (RODRIGUES et al., 2001)

Os diversos tipos de demanda existentes representam diferentes tipologias, como aqueles que preferem que suas viagens sejam organizadas por operadoras ou agências turísticas e pouco saem de zona de conforto, aqueles que somente viajam em grupos, o explorador que procura sair dos roteiros comuns tendo a autonomia de organizar suas próprias viagens e até mesmo o

turista que busca se inserir na cultura e comunidade visitada, procurando romper todos os vínculos com a indústria turística. (PEREIRA, 2007)

No fim dos anos 90 quando conceitos como sustentabilidade ambiental, “novas” atividades agrícolas e segurança alimentar ganham mais força no cenário acadêmico e político internacional, ajudando a compreender as mudanças que ocorreram nas áreas rurais, é que o meio rural passa a ser considerado como um espaço dinâmico e de complementaridade do meio urbano, muito além de produções de mercadorias agrícolas. (KLEIN; SOUZA, 2014).

O Turismo Rural surge das novas motivações de experiências e expectativas, impulsionadas pelos novos consumidores, atividade que tem propiciado a revalorização do modo de vida e o surgimento de novas funções econômicas, sociais e ambientais para o espaço rural. Sendo relevante o número de propriedades rurais que adotaram atividades turísticas ao seu cotidiano, permitindo ao agricultor novos meios de garantir a permanência no campo. (MTUR, 2004)

Muitos moradores urbanos viajam com o intuito de reencontrar suas raízes, interagir com a comunidade local, participar de suas festas tradicionais, desfrutar da hospitalidade e do aconchego nas propriedades, conhecer o patrimônio histórico e natural no meio rural, conviver com os modos de vida, tradições, costumes e com as formas de produção das populações do interior, vivenciar novas experiências, buscar novos conhecimentos, saberes, descansar física e mentalmente, fugir da rotina da vida urbana e adquirir produtos típicos. Isso somado à necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos, pode explicar o crescimento do segmento de Turismo Rural no Brasil. (MINISTÉRIO DO TURISMO, p.14, 2010)

Nesta concepção da utilização do espaço rural para a atividade turística é que se pensa no Turismo Rural como possível agente promotor da educação ambiental a fim de salientar a importância dos recursos naturais e da correta utilização para os adeptos desta atividade. Uma vez que a atividade turística utiliza dos recursos naturais, torna-se também responsável por sua manutenção. Para Machado (2005, p.19) “a utilização dos ambientes naturais como fator de atração de olhares curiosos pode resultar em uma nova possibilidade de economia capaz de intensificar ações diretas de manutenção desses espaços”.



De acordo com o Ministério do Turismo (2010) não há um consenso mundial consolidado sobre a definição de Turismo rural por ainda não haver unanimidade na definição de meio rural. Isto se deve em grande parte, ao fator empírico da prática turismo rural e das diversidades geográfica e cultural do país presentes no país.

Autores como Schneider (2006) apresentam uma visão genérica da definição de Turismo Rural, sendo o conjunto de modalidades e empreendimento com lugar no espaço rural que serve tal como o agroturismo, ecoturismo, turismo cultural, turismo esportivo, turismo ecológico, hotéis- fazenda, entre outros.

Por sua vez, Cals, Capellà e Vaqué (1995) apud Graziano da Silva; Vilarinho; Dale (1998) adotam a terminologia de Turismo Rural para atividades mais específicas da vida rural, da cultura, habitat e economia, enquanto o termo turismo no espaço rural refere-se aos movimentos turísticos desenvolvidos no meio rural em sua totalidade, que utiliza o espaço rural como base física de espaço aberto, fora da cidade.

No Brasil, dada a ausência de uma conceituação mais precisa do conjunto de atividades turísticas e recreativas que acontecem no meio rural, muitos consideram que a terminologia turismo rural deve ser usada apenas quando o turista efetivamente se hospeda no meio rural e participa (de forma lúdica, em geral) dos trabalhos realizados na fazenda ou sítio. Outros, que ela deve ser entendida como uma situação em que o turista visita fazendas e sítios onde passa o dia se entretendo, fazendo cursos em unidades agrícolas ou compras de alimentos e artesanato típicos. (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, p.117, 1998)

Porém, por ser muito abrangente, o Turismo Rural expande seus conceitos e definições, como aponta Motta (2013):

O Turismo Rural no Brasil apresenta dificuldade de definição em virtude da dificuldade de consensos, da gama de diversificações decorrentes da atividade e de sua conseqüente especialização. Com isso, o turismo rural acaba por ser uma atividade geral no espaço rural, ou muitas vezes visto, como sinônimo de segmentações como o agroturismo, o ecoturismo e o turismo de aventura. (MOTTA, 2013)

## 2.4 TURISMO RURAL: CONTEXTUALIZAÇÃO E DEFINIÇÕES

No Brasil, quando comparada a outras, a atividade turística rural tem seu marco inicial no município de Lages, Santa Catarina, em 1986, quando a Fazenda Pedras Brancas começou a receber visitantes, oferecendo pernoite e participação nas lidas cotidianas e se difundindo pelo restante do país. (TULIK, 2004)

Na sua origem, baseando-se nos moldes europeus, o produto turístico criado se propunha a ser uma alternativa econômica para o município, também proporcionando uma nova fonte de renda para o produtor rural. (PORTUGUEZ, 1998)

A definição da modalidade de Turismo Rural no Brasil não é cirurgicamente definida, constituindo-se em um cipoal de ideias e concepções diversas, misturando conceitos e definições. Na maioria das vezes termos como Agroturismo, Turismo Rural, Turismo em Áreas Rurais se embaralham e confundem, sem que haja um resultado claro, mesmo em nível internacional.

A diversidade de termos utilizados na tentativa de identificar a atividade de turismo no campo é ampla, por dependerem da realidade específica de cada país, o que vem a gerar confusões terminológicas. Na Europa, por exemplo, há o uso de diferentes definições para atividades semelhantes, tais como Campestre, na França, Turismo de Retorno, na Espanha, Agroturismo na Itália e Turismo de Habitação em Portugal. Na Argentina a modalidade é conhecida como Turismo de Estância. (SELVA, 1998)

Ainda segundo o Ministério do Turismo, o Turismo no Espaço Rural é entendido como um recorte geográfico, no qual o Turismo Rural está inserido, á que “muitas das práticas turísticas que ocorrem no espaço rural não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas”. (MTur, 2004)

Para efeitos de definição da atividade são aceitos pelo Ministério do Turismo tanto os termos Turismo Rural quanto Agroturismo, o que não contribui para diferenciação entre essas modalidades.

De maneira geral o que define a modalidade é o fato dela ser praticada em uma propriedade rural produtiva, geralmente de exploração familiar, cuja função precípua é a complementação da renda familiar, onde os visitantes

oriundos do meio urbano podem experimentar maior contato com a natureza e com o modo de vida do campo. (SELVA, 1998)

O turismo rural ainda deve desempenhar outras funções para além das atividades agropecuárias, tais como a valorização, manutenção e divulgação de culturas locais e a preservação do patrimônio ambiental e cultural, além da fixação de habitantes no campo. (MTur, 2004)

## 2.5 IMPACTOS AMBIENTAIS ORIUNDOS DAS ATIVIDADES DO TURISMO RURAL

Como ocorre em qualquer outra atividade econômica, a oferta turística pode trazer resultados indesejáveis, tanto ambientais, quanto socioeconômicos. Entre os possíveis impactos indesejáveis do turismo no meio rural, Camponhola (2001) destaca a instabilidade da renda em função dos empregos temporários, a elevação dos valores da terra e do preço de mercadorias e serviços, o aumento de atividades consideradas socialmente indesejáveis, o comprometimento da naturalidade da paisagem, em função da ausência de planejamento da ocupação, a contaminação de mananciais e de ambientes naturais, a degradação da qualidade de monumentos históricos e dos recursos naturais mais sensíveis.

De acordo com Resíduos no Brasil (2009), os resíduos rurais incluem todos os tipos de resíduos gerados pelas atividades produtivas nas zonas rurais, quais sejam os resíduos agrícolas, florestais e pecuários. A quantificação dos resíduos rurais é realizada tomando como referência os "índices de colheita", isto é, relacionando o percentual entre a quantidade total de biomassa gerada por hectare plantado de uma determinada cultura e a quantidade de produto economicamente aproveitável (RESÍDUOS NO BRASIL, 2009).

Os impactos gerados pelo turismo rural podem ser representados pelos seguintes aspectos (FÁVERO, 2000):

- (i) Revitalização de regiões "adormecidas", a partir do desenvolvimento de uma nova atividade econômica;
- (ii) Fixação do homem no campo, contribuindo assim, para a diminuição do êxodo rural;

- (iii) Valorização e resgate da cultura local, que constituem os principais atrativos turísticos de cada região;
- (iv) Preservação do patrimônio arquitetônico e do meio ambiente, aspectos de suma importância e que expressam as peculiaridades dos espaços rurais;
- (v) Recomposição das áreas degradadas, a partir de um cuidado maior com o meio ambiente e com a prática de atividades que podem causar danos aos recursos naturais;
- (vi) Melhoria das condições de vida da população local, decorrente do aumento da renda e de investimentos na parte de infraestrutura (saneamento básico, rede elétrica, telefonia, serviços públicos e de comércio etc.);
- (vii) Melhoria da formação educacional do homem do campo, aspecto de suma importância para um desenvolvimento bem-sucedido do turismo rural;
- (viii) Geração de empregos, com o surgimento de novas oportunidades, envolvendo as mais diversas áreas;
- (ix) Melhoria da situação da mulher, que passa a sentir-se mais valorizada em sua nova atividade;
- (x) Valorização dos produtos locais, que passam a ter mais qualidade, uma vez que serão ofertados aos turistas e à comunidade;
- (xi) Estreitamento das relações estabelecidas entre o campo e a cidade, a partir da troca de informações e experiências entre ambos;
- (xii) Aumento das receitas dos municípios, em virtude, principalmente, da circulação de recursos deixados pelos turistas.

Sendo assim, as atividades do turismo rural contribuem para o desenvolvimento do mesmo em três níveis: (1) demográfico, por meio da fixação da população, sobretudo, a mais jovem; (2) socioeconômico, pela criação de emprego, melhoria dos rendimentos e diversificação das atividades econômicas; e (3) cultural, pela promoção e recuperação do patrimônio arquitetônico, de hábitos, usos e costumes, e dinamização dos diversos produtos regionais. (ELESBÃO, 2010)

Esse crescimento das destinações de turismo rural foi impulsionado pela inserção de objetos técnicos no espaço rural, sobretudo pela maior infraestrutura

(vias de circulação, energia elétrica, comunicações, etc.) e equipamentos (hotéis, restaurantes, postos de informações turísticas, etc.), fundamentais para o desenvolvimento do turismo. Por conseguinte, os novos empreendimentos de turismo no espaço rural vêm contribuindo para a transformação e densificação técnica do espaço rural e, conseqüentemente, para a complexificação de objetos, atores e ações no rural. Assim como todas as atividades econômicas, a oferta do turismo rural trouxe consigo conseqüências socioespaciais, chamadas também de impactos do turismo rural.

Nos parágrafos a seguir, foram construídos acerca de estudos relacionando quaisquer tipos de impacto ambiental, seja no âmbito negativo ou positivo, como também econômico.

Pires et al (2009) relatam que o desenvolvimento do turismo em áreas rurais e a avaliação de impactos no contexto do planejamento ambiental e ordenamento do território, constituem os dois principais eixos temáticos de seus estudos realizados no município de Santa Rosa de Lima - SC, Brasil.

Sendo concluído que a perspectiva da aplicação propriamente dita da matriz de impactos, com a atribuição de valores de magnitude e de importância para cada atuação humana em cada âmbito afetado, ao mesmo tempo que se constata a escassez de literatura nacional e internacional sobre a aplicação de modelos matriciais para a avaliação de impactos da atividade turística.

Ao avaliar indicadores e apresentar uma estratégia metodológica que possa qualificar o potencial agroturístico da Fazenda Fartura, em Socorro, SP, Pedreira *et. al* (2009) ressaltam que a mesma apresenta alto potencial natural de risco de erosão do solo. Os Indicadores foram avaliados para agricultura e pecuária, para conservação dos elementos naturais, para o turismo e para a infraestrutura física e social; cujos resultados obtidos apontaram as limitações e potencialidades da propriedade rural para o desenvolvimento do agroturismo.

Como a viabilidade ambiental da exploração do agroturismo, envolve as atividades agropecuárias produtivas das propriedades rurais, requer atenção em relação à conservação dos recursos naturais (Pedreira e Santos, 2010), deve-se evitar a implantação dessa atividade em ecossistemas frágeis e com maior risco de degradação, uma vez que as atividades agroturísticas geram impactos ambientais, principalmente ligados à perda de qualidade das águas, à diminuição de cobertura vegetal natural e à erosão do solo.

A bibliografia contemporânea sobre o tema sustentabilidade do turismo ambientado no espaço rural aponta que as atividades turísticas e infraestruturas devem estar localizadas em áreas bem escolhidas, limitando o seu desenvolvimento em regiões sensíveis.

Assim, como pressuposto, tem-se que o desenvolvimento da atividade turística rural de forma sustentável deva ser alcançado através da integração de premissas conservacionistas e o caminho é o planejamento ambiental. Presume-se que se o Turismo Rural for implantado nas fazendas produtivas localizadas nas áreas onde o potencial agroturístico é elevado, e com a devida destinação das áreas de restrição de uso, terá maior chance de se desenvolver em harmonia com o ambiente, minimizando os impactos. (PEDREIRA E SANTOS, 2010)

O turismo apresenta um aspecto que demonstra a sua magnitude enquanto atividade econômica e seu efeito multiplicador. Nessa dimensão econômica, ele parece ser extremamente rentável, mas tal simplicidade abarca outros custos que devem ser considerados. Os custos de custo social, cultural e o ambiental, e que denotam uma complexidade e aspectos multicausais, pois a visitação às localidades receptoras gera implicações positivas e negativas.

Sendo assim, na atração de turistas são ignorados certos preceitos básicos de preservação e que geram impactos ambientais negativos nas regiões receptoras. Sendo assim o turismo sustentável só pode ser alcançado também pelo dimensionamento da sustentabilidade econômica e sociocultural, pensadas e colocadas em equilíbrio com a sustentabilidade ambiental como forma de promover a responsabilidade ambiental e ecológica no espaço rural brasileiro (VEZZANI, 2008).

De acordo com Fucks (2001), os desequilíbrios e impactos resultantes do processo de globalização da economia e da revolução tecnológica impõe a necessidade de se buscar novas alternativas ao desenvolvimento rural e, particularmente, para a agricultura, uma vez que a situação de pobreza, de exclusão social, de degradação dos recursos naturais e de disparidades econômicas persistem no cenário do espaço rural brasileiro. Em virtude disto, o cenário agrícola em pequenos municípios parece tentar emergir para uma busca gradual da multifuncionalidade de seu espaço, com a inserção de atividades não agrícolas. Estas atividades podem contribuir para a agregação de renda e emprego para a comunidade autóctone, proporcionando um desenvolvimento

endógeno, alicerçado nos princípios de um desenvolvimento sustentável, onde a preocupação com a preservação ambiental é crucial.

Neste sentido, o desenvolvimento de atividades turísticas constitui-se como fator importante para tentar, de alguma forma, dinamizar a economia de pequenas propriedades rurais e proporcionar uma melhoria na qualidade de vida da população envolvida.

Assim, as segmentações elencadas para o estado envolvem as questões relativas à tecnologia, ao meio rural e ao meio ambiente natural, propiciando o debate das questões ecológicas de forma geral. Ao abarcar o meio ambiente e o desenvolvimento tecnológico, contemplam-se os processos relativos à degradação e/ou destruição ambiental, tais como: a perda da fertilidade do solo e a pressão sobre os ecossistemas; os processos decorrentes, geralmente, de práticas agrícolas inadequadas, as tecnologias ultrapassadas, à produção massiva, às necessidades sociais e outros fatores que repercutem negativamente sobre o meio ambiente, o social e o produto turístico envolvido. (VEZZANI, 2008)

## 2.6 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO TURISMO RURAL

A atividade do turismo no espaço rural carrega uma série de valores e atributos, como uso racional do meio ambiente; usos, tradições e costumes; e paisagem. Garantindo assim a melhoria nas condições de vida das populações que exploram essa atividade e permitem tanto ao território rural quanto a seus habitantes absorverem a perspectiva de consolidação econômica das unidades produtivas e de desenvolvimento local, sem, no entanto, eliminar as atividades agrícolas consolidadas. Sua finalidade é, em síntese, integrar a prática e a produção de turismo no conjunto dos espaços físico, cultural e econômico, do meio rural, contribuindo para a humanização do viver.

Atualmente, no momento em que o turismo é apontado como a alternativa econômica para o mundo subdesenvolvido, deve-se discutir a possibilidade de aproveitamento do patrimônio arquitetônico e paisagístico e, especialmente humano, de algumas propriedades, para implantação dessa atividade, incorrendo-se no menor impacto possível ao “meio ambiente”, entendido este como espaço/tempo “socio-econômico-cultural”. Espera-se, com esta nova

atividade, que seja gerada uma “renda complementar” para os pequenos proprietários rurais, antes do que como alternativa exclusiva para a transformação do meio em que vivem. Se o mundo científico, governos e organismos não-governamentais procuram formas alternativas ao turismo de massa e opções econômicas para áreas pouco desenvolvidas, estudar o turismo ecológico em meio rural representa uma maneira de contribuir para o planejamento, a implantação e manutenção desse tipo de atividade econômica. (VAL, 2017)

A concepção de desenvolvimento territorial procura valorizar as potencialidades locais e regionais e observar as variáveis endógenas que podem explicar as dinâmicas de desenvolvimento diversificadas, concretizadas em trajetórias particulares destes locais e regiões. Assim, o desenvolvimento local e regional “pode estar relacionado a projetos endógenos ao lugar” (BLOS, 2000). Valorizar o endógeno significa ressaltar nos projetos os recursos existentes dentro do próprio território, como a identidade, a cultura local, os produtos, o modo de produção e a própria paisagem.

Um dos pontos importantes a considerar na perspectiva do desenvolvimento local refere-se ao aproveitamento das especificidades de cada localidade ou território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades. (CAMPANHOLA E SILVA ,2000)

É de total relevância que se verifique os roteiros ecoturísticos sejam utilizados em sua diferenciação, envolvendo os traços da culinária local de suas respectivas regiões. Sendo assim o mesmo autor menciona que ao demonstrar a inserção da culinária local no ecoturismo é diretamente proporcional à ruralidade, à manutenção das tradições culturais e ao interesse mercadológico em pratos classificados como típicos. Concluindo que os limites da tipificação, da transformação cultural dos autóctones, do papel da culinária local na caracterização do ecoturismo e da aceitação dos ecoturistas aos produtos da culinária típica nos roteiros ecoturísticos.



## 2.7 PLURIATIVIDADE, MULTIFUNCIONALIDADE: O TURISMO RURAL COMO ESTRATÉGIA PARA O PRODUTOR RURAL

Como fenômeno social a pluriatividade começa a se generalizar na década de 1970, correspondendo à diversificação crescente nas fontes de renda e da inserção profissional dos indivíduos pertencentes a uma mesma família de agricultores diminuindo o peso das atividades agrícolas na composição da renda familiar ou pessoal dos residentes do meio rural (SCHNEIDER, 2003).

A partir de meados dos anos 1990 há uma produção maior de estudos acerca da pluriatividade na agricultura brasileira, principalmente pelo desempenho que emprego não-agrícola vem apresentando no meio rural brasileiro. Segundo Schneider (2003), a pluriatividade sendo um fenômeno através do qual membros da família que habitam o meio rural optam pelo exercício de diferentes atividades, ou, mais rigorosamente, pelo exercício de atividades não-agrícolas, mantendo a moradia no campo e uma ligação, inclusive produtiva, com a agricultura e a vida no espaço rural.

Em concordância com o pensamento de Schneider, Rodrigues (2001) também defende que estas mudanças no cenário rural possibilitam ao produtor rural novos tipos de atividades ligadas ao seu cotidiano e que vão além de apenas cumprir funções primárias da produção agrícola, podendo desenvolver as chamadas atividades não-agrícolas. Estas atividades não-agrícolas, conduzem a uma refuncionalização do rural dando as famílias rurais oportunidades de criar novas fontes de renda. Neste cenário, surgem atividades de meio de hospedagem, lazer, educativas, de conservação do patrimônio cultural e natural, entre outras. (RODRIGUES et al., 2001)

O recurso a atividades não-agrícolas é uma prática antiga na sociedade, e não só no Brasil, e tem sido analisada como uma característica intrínseca à agricultura familiar, isto é, como uma estratégia de reprodução social do grupo doméstico, frente a situações adversas (CARNEIRO, 2006).

A agricultura, por não ter conseguido competir com a diversificação econômica e a criação de novas oportunidades de trabalho do meio urbano, vinha perdendo progressivamente o seu caráter de fixador do homem no campo, conduzindo-o a um processo de esvaziamento e gerando uma crise em grande parte do espaço rural do mundo ocidental, no que diz respeito à empregabilidade,

obtenção de rendimentos, à satisfação das necessidades familiares básicas e com relação à ocupação do território (CAVACO, 2000).

O rural passa, então, por uma renovação de princípios, verificando-se, para Ferreira e Maia (2010), uma busca não mais por um desenvolvimento agrícola, modernizador do campo, como no modelo produtivista, mas sim voltado para o desenvolvimento rural.

## 2.8 TURISMO RURAL NA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

O planejamento turístico da Região Metropolitana de Curitiba (RMC) teve início em 1996, foi desenvolvido pela Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC) e apoiado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER), com intuito de criar alternativas e emprego para região. (PARANÁ, 2000)

A partir do projeto piloto de implementação de um circuito de turismo realizado em 1998 no município de Colombo, buscou-se um levantamento de potencial dos municípios da RMC, tais como Piraquara, Quatro Barras, São José dos Pinhais dentre outros. Sendo os roteiros municipais da proposta regional do “Anel do Turismo” – programa de implementação de atividade turística na RMC – sendo adaptados de acordo com as necessidades, particularidades, interesses e dinâmicas de cada região. (PARANÁ, 2000)

Cercada por áreas de proteção da natureza e muitas atrações como cachoeiras, lagos, trilhas e cavernas, a RMC possui um alto potencial turístico para desenvolvimento de Turismo Rural, Ecológico e voltado para prática de esportes radicais. (PARANÁ, 2000)

Apontando para Rota do Pinhão no desenvolvimento do turismo da RMC, explorado neste trabalho, Paraná (2000), relata que:

Além disso, Secretaria de Turismo do Paraná, Fórum Metropolitano de Turismo, Instituto Municipal Curitiba Turismo e Sebrae-PR propuseram a segmentação turística como uma estratégia para o planejamento, estruturação, comercialização e desenvolvimento do destino turístico denominado Rotas do Pinhão (Curitiba e Região Metropolitana) que envolve os municípios de: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Bocaiuva do Sul, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Mandirituba, Piên, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais e Tijucas do Sul.

Dada importância demonstrada e participação no desenvolvimento do Turismo no Paraná, a Rota do Pinhão recebeu uma atenção mais intensa nos anos de 2006 e 2007, quando foi apresentada uma proposta geral de desenvolvimento por meio do SEBRAE em parceria com o Ministério do Turismo. (LACAY, 2012)

Foi realizada uma proposta de desenvolvimento estratégico com o desenho de logomarcas que seriam incorporadas na promoção e venda do destino, assim como também o projeto recomendava a melhoria da competitividade e sustentabilidade das empresas do setor e do destino turístico como um todo, sendo implementado dentro dos princípios da regionalização do turismo e desenvolvendo ações coletivas com parceiros e instâncias de governança regionais (SEBRAE, 2009)

A região precisava ter um movimento, com a economia local, ter produtos turísticos e atrativos em potencial. A realização do acordo de parceria entre as instituições, a construção das logomarcas e os investimentos em capacitação e organização das rotas numa concepção única fortaleceriam o destino Rotas do Pinhão na visão do SEBRAE. (LACAY 2012)

Os resultados do projeto foram aquém do esperado, gerando aumento do fluxo turístico, do faturamento, da oferta de produtos turísticos e da ocupação, fazendo a região ser mais competitiva, mais atrativa e também elevando a qualidade dos serviços ofertados. (SEBRAE 2009)

## 2.9 PRODUTOS TURISTICOS RURAIS NA REGIÃO ROTAS DO PINHÃO

Segundo a Secretaria do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo, a região Rota do Pinhão oferece diversos produtos tais como, o Caminho do Guajuvira, em Araucária; Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais; Circuito Italiano, em Colombo e Caminhadas na Natureza, promovido em diversos municípios.

No Caminho do Guajuvira é possível colher frutas como ameixas e pêssigo, pesque-pague, desfrutar de um café colonial polonês ou levar para

casa hortaliças orgânicas, compotas, geleias e licores. O circuito também oferece visita guiada aos sábados e possui estrutura e equipamentos como meio de hospedagem.

Já o Caminho do Vinho, bela região localizada em São José dos Pinhais, possui influencia italiana de imigrantes que se instalaram na Colônia do Mergulhão. O Caminho se destaca pela produção de vinhos, visitas em vinícolas e experiências gastronômicas da culinária italiana, assim como outros produtos coloniais. As visitas guiadas são feitas através de uma linha turística, chamada de Linha Turismo – Caminho do Vinho.

No Circuito Italiano, localizado em Colombo, também se destacam as vinícolas e paisagens rurais, sendo o primeiro roteiro de Turismo Rural da Região Metropolitana de Curitiba, conforme já informado. E Caminhadas na Natureza basicamente é um programa que estimula pessoas de todas as idades a percorrer diversos municípios das Rotas do Pinhão, por meio de trilhas.

Com a pandemia do Covid-19, essas atividades em meio a pandemia que estão abertas, deverão sofrer atualizações sanitárias e estruturais, visto que uma série de medidas e protocolos foram criados para evitar ou diminuir o risco de contaminação com o vírus.

### 3 TURISMO E OS IMPACTOS DA COVID-19

Segundo o IBGE, o Turismo representa 3,71% do PIB brasileiro. Em um contexto mais global, existem muitos países onde a atividade ultrapassa 50% da geração de receita nacional. A atividade é de suma importância para o desenvolvimento de qualquer economia e sociedade.

A paralização praticamente total das operações do setor turístico mudou completamente os próximos passos da atividade, visto que além de muitas empresas, multinacionais inclusive, ou encerraram suas operações ou diminuíram drasticamente o número de funcionários. O impacto financeiro foi um dos maiores da história.

Apenas no Brasil, um relatório econômico da Fundação Getúlio Vargas (2020) contabiliza que houve uma perda de mais de R\$ 100 bilhões na geração de receita com a pandemia. Os danos da pandemia são significativos e diretos, visto que se agravam com a duração do período de isolamento social, pois viagens e movimentação são limitadas entre locais com o foco da doença.

A Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (2020) publicou uma pesquisa de sondagem empresarial em diversos estados e cidades do Brasil com quase 5 mil questionários. As áreas foram as diversas do setor, desde agências e meios de hospedagem até transportes, aviação e vinícolas. Em maioria, micro e pequenas empresas, com faturamento impactado a partir de março de 2020, sendo maior o pior mês dos resultados da pesquisa.

Percebeu-se também que quase 60% dos entrevistados preveem uma redução de mais de 50% do faturamento e os segmentos que mais demitiram foram as agências e os meios de hospedagem, que viram suas operações paralisadas com a pandemia. (REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO, 2020)

Para FGV (2020), a recuperação tende a ser lenta “e será motivada, em um primeiro momento, pelo retorno do consumo, especialmente por viagens essenciais, saúde e visita a parentes após o surto da doença”.

Ainda no meio econômico, os praticamente 6 meses de impacto drástico gerado pelo distanciamento social na atividade afetou diretamente os 2 milhões de empregos da atividade no país. A FGV (2020) em seu segundo relatório sobre os impactos econômicos do Covid-19 ao turismo, estima que existem dois

cenários de perda de empregos com as medidas de proteção, e já foram mais de 500 mil postos de trabalho excluídos com a pandemia, número este que pode ser dobrado com novas medidas de isolamento social.

Considerando alguns dos muitos impactos econômicos gerados pela pandemia ao Turismo, Mariuzzo (2020) aponta que o Turismo não será mais o mesmo em vários sentidos, e que a tendência inicial de retorno da atividade deverá ser lenta e com viagens mais curtas, nacionais inclusive.

A professora Patricia Mariuzzo, em matéria divulgada pela PUC (2020), aponta que:

Sair pelo mundo novamente é uma ideia que nos encanta mais do que nunca: encontrar pessoas, ver novas paisagens, vivenciar experiências únicas, experimentar novos sabores. Por isso, creio que teremos um novo turismo e um novo turista, não somente pelos protocolos de segurança sanitária, mas sobretudo pela mentalidade de vivenciar realmente os destinos.

Acredita-se que a recuperação do turismo, portanto, apesar de lenta, será de suma importância para sociedade e economia.

### 3.1 TURISMO E COVID-19 NO PARANÁ

O Paraná, como a maioria dos estados brasileiros, ainda batalha contra a pandemia com medidas preventivas e sanitárias. O Estado optou por não decretar completo *lockdown* mas algumas de suas grandes cidades ainda sofrem com as taxas de ocupação e números de casos.

Dados do Informe Epidemiológico da Secretaria de Saúde do Governo do Estado publicado em 20 de setembro de 2020 apontam que cidades como Foz do Iguaçu, Londrina e Maringá ainda necessitam de atenção por conta da alta taxa de incidência de casos. Foz do Iguaçu, por sua vez, encontra-se no nível de emergência acima de 50% de incidência de casos.

No Informe, o Estado do Paraná conta com quase 4% do número de casos e óbitos do Brasil. Nesta data, ainda são mais de 2.000 leitos de UTI com casos suspeitos ou confirmados das redes pública e privada. (SECRETARIA DE SAÚDE DO PARANÁ, 2020)

No Município de Curitiba, as atenções completas ainda se voltam para o vírus, pois a cidade ainda possui óbitos ocorrendo diariamente e centenas de novos casos. A taxa de ocupação da rede pública da cidade preocupa com 80% fazendo com que a cidade estenda seu período de isolamento social parcial. (SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE CURITIBA, 2020)

Abrangendo ao cenário econômico e os impactos da pandemia causados à atividade turística, o Observatório de Turismo do Paraná (2020) realizou uma pesquisa no Estado com empresas e prestadores de serviços do setor turístico (restaurantes, hospedagem, guias de turismo, agências e outros órgãos) para analisar estes impactos.

Sendo a maioria dos entrevistados micro e pequenos empresários e com muita experiência na atividade (a partir de 10 anos), os impactos financeiros causaram uma incerteza quanto aos preços dos serviços, entretanto não houve considerável aumento de preço em nenhum dos serviços. (OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ, 2020)

Um outro dado interessante referente aos preços praticados dos serviços turísticos, 75% dos entrevistados tiveram de reduzir seus preços entre 10 e 50% e foi a partir de março que a pandemia começou a realmente afetar os negócios, onde gerou impactos no faturamento a em mais de 50%, na maioria dos entrevistados, e maio foi o mês (desde o início da pandemia) onde o maior número de empresários encerrou suas atividades com os impactos do faturamento. (OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ, 2020)

Como observado nos relatórios da FGV sobre os impactos da pandemia do Covid-19 no Brasil, a maioria das empresas do ramo viu seu faturamento despencar, muitas vezes próximo a 100%. No Paraná, a esperança da maioria dos prestadores de serviço da atividade é de que o faturamento volte aos patamares anteriores somente em 2021.

Com estes dados apresentados, apesar dos grandes impactos causados ao Turismo, a pandemia surge como uma possibilidade de renovação e de mudança de perfil de consumo. A busca por áreas abertas será maior, menor aglomeração e mais contemplação também será buscado pelo novo turista.

SEBRAE (2020) aponta que o turista pós pandemia terá um perfil mais específico, será um turista mais conectado (que planejará mais suas viagens, fará com mais antecedência para poder se atentar a todas as novas regras; terá

um consumo mais consciente; medo de aglomeração; foco em sustentabilidade; redução da renda que dará mais valor aos preços e experiências; valorização da pequena empresa e dos negócios locais; crescimento das compras online; preferência por destinos e empresas realmente sustentáveis; preferência de compra por empresas que ofereçam mais flexibilidade para alterações e cancelamentos; maior preocupação com as medidas de higiene e segurança sanitária; preferência por *check in* online; preferência por comer em casa ou no quarto de hotel; aumento da demanda por atividades de natureza e espaços ao ar livre; passeios e atividades realizados para grupos pequenos e preferência por produtos locais.

Com o novo perfil do turista e as possíveis mudanças que possam vir a ocorrer a curto, médio e longo prazo, como apresentado pelo Sebrae (2020), apresenta-se uma oportunidade para os microempreendedores e regiões turísticas com potencial no Turismo Rural e nas atividades ligadas à natureza e contemplação, pois tendem a ser destinos mais próximos, destinos de menor aglomeração e com custo menor comparado a viagens longas, internacionais ou de luxo.

Para que o Turismo Rural aproveite as oportunidades que poderão surgir, será necessário não apenas estar atento às regras e diretrizes para promoção das atividades nesses espaços, mas também as colocar em prática. No próximo capítulo serão apresentadas as regras importantes e determinantes para desenvolvimento das atividades turísticas nesses espaços rurais.

### 3.2 TURISMO E AS DIRETRIZES PÓS PANDEMIA EM CURITIBA E REGIÃO

Este tópico possui extrema importância para o desenvolvimento do trabalho, visto que abordará as diretrizes e medidas tomadas pelos órgãos públicos responsáveis para reabertura, fiscalização e manutenção do cumprimento das exigências sanitárias.

Vale ressaltar, que se tratando de medidas de prevenção contra calamidade pública e pandemia, não há uma regra universal ou protocolo único para seguimento dessas medidas, visto que, segundo o governador do Estado do Paraná, Ratinho Júnior, em matéria publica no jornal O Globo: "Não tinha lógica em fazer um decreto universal, onde uma cidade de cinco mil habitantes tivesse as mesmas orientações do que Curitiba (...)".



Portanto, importante salientar que as medidas citadas abaixo, serão guiadas pelos decretos e documentos divulgados pelas secretarias e órgãos de regulamentação da capital, Curitiba, que podem também ser seguidas por outras cidades.

### 3.3 REABERTURAS E ISOLAMENTO

O município de Curitiba implementou um sistema de bandeiras de 3 cores para definir a situação da pandemia no município, como reabertura/fechamento dos estabelecimentos e espaços urbanos ou restrição social. São elas as cores Amarela (Alerta), Laranja (Médio Risco) e Vermelha (Alto Risco).

A análise feita para determinação do nível vigente, segundo a Prefeitura de Curitiba, dá-se principalmente pelo aumento ou diminuição do número de casos, assim como também controle rigoroso do número de leitos disponíveis no sistema público de saúde.

O quadro abaixo, divulgado pela Prefeitura de Curitiba, mostra a relação das cores com as medidas ideais para o funcionamento ou restrição das atividades e estabelecimentos comerciais:

ATIVIDADES	ALERTA	MÉDIO RISCO	ALTO RISCO
Cabeleireiros, manicure, pedicure e outros serviços de cuidados com a beleza	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Recomendável Suspensão	Fechado
Comércio varejista - lojas de rua	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Funcionamento com restrição de horário	
Higiene de Animais Domésticos	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Recomendável Suspensão	
Serviços de Ambulantes Alimentação	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Recomendável Suspensão	
Hotéis	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Funcionamento com restrição de capacidade de ocupação	
Escritórios em Geral, Empresas de Tecnologia e Coworking	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Funcionamento com restrição de horário	
Serviços Imobiliários	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Recomendável Suspensão	
Academias e Práticas Esportivas	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Fechado	
Felras de Artesanato	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Recomendável Suspensão	
Igrejas e Templos Religiosos	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Fechado	
Praças e Parques Públicos	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Fechado	
Atividades na modalidade Drive-In	Decreto Municipal 739/20 e Protocolo Sanitário e Social	Funcionamento com restrição de horário e de capacidade de ocupação	
Shopping Centers e Galerias	Resolução 01/20 e Protocolo Sanitário e Social	Fechado	
Estabelecimentos de ensino*	Fechado	Fechado	

\* O retorno das Atividades de Ensino ficará sujeita a análise da situação epidemiológica do município, em consonância com as Secretarias Municipais de Saúde e Educação. Além disso, deve-se considerar a liberação desta atividade pelo governo estadual tendo em vista a vigência do Decreto Estadual 4258/2020.

**CURITIBA CONTRA CORONAVÍRUS**

Saúde Já CURITIBA

Obs: Outras atividades não listadas devem seguir a Resolução 01/20 e o Protocolo de Responsabilidade Sanitária e Social e demais legislações relativas à pandemia. E ainda a SMS poderá divulgar normas específicas relativas ao funcionamento de acordo com a mudança das bandeiras.

### 3.4 MEDIDAS OBRIGATÓRIAS PARA REABERTURA

Segundo a Prefeitura de Curitiba (2020), as regras estabelecidas pelo Comitê de Técnica e de Ética Médica da Secretaria Municipal da Saúde estão disponibilizadas em diversos protocolos específicos para estes fins e também foram disponibilizados a público por meio do Protocolo de Responsabilidade Sanitária e Social, que é um compilado das medidas vigentes em um único documento, segmentadas da seguinte forma:

- Cuidados no atendimento ao público;
- Capacidade de ocupação;
- Distanciamento de Pessoas;
- EPI's (Equipamentos de Proteção Individuais);
- Higienização;
- Máscara;
- Proteção de Grupo de Risco.

Tais segmentos possuem uma série de medidas obrigatórias e indicadas e segundo o documento da Prefeitura de Curitiba (2020) estas devem ser adaptadas e criadas individualmente um plano completo para cada setor ou estabelecimento, visto que cada modalidade principalmente tratando-se do setor de serviços possui peculiaridades.

Levando em consideração as medidas e diretrizes para reaberturas, visto que não há no Estado do Paraná, nesta data, cidades em *lockdown*, empresas do setor turístico já vem se adaptando às novas regras principalmente com o uso dos equipamentos de proteção obrigatórios, como máscaras e luvas. Mas é preciso estar atento às divulgações da Secretaria de Saúde de Curitiba e do Estado do Paraná para acompanhar os novos informes e resoluções sobre a pandemia.

Com isso, a necessidade de treinamento, informações e auxílio ao microempreendedor rural será de extrema importância, tanto por parte do poder público quanto em relação a própria união da iniciativa privada. No próximo

capítulo será descrita a metodologia do trabalho para consequência do projeto de turismo que será apresentado.

## **4 METODOLOGIA**

A metodologia é responsável pela definição dos métodos e técnicas de pesquisa que determinarão os passos a serem percorridos, pois será por intermédio destes passos que o objetivo geral e específicos serão atingidos para a elucidação do problema da pesquisa.

### **4.1 TIPOS DE PESQUISAS**

Abaixo, serão descritos os dois tipos de pesquisas que serão realizados nesta parte metodológica para possibilitar atingir os objetivos específicos do trabalho.

#### **4.1.1 PESQUISA DESCRITIVA**

Para o desenvolvimento inicial deste trabalho será utilizada a pesquisa descritiva. Como considera Gil (1989, p. 45), pesquisas deste tipo tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis.

Dentre as pesquisas descritivas salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar características de um grupo: sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc. [...] as que se propõem a estudar o nível de atendimento dos órgãos públicos de uma comunidade, as condições de habitação de seus habitantes, índice de criminalidade [...] São incluídas neste grupo as pesquisas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população. Também são pesquisas descritivas aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis, como, por exemplo, as pesquisas eleitorais que indicam relação entre preferência político-partidária e nível de rendimentos ou de escolaridade. Algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, pretendendo determinar a natureza dessa relação. Neste caso tem-se uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa. (GIL, p.45, 1989)

#### 4.1.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Para atingir o primeiro e segundo objetivo específico proposto, de discussão dos aspectos conceituais do Turismo Rural, e de identificação da existência e estruturação do Turismo Rural na Rota do Pinhão na RMC, respectivamente, o presente estudo se apoiará no método de pesquisa exploratória. Assim como também, analisou-se anteriormente, os impactos positivos e negativos das atividades do Turismo Rural em diferentes regiões do Brasil.

Em Métodos e Técnicas de Pesquisa Social, Gil (1989) diz que as pesquisas exploratórias tem o objetivo de proporcionar visão geral acerca de determinado fato, principalmente quando o tema é pouco abordado, tendo como principal finalidade o desenvolvimento, esclarecimento e modificação de conceitos para futuros estudos e/ou formulações de problemas.

## TÉCNICAS DE PESQUISAS

Nesta etapa serão apresentadas as técnicas de pesquisas que serão aplicadas para desenvolver este trabalho.

### 4.2.1 PESQUISA DOCUMENTAL E BIBLIOGRÁFICA

Para a pesquisa exploratória será utilizada a técnica de pesquisa documental e bibliográfica - pesquisa documental escrita, em arquivos públicos, fontes de estatística, documentais digitais e pesquisa bibliográfica por publicações e materiais cartográficos - dissertando a respeito do Turismo Rural. Portanto, “a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não” (MARCONI E LAKATOS, p.174, 2003).

A respeito da pesquisa bibliográfica Lakatos e Marconi dizem que:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto[...]. (MARCONI E LAKATOS, p. 183, 2003)

Este tipo de pesquisa nos permite alinhar conceitos e conseqüentemente atingir o objetivo específico deste trabalho com a interligação de conceitos de Turismo Rural, Educação Ambiental e Turismo na Região Metropolitana de Curitiba, especificamente na Rota do Pinhão.

Por fim, como afirma Gil (1989, p.43) está se caracteriza como uma pesquisa social, pois “permite a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social” de razão prática, pois se baseia no desejo de conhecer para fundamental interesse de utilização.

Neste meio de pesquisa, conseguiu-se obter um direcionamento conciso nos tópicos abordados, contextualizando a atividade turística, especificamente, no segmento rural, às adequações das novas medidas de prevenção contra o Covid-19. A seguir, estruturando em conjunto aos conceitos apresentados, foi

elaborado o projeto de Consultoria para micro e pequenos empreendedores da atividade turística rural, demonstrado a seguir.

## **5 PROJETO DE TURISMO**

A construção do Projeto de Turismo tem como objetivo trazer à prática da atividade os conceitos teóricos e as abordagens empíricas feitas pelo elaborador. O intuito é desenvolver a atividade prestando conhecimento e serviços em prol da iniciativa privada ou do turista, alinhando a experiência do meio rural e a importância que este espaço tem para sociedade e vida como um todo.

Este projeto será montado à base de um perfil de Consultoria Personalizada, ou seja, um serviço pago, prestado ao microempreendedor que desejar um acompanhamento individual para implementar as medidas e regras sanitárias com qualidade, obtendo treinamentos para que assim possa desenvolver suas atividades com proteção aos seus visitantes e funcionários e dentro das exigências.

A Consultoria terá duração de 30 dias e duas etapas, que serão descritas no decorrer deste capítulo. A Etapa 1 será com foco no entendimento do espaço em si e auxílio na compra dos equipamentos de proteção e segurança, seguindo as regras exigidas e o melhor custo-benefício para o cliente. Na Etapa 2, após implementação e adaptação daquele espaço, serão feitas conferências e treinamentos para que os funcionários e proprietários tenham ciência do processo e cuidados necessários.

O desenvolvimento das explanações mais individuais do processo de elaboração da consultoria podem ser visualizadas no item abaixo.

### 5.1 CONSULTORIA PARA ADEQUAÇÃO DAS ATIVIDADES DO TURISMO RURAL FRENTE ÀS MEDIDAS OBRIGATÓRIAS CONTRA COVID-19

A partir da reabertura parcial dos estabelecimentos em Curitiba e região, percebe-se falta de informação e conhecimento das medidas sanitárias que devem ser cumpridas fielmente para segurança de todos. Mesmo quando utilizado, experiências empíricas mostraram que há falta de treinamento, busca pela informação e conhecimento de uso e manuseio, principalmente no que se diz respeito aos equipamentos de proteção individual.

A Secretaria Municipal de Saúde de Curitiba (2020), ressalta que:

“Todos os estabelecimentos devem elaborar um Protocolo de Funcionamento para a operação das atividades em conformidade com o momento da pandemia, com as legislações e os protocolos aplicáveis a sua área de atuação, ficando sob sua responsabilidade a implantação e manutenção das medidas elencadas.”

A partir dessa premissa, entende-se que os agentes e equipamentos turísticos para continuar a desenvolver suas atividades, precisarão adequar-se aos novos protocolos. Portanto, para auxiliar o micro e pequeno empresário do meio turístico rural, foi desenvolvida uma consultoria personalizada, afim de adaptar e acelerar a retomada das atividades com segurança. O início do projeto terá as seguintes etapas:

- Criação de Site próprio e páginas em rede sociais com conteúdo;
- Investimento em Anúncios com regionalização da demanda;

- Desenvolvimento de material técnico;

A Consultoria será divulgada por meio das mídias sociais e site próprio, contendo contextualizações do panorama Covid x Turismo, canais de atendimento, solicitação de orçamento e os devidos credenciamentos.

Bezerra et al. (2014) aponta que a consultoria empresarial se opera em dois níveis, sendo eles: conteúdo e relacionamento. A primeira baseia-se na parte explícita do trabalho, onde entende-se o problema e estuda-se as possibilidades de resolução do mesmo. É uma etapa mais técnica e racional. Já a segunda é baseada no relacionamento com o cliente, onde o consultor entende sua aceitação ou resistência à solução proposta.

Para apresentar ao cliente o conteúdo da Consultoria personalizada, é preciso ter o conhecimento dos seguintes pontos:

- Local: informações como logradouro, tamanho do local, acessibilidade, aberto ou fechado.
- Capacidade: demanda em dias de semana e finais de semana e perfil do visitante.
- Atividades promovidas: internas ou externas.
- Meios de Comunicação: reservas, pagamentos, controle, funcionamento.
- Expectativa Financeira de Investimento.

Conhecendo a estruturação, oferta e demanda do local e a expectativa do microempreendedor, é feita uma visita in loco para conhecer mais da realidade das propriedades. Sendo possível atingir o nível 2 do processo de consultoria, como aponta Bezerra et al. (2014), tendo mais contato com o cliente e assim determinar quais as estratégias que serão adotadas em seu empreendimento.

As estratégias e procedimentos adotados sempre seguirão as medidas obrigatórias e recomendadas pela Secretaria Municipal de Saúde de Curitiba (2020), explanadas a seguir:

- Cuidados no atendimento ao público: disponibilização de álcool gel 70% para o público em locais de movimentação na propriedade, organização



de filas em locais de aglomeração tais como área de refeição, visitação e contemplação, sinalização nas propriedades e espaços para evitar o contato físico (como aperto de mão, beijos e abraços). Dar preferência aos pagamentos por QR Code, aproximação ou cartão bancário. Medir temperatura de todos os turistas e funcionários regularmente.

- Capacidade de ocupação: uma pessoa a cada 9m<sup>2</sup>, levando em consideração o número de visitantes e funcionários no local.
- Distanciamento de Pessoas: espaçamento mínimo de 1,5m entre as pessoas em todas as direções e controle de fluxo de entrada e saída, demarcar o posicionamento das pessoas em filas de atendimento (buffet, caixas, lojas de souvenirs e produtos artesanais).
- EPI's (Equipamentos de Proteção Individuais): obrigatório uso e fornecimento de máscara para funcionários e extras para visitantes, treinamento de prevenção e higiene para funcionários e fornecimento de uniformes higienizados para troca na entrada e saída dos funcionários.
- Higienização: limpeza profunda e manutenção de ambientes, ar condicionado, ventilação natural para locais fechados. Acesso fácil a local para higienizar as mãos.
- Máscara: uso obrigatório, individual e fiscalizado de máscara por todos. Trocas a cada duas horas.
- Proteção de Grupo de Risco: para o grupo de risco, recomenda-se o isolamento social. Para os trabalhadores do grupo de risco, recomenda-se o teletrabalho ou, se possível, atividades que gerem menor risco de contaminação.

No pacote da Consultoria Personalizada, será incluído a primeira visita ao local para registro, medida e necessidades do espaço, feita por consultores da empresa, os quais estarão treinados e com todas as informações e equipamentos de amostragem necessária. Também será incluído após a primeira visita de diagnóstico:

- Treinamento sobre higiene sanitária de funcionários;
- Auxílio na compra dos EPI's e sinalizações;

- Auxílio na utilização inicial destes EPI's e implementação sinalizações nos locais estratégicos;
- Treinamento sobre as adaptações das atividades turísticas;
- Auxílio na adaptação das atividades turísticas em conjunto com os EPI's;
- Duas novas visitas dos consultores para acompanhamento das atividades e auxílio em eventuais dificuldades operacionais ou de utilização.
- Produção e entrega de um manual de medidas sanitárias e dedicado às atividades desenvolvidas no local, com suas adaptações.

O valor da Consultoria Personalizada será de R\$ 2.500,00 para locais com taxa de ocupação de até 100 pessoas e R\$ 3.500,00 para acima de 200 pessoas. Este valor foi estabelecido levando em consideração a hora trabalhada, incluindo planejamento, deslocamento e as horas dedicadas presencialmente. Em média, cada visita in loco terá duração de duas horas e 30 minutos. Os valores podem sofrer alteração dada complexidade e quantidade de atividades desenvolvidas no local, que será estipulado no diagnóstico. Não inclui os custos do material EPI's, que será calculado com base no número de funcionários, visitantes e considerando a ocupação do local. Entretanto, será possível mensurar valores nos próximos itens.

## 5.2 ESTRUTURAÇÃO DA CONSULTORIA PERSONALIZADA

Após o primeiro questionário, onde o consultor entenderá todos os serviços, espaços e estrutura do local, a depender do tamanho e quantidade de pessoas que visitam e que trabalham e também após conversa com o microempreendedor, será precificado o valor da Consultoria. O cronograma abaixo auxilia o leitor da formulação da consultoria.

Os próximos passos após negócio fechado é a execução da Consultoria Personalizada afim de seguir um cronograma de auxílio, que será demonstrado abaixo:

CONSULTORIA PERSONALIZADA – ROTA DO PINHÃO – EXECUÇÃO (30 DIAS)	
Etapa 1	Visita ao local para início das diretrizes de adaptação
	Auxílio na compra do material sanitário, de sinalização, máscaras e uniformes
	Conferência da sanitização dos ambientes

	Estruturação das atividades turísticas prestadas
	Adaptação sanitárias e estruturais das atividades turísticas
Etapa 2	Implementação de sinalização e álcool gel nos ambientes
	Conferência do espaçamento dos ambientes de aglomeração e mobiliário (1,5m/9m <sup>2</sup> )
	Conferência dos EPI's dos funcionários, uniforme e treinamento (uso correto, manuseio, trocas e limpeza)
	Suporte durante 30 dias após implementações das medidas e protocolos com visitas a cada 10 dias
	Finalização do serviço

Fonte: a autora (2020)

Após finalização das implementações de melhoria do espaço contratado, será entregue ao empreendedor um manual das medidas obrigatórias e recomendadas adaptado e personalizado às necessidades para sua propriedade, com o objetivo de que os próprios empreendedores possam dar continuidade nos processos, treinar seus novos funcionários e adaptar de maneira mais adequada em qualquer possível modificação em seu espaço.

### 5.3 CUSTOS PARA O EMPREENDEDOR

- Álcool Gel 70%: R\$ 10,00 (unidade)
- Placas de Sinalização: R\$ 15,00 (unidade)
- Termômetro Infravermelho Digital: R\$ 90,00 (unidade)
- Fita de Sinalização: R\$ 8,00 (unidade)
- Máscara: R\$ 100,00 (100 unidades)
- Uniforme Proteção: R\$ 100,00 (conjunto unitário)
- Tapete Sanitizante: R\$ 100,00 (unidade)
- Produtos de Limpeza: R\$ 10,00 (água sanitária) + R\$ 10,00 (desinfetante)
- Manutenção de Equipamentos: R\$ 400,00 (unitário por equipamento)

### 5.4 CUSTO MÉDIO TOTAL DAS ADAPTAÇÕES AO MÊS

Abaixo, uma descrição do custo médio mensal para empreendimentos de 100 ou 200 pessoas de taxa de ocupação, tendo em vista que a maioria das propriedades da Rota do Pinhão são micro e pequenas empresas.

<b>ESPAÇO COM TAXA DE OCUPAÇÃO MÁXIMA – 100 PESSOAS</b>			
EPI's	Sinalização	Limpeza	Manutenção
R\$ 270,00	R\$ 80,00	R\$ 150,00	R\$ 100,00
Total Mensal: R\$ 600,00			
<b>ESPAÇO COM TAXA DE OCUPAÇÃO MÁXIMA – 200 PESSOAS</b>			
EPI's	Sinalização	Limpeza	Manutenção
R\$ 350,00	R\$ 120,00	R\$ 200,00	R\$ 150,00
Total Mensal: R\$ 820,00			

Fonte: a autora (2020)

O cálculo do custo médio total foi feito considerando a taxa de ocupação, no perfil de espaço rural onde o turista viaja para passar o dia, muitas vezes almoçando no local, experienciando alguma atração na parte da tarde e retornando para sua casa no final do dia. Este perfil de viagem é o mais comum na Rota do Pinhão. Os valores podem sofrer alteração dada complexidade e necessidade de cada local, estas são apenas recomendações de adaptações que atendam todas as exigências.

Também foi considerado para itens individuais e de gasto fixo por período, o prazo de 6 meses, para adaptar-se proporcionalmente ao valor médio mensal, considerando que 6 meses seja um prazo de necessidade de renovação destes custos, como manutenção e limpezas internas de ar-condicionado, que devem ocorrer normalmente em 8/12 meses, mas com a pandemia isso deve ser intensificado.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os impactos econômicos que a pandemia do Covid-19 causou em todos os setores da economia foram catastróficos. Percebeu-se que no setor terciário, onde encontra-se o Turismo, os serviços foram pausados, hospedagens canceladas e muitas solicitações de reembolso foram feitas às grandes empresas do setor.

Do micro ao grande empresário, a pandemia não esqueceu ninguém. Entretanto, em toda dificuldade é possível encontrar uma porta de oportunidade, o Turismo já se mostrou em diversas ocasiões um sustentador econômico e um gerador forte de emprego, informal e também formal.

E uma grande oportunidade percebida neste cenário difícil que vivemos, é que o perfil do turista vai mudar, e vai buscar tudo que o Turismo Rural possui:

liberdade, natureza, lugares abertos e menos contato físico. Foi realizada, portanto, uma contextualização da atividade turística alinhando conceitos do turismo rural e o micro empreendedorismo rural, com as necessidades de adaptações que devem ser feitas a partir da reabertura dos estabelecimentos com a diminuição do número de casos. Estes agentes precisam estar preparados para aproveitar a oportunidade.

O primeiro objetivo específico deste trabalho foi relacionar os conceitos do Turismo Rural e da atividade turística na Região Metropolitana de Curitiba, compreendido pelo apanhado de bibliografias conceituando o turismo, o espaço rural, as oportunidades e pluriatividade do setor, em conjunto com a oferta e turismo na Região Metropolitana de Curitiba.

Buscou-se entender, no segundo objetivo específico, os impactos econômicos que a pandemia causou diretamente no Turismo do Brasil e do Paraná, com dados importantes do Observatório de Turismo e da Fundação Getúlio Vargas, que apresentaram números negativos e impressionantes.

Não menos importante, o objetivo específico 3, foi entender quais as diretrizes e medidas de reabertura e funcionamento dos espaços e estabelecimentos com a continuação do controle dos casos, e percebeu-se por intermédio das Secretarias Municipais e de Estado de Saúde que existem diversas medidas e protocolos definidos para prevenção do contágio.

Por fim, no objetivo específico 4, foi necessário estruturar e desenvolver um meio de auxiliar os micros e pequenos empreendedores rurais, que precisarão de ajuda profissional para implementar estas adaptações em seus espaços e conseguir desenvolver suas atividades de forma segura e higienizada.

Concluindo os objetivos específicos propostos, entende-se que chegou-se ao objetivo geral, que é uma proposta de auxílio ao desenvolvimento da atividade turística rural com as adaptações obrigatórias e recomendadas, que foi pensado por meio de uma Consultoria Personalizada, que atenderia todos os requisitos necessários e apoiaria o micro e pequeno empreendedor a se capacitar e capacitar seus funcionários, de forma mais exclusiva e próxima.

Considera-se como ponto forte deste trabalho a riqueza teórica dos conceitos de turismo e ao mesmo tempo o alinhamento de dados atuais e necessários como os da pandemia que foi a maior do século. Tratar um assunto

tão atual é de suma importância para criação de conteúdo científico qualitativo e quantitativo deste momento delicado que vive a sociedade.

Menciona-se também que a falta de material acadêmico sobre o assunto transformou-se em uma dificuldade, entretanto dada novidade do tema entende-se ser normal essa dificuldade.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Ruralidade e desenvolvimento territorial**. Disponível em: <[http://www.abramovay.pro.br/artigos\\_jornal/2001/Ruralidade\\_e\\_desenvolvimento.pdf](http://www.abramovay.pro.br/artigos_jornal/2001/Ruralidade_e_desenvolvimento.pdf)> Acesso em: 25 ago. 2019.

BARRETO, M. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP. Papirus, 1995.

BAZANINI, R. FERREIRA, A. A. FÉRIS, J. R. R. RAVAGNANI, F. A. A Estratégia de Segmentação de Mercado como Vantagem Competitiva: Um Estudo Exploratório no Setor de Turismo 'Single' a Partir da Cidade de São Paulo. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 5, n. 1, p. 48-60, 2016.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC/SP. 1998.

BEZERRA, V. A.; SILVA, C. I.; LIMA, G. G. L.; GIACOMELLI, P. C. S.; LEPRE,

F. R. T. CONSULTORIA: O PAPEL DO CONSULTOR NAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS. **Colloquium Humanarum**, vol. 11, n. Especial, Jul-Dez, 2014, p. 277-285.

BLANCO, E. Turismo Rural: inventário turístico do meio rural. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 4, n. 4, p. 88-88, 2004.

BLOS, W. **O turismo rural na transição para um outro modelo de desenvolvimento rural**. In ALMEIDA, J. A.; RIEDL. M. Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP. 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil**. 2004. Disponível em:  
< <http://www.mda.gov.br/saf/arquivos/diretrizes.pdf> > Acesso em: 15 de agosto de 2020

BRASIL, MTur. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: MTur, 2006.

CAMPANHOLA, C.; SILVA. J. G. **O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro**. In ALMEIDA, J. A.; RIEDL. M. Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP. 2000.

CANDIOTTO, L. Z. P. 2009. **Turismo no Espaço Rural e Desenvolvimento Local: uma abordagem conceitual**. In: Seminário de Turismo no Espaço rural e Desenvolvimento Local da UNESP, 1, 2008, Presidente Prudente. **Anais ...** Presidente Prudente, SP.

CANDIOTTO, L. Z. P. 2010. Elementos para o Debate Acerca do Conceito de Turismo Rural. **Revista Turismo em Análise**.v.21, Pag.3-24.

CAVACO, C. **Turismo, comércio e desenvolvimento rural**. In: In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M (Org.). Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: EDUSC, 2000. Coleção Turis. Pp. 69-94.

CARNEIRO, M. J. **Pluriatividade da agricultura no Brasil: uma reflexão crítica**. In: SCHNEIDER, S. (Coord.). A diversidade da agricultura familiar. Série Estudos Rurais. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006. p.165-185.

CATAI, Henrique (Org.). **O Ambiente Rural é Turístico**. Ribeirão Preto – SP: Autores, 2006.

COSTA, M. A F. DA; COSTA, M.F.B. 2001. **Metodologia da pesquisa: conceitos e técnicas**. Rio de Janeiro, 1998. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura.

CRUZ, R. de C. A. **Introdução à Geografia do Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

ELESBÃO, I. Impactos socioeconômicos do turismo no espaço rural. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino de (Org.). **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Barueri: Manole; p. 137-149. 2010.

FÁVERO, I. M. R. **Diretrizes para o desenvolvimento sustentável do turismo rural: análise do caso 'caminhos de pedra'**. 2000.125 fl. Monografia (Curso de Especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul. 2000

FERREIRA, D. A. O., MAIA, A. C. Contribuições da ciência geográfica para as discussões sobre a relação multifuncionalidade do rural e turismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL – CBTR, 7. Presidente Prudente - SP. **O turismo rural e as territorialidades na perspectiva do campo e da cidade**. Rosana - SP: UNESP - Rosana, 2010. v.7. p. 1-16

FUCKS, P. M. Uma leitura do novo cenário rural e suas potencialidades de desenvolvimento a partir do turismo rural. **IN Revista Espaço e Geografia – Os movimentos sociais e os usos alternativos do espaço agrário**. Programa de Pós – Graduação em Geografia da UnB. Volume 4 N° 1, Janeiro/Junho 2001. Brasília. 2001.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Projetos. Impacto Econômico do Covid 19 – Propostas para o Turismo Brasileiro**, 2020.

GRAZIANO, S. DEL GROSSI, J. M.E. **A evolução do emprego rural não-agrícola no meio rural brasileiro**. Seminário Internacional Campo-Cidade. PARANÁ/PNUD. Curitiba, PR. 1998.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Ed. Atlas S.A, 1989.

HORODYSKI, G. S. **O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR**. 2014. 311f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 1998. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 1997**. Rio de Janeiro: IBGE

\_\_\_\_\_. IBGE. **Conheça as cidades e estados do Brasil**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm>> Acesso em: 12 de maio de 2019.

\_\_\_\_\_. IBGE. **População total, urbana e rural dos municípios da região metropolitana de Curitiba**. 2010. Disponível em: <[http://www.comec.pr.gov.br/arquivos/File/RMC/Populacao\\_Total\\_Urbana\\_Rural\\_2012.pdf](http://www.comec.pr.gov.br/arquivos/File/RMC/Populacao_Total_Urbana_Rural_2012.pdf)> Acesso em: 19 de setembro de 2020.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.



KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Editora Atlas, São Paulo, 1992.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LACAY, C. M. **Desenvolvimento do turismo no espaço rural nas Rotas do pinhão, região metropolitana de Curitiba: Convergências e conflitos das políticas públicas**. Tese (Mestrado em Geografia) – Setor Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAGE, B. H. G. 1992. Segmentação do mercado turístico. **Turismo em Análise**. São Paulo, v.3, n:2, p.61/74.

LANE, B. (2014). Turismo rural de segunda geração: prioridades e questões de pesquisa. In. A. Cristovão, et al (Org.), **Turismo rural em tempos de novas ruralidades** (pp.15-48). Porto Alegre: UFRGS.

LOBO, H.A.S. Ecoturismo e Percepção de Impactos Socioambientais sob a Ótica dos turistas no Parque Turístico do Alto Ribeira – PETAR. **Revista Científica da Seção de Espeleoturismo da Sociedade Brasileira de Espeleologia**.V.1Nº1. 2008.

LOHMANN, G. PANOSSO, N. A. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

MACHADO, A. **Ecoturismo: um produto viável: A experiência do Rio Grande do Sul**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo Roterios de Brasil: Diretrizes Políticas**. Brasília. 2004.

MOTTA, E. R. G. **Turismo no espaço rural: as transformações socioambientais no Caminho do Vinho em São José dos Pinhais/PR**, 2013, Dissertação de Mestrado, PPG em Sociologia, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR.

OBSERVATÓRIO DE TURISMO DO PARANÁ. **Sondagem Empresarial dos Impactos do COVID-19 no Setor de Turismo do Paraná**. 2020. Disponível em: <  
[https://www.canva.com/design/DAD7z1qFRjw/kPgEnyo6QCFwJhD5esgv5w/view?utm\\_content=DAD7z1qFRjw&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAD7z1qFRjw/kPgEnyo6QCFwJhD5esgv5w/view?utm_content=DAD7z1qFRjw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink)> Acesso: em 20 de setembro de 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Tourism Highlights**. Edição 2016. Disponível em: < TTP://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, Acesso em: 18 de setembro de 2020.

PAKMAN, E. T. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico**. XI Seminário da Associação 14 Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade do Estado do, 2014.

PARANÁ. EMATER/PR; COMEC. **Turismo em áreas rurais**. 1999.

\_\_\_\_\_. COMEC; EMATER/PR; ECOPARANÁ. **Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba, 2000.

\_\_\_\_\_. COMEC. **Plano de desenvolvimento Integrado**. Documento para discussão, 2001.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Estado do Turismo. **Relatórios das Oficinas atinentes a RMC**, do Programa Nacional de Regionalização do Turismo, do período de 2004 a 2008.

PEDREIRA, B. C. C. G., SANTOS R. F. ROCHA, J. V. Planejamento agroturístico de propriedade rural sob a perspectiva da conservação ambiental **Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental**. v.13, n.6, p.741–749, 2009, Campina Grande, PB.

PEDREIRA, B. C. C. G., SANTOS R. F. ROCHA, J. V. **Determinação de áreas potenciais ao agroturismo sob a perspectiva da sustentabilidade ambiental - Estudo de caso: Socorro (SP)**. Embrapa Solos, 2010. 53 p. - (Boletim de Pesquisa e Desenvolvimento).

PEREIRA, S.G. **Comportamento do consumidor no turismo: tipologias e processo de tomada de decisão nas compras**. Disponível em: < <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/gt6-comportamento.pdf>> Acesso em: 14 de maio de 2020.

PIRES, P. S. ANJOS, F. A.; OLIVEIRA, J. P. SILVA, Y. F. Estruturação de matriz de impactos do turismo: o caso do agroturismo no município de Santa Rosa de Lima/SC. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 3, n. 1, p. 68-89, abril, 2009.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ. **O Turismo nunca mais será o mesmo depois do Coronavírus**. 2020. Disponível em: < <https://www.puc-campinas.edu.br/o-turismo-nunca-mais-sera-o-mesmo-depois-do-coronavirus/>> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

PORTUGUEZ, A. P. Turismo e desenvolvimento socioespacial: reflexões sobre a experiência do agroturismo no estado do Espírito Santo. In: LIMA, Luiz Cruz(Org.) **Da cidade ao campo: a diversidade do saber fazer turístico**. Fortaleza:UEDE, 1998. v.2. pp. 229-249

PREFEITURA DE CURITIBA. **Protocolo de Responsabilidade Sanitária e Social**. 2020. Disponível em: < <https://coronavirus.curitiba.pr.gov.br/>> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO. **Sondagem Empresarial dos Impactos da COVID-19 no Setor de Turismo no Brasil**. 2020. Disponível em: < [https://www.canva.com/design/DAD7OMxjGnc/w8UE5pJkvO4Yn6sjg\\_MUWQ/vi-ew?utm\\_content=DAD7OMxjGnc&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=ink&utm\\_source=publishsharelink](https://www.canva.com/design/DAD7OMxjGnc/w8UE5pJkvO4Yn6sjg_MUWQ/vi-ew?utm_content=DAD7OMxjGnc&utm_campaign=designshare&utm_medium=ink&utm_source=publishsharelink)> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

RESÍDUOS NO BRASIL. 2009. Disponível em: <<http://infoener.iee.usp.br/scripts/biomassa/br-resíduos.asp.>> Acesso em 11 de julho de 2020.

RODRIGUES, A. A. **Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia**. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru: EDUSC, 2000.

RODRIGUES, A.B. **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: contexto, 2001.

RODRIGUES, A. B. Patrimônio, Território y Emprendedorismo: Pilares del Desarrollo del Turismo em Base Local. **Aportes y Transferências**. Ano 7, Vol. II. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, pp. 11-30. 2003.

RUSCHMANN, D. O turismo rural e o desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M.; FROEHLICH, J. M. **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2001.

SELVA, V. S. F. Experiências de turismo rural no agreste meridional de Pernambuco. In: LIMA, Luiz C. (Org.). Da cidade ao campo: a diversidade do saber fazer turístico. Fortaleza: UEDE, 1998. v.2. p. 250-275.

SEBRAE. **Apresentações ppt e relatórios de consultoria do acervo da SETU**. Curitiba, 2005-2011.

SEBRAE. **Programa SEBRAE de Turismo**. Brasília, 2003.

SEBRAE. **Manual para Construção, Estruturação e Implementação de Projetos em Circuito, Rota e Roteiro Turísticos do Sebrae-SP**. São Paulo: SEBRAE/SP, 2008. Disponível em <<http://www.sebraesp.com.br>> Acesso em: 14 de março de 2020.

SECRETARIA DE SAÚDE DO PARANÁ. **Informe Epidemiológico do Coronavírus no Estado**. 2020. Disponível em: < [https://www.saude.pr.gov.br/sites/default/arquivos\\_restritos/files/documento/2020-09/INFORME\\_EPIDEMIOLOGICO\\_20\\_09\\_2020%20.pdf](https://www.saude.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/2020-09/INFORME_EPIDEMIOLOGICO_20_09_2020%20.pdf)> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE CURITIBA. **Medidas de Prevenção Obrigatórias**. 2020. Disponível em: <  
[http://www.saude.curitiba.pr.gov.br/images/MEDIDAS\\_DE\\_PREVEN%C3%87A\\_O\\_LOGO.pdf](http://www.saude.curitiba.pr.gov.br/images/MEDIDAS_DE_PREVEN%C3%87A_O_LOGO.pdf)> Acesso em: 20 de setembro de 2020.

SCHNEIDER, S.. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, vol. 18, nº 51, pp. 99-121, 2003.

SCHNEIDER, Sergio (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre Ed. UFRGS, 2006.

SCARPATO, R.2003. **New Global cuisine: the perspective of Postmodern Gastronomy Studies**. Rmit University Melbourne.

SILVA, J. G. VILARINHO, C. DALE, P. 2000. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. M.; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas: Papirus, p. 15-62.

SOUZA, A.M.; CORRÊA, M. V. M. **Turismo – conceitos definições e siglas**. 2ª ed. rev. Manaus, Editora Valer, 2000.

TULIK, O. **Turismo rural**. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2004. Coleção ABC do Turismo.

URRY, J. **O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1996.

VAL N. S. **Turismo, Sustentabilidade e a Paisagem**. Boletim Técnico do Senac. V.30, n.1, 2007.

VEZZANI, M. A. Turismo rural e responsabilidade ambiental e ecológica no espaço rural brasileiro. **Caderno Virtual de Turismo**. Vol. 8, Nº 1, 2008.

WEISSBACH, P. R. M. **Subsídios para a formulação de políticas públicas para o turismo no espaço rural na Rota das Terras – RS**. 2007. 288 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2007.

YURTSEVEN, H. R. Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada, local and authentic perspectives. **International Journal of humanities and Social Science**, v.1.n.18, 2011.

URRY, J. **O olhar do turista**. Studio Nobel – Sesc, São Paulo. 1996.