

Panorama do Turismo Rural do Estado de São Paulo

**Diretrizes para elaboração do
Plano Estadual de Turismo Rural
versão 1.0**

1. Apresentação

Os desafios para desenvolver o turismo rural no Estado de São Paulo, vem sendo superado pelo engajamento de empresários e lideranças locais, com apoio de professores que direcionam pesquisas na área e por lideranças políticas que defendem as mudanças estruturais para apoiar e fomentar políticas públicas para o segmento.

E considerando todos os esforços e debates realizados aos longos dos últimos anos, bem como o forte crescimento da atividade turística nas áreas rurais e o seu evidente potencial econômico, um dos maiores pleitos dos atores envolvidos na cadeia produtiva do setor no Estado de São Paulo foi publicado o DECRETO Nº 67.494, em 17/02/2023, que dispõe sobre o funcionamento do Fórum Estadual de Fomento ao Turismo Rural, a que se refere o artigo 6º da Lei nº 16.774, de 19 de junho de 2018, que tem como principais atribuições ser um órgão consultivo para opinar, sugerir, indicar e propor medidas para o desenvolvimento da atividade de turismo rural no Estado de São Paulo.

O Decreto indica a composição do Fórum, seu funcionamento e determina como objetivo direto a discussão do Plano Estadual para o Turismo Rural do Estado de São Paulo, o qual deverá ser elaborado pela Secretaria de Turismo e Viagens.

Sendo assim, a SETURV/SP, criou um Grupo de Trabalho do Turismo Rural que tem por finalidade reunir subsídios para elaboração de Plano de Ação para o Turismo Rural Paulista, com vistas à criação de proposta de Política Estadual de Turismo Rural do Estado de São Paulo.

Para ser um processo colaborativo e participativo, os membros do grupo de trabalho indicaram uma série de lideranças do setor, que ao longo dos últimos anos participaram e contribuíram para o desenvolvimento do segmento do turismo rural no Estado de São Paulo.

Nesse sentido foi desenvolvido um formulário on-line com questões abertas e fechadas para coletar impressões de:

- ✓ especialistas na área
- ✓ membros da academia
- ✓ empresários do setor
- ✓ gestores públicos municipais
- ✓ servidores públicos estaduais

Em paralelo, a equipe técnica da FIA realizou um levantamento de dados secundários para subsidiar um Panorama do Turismo Rural do Estado de São Paulo, para apoiar a definição das diretrizes para a elaboração do Plano Estadual de Turismo Rural

2. Panorama do Turismo rural no Brasil

O Ministério do Turismo considera turismo rural como o “Conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. (Marcos Conceituais – MTur). As atividades podem enquadrar-se em diferentes frentes como o agroturismo, a agricultura familiar e outras.

O objetivo é aproximar o turista da natureza e proporcionar uma pausa ao barulho da cidade, e por esses motivos, a procura destes serviços cresce na região paulista. Os paulistanos já costumam preferir viagens mais curtas, e isso, aliado ao caos da cidade, torna o turismo rural pelo próprio estado de São Paulo uma ótima oportunidade para o empreendedor.

O turismo rural ajuda também a promover o estilo de vida e a economia de comunidades menores, sendo um importante aliado na preservação de culturas locais.

O turismo rural brasileiro, a partir dos anos 2000, começa a surgir com outra dimensão no cenário turístico nacional. Passa a ser visto pelos turistas com outros olhos, os do

reconhecimento da sociedade, que vê nos produtores rurais importantes aliados na preservação da natureza, bem indispensável para a perpetuação da vida no planeta.

E vão além, ao se manterem como guardiões dos hábitos e dos costumes das pessoas que vivem no campo. As opções de produtos turísticos rurais, que são oferecidos hoje em dia, permitem aos que optam por esse tipo de lazer realizar uma viagem repleta de vivências memoráveis, seja por parte daqueles que um dia já tiveram a oportunidade de viver no meio rural, seja para os que ouviram histórias de vida contadas por pessoas que fazem parte do seu círculo de convivência¹.

A alta na relevância do turismo rural vem também no resultado das mudanças na demanda causadas pela pandemia, pois houve uma queda na procura por destinos internacionais por turistas brasileiros e um aumento na busca por destinos domésticos.

Por enaltecer o patrimônio de uma comunidade, o turismo rural acaba impactando também o setor gastronômico, valorizando comidas típicas de uma região².

Embora o turismo rural como tal não tenha uma data exata de origem, pois foi evoluindo ao longo da história à medida que as pessoas procuravam fugir da vida nas cidades e se conectar com a natureza e a vida rural, acredita-se que tenha suas raízes na Grécia e Roma antigas onde as pessoas viajavam para áreas rurais com o fim de descansar e se recuperar da vida urbana.

Considera-se, no entanto, que o turismo rural moderno começou a desenvolver-se no final do século XIX e início do século XX na Europa, quando as pessoas começaram a procurar experiências mais autênticas e naturais. Nesse período, o turismo rural tornou-se uma alternativa ao turismo urbano convencional, popularizando-se entre as classes altas que buscavam fugir do barulho e da poluição das cidades. As paisagens

¹ Disponível em: https://www.cati.sp.gov.br/revistacasadaagricultura/10/revistaCA_TurismoRural_Ano15_n2.pdf. Acesso: 20.03.2023

² Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/turismo-rural-alavancando-o-interior-paulista_0fe2de3be9952810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acesso: 20.03.2023

rurais tornaram-se um atrativo e muitos lugares começaram a desenvolver infraestrutura para atrair visitantes, como meios de hospedagem e restaurantes.

A partir da década de 1950, o turismo rural foi reconhecido como uma atividade estratégica do desenvolvimento econômico em muitos países da Europa. E, para as décadas dos 60 e 70 o turismo rural tornou-se uma tendência mundial. Mas naquela época, este tipo de turismo se concentrava em áreas rurais com desenvolvimento de agricultura e pecuária.

Na Europa, especialmente na França, Espanha, Itália e Portugal, os agricultores começaram a oferecer hospedagem e atividades turísticas em suas fazendas para complementar sua renda. Por outro lado, na América do Norte o turismo rural se concentrou em atividades ao ar livre, como caminhadas, pesca e *camping*. Esta forma de turismo permitiu aos visitantes experimentar a vida rural e os ofícios tradicionais, como a fabricação de queijos, a pecuária e a agricultura.

No Brasil, o desenvolvimento do turismo rural ocorreu mais tarde do que na Europa e América do Norte. Considera-se que esse segmento já desponta de forma mais bem estruturada no país na década de 1980 quando alguns proprietários rurais no Estado de Santa Catarina decidiram aproveitar as potencialidades de suas estruturas para explorar atividades não agrícolas, tais como o turismo, na procura de diversificar sua renda (Tulik, 2003). Vale destacar que este desenvolvimento do turismo rural coincide com o processo acelerado da urbanização no Brasil.

Hoje, o turismo rural moderno tornou-se um segmento muito importante em muitos países, mesmo no Brasil, pois tem demonstrado ser uma atividade econômica destacada que gera emprego, melhora a renda e tem efeito multiplicador em outros setores da economia (OMT, 2020). A oferta de produtos turísticos rurais, mesmo menos estruturada que outras ofertas turísticas, tem apresentado crescimento significativo e têm encontrado eco entre os turistas que buscam experiências únicas na natureza, na cultura local e na gastronomia. Especialmente, o turismo local e

regional que se intensificou durante a pandemia e fortaleceu ainda mais esse segmento.

À medida que o turismo rural cresce no mundo, traz também questões relacionadas aos seus impactos culturais e meio ambientais nas comunidades rurais. Em resposta, muitos governos vêm desenvolvendo políticas públicas e promovendo práticas de turismo sustentável para garantir que o turismo rural beneficie os visitantes, as comunidades locais e o meio ambiente, de tal modo que garantam o desenvolvimento local de maneira sustentável.

O turismo rural moderno possui uma série de características distintivas que o diferenciam do modelo tradicional de turismo, oferecendo oportunidades, mas também planteando desafios:

- **Conexão com a natureza e a cultura locais:** O turismo rural moderno se concentra na experiência da vida rural e na conexão com a natureza e a cultura locais. Os turistas que visitam as áreas rurais procuram fugir do stress da vida urbana e experimentar um estilo de vida mais relaxado e tranquilo;
 - **Alojamento em casas rurais:** Uma das vertentes mais procuradas do turismo rural moderno é o alojamento em casas rurais. Estas casas estão geralmente localizadas em áreas rurais e oferecem aos turistas uma experiência autêntica da vida rural. Em muitos casos, trata-se de casas antigas que foram restauradas e que preservam o seu encanto histórico e arquitetônico;
 - **Atividades ao Ar Livre:** O turismo rural moderno centra-se nas atividades ao ar livre, como caminhadas, trilhas, pesca, passeios a cavalo, cicloturismo e esportes de aventura. Essas atividades permitem que os turistas desfrutem da beleza natural e cênica das áreas rurais e se conectem com a natureza;
- e

- **Gastronomia local:** O turismo rural moderno aposta também na gastronomia local. Muitas áreas rurais têm uma rica tradição culinária, e os turistas podem degustar e comprar produtos produzidos localmente.

Finalmente, dentre os diversos prismas analisados sobre o Turismo rural, alguns aspectos devem ser observados:

- Agregação de valor a propriedade pela possibilidade de diversificação das atividades de renda dos produtores do agronegócio;
- Redução do êxodo rural pela fixação de novas gerações na condução dos negócios do campo;
- Preservação da natureza, da história e da cultura tradicional a partir dos modos de saber e fazer, pela experiência do turista em vivenciar; e
- Distribuição de renda principalmente ao pequeno produtor.

2.1. O Turismo rural – Definição da OMT

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo rural é definido como "uma atividade turística que ocorre em um ambiente rural, e em que a experiência do visitante está relacionada com um amplo espectro de produtos geralmente ligados a atividades de natureza, agricultura, estilos de vida e culturas rurais, pesca desportiva e visita a locais de interesse."

O turismo rural envolve a oferta de serviços turísticos em áreas rurais, como casas de fazenda, pousadas, hotéis, restaurantes e outros serviços que podem ser combinados com atividades agrícolas, como a colheita de frutas e verduras; a ordenha de vacas; produção de produtos alimentícios como geleia, queijo, pães; passeios a cavalo; trilhas e outras atividades ao ar livre.

O objetivo do turismo rural é oferecer aos visitantes uma experiência única e enriquecedora, que valorize a cultura local e a vida no campo. O turismo rural também pode contribuir para o desenvolvimento econômico das comunidades rurais, gerando empregos e promovendo a preservação dos recursos naturais e culturais locais.

2.2. Panorama mundial da atividade

Com o aumento da população urbana ao longo de décadas a ONU estima que até 2050 até 68% estarão em cidades, concentrando 85% da produção econômica mundial, causando um grande impacto. Observamos, também, que existe uma grande população atualmente vivendo em pobreza e até mesmo extrema pobreza em comunidades rurais pelo mundo, com escassez de serviços públicos, baixas expectativas de emprego gerando o êxodo rural que aumenta a população nas zonas urbanas.

Experiências exitosas pelo mundo mostram que é possível não apenas fixar o homem no campo, mas também modificar o atual quadro de escassez implantado.

2.2.1. Austrália

A gestão do Turismo rural na Austrália é feita por várias organizações, incluindo o Governo Federal da Austrália, os governos estaduais e territoriais, e diversas organizações regionais e locais.

O governo federal da Austrália tem uma série de programas de apoio ao turismo rural, incluindo o Programa de Turismo Regional, que fornece financiamento para projetos turísticos em áreas rurais e regionais da Austrália. Além disso, criaram o programa "Farm Stay and Country Accommodation", que incentiva as propriedades rurais a oferecer acomodações para turistas.

Os governos estaduais e territoriais da Austrália também têm seus próprios programas de apoio ao turismo rural, muitos dos quais se concentram em promover atrações turísticas específicas, como rotas turísticas, parques nacionais, vinícolas e propriedades agrícolas.

As organizações regionais e locais desempenham um papel fundamental na promoção do turismo rural na Austrália. Essas organizações geralmente trabalham em estreita colaboração com os governos estaduais e territoriais, bem como com as empresas e proprietários de terras locais, para promover as atrações turísticas locais e desenvolver pacotes de turismo que atraem visitantes para a região.

No geral, a gestão do turismo rural na Austrália é altamente descentralizada, com várias organizações e níveis de governo trabalhando em conjunto para promover o turismo rural em todo o país.

2.2.2. Espanha

Na Espanha o Turismo rural faz parte de um projeto maior que se chama RRN – Rede Rural Nacional³ que tem como maior objetivo impulsionar o desenvolvimento rural, a aliança dos atores que pretendem atuar nas regiões rurais criando sinergia que facilite o desempenho de cada ator e possibilite benefícios para a região e sua população, atua como uma plataforma de encontros, comunicação e difusão voltado ao desenvolvimento da região, Neste contexto os empreendedores que atuam no turismo fazem parte desta Rede e se beneficiam das informações e possibilidades de alianças para melhor desenvolver o Turismo rural.

O Turismo rural na Espanha é mais popular, porque possui um número expressivo de meios de hospedagem rurais, permite realizar atividades ao ar livre, descobrir a natureza e ver locais de incrível beleza cênica fora dos circuitos mais turísticos e

³ Disponível em: <https://www.redruralnacional.es/quienes-somos> . Acesso: 20.03.2023

concorridos. Este tipo de turismo foi revalorizado ao longo do tempo e hoje já é muito importante, oferecendo todo o tipo de experiências, priorizando a culinária local e a valorização dos patrimônios arquitetônicos.

2.2.3. Portugal

O Turismo rural de Portugal participa com parcela significativa da economia do país, com constantes registros de crescimento ano a ano. Representa uma possibilidade real de empregos além de fortalecer a sustentabilidade⁴.

Portugal recebe visitantes oriundos de muitos países, mas os mais significativos são: Alemanha (25%), França, Espanha e Holanda.

O Turismo rural português está fortemente ligado a suas tradições e culturas. Sempre apoiam as economias locais e ou regionais. Isso cria uma atmosfera de excelência em hospitalidade por todos os atores do turismo português.

Existe uma classificação de TER (Turismo em Espaço Rural) que gera um cadastro e registro que normatiza os chamados Alojamentos Locais, com a manutenção de um padrão de qualidade, mesmo reconhecendo as diferenças de estruturas e padrões nos estabelecimentos. Previamente para se classificar para uma TER existe um procedimento que possibilita uma maior viabilidade ao negócio como plano de negócio, análise das estruturas e análise de investimentos.

É interessante observar que o TER é uma classificação de tudo que ocorre em Turismo em Espaço Rural, mas que esta forma é ampla e deve ainda ser subdividida em mais duas outras categorias. O Turismo rural representa as atividades agropecuárias que também exercem a atividade do turismo e por fim existe o

⁴ Disponível em: <https://mercal.pt/turismo-rural-em-portugal/#:~:text=Crescimento%20na%20procura%20por%20Turismo%20Rural&text=Registando%203%2C4%20milh%C3%B5es%20de,26%2C7%25%2C%20concretamente>. Acesso: 20.03.2023

Agroturismo que representa uma atividade eminentemente turística que possui atividades agropecuárias, mas não com finalidades econômicas, têm seu foco no turismo⁵.

A classificação de TER inicia em 1978 em quatro regiões piloto: Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa, e teve como seu primeiro público-alvo as elites urbanas das cidades portuguesas. O crescimento foi rápido expandindo para outras classes sociais promovendo uma maior oferta para todo país em poucos anos, com a criação de diversas categorias de hospedagem e serviços, como:

- Turismo de Habitação
- Turismo rural
- Agroturismo
- Turismo de Aldeia
- Casas de Campo
- Hotéis Rurais
- Parques de Campismo Rural

Estima-se um crescimento anual médio desde 1978 em 12% da categoria de TER e suas subdivisões, a categoria TER representa 56% dos leitos disponíveis em Portugal.

O Turismo rural em Portugal é bem organizado e foi fruto de um planejamento bem estruturado e crescente ao longo de décadas, mostrando resultados consolidados.

2.2.4. Suíça

O governo suíço não tem uma política única de Turismo rural, mas existem várias iniciativas para promover e desenvolver o turismo em suas áreas rurais. Algumas

⁵ Disponível em: <https://www.institutobrasilrural.org.br/download/20221219174838.pdf>. Acesso: 20.03.23

dessas iniciativas são gerenciadas pelo governo federal, enquanto outras são gerenciadas pelos governos cantonais ou por organizações privadas.

Uma das principais agências do governo suíço responsáveis por questões de turismo é a "Switzerland Tourism" (ST), uma organização de marketing que promove a imagem do país como um destino turístico internacional. A ST trabalha em conjunto com os governos cantonais e organizações regionais de turismo para promover os atrativos do turismo rural, como as paisagens montanhosas, vilas pitorescas, atividades ao ar livre e os produtos regionais.

Além disso, o governo suíço também promove incentivos fiscais e programas de subsídios para empresas rurais que investem em infraestrutura turística, como hotéis, restaurantes e atividades ao ar livre. Essas iniciativas visam a criação de empregos e o desenvolvimento econômico das áreas rurais do país.

Outra organização importante é a "Schweiz Tourismus", que é responsável pela promoção do Turismo rural em cada uma das 26 regiões do país. Essa organização trabalha em parceria com empresas locais para desenvolver produtos turísticos a partir de experiências e com foco na sustentabilidade, que valorizem a cultura e as tradições das regiões.

3. Panorama do Turismo Rural no Estado de São Paulo

3.1. Plano de Ação do Turismo Rural

O levantamento realizado junto aos indicados e especialistas do segmento do turismo rural e foi realizado no período de 20 à 24 de março.

Os participantes representam um extrato importante de pessoas que atuam junto ao segmento como: professores especialistas, empresários, produtores rurais, proprietários de Hotel Fazenda, Administradores de Fazendas Históricas, Interlocutores de Regiões Turísticas, Secretários de Turismo, dirigentes de sindicatos, diretor de Unidade de Conservação, e vários outros especialistas (anexo)



PERFIL DO ENTREVISTADO

GÊNERO

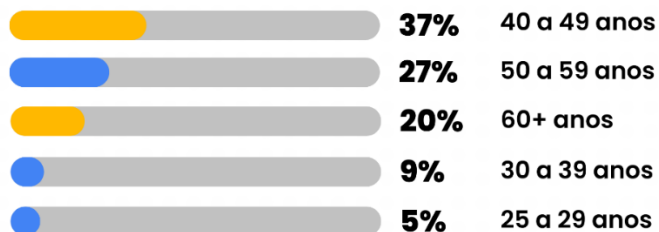


44,6%



55,4%

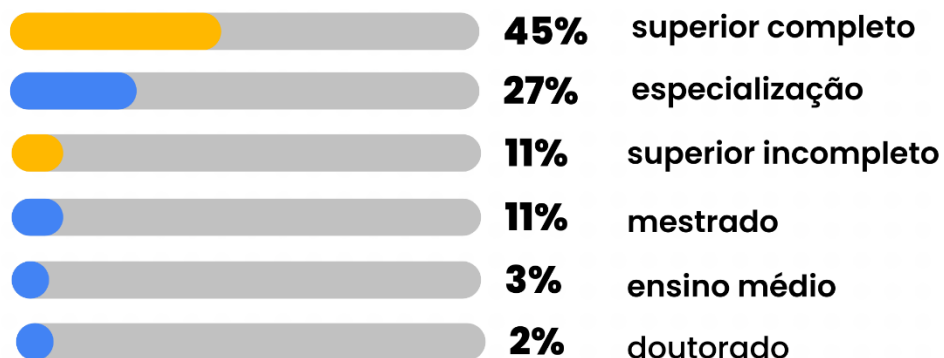
FAIXA ETÁRIA PREDOMINANTE



INSTITUIÇÃO QUE REPRESENTA



GRAU DE INSTRUÇÃO



A maioria dos participantes tem bastante experiência, sendo que mais de 84% têm mais de 40 anos e 85% têm nível superior.

3.2. Demanda

O conceito sobre demanda turística que mais aparece em dados de fontes secundárias, mas que já está obsoleto é o de Mathieson e Wall (1988, p. 16), “[...] o número total de pessoas que viajam, ou desejam viajar, para utilizar facilidades e serviços turísticos em lugares distantes do seu local de trabalho e residência”, com foco basicamente econômico. Assim sendo, os conceitos estão mais conectados com o olhar de quem está pesquisando o assunto e sua linha de atuação, como por exemplo: geografia, sociologia, marketing e economia.

Na versão de Beni (2007), o motivo principal do turismo que é o deslocamento entre dois pontos (emissor e receptor) aparece em destaque na sua defesa de demanda turística:

Sendo a viagem um movimento entre dois pontos (emissor e receptor), verifica-se que a demanda turística é demanda por esse movimento, e depende tanto das características relativas a esses dois pontos quanto do custo desse movimento (p. 238).

Segundo Cooper et al (2007) e validada por outros autores com algumas modificações, a demanda turística pode ser real ou potencial/reprimida ou não demanda:

- **Real:** aquela que está viajando, totalmente mensurável tanto quantitativa como qualitativamente e que entra nos estudos estatísticos do turismo.
- **Potencial/Reprimida:** composta por aqueles que não viajam, mas o fariam caso ocorresse alguma mudança em suas condições. Nesse caso algumas razões para que as pessoas não viajem podem ser de cunho pessoal, como: medo, falta de dinheiro, falta de tempo, falta de companhia, situações de saúde e pandemias como a que estamos vivendo desde 2020.

Existe uma parcela da demanda potencial que pode ser conquistada pelos destinos turísticos quando eles passam a melhorar sua infraestrutura, meios de hospedagem, atrativos e promoção.

- **Não demanda:** aqueles que nunca irão viajar.

Com a pandemia, iniciada em 2020, a demanda turística potencial/reprimida para o interior, que normalmente viajava para outros estados ou para o exterior, teve que mudar os hábitos e as viagens para o entorno das capitais, com proximidade de até 300 km em carro, começaram a receber um grande volume de visitantes.

Esse movimento, chamado por especialistas de turismo de proximidade, fez com que o desenvolvimento do turismo rural ocorresse de forma mais acelerada. Tanto em destinos já consolidados como aqueles que ainda não eram reconhecidos como tal.

Esse movimento ocorreu de forma tão rápida que alguns destinos no Brasil não tiveram tempo ou equipe técnica para coletar informações qualificadas dessa nova demanda que começou a chegar buscando prioritariamente contato com a natureza, prática de atividades ao ar livre e, muitas vezes isolamento por condições de saúde.

Segundo dados do Observatório Nacional de Turismo, em 2021, início da retomada do turismo no país, 35,7% das viagens domésticas foram motivadas pelo lazer prioritariamente para destinos de sol e praia (48,7%), seguido de destinos de natureza, ecoturismo ou aventura (25,6%). O carro foi o principal meio de transporte utilizado – 57,3%, seguido por ônibus de linha (12,6%). Considerando que ainda em 2021 a pandemia ainda estava ativa, com picos alternados de contágios, muitos turistas ainda não se sentiam seguros para viajar de avião.

As viagens de lazer foram predominantes nas famílias com renda acima de 1 salário-mínimo, enquanto as viagens para visitar amigos e parentes ficaram em primeiro lugar nas famílias com renda abaixo de 1 salário-mínimo.

Dos 9,1 milhões de domicílios onde ocorreram viagens, 95,8% registraram de 1 a 3 viagens, prevalecendo a ocorrência de pelo menos 1 viagem em 74,9% dos domicílios.

O Estado de São Paulo foi o mais procurado para viagens em 2021, liderando o ranking com 20,6%, seguido por Minas Gerais com 11,4% e Bahia com 9,5%. O Estado de São Paulo também liderou o ranking de gastos totais em viagens nacionais com pernoite, com 18,2% gerando R\$ 1,79 bilhão.

A retomada do turismo ganhou força em 2022 e ainda não foram publicados dados oficiais sobre a demanda turística no Brasil desse período, mas para poder traçar o panorama do turismo rural no Estado de São Paulo é preciso ter dados mínimos sobre o perfil da demanda turística, desta forma os dados que serão apresentados a seguir são os mais recentes.

3.2.1. Demanda do Turismo do Estado de São Paulo

Os dados referentes à demanda turística real do Estado de São Paulo são descentralizados, cada município é responsável pela coleta de dados e publicação dos resultados das pesquisas de demanda real e/ou potencial.

Para a elaboração desse panorama será utilizado o resultado de 8 dos 10 municípios do projeto sobre análise de demanda turística realizado pela SETUR em parceria com o BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento⁶ que contemplou a análise da **demanda turística real** de municípios considerados estratégicos para o estado e que estão localizados em diferentes Regiões Turísticas.

Dos 10 municípios analisados apenas 8 possuem oferta relacionada ao turismo rural são eles: Aparecida, Brotas, Campinas, Campos do Jordão, Eldorado, Olímpia e

⁶ Fonte: Análise sobre perfil, comportamento, percepção, tendências e cenários da demanda turística atual e potencial para o Estado de São Paulo. Cooperação técnica BID/SETUR SP – BR-T1455 – Componente 2. Maio/22

Ribeirão Preto. Ressalta-se que Araçatuba, apesar de não aparecer no mapa (Figura 1), foi considerado município estratégico à época do projeto.

Serão apresentados também os dados da pesquisa de demanda turística potencial em 10 mercados-alvo considerados prioritários pela SETUR elaborados no mesmo projeto de parceria com o BID.

- **Demanda turística real**

Figura 1: Municípios estratégicos para estudos do turismo paulista SETUR/CIET



Fonte: CIET, 2023

Como São Paulo – Capital será considerada polo de emissão de turistas para esse panorama, não irá aparecer nos resultados a seguir, bem como Ilhabela e Santos que são destinos do segmento Sol e Praia.

Devido à diferenciação da metodologia das pesquisas de demanda real obtidas na época do estudo, as análises comparativas de dados ficam restritas e serão feitas apenas quando couber.

As tabelas apresentadas a seguir são referentes as seguintes fontes de pesquisa:

Tabela 1: Resumo de fontes de pesquisa

Municípios	Fontes de pesquisa	
Aparecida	Estudo da demanda turística (2016)	Estudo da demanda turística (2021)
Araçatuba	Plano Municipal de Turismo 2017-2019 (pesquisa realizada em 2016)	-
Brotas	Estudo de demanda turística (2018)	-
Campinas	Plano de desenvolvimento turístico 2020 (pesquisa realizada	-
Campos do Jordão	Estudo de demanda turística (2017)	Pesquisa do Observatório de Turismo (2019)
Eldorado	Estudo de demanda turística (2019)	-
Olímpia	Pesquisa do perfil da demanda turística (17/18)	Pesquisa do perfil da demanda turística (19/20)
Ribeirão Preto	Pesquisa de demanda turística (2021)	-

Tabela 2: Faixa etária predominante dos respondentes por município

Município	Faixa etária predominante dos respondentes	
Aparecida	50 a 60 anos (2016)	30 a 45 anos (2021)
Araçatuba	30 a 39 anos (2016)	-
Brotas	30 a 45 anos (2018)	-
Campinas	30 a 45 anos (2019)	-
Campos do Jordão	25 a 34 anos (2017)	26 a 35 anos (2019)
Eldorado	36 a 59 anos (2019)	-
Olímpia	36 a 50 anos (17/18)	36 a 50 anos (19/20)
Ribeirão Preto	20 a 29 anos (2021)	-

Legenda: * - mesmo período de entrevistas (julho) / ** - Baixa temporada / *** - Alta temporada

Tabela 3: Grau de instrução predominante dos respondentes por município

Município	Grau de Instrução predominante dos respondentes	
Aparecida	-	Sup. Completo (2021)
Araçatuba	-	-
Brotas	Ensino Superior (2018)	-
Campinas	-	-
Campos do Jordão	-	-
Eldorado	-	-
Olímpia	Superior (17/18)	Superior (19/20)
Ribeirão Preto	Sup. Completo (2021)	-

Apesar de muitos municípios não inserirem a questão sobre grau de instrução em suas pesquisas, alguns resultados são interessantes:

- Em Olímpia a porcentagem de ensino Superior em 19/20 (53,39%) foi maior que a de 17/18 – 44%.
- Em Ribeirão Preto, 77,4% dos respondentes possuem grau de instrução Superior ou Pós-graduação, indicando uma demanda real com alto grau de instrução.

Tabela 4: Renda predominante dos respondentes por município

Município	Renda predominante dos respondentes	
Aparecida	1 a 3 SM (2016) * = R\$ 880,00 a 2.640,00	-
Araçatuba	-	-
Brotas	R\$ 3.000,00 a R\$ 6.000,00 (2018)	-
Campinas	-	-
Campos do Jordão	-	-

Eldorado	-	-
Olímpia	R\$ 2.900,00 a R\$ 7.249,00 (17/18)	3 a 7 SM (19/20)*** - R\$ 2.994,00 a 6.986,00
Ribeirão Preto	2 a 5 SM (2021)**** - R\$ 2.200,00 a 5.500,00	-

Legenda⁷: SM = Salário-Mínimo *SM = R\$ 880,00 / ** SM = R\$ 937,00 / *** SM = R\$ 998,00 e **** SM = R\$ 1.100,00

Considerando o índice IGP-M para cálculo da inflação nos valores da renda familiar⁸, nota-se que em todos os municípios onde foi possível a comparação por período a renda familiar real teve queda conforme indicado a seguir:

Olímpia	Outubro 2017 - R\$ 2.900,00 a R\$ 7.249,00	Outubro 2019 - R\$ 2.994,00 a 6.986,00	Diminuição de renda
Olímpia (mantendo a renda e inflacionando pelo IGP-M)	Outubro 2017 - R\$ 2.900,00 a R\$ 7.249,00	Outubro 2019 - R\$ 3.320,77 a 8.300,78	De -236,77 a -1314,78

Não é possível afirmar que, além da queda de renda familiar real causada pela inflação, o perfil do turista tenha mudado nos anos de referência apresentados apenas pelos dados quantitativos absolutos coletados em fontes secundárias.

Em relação ao local de residência, é possível afirmar que todos os municípios recebem prioritariamente visitantes oriundos do Estado de São Paulo. Alguns municípios que estão localizados num raio de até 300 km de limites de estados são impactados com algo de fluxo desses estados, como é o caso de Aparecida, Eldorado e Ribeirão Preto.

Tabela 5: Residência predominante dos respondentes por município

Município	Residência predominante dos respondentes	
Aparecida	Estado SP (46,8%) e MG (20,5%) - (2016)	Estado SP (50,7%) e MG (19%) – (2021)
Araçatuba	Birigui, São Paulo e Penápolis (2016)	-
Brotas	São Paulo (Capital) – 21,8% e Campinas (7%) – (2018)	-

⁷ Fonte: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html#2017> – Acessado em 24.10.2021

⁸ Cálculo feito utilizando a calculadora do cidadão – Banco Central do Brasil. Fonte: <https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADA0/publico/corrigirPorIndice.do?method=corrigirPorIndice>

Campinas	Outros (48,3%), São Paulo (18,42%); Hortolândia (5,65%) – (2019)	-
Campos do Jordão	Estado de São Paulo (61,1%, sendo SP Capital - 27,6%) e Rio de Janeiro - 7,9% - (2017)	Outras cidades (46,6%); São Paulo (23,9%) – (2019)
Eldorado	Capital São Paulo (60%) e Estado do Paraná (20%) – (2019)	-
Olímpia	Estado de São Paulo (79,6%) sendo 51,6% da Capital e grande São Paulo e 28% do Interior - (17/18)	Estado de São Paulo (84,75%) sendo 33,9% da Cidade de São Paulo (19/20)
Ribeirão Preto	Estado de São Paulo (76,93%) sendo 15,5% da capital e Estado de Minas Gerais (14,50%) - (2021)	-

Tabela 6: Tempo de permanência nos destinos pelos respondentes por municípios

Município	Tempo de permanência no destino pelos respondentes	
	Aparecida	1 dia (2016)
Araçatuba	1 dia (2016)	-
Brotas	2 a 3 dias (2018)	-
Campinas	2 a 3 dias (2019)	-
Campos do Jordão	2,8 pernoites (2017)	2 dias (2019)
Eldorado	1 a 2 dias (2019)	-
Olímpia	5 dias (17/18)	3 dias (19/20)
Ribeirão Preto	1 dia (2021)	-

Nota-se que o tempo de permanência média da demanda nos municípios é curto. Em alguns casos o contexto explica a diferença:

- Em Olímpia, ocorreu uma queda de dois dias na permanência.
- Em Aparecida, o aumento de tempo de permanência pode estar vinculado ao desenvolvimento da infraestrutura hoteleira no município, que promoveu a mudança de perfil da demanda de um possível excursionista para um turista com pernoite.

As motivações que apareceram nas pesquisas analisadas estão apresentadas a seguir, Olímpia não questionou objetivamente sobre a motivação, mas perguntou qual o principal atrativo levou o turista ao destino e com 75,42%, o hotel Thermas dos Laranjais foi o principal.

Figura 2: Principal motivação de viagem



A maioria dos respondentes chega nos municípios de carro, próprio ou em alguns casos alugados. Somente em Aparecida, o ônibus é o meio de transporte mais utilizado pelos respondentes.

- Em Campinas como segunda opção temos o avião, em Araçatuba ele aparece como terceira opção após o ônibus, ambos são destinos que tem como principal segmento – negócios e eventos.

Em relação aos meios de hospedagem, a maioria se hospeda ou em hotel ou em pousada. Apesar da nomenclatura estabelecida nos questionários, os respondentes

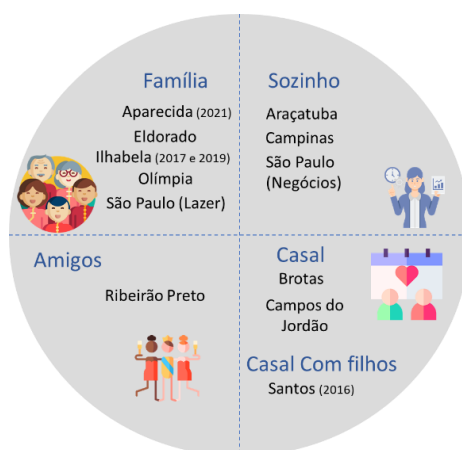
muitas vezes não sabem se é hotel ou pousada, o que pode promover desvio nos resultados.

Alguns destaques para análise:

- Em Araçatuba, o segundo meio de hospedagem mais utilizado pelos respondentes foi a casa de parentes (31%) contra 46% de Hotel.
- Em Brotas, o hotel mencionado como o mais utilizado é hotel urbano, 20% dos respondentes ficam em hotel/pousada fora da cidade.
- O volume de respondentes hospedado em Resort em Olímpia aumentou de 17/18 para 19/20 de 36,5% para 41,5%. Ressaltando que o atrativo que motiva a ida do turista para o destino é um Resort Termal.
- Em Ribeirão Preto, depois do hotel, o meio de hospedagem mais utilizado é a casa de parentes e amigos com 21,2%.

Grande parte dos respondentes indicou que viajava com a família, os perfis de viajantes que foram sozinhos estão diretamente relacionados aos destinos de negócios. Apenas Ribeirão Preto destacou a viagem com amigos e os destinos de lazer / aventura como Brotas, Campos do Jordão e Santos viajam em casal.

Figura 3: Com quem os respondentes viajam



Nesse caso, devido a metodologia de cada pesquisa, pode haver um desvio sobre o que consideram família ou casal com filhos. Outros dados como idade do

acompanhante, com quantas pessoas viajavam, apesar de terem sido sistematizados não foi possível apresentar devido a diversidade muito grande de respostas.

A tendência de informação e comunicação sobre o destino indicando que as influências hoje em dia são mais sociais se confirma nos resultados das pesquisas. Apenas 8 dos 10 municípios apresentaram respostas para esta questão, a indicação de amigos e parentes – o “boca a boca” foi predominante na questão “como ficou sabendo do destino?” nos municípios: Aparecida, Araçatuba, Brotas, Olímpia e Ribeirão Preto. Em Campinas e Eldorado, a demanda analisada ficou sabendo pela internet.

Especificamente em Campinas, uma fonte que apareceu com destaque depois da internet foi a designação profissional, o que indica um alto fluxo de turismo de negócios nessa região.

Demanda turística potencial

Por ocasião desse projeto, foram realizadas pesquisas quantitativas online para análise da demanda potencial em 10 estados considerados como principais mercados-alvo para o Estado de São Paulo: MG, RJ, PR, MT, MS, ES, DF, RS, AM e BA.

Essa pesquisa foi realizada no período de 11.11 a 01.12.2021, considerando como respondentes Homens e Mulheres; 25 anos ou mais; pertencentes a todas as classes sociais – critério renda familiar com pessoas que atenderam aos seguintes critérios:

- Nunca viajou para o Estado de São Paulo.
- Tem o hábito de viajar ao menos uma vez no ano (independente de destino e/ou meio de transporte) – considerando o período pré-pandemia.

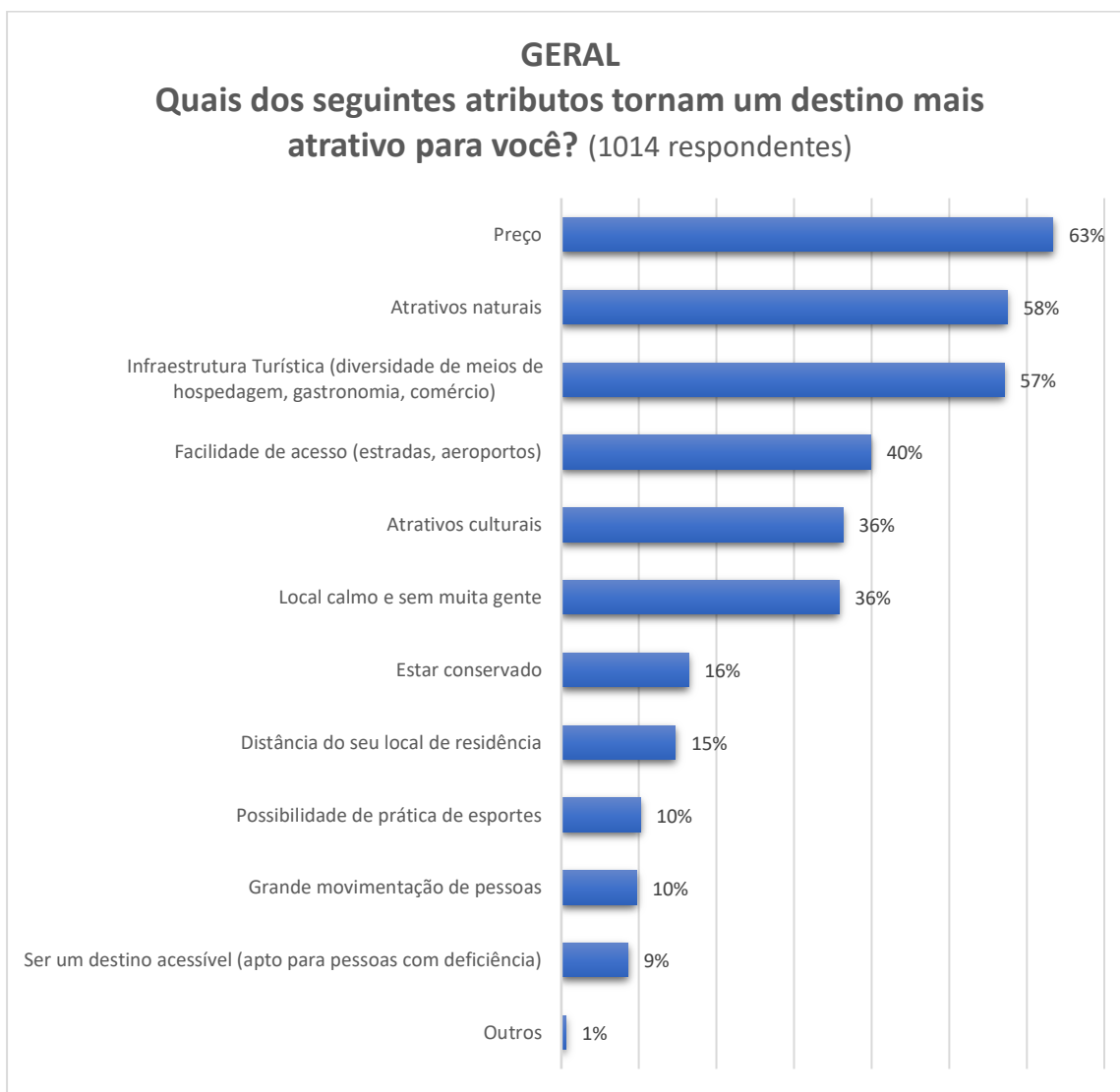
A amostra obtida foi de 1014 entrevistas (margem de erro geral de 3.1 p.p). Importante ressaltar que a amostra alcançou margem de erro de 15% nos seguintes estados: Amazonas (AM), Espírito Santo (ES), Mato Grosso (MT), Mato Grosso do Sul (MS) e Paraná (PR). Desta forma, os dados apresentados desses estados não representam a realidade do perfil do mercado, mas sim um extrato qualitativo que poderá apoiar algumas análises e recomendações estratégicas.

Será apresentada uma síntese dos resultados e alguns gráficos relevantes para a análise da demanda potencial para o Estado de São Paulo, de forma abrangente, não considerando apenas o segmento de Turismo rural.

Tabela 7: Perfil demográfico – pesquisa de demanda potencial por estados

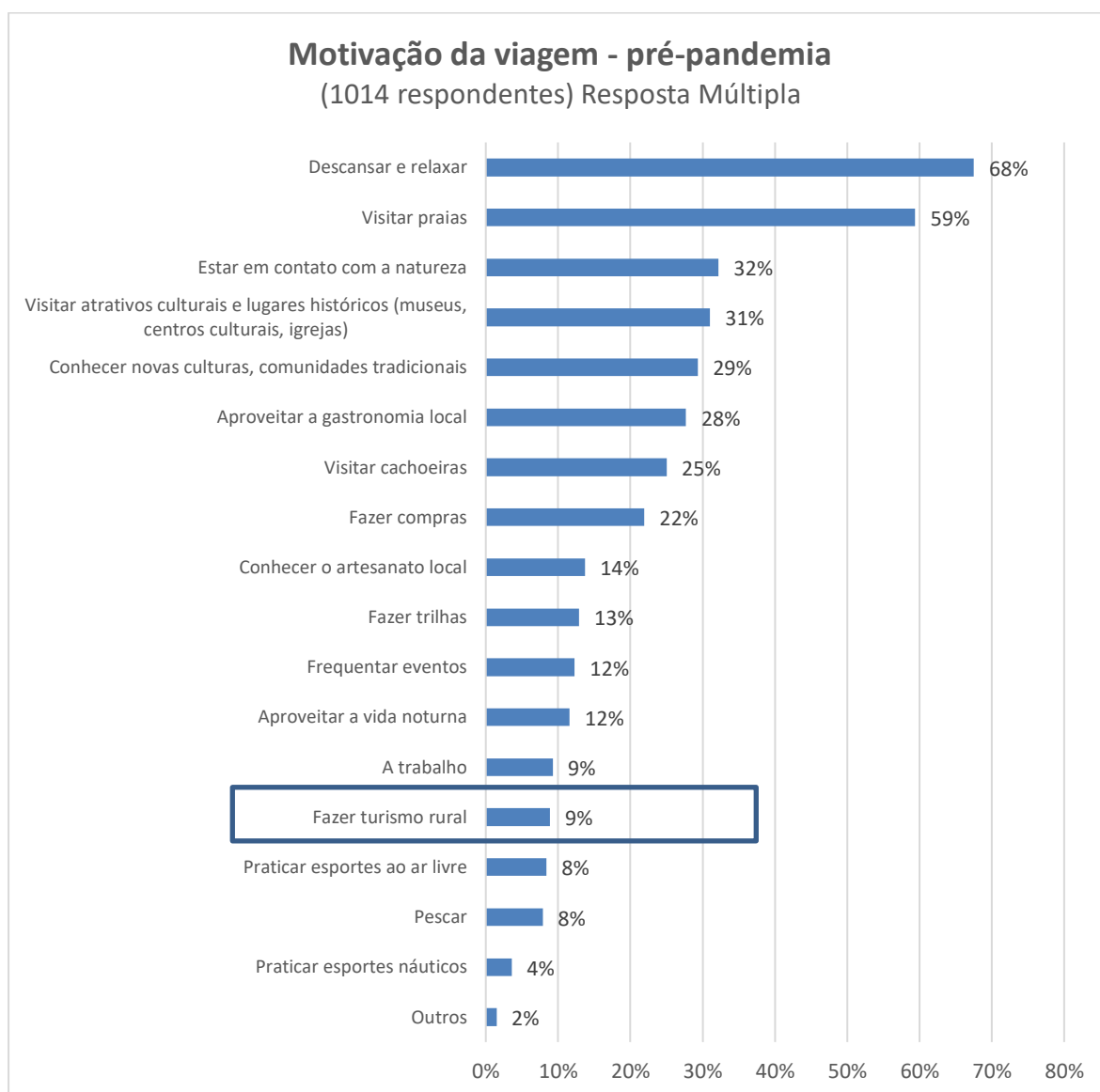
Estados	Amostra (respondentes)	Gênero	Faixa etária	Grau de Instrução	Renda familiar	Classe social (ver Anexo 1)
Amazonas	59	Feminino	30 a 39 anos	Superior Completo	Até R\$1.100	D
Bahia	120	Feminino	30 a 39 anos	Médio Completo	De R\$ 3.301 a R\$ 5.500	B2/C1
Distrito Federal	93	Masculino	30 a 39 anos	Superior Completo	De R\$ 1.101 a R\$ 2.200 (22%) e de R\$ 3.301 a R\$ 5.500 (22%)	B2/C2/D
Espírito Santo	53	Feminino	30 a 39 anos	Médio Completo	De R\$ 2.201 a R\$3.300	C1
Mato Grosso	58	Feminino	30 a 39 anos	Superior Completo	De R\$ 2.201 a R\$3.300	C1
Mato Grosso do Sul	53	Masculino	30 a 39 anos	Médio Completo (25%) e Superior Completo (25%)	De R\$ 3.301 a R\$ 5.500	B2
Minas Gerais	182	Masculino	30 a 39 anos	Superior Completo	De R\$ 3.301 a R\$ 5.500	B2
Paraná	88	Feminino	30 a 39 anos	Médio Completo (26%) e Superior Completo (26%)	De R\$ 1.101 a R\$ 2.200 (24%) e de R\$ 2.201 a R\$3.300,00 (24%)	C1/C2/D
Rio de Janeiro	187	Masculino	30 a 39 anos	Médio Completo	De R\$ 3.301 a R\$ 5.500	B2
Rio Grande do Sul	121	Masculino	30 a 39 anos	Médio Completo (26%) e Superior Completo (26%)	De R\$ 5.501 a R\$ 11.000	A/B1/B2

Gráfico 1: Análise dos atributos principais que motivam uma viagem – Geral



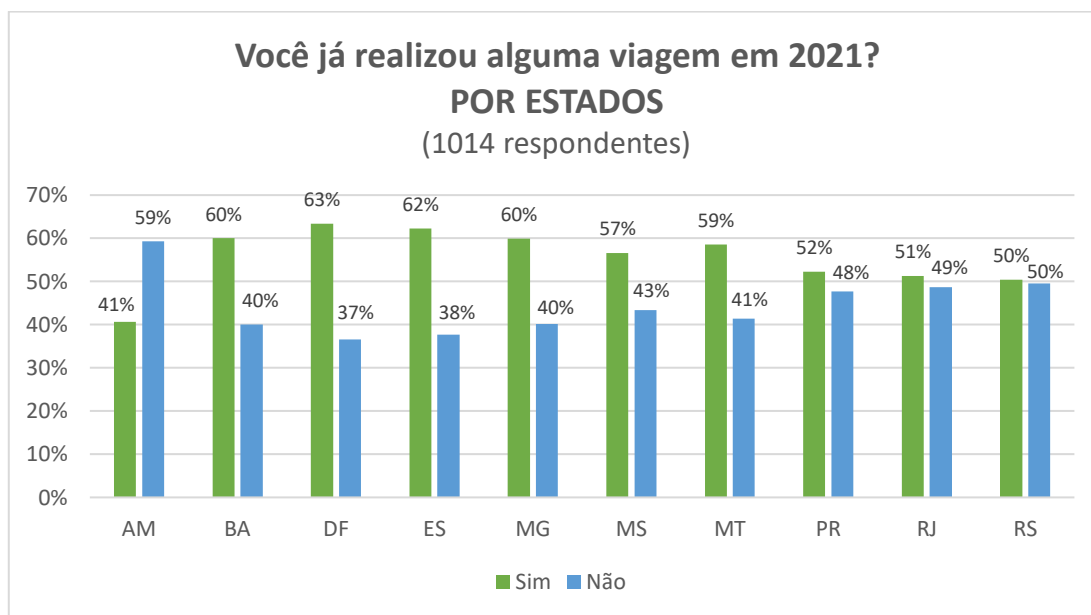
A seguir (Gráfico 2) é possível ver que para apenas 9% dos respondentes – a motivação das viagens foi visitar algum destino para fazer turismo rural. Em contrapartida, descansar e relaxar está em primeiro lugar e estar em contato com a natureza em terceiro. A percepção é que, muitos turistas não associam o turismo rural com descanso e relaxamento, ou estar em contato com a natureza.

Gráfico 2: Motivação da viagem pré-pandemia – Geral



As questões a seguir tinham como objetivo saber se os respondentes haviam viajado em 2021, levando em consideração o momento pós-vacina, para quais locais eles foram e quais os hábitos de pesquisa e consumo de viagens.

Gráfico 3: Viajou em 2021 – por estados



No total foram **564 respondentes que viajaram em 2021**, destes, **384 respondeu que viajou para fora do seu estado de residência**. Conforme gráficos a seguir:

Gráfico 4: Viajaram para fora do estado de residência em 2021?

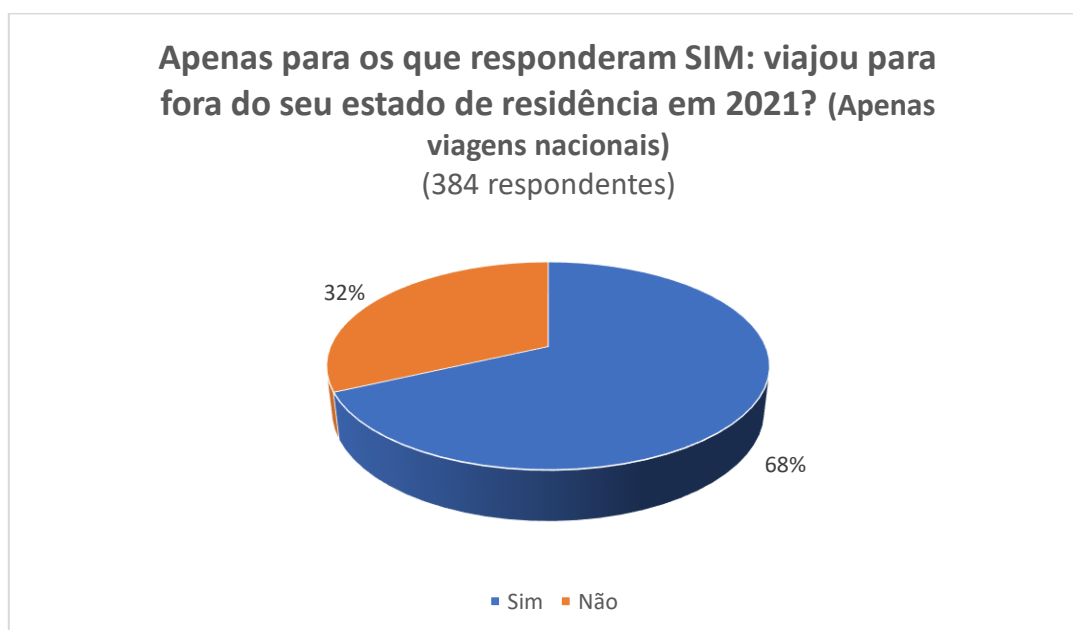


Gráfico 5: Viajaram para fora do estado de residência em 2021 - por estados

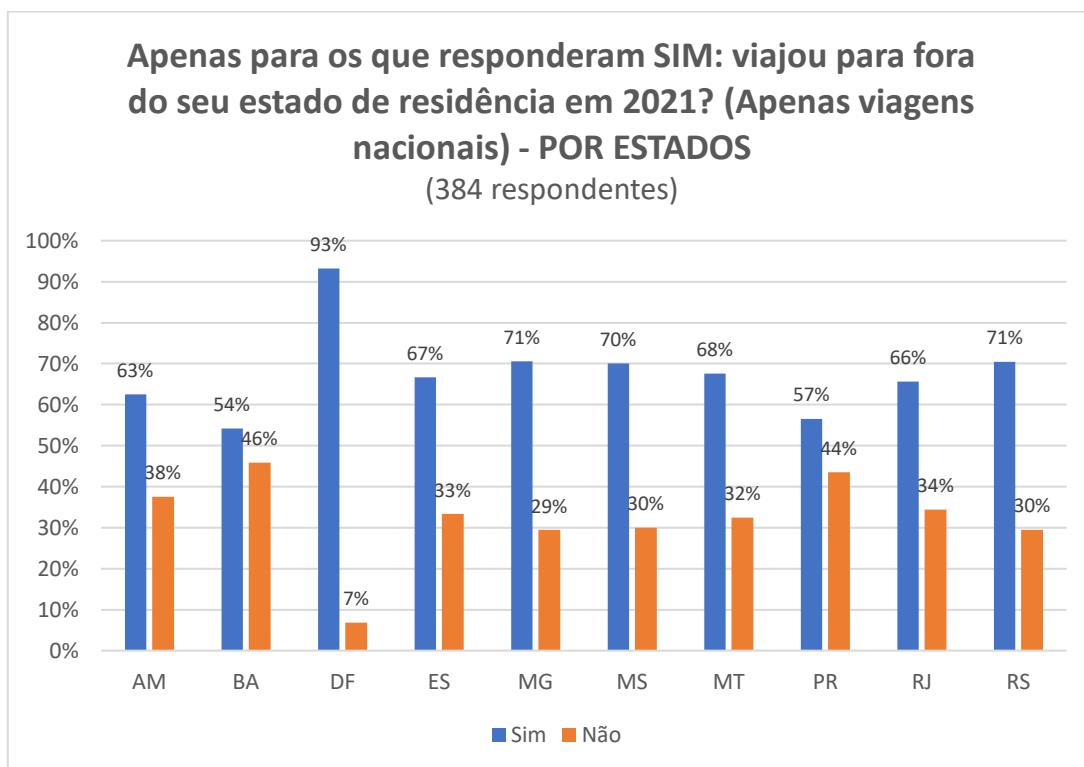


Gráfico 6: Viajaram para fora do estado de residência em 2021 - por faixa etária

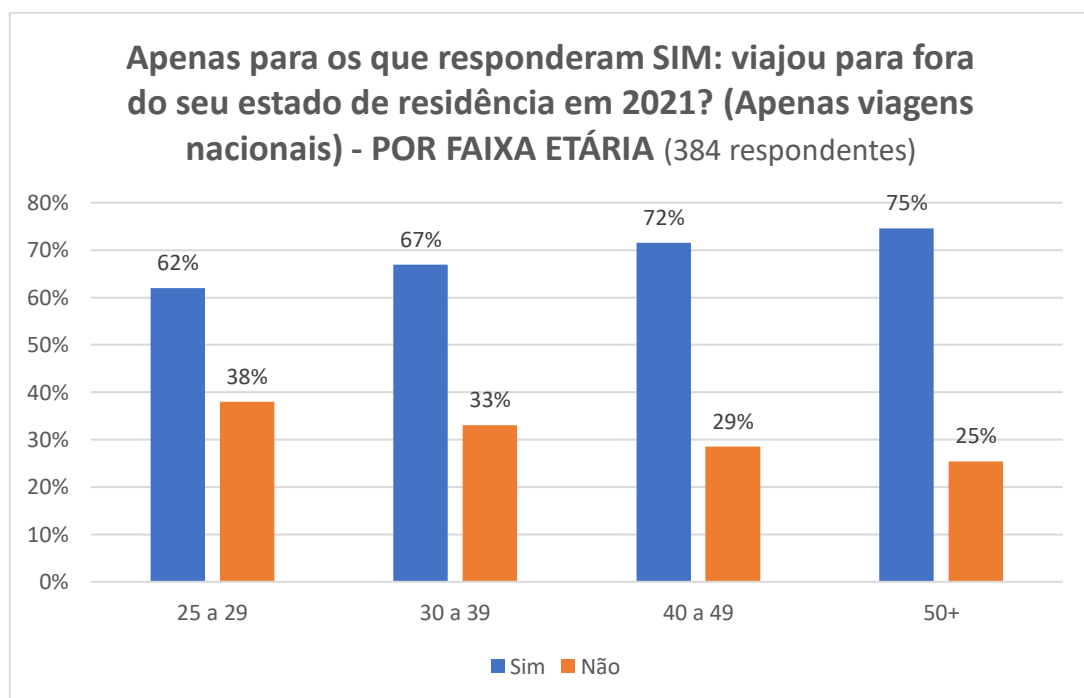
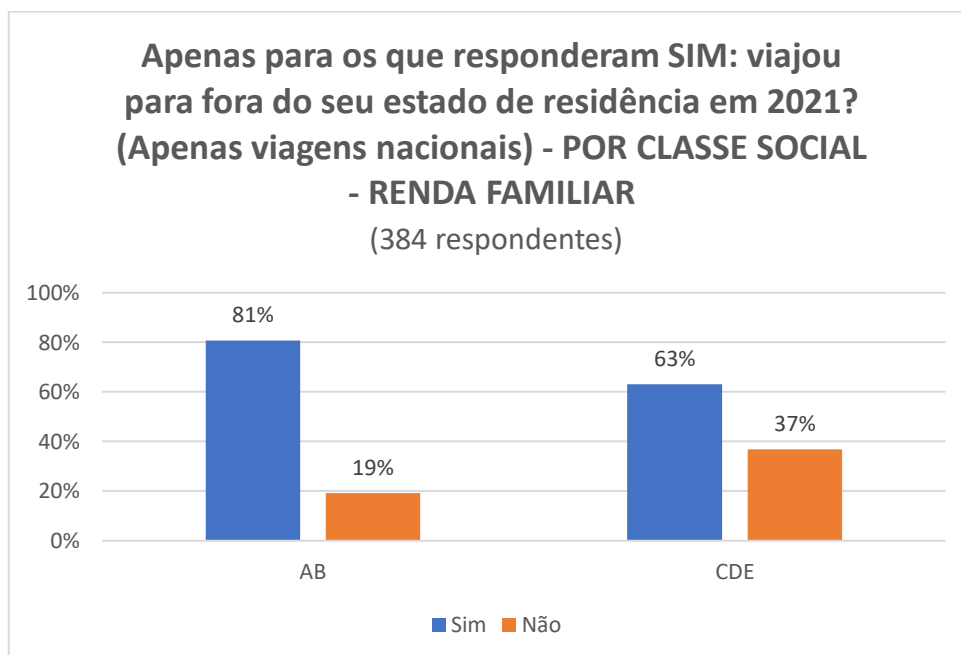
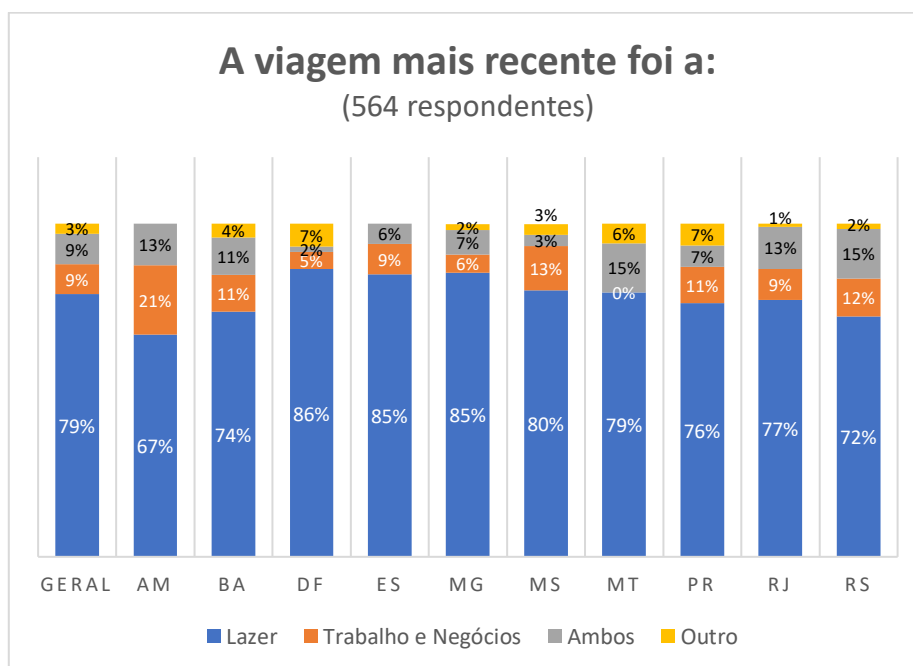


Gráfico 7: Viajaram para fora do estado de residência em 2021 – por classe social



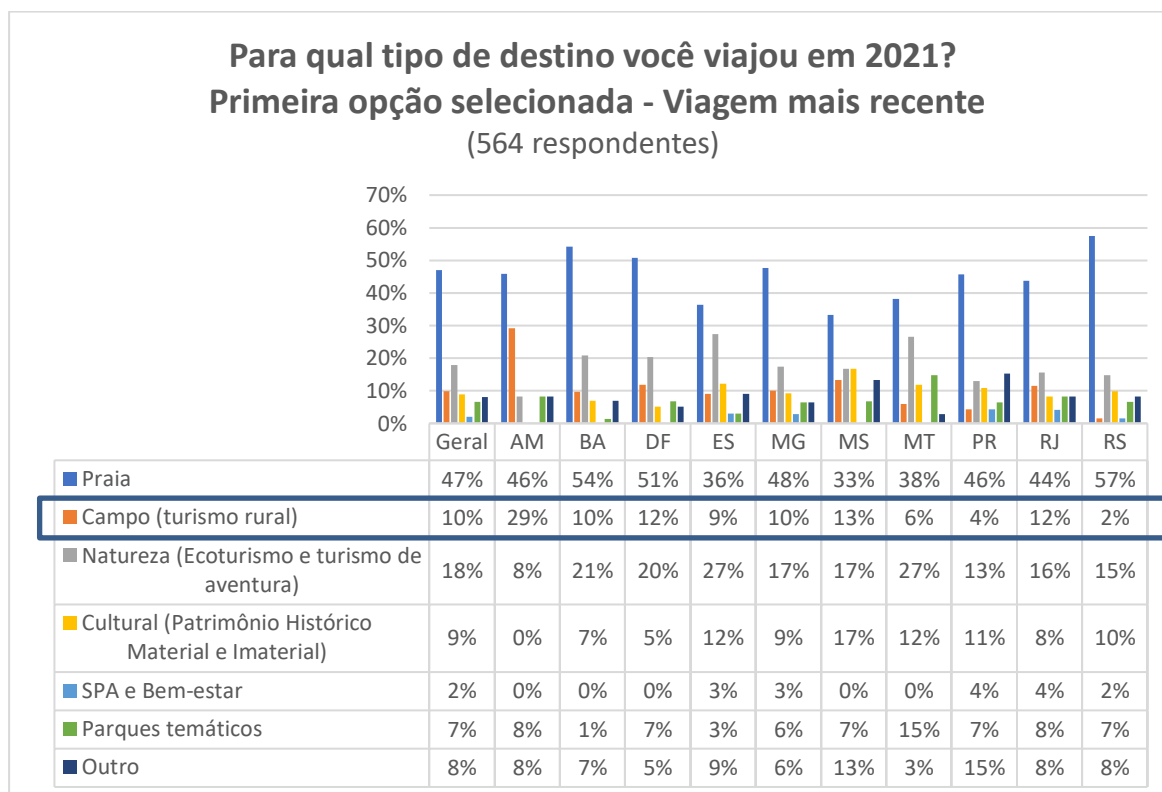
Para os 564 respondentes que **viajaram em 2021** foram feitas as seguintes perguntas:

Gráfico 8: Motivação da viagem mais recente em 2021 - Geral e por estados



Outro: visita a familiares/ doença/ saúde

Gráfico 9: Qual segmento optou para a viagem em 2021?



Analisando o gráfico acima é possível identificar que, com exceção do Amazonas, que indica o turismo rural (viagens ao campo) em segundo lugar, os respondentes dos outros estados não priorizaram viagens para o campo em 2021.

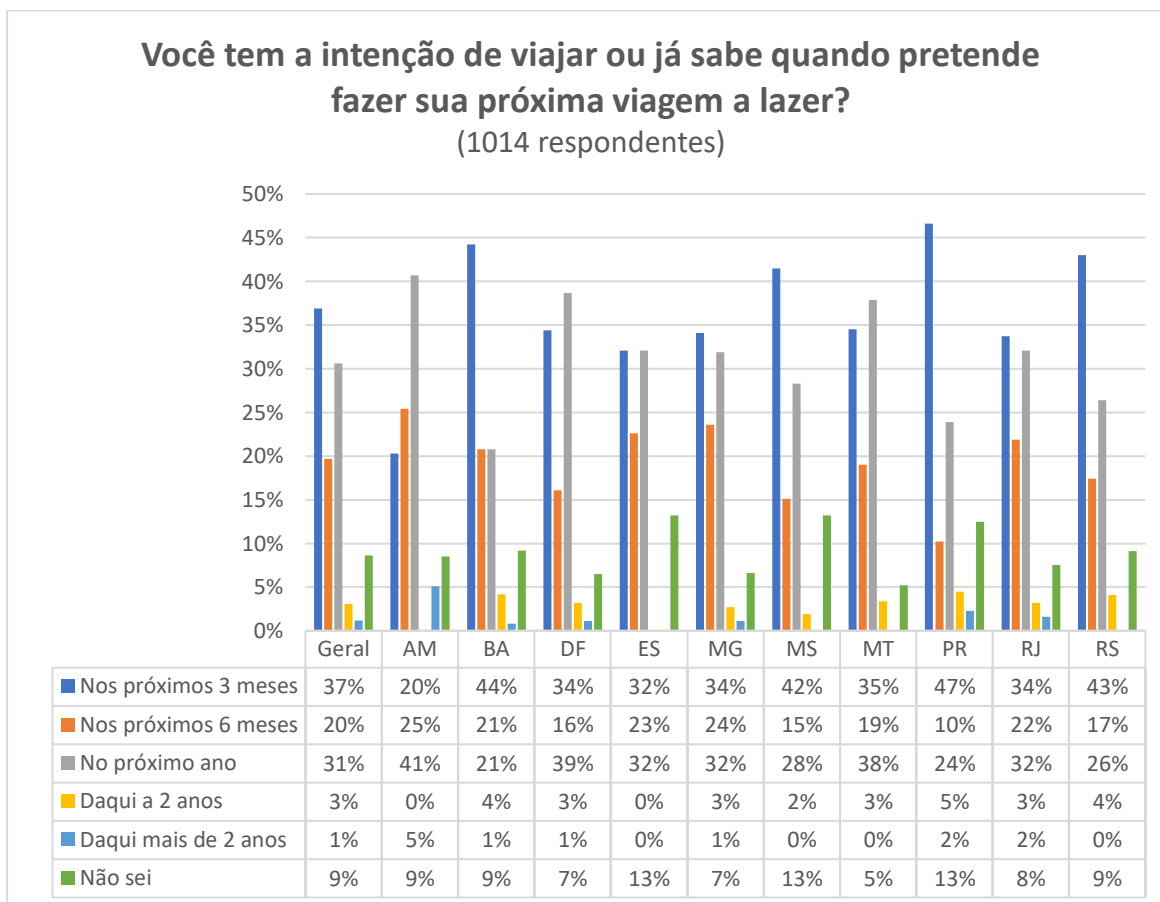
Quando questionados sobre viagens futuras, tanto as pessoas que viajaram em 2021 como para as que não viajaram, totalizando 1014 respondentes. Nos estados do Amazonas, Distrito Federal e Mato Grosso, a intenção de viajar ficou para 2022, enquanto nos outros estados, a maioria pretende viajar nos próximos 3 meses (dez, jan, fev) visto que a pesquisa foi elaborada entre novembro e 01 de dezembro de 2021. Ainda existia uma parcela de indecisos.

Dessa forma, seguem alguns dados importantes sobre esse público:

- 67% são do gênero feminino, residentes na Bahia e no Rio Grande do Sul, de 30 a 39 anos e têm renda familiar na faixa dos R\$ 1.101 a R\$ 2.200.

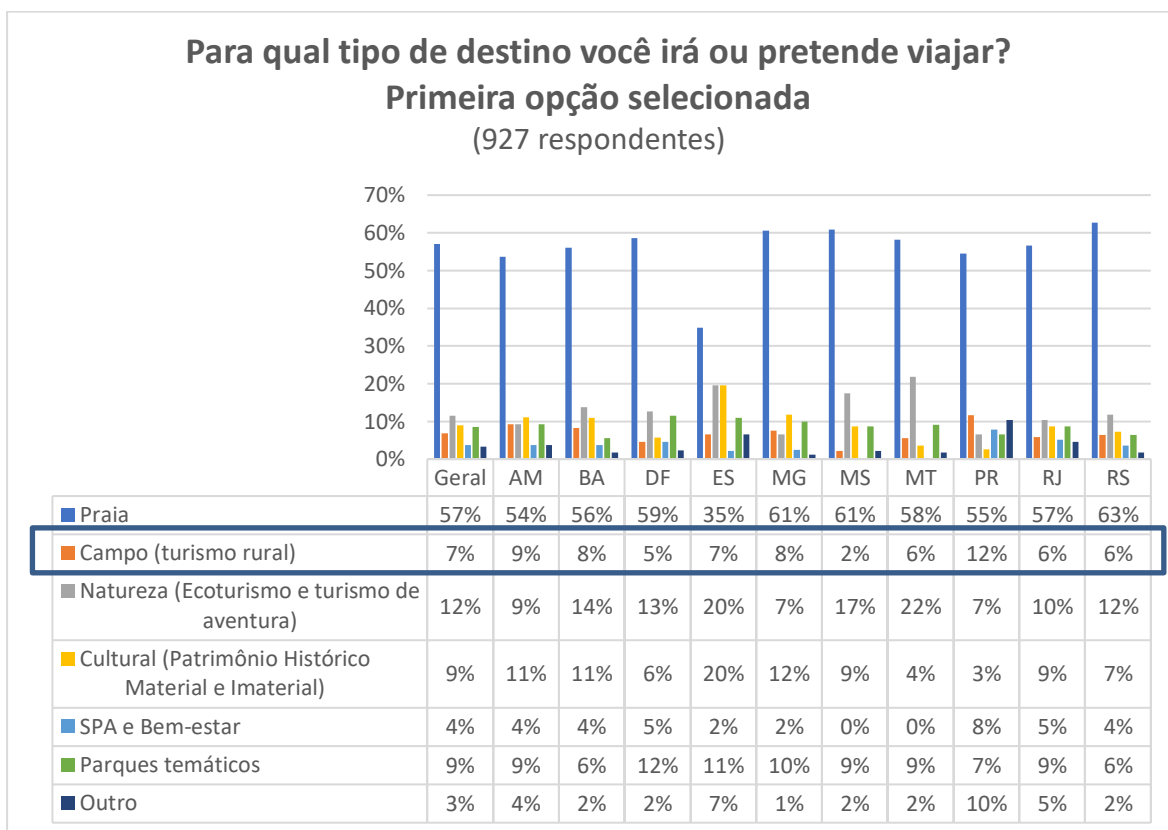
- 33% são do gênero masculino, residentes no Rio de Janeiro, Minas Gerais e Paraná, de 30 a 39 anos e com renda familiar na faixa dos R\$ 1.101 a R\$ 2.200.

Gráfico 10: Cenário futuro e intenção de viagem a lazer - geral e por estados



Para a próxima questão foram considerados 927 respondentes, que são aqueles que têm planos de viagem, os 87 que responderam "não sei" foram direcionados para outra questão.

Gráfico 11: Cenário futuro - segmentos e nichos e mercado



É possível ver que tanto nas viagens realizadas em 2021, como em um cenário futuro, no caso considerando as viagens que seriam realizadas em 2022, no imaginário da demanda potencial, o segmento do turismo rural não é o mais lembrado, com exceção do Amazonas em 2021 e no Paraná em 2022.

Esse é um indicador importante para o desenvolvimento do Plano de Turismo rural do Estado de São Paulo.

Tabela 8: Comparativo de pré-pandemia e viagem mais recente 2021 – Informação e Compra/reserva de viagem – por estados

Estados	Como se INFORMAVA sobre suas viagens (pré-pandemia)	Como se INFORMOU sobre a sua viagem mais recente (2021)	Como COMPRAVA/RESERVAVA suas viagens (pré-pandemia)	Como RESERVOU/COMPROU sua viagem mais recente (2021)
Amazonas	Por meio de buscadores de viagens* (39%) e Por meio de buscadores – ex. Google (39%)	Amigos e Parentes (46%)	Diretamente com a Companhia Aérea (29%)	Por meio de buscadores de viagens* (29%)
Bahia	Amigos e Parentes (56%)	Por meio de buscadores de viagens* (39%)	Por meio de buscadores de viagem (38%)	Por meio de buscadores de viagens* (25%)
Distrito Federal	Por meio de buscadores de viagens* (51%)	Amigos e Parentes (48%)	Por meio de buscadores de viagem (40%)	Diretamente com os meios de hospedagem (24%)
Espírito Santo	Amigos e Parentes (49%)	Por meio de buscadores – ex. Google (33%)	Diretamente no site dos meios de hospedagem (43%)	Não fui o comprador direto, outra pessoa o fez (24%)
Mato Grosso	Por meio de buscadores – ex. Google (57%)	Por meio de buscadores de viagens* (35%)	Por meio de buscadores de viagem (55%)	Por meio de buscadores de viagens* (35%)
Mato Grosso do Sul	Por meio de buscadores de viagens* (49%)	Amigos e Parentes (47%)	Por meio de buscadores de viagem (57%)	Por meio de buscadores de viagens* (37%)
Minas Gerais	Por meio de buscadores – ex. Google (54%)	Amigos e Parentes (39%)	Por meio de buscadores de viagem (37%)	Por meio de buscadores de viagens* (31%)
Paraná	Por meio de buscadores – ex. Google (47%)	Amigos e Parentes (35%)	Por meio de buscadores de viagem (30%)	Não fui o comprador direto, outra pessoa o fez (24%)
Rio de Janeiro	Por meio de buscadores – ex. Google (51%)	Por meio de buscadores de viagens* (40%)	Por meio de buscadores de viagem (43%)	Por meio de buscadores de viagens* (37%)
Rio Grande do Sul	Por meio de buscadores – ex. Google (55%)	Amigos e Parentes (38%)	Por meio de buscadores de viagem (38%)	Por meio de buscadores de viagens* (28%)

Tabela 9: Comparativo de dados pré-pandemia e pós-vacina (Meio de transporte e Meio de Hospedagem)

Estados	Meio de transporte mais utilizado (pré-pandemia)	Meio de transporte que irá utilizar (pós-vacina)	Meio de Hospedagem mais utilizado (pré-pandemia)	Meio de Hospedagem que irá utilizar (pós-vacina)
Amazonas	Avião (56%)	Avião (65%)	Casa de Amigos e Parentes (44%)	Hotéis/pousadas (49%)
Bahia	Carro próprio (42%)	Avião (36%)	Hotéis/pousadas (51%)	Hotéis/pousadas (55%)
Distrito Federal	Avião (44%)	Avião (63%)	Hotéis/pousadas (57%)	Hotéis/pousadas (55%)
Espírito Santo	Carro próprio (38%)	Carro próprio (41%)	Hotéis/pousadas (45%)	Hotéis/pousadas (47%)
Mato Grosso	Avião (52%)	Avião (73%)	Hotéis/pousadas (60%)	Hotéis/pousadas (53%)
Mato Grosso do Sul	Carro próprio (51%)	Avião (59%)	Hotéis/pousadas (59%)	Hotéis/pousadas (56%)
Minas Gerais	Carro próprio (39%)	Avião (39%)	Hotéis/pousadas (53%)	Hotéis/pousadas (64%)
Paraná	Carro próprio (53%)	Carro próprio (44%)	Hotéis/pousadas (48%)	Casa de Amigos e Parentes (36%)
Rio de Janeiro	Carro próprio (39%)	Avião (46%)	Hotéis/pousadas (56%)	Hotéis/pousadas (57%)
Rio Grande do Sul	Carro próprio (59%)	Carro próprio (55%)	Hotéis/pousadas (55%)	Hotéis/pousadas (48%)

Tabela 10: Comparativo (atributo, motivação, intenção de viajar) – por estados

Estados	Atual	Pré –pandemia	Atual	Cenário futuro	
	Principal atributo para a escolha de um destino	Motivação de viagem (pré-pandemia)	Viajou em 2021 para:	Vai para destinos de:	Intenção de viajar:
Amazonas	Preço (58%)	Visitar praias (56%)	Praia (46%)	Praia (54%)	No próximo ano (41%)
	Atrativos naturais (48%)	Descansar e relaxar (53%)	Campo (29%)	Cultural (11%)	
Bahia	Preço (62%)	Visitar praias (65%)	Praia (54%)	Praia (56%)	Nos próximos 3 meses (44%)
	Atrativos naturais (59%)	Descansar e relaxar (63%)	Natureza(21%)	Natureza (14%)	
Distrito Federal	Preço (72%)	Descansar e relaxar (61%)	Praia (51%)	Praia (59%)	No próximo ano (39%)
	Infraestrutura turística (55%)	Visitar praias (54%)	Natureza(20%)	Natureza (13%)	
Espírito Santo	Preço (64%)	Descansar e relaxar (68%)	Praia (36%)	Praia (35%)	Nos próximos 3 meses (32%)
	Atrativos naturais (53%)	Visitar praias (49%)	Natureza (27%)	Natureza e Cultural (20%) cada	
Mato Grosso	Infraestrutura turística (69%)	Descansar e relaxar (74%)	Praia (38%)	Praia (58%)	No próximo ano (38%)
	Atrativos naturais (66%)	Visitar praias (60%)	Natureza (27%)	Natureza (22%)	
Mato Grosso do Sul	Preço (66%)	Descansar e relaxar (68%)	Praia (33%)	Praia (61%)	Nos próximos 3 meses (42%)
	Infraestrutura turística (55%)	Visitar praias (49%)	Natureza e Cultural (17%) cada	Natureza (17%)	
Minas Gerais	Preço (69%)	Descansar e relaxar (75%)	Praia (48%)	Praia (61%)	Nos próximos 3 meses (34%)
	Infraestrutura turística (64%)	Visitar praias (59%)	Natureza(17%)	Cultural (12%)	
Paraná	Preço (59%)	Descansar e relaxar (69%)	Praia (46%)	Praia (55%)	Nos próximos 3 meses (47%)
	Atrativos naturais (47%)	Visitar praias (57%)	Outro (15%)	Campo (12%)	
Rio de Janeiro	Preço (62%)	Descansar e relaxar (71%)	Praia (44%)	Praia (57%)	Nos próximos 3 meses (34%)
	Atrativos Naturais (60%)	Visitar praias (63%)	Natureza (16%)	Natureza (10%)	
Rio Grande do Sul	Atrativos Naturais (64%)	Visitar praias (65%)	Praia (57%)	Praia (63%)	Nos próximos 3 meses (43%)
	Preço (64%)	Descansar e relaxar (62%)	Natureza (15%)	Natureza (12%)	

3.2.2. Demanda do segmento turismo rural no Brasil e no Estado de São Paulo

Os estudos e pesquisas sobre o perfil da demanda turística de Turismo rural no Brasil e no Estado de São Paulo são praticamente inexistentes, o que torna difícil uma análise mais aprofundada.

Serão apresentados a seguir dados extraídos de fontes secundárias – “Diagnóstico de Turismo rural em el Brasil – Un concepto en construcción” – publicado por *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura* – IICA. (2009) e Turismo rural: Orientações Básicas do Ministério do Turismo - Mtur. (2010)

A ruralidade e os ambientes naturais se confundem enquanto oferta porque ambos possuem recursos naturais como a paisagem e a sensação de estar fora da sua rotina, que passa a ser uma experiência diferenciada para a demanda.

Por isso a importância de conhecer o perfil do visitante que é motivado pelas experiências promovidas pelo turismo rural.

No documento publicado em 2009 na Costa Rica sobre o turismo rural no Brasil, foi apresentado que o consumidor de turismo rural no Brasil busca se reaproximar da natureza, mesmo que seja por um breve período. Quer experimentar os benefícios que a natureza dá, além de ter vivências nos modos de vida locais, caracterizado por elementos singulares da cultura, pela gastronomia, a tradição e o modo como ocorre a relação homem-natureza.

Essa demanda não compra apenas o seu leito no meio de hospedagem, mas sim uma experiência única.

Algumas características interrelacionadas que podem determinar um perfil de demanda, foram apontadas em ambos os documentos e são destacadas a seguir:

- Moradores de grandes centros urbanos;
- Faixa etária entre 20 e 55 anos;

- Maioria de casais com filhos e/ou amigos;
- Possuem ensino médio e/ou superior completos;
- Deslocam-se em automóveis particulares, em um raio de até 150 km do núcleo emissor/urbano;
- Fazem viagens de curta duração, em fins de semana e feriados;
- Organizam suas próprias viagens ao meio rural;
- Têm na internet e nos parentes e amigos suas principais fontes de informação para a preparação da viagem;
- São apreciadores da culinária típica regional.

Dados não estatísticos, apresentados no documento do MTur e que foram baseados na análise de outros estudos e em observações de profissionais do segmento, complementam que a demanda turística de turismo rural valoriza produtos únicos e artesanais e gostam de levar para casa produtos agroindustriais e/ou artesanais.

Esse perfil traçado nos documentos apresentados será o utilizado para a caracterização do perfil da demanda turística real do turismo rural no Estado de São Paulo.

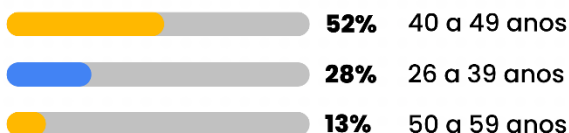
É urgente e necessário realizar pesquisas específicas para a compreensão de qual o perfil do turista que visita as diferentes localidades do País (seja uma propriedade, um município ou uma região), tendo em mente que este perfil representará apenas a parcela maior dos visitantes, mas já é um caminho para conhecer melhor o perfil do visitante de turismo rural no Brasil.

3.2.3. Panorama da demanda do Segmento Rural

Na percepção dos participantes, o perfil da demanda do Segmento Rural é o seguinte

TURISMO RURAL  **PERFIL DO TURISTA DO SEGMENTO DO TURISMO RURAL**

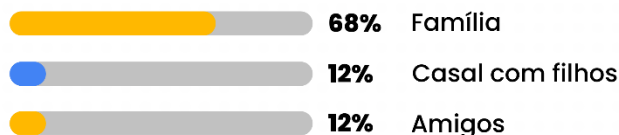
FAIXA ETÁRIA PREDOMINANTE



TEMPO DE PERMANÊNCIA



NORMALMENTE VIAJAM COM



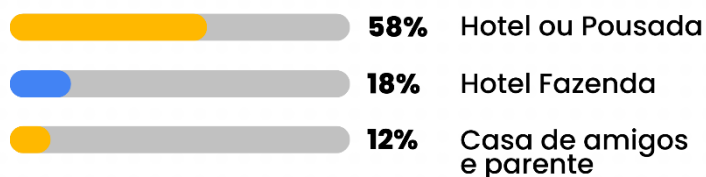
Assim como indica o Ministério do Turismo a faixa etária predominante são turistas entre 20 e 60 anos e que viajam com família e amigos.

TRANSPORTE MAIS UTILIZADO



95%
Carro próprio ou alugado

MEIO DE HOSPEDAGEM MAIS UTILIZADO



E na percepção dos participantes, mais de 95% dos turistas do segmento utilizam o próprio carro para práticas de atividades em ambiente rural, considerando que a maioria 86% permanecem de um a dois dias, é bem provável que a maioria mora próximo ao destino turístico. O que ratifica o perfil indicado pelo Mtur, que a maioria se deslocam em automóveis particulares, em um raio de até 150 km do núcleo emissor/urbano e fazem viagens de curta duração, em fins de semana e feriados;

Outra característica apontada pelo perfil do Mtur, são que a maioria dos turistas são oriundos de grandes centros urbanos, possuem ensino médio e/ou superior completos e organizam suas próprias viagens ao meio rural. Além disso, suas principais fontes de informações para a preparação da viagem, em buscas pela internet e junto aos parentes e amigos

4. Oferta

4.1. Oferta Turística do segmento turismo rural no Brasil

O Brasil, historicamente, sofreu um processo agudo de urbanização, caracterizado com grande êxodo rural. O turismo rural, surge alternativa para recuperação dos territórios em áreas rurais. Além disso, o turismo rural tem grande função na preservação do patrimônio histórico e ambiental, além de induzir emprego e renda para regiões e populações que historicamente ficaram à margem do processo de urbanização.

Com o desenvolvimento e modernização do agronegócio nos últimos anos, o turismo rural está sendo impactado com a melhoria de infraestrutura para se desenvolver, ampliando seu potencial de crescimento, antes restrito a um ambiente pouco dinâmico. Atualmente, é possível visitar destinos de turismo rural em regiões de alta produtividade e competitividade.

Segundo Solha (2016), o turismo rural no Brasil passou por quatro períodos. O primeiro entre 1984 e 2000, quando são feitas as primeiras iniciativas em relação à

necessidade de qualificação dos produtos e serviços. Posteriormente entre 2001 e 2005 o segmento começa a ser estruturado e se organiza institucionalmente; entre 2006 e 2010 se ampliam os estudos sobre competitividade do segmento, e, finalmente, entre 2011 e 2016, quando se iniciou o caminho para a segunda geração de turismo rural.

É possível considerar um novo momento do turismo rural no Brasil e no Mundo a partir da pandemia do novo coronavírus que teve início em 2020. O retorno para o campo, imposto ou pelo isolamento, ou pelas condições de saúde, iniciou um movimento chamado de turismo de proximidade, onde muitos visitantes dos grandes centros passaram a buscar um local para trabalhar ou descansar nas áreas rurais em até 200km da sua cidade de residência.

As experiências vividas nas áreas rurais por esses visitantes fizeram com que o turismo rural tivesse que se reestruturar de maneira muito rápida, tanto em revitalização dos meios de hospedagem como na diversidade e qualidade da oferta turística. Cada vez mais, o turismo rural vem recebendo maior reconhecimento no Brasil, primeiro por esse movimento de busca da ruralidade e de atividades ao ar livre, como pela estruturação da oferta turística que promove experiências únicas da vivência no campo, gerando mais uma forma de emprego e renda, nos territórios de agronegócio.

Nos últimos anos, o turismo rural vem atraindo a atenção por parte de *policy makers*, empresários e consumidores, seja com a ampliação de políticas públicas de fomento do segmento, seja com a realização de investimentos, com ampliação da oferta e experiências no meio rural. O caráter cada vez mais complementar entre a estrutura produtiva agropecuária e as alternativas de turismo rural oferecidas devem ser levadas em conta na hora de analisar o segmento.

Em todos os estados brasileiros é crescente a preocupação com o desenvolvimento do turismo rural, seja por meio de estudos da academia, formulação de leis de fomento, planos estratégicos e investimentos no setor. Entretanto os desafios ainda

são muitos. Há uma grande lacuna de informações principalmente sobre o perfil de demanda, bem como, dos destinos com vocação turística para o turismo rural.

Entretanto, Solha, (2016), com base em bibliografias diversas faz um perfil empresarial dos empreendimentos de turismo rural brasileiro, que precisa ser atualizado. A maioria dos empresários atuam de 5 e 10 anos no segmento, destes 88,1% possuem uma atividade familiar, grande parte dos empreendimentos não tem empregados (46,4%), com predomínio de atividades hortifrutigranjeiras (74,1%), que ofertam visitas à propriedade rural, alimentação, colheita de produtos, degustação, passeio em trilhas etc.

A maioria dos empresários são proprietários da terra, entre 45 e 59% dos empresários a depender da fonte não são formalizados, sendo que os grandes negócios (5,71% do total) se concentram entre os vinhedos. O faturamento é de até R\$ 180 mil (63%) e os fornecedores são majoritariamente da comunidade local.

Foi identificado por esse público, que os turistas que chegam em suas propriedades pouco utilizam as agências de viagens. O próprio empresário local atua como agente, principalmente a partir do desenvolvimento da internet, do acesso direto do cliente aos equipamentos.

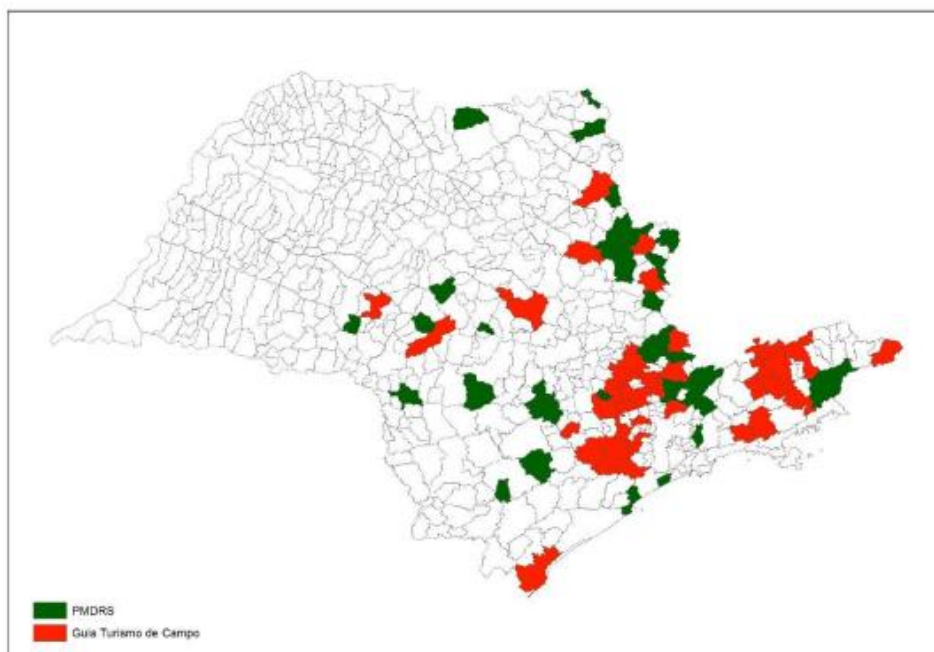
Em resumo, o estudo aponta que em 2016 o empresário do turismo rural brasileiro era um pequeno empresário, cuja atividade impactava a sua região. Dessa forma, se objeto de políticas públicas, pode ser um grande catalizador de emprego e renda em regiões rurais.

4.1.1. Oferta turística do segmento turismo rural no Estado de São Paulo

O estado de São Paulo é um dos primeiros estados do país a ter ações voltadas ao desenvolvimento do turismo rural (SOLHA, 2016). Neste sentido, a mesma autora, a partir de pesquisa bibliográfica faz um levantamento do quadro do turismo rural nos municípios paulistas.

A pesquisa ocorreu tendo como fontes secundárias principais os Planos Municipais de Desenvolvimento Rural Sustentável e, ações previstas em Guias de Turismo do Campo. A Figura 4 sintetiza essa situação para o ano de 2014.

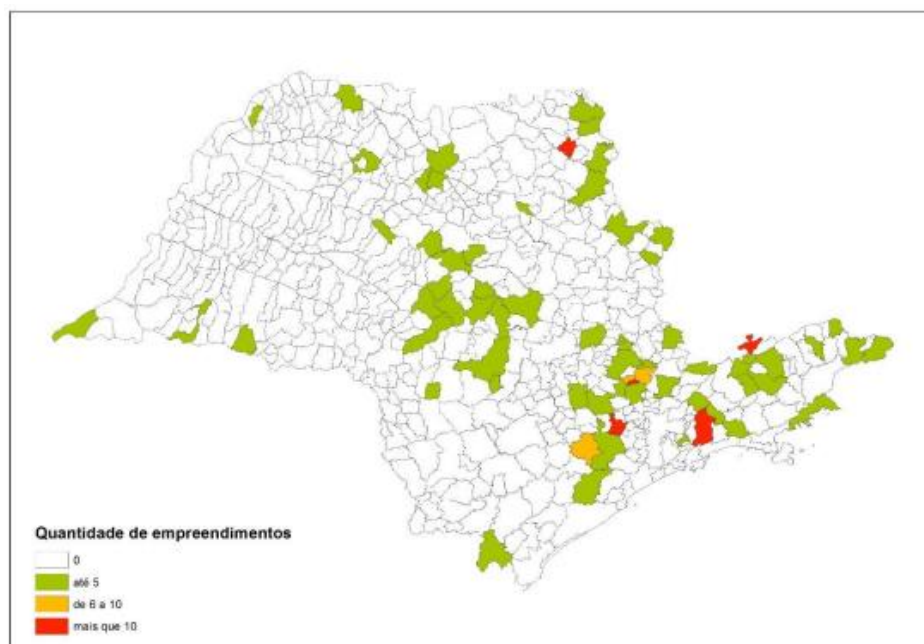
Figura 4: Turismo rural nos municípios paulistas – 2014



Fonte: Solha (2016).

Portanto, segundo os estudiosos do tema, os equipamentos de turismo rural, segundo a ótica do setor público, ainda estão muito concentrados nas regiões de Campinas, São José dos Campos e São José do Rio Preto. Solha (2016), fez um levantamento da quantidade de equipamentos de turismo rural no estado de São Paulo, que podem ser observados na Figura 5

Figura 5: Empreendimento de turismo rural nos municípios paulistas – 2014



Fonte: Solha (2016)

Do ponto de vista das regiões importantes para o segmento do turismo rural, foi indicado que o Circuito das Frutas concentra a oferta entre os circuitos, roteiros e polos estudados. Além disso, foi destacado no estudo que os tipos de atividades de turismo rural: hospedagem, restaurante rural e trilha ecológica concentravam por volta de 2/3 dos equipamentos rurais em 2014.

4.1.2. Principais Destinos do segmento



No levantamento da SETURV, a maior frequência de destinos associados ao turismo rural é de Regiões/Municípios Turísticos já consolidados no segmento, como Circuito das Frutas e Mantiqueira Paulista, e inclusive com apontamentos para as cidades que compõem as respectivas regiões como Campos do Jordão, São Bento do Sapucaí, Jundiaí, Atibaia e Vinhedo.

Algumas cidades como Brotas, Socorro, Holambra, São Roque, também são destaques, e ratificam a questão do turismo de proximidade e o acesso por rodovia.

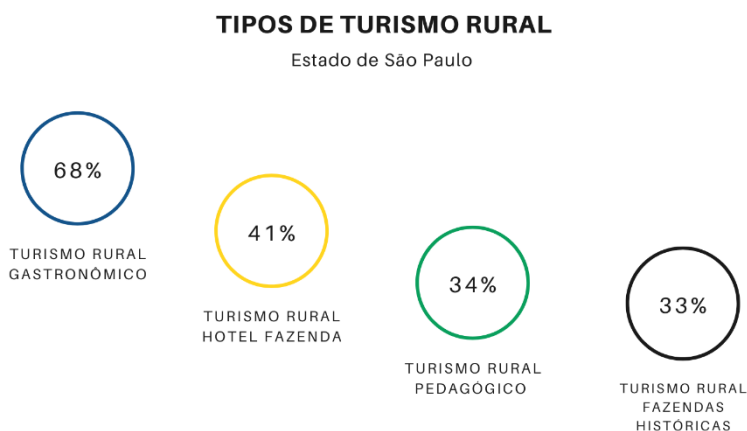
Isso demonstra que será necessário apoiar e oferecer ferramentas para que esses destinos sejam incluídos no mercado nacional, identificando a demanda potencial bem

como, a necessidade de estruturar novos produtos e roteiros do interior paulista que ainda não são comercializados de forma ampla.

Para tanto será necessário realizar estudos complementares e aprofundados sobre os temas para que seja possível definir uma estratégia para o segmento.

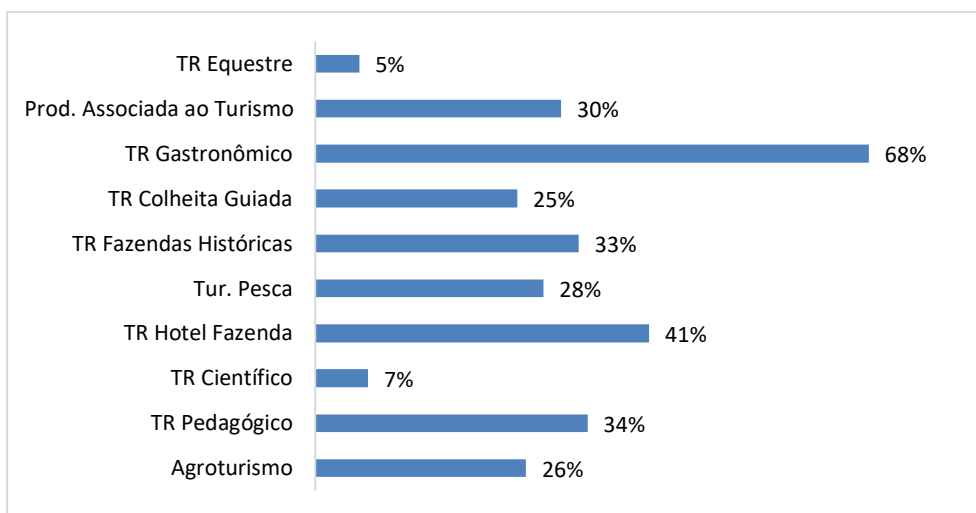
4.2. Panorama da oferta do segmento de turismo rural do Estado de São Paulo

No Levantamento realizado para a SETURV os principais tipos de turismo rural apontados foram:



Os destaques indicam que os entrevistados tem a percepção que os principais tipos de turismo rural, são os equipamentos estruturados e típicos do segmento, como o TR Gastronômico que geralmente são realizados em restaurantes com comida típica, e o turismo rural em hotéis fazenda ou fazendas históricas, onde são oferecidos serviços estruturados com experiências em ambiente rural

Gráfico 12 Indique os três principais tipos de turismo rural mais relevantes no Estado de São Paulo



No item “outros”, os tipos de Turismo Rural citados foram:

TR Religioso	1%
Economia Sustentável	
Enoturismo	
Pousadas Rurais	
Turismo Rural do Café	
Parques e outras Unidades de Conservação	
Cicloturismo	
Ecoturismo	

As tipologias apontadas demonstram a diversidade da oferta turística do segmento e a potencialidade de novos nichos de mercado podem ser fomentados com o investimento em novos produtos. Por exemplo, o Cicloturismo que está sendo estruturado em áreas rurais, integrando inclusive municípios de Regiões Turísticas do interior de São Paulo e o enoturismo que tem um potencial de agregar valor à oferta.

5. Mercado

5.1. Mercado Turístico do segmento turismo rural no Estado de São Paulo

5.1.1. Análise dos dados de Redes Sociais

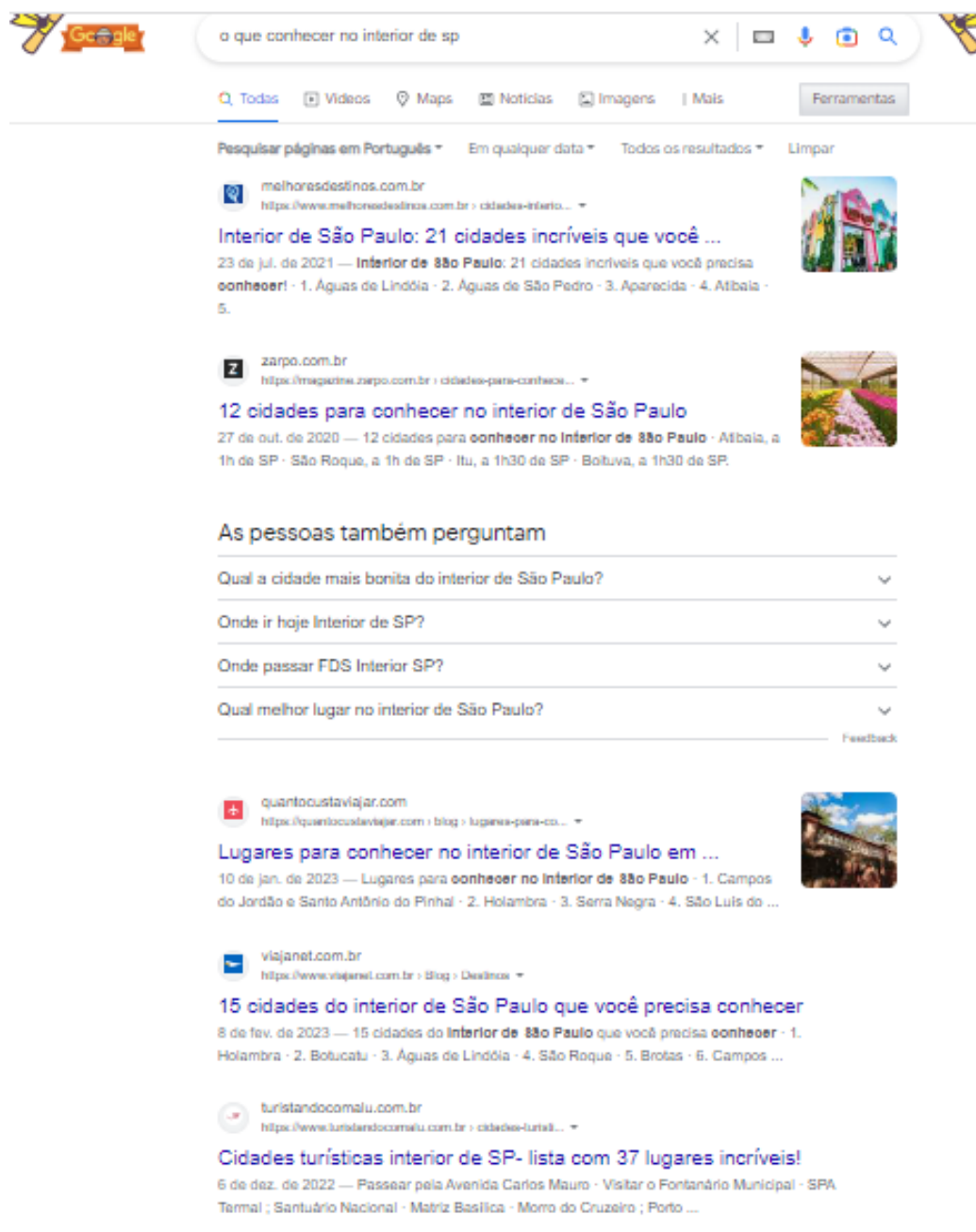
Esta seção apresentará uma breve análise da estrutura de oferta do turismo rural no estado de São Paulo com base em dados coletados na internet – no buscador Google.

A pesquisa foi realizada no dia 22.03.2023. Desta maneira, buscou-se identificar o que aparece prioritariamente sobre turismo rural na principal fonte de consulta dos viajantes conforme apresentado anteriormente.

Como metodologia, na barra de pesquisa do Google foi colocado o termo “O que conhecer no interior de SP”, os 5 primeiros resultados de páginas somente em português, sem contar os anúncios patrocinados apresentaram:

- 1) Página – melhoresdestinos.com.br com ranking das 21 cidades no estado para conhecer (2021)
- 2) Página – zappo.com.br com o ranking das 12 cidades do interior do estado para conhecer (2020)
- 3) Página – quantocustaviajar.com apresentando cidades para conhecer no interior do estado (2023)
- 4) Página – viajanet.com.br apresentando o ranking de 15 cidades do interior para conhecer (2023)
- 5) Página – turistandocomalu.com.br apresentando 37 cidades incríveis para conhecer no interior (2023)

Figura 6: Resultado pesquisa Google - 22.03.2023



The image shows a Google search interface with the query "o que conhecer no interior de sp". The search results are displayed in Portuguese. The top result is from "melhoresdestinos.com.br" with the title "Interior de São Paulo: 21 cidades incríveis que você precisa conhecer!". Below it is a result from "zarpo.com.br" titled "12 cidades para conhecer no interior de São Paulo". A section titled "As pessoas também perguntam" lists several related questions. The bottom results include "Lugares para conhecer no interior de São Paulo em ..." from "quantocustaviajar.com" and "15 cidades do interior de São Paulo que você precisa conhecer" from "viajanet.com.br".

o que conhecer no interior de sp

Todas Vídeos Maps Notícias Imagens Mais Ferramentas

Pesquisar páginas em Português Em qualquer data Todos os resultados Limpar

melhoresdestinos.com.br
<https://www.melhoresdestinos.com.br/cidades-interio...>

Interior de São Paulo: 21 cidades incríveis que você precisa conhecer! - 1. Águas de Lindóia - 2. Águas de São Pedro - 3. Aparecida - 4. Atibaia - 5.

zarpo.com.br
<https://magazine.zarpo.com.br/cidades-para-conhece...>

12 cidades para conhecer no interior de São Paulo
 27 de out. de 2020 — 12 cidades para **conhecer no interior de São Paulo** - Atibaia, a 1h de SP - São Roque, a 1h de SP - Itu, a 1h30 de SP - Boituva, a 1h30 de SP.

As pessoas também perguntam

Qual a cidade mais bonita do interior de São Paulo?

Onde ir hoje Interior de SP?

Onde passar FDS Interior SP?

Qual melhor lugar no interior de São Paulo?

Feedback

quantocustaviajar.com
<https://quantocustaviajar.com/blog/lugares-para-co...>

Lugares para conhecer no interior de São Paulo em ...
 10 de jan. de 2023 — Lugares para **conhecer no interior de São Paulo** - 1. Campos do Jordão e Santo Antônio do Pinhal - 2. Holambra - 3. Serra Negra - 4. São Luís do ...

viajanet.com.br
<https://www.viajanet.com.br/blog/destinos>

15 cidades do interior de São Paulo que você precisa conhecer
 8 de fev. de 2023 — 15 cidades do **interior de São Paulo** que você precisa **conhecer** - 1. Holambra - 2. Botucatu - 3. Águas de Lindóia - 4. São Roque - 5. Brotas - 6. Campos ...

turistandocomalu.com.br
<https://www.turistandocomalu.com.br/cidades-turist...>

Cidades turísticas interior de SP- lista com 37 lugares incríveis!
 6 de dez. de 2022 — Passear pela Avenida Carlos Mauro - Visitar o Fontanário Municipal - SPA Termal ; Santuário Nacional - Matriz Basílica - Morro do Cruzeiro ; Porto ...

Cidade	Menção
Águas da Prata	1
Águas de Lindoia	4
Águas de Santa Barbara	1
Águas de São Pedro	3
Americana	1
Andradina (Acqualinda)	1
Aparecida	2
Atibaia	5
Bananal	1
Barra Bonita	2
Boituva	4
Botucatu	3
Brotas	5
Campinas	1
Campos do Jordão	5
Cunha	5
Eldorado	2
Embu das Artes	3
Espírito Santo do Pinhal	2
Guararema	3
Holambra	5
Ibiúna	1
Ilha Solteira	1
Indaiatuba	1
Itatiba	1
Itu	5
Itupeva	1
Jaguariúna	1
Joanópolis	2
Jundiaí	2
Juquitiba	2
Lindóia	1
Mairiporã	1
Monte Alegre do Sul	3
Monteiro Lobato	1
Nova Odessa (jardim botânico)	1
Olímpia	2
Paranapiacaba (Santo André)	3
Pedreira	1

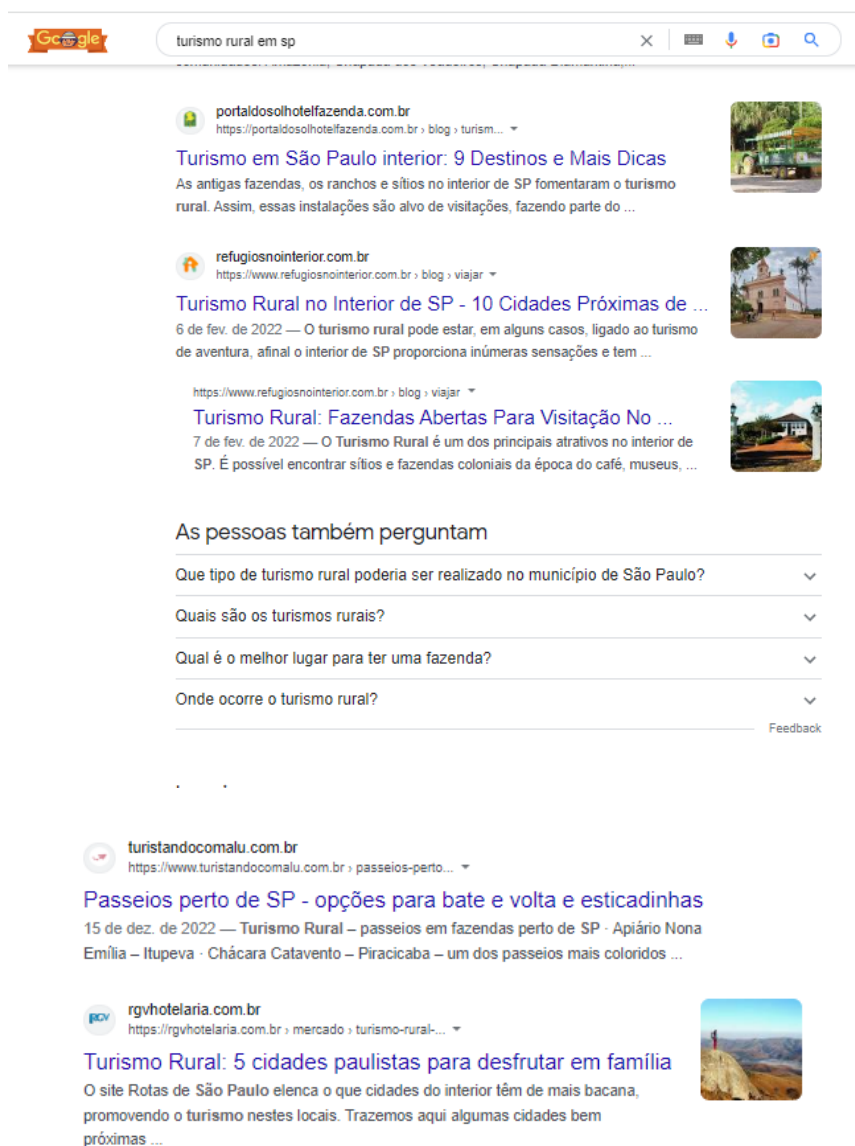
Piracicaba	1
Pirajú	1
Presidente Epitácio	1
Ribeirão Preto	2
Santo Antônio do Pinhal	2
São Bento do Sapucaí	1
São Francisco Xavier	1
São José do Barreiro	1
São Lourenço da Serra	1
São Luiz do Paraitinga	1
São Pedro	2
São Roque	5
Serra Negra	4
Sete Barras	1
Socorro	5
Valinhos	1
Vinhedo	1

Também apareceram nas páginas como parte dos rankings:

- Caminhos do queijo – Amparo, Joanópolis, Porangaba, Itapetininga, São João da Boa Vista, São José do Rio Pardo, Pardinho, Cabreúva, Bofete e Porto Feliz.
- PETAR

A partir do que foi identificado na tabela, as cidades de: **Atibaia, Brotas, Campos do Jordão, Cunha, Holambra, Itu, São Roque e Socorro** foram as mais mencionadas nas 5 páginas analisadas. Dentre elas, destinos de ecoturismo e turismo de aventura e turismo rural.

Ao modificar a busca para “Turismo rural em SP”, considerando somente as páginas em português, eliminando os anúncios patrocinados, os resultados foram:



Os resultados das páginas analisadas serão apresentados a seguir.

- 1) Portal do Sol Hotel Fazenda – localizado em Socorro, apresenta um ranking com 9 cidades para conhecer.
- 2) Refúgios no interior – blog – duas páginas são mostradas e uma apresenta um ranking de 10 cidades com foco em turismo rural para conhecer (2022)
- 3) Turistando com a Lu – foi apresentada na primeira busca e quando o foco é a pesquisa em turismo rural o ranking possui além de cidades equipamentos e atrativos mais relevantes.

- 4) RGV Hotelaria – blog - a página indica um ranking com 5 cidades para desfrutar com a família.

Cidades	Menção
Águas de Lindóia	1
Amparo	3
Atibaia	1
Brotas	1
Cotia	1
Espírito Santo do	1
Guararema	1
Holambra	1
Indaiatuba	1
Jarinu	1
Ibiúna	1
Itatiba	1
Itupeva	1
Jaguariúna	1
Jundiaí	2
Lindóia	1
Louveira	1
Monte Alegre do Sul	1
Morungaba	1
Pedreira	1
São Bento do Sapucaí	1
São José do Barreiro	1
São Roque	1
Serra Negra	2
Socorro	1
Valinhos	1
Vinhedo	1

No blog “*Turistando com a Lu*” foram mencionados equipamentos e atrativos como: Fazenda Benedetti em Amparo/Serra Negra e Fazenda Nossa Senhora da Conceição em Jundiaí, Fazenda do Chocolate em Itu, Queijaria Rima em Porto Feliz, Fazenda Angolana em São Roque, Fazenda Atalaia em Amparo, Fazenda A Boa terra em Itobi, Apiário Nona Emilia, Sítio Sassafras e Sítio Frediani em Itupeva, Fazenda Morro pelado em Águas de Lindóia, Parque Macaquinhos Turismo em Serra Negra, Toca da

Raposa em Jujutiba, Hotel Vinícola Família Davo em Ribeirão Branco, Chacára Catavento em Piracicaba.

A cidade de **Amparo** foi a que mais apareceu nos rankings, seguida por **Jundiaí** e **Serra Negra**. E a região de Amparo e Serra Negra teve mais menções de atrativos segundo o blog Turistando com a Lu.

Ao realizar o cruzamento das pesquisas, primeiramente em relação as opções de destinos no interior de SP e depois especificamente de turismo rural em SP nota-se que nenhuma cidade aparece como principais menções nas duas pesquisas. Inclusive Amparo, primeira da pesquisa em turismo rural não aparece nas menções da primeira pesquisa, mas aparece nos Caminhos dos Queijos.

Essa pesquisa pode indicar que várias cidades do interior de SP são ótimos destinos para visitar, além disso muitos desses destinos são reconhecidos pelos atrativos para a realização de turismo rural e aparecem pelas menções de equipamentos turísticos, principalmente pelos meios de hospedagem como hotel fazenda ou fazendas desativadas ou que seguem produtivas, mas tem finalidade turística.

5.2. Análise da Concorrência

5.2.1. Concorrência Internacional

5.2.1.1. Austrália

O turismo rural na Austrália se baseia principalmente no **turismo de fazenda**, em que os próprios fazendeiros colocam a disposição do turista uma variedade de serviços baseados na criação de uma experiência única e local. Existe, por tanto, uma aposta do Estado pela implementação de políticas públicas que incentivem e orientem os pequenos e medianos produtores do campo australiano no turismo rural, objetivando o seu próprio desenvolvimento econômico.

A criação de associações e a cooperação com o Estado é fundamental para sistematização da oferta, para assegurar que seja de qualidade, e para a promoção nacional e internacional. Assim sendo, os maiores consumidores do turismo rural são os próprios conacionais que procuram uma conexão real com a terra. Em virtude de brindar essas experiências os principais produtos oferecidos nas fazendas australianas estão focados no **agroturismo, e constam de passeios a cavalo, degustação de vinhos, passeios e trilhas** (Irshad, 2010).

5.2.1.2. Chile

O turismo rural em Chile conta com o apoio do Estado por meio de diferentes programas e políticas públicas que visam o desenvolvimento econômico do campo. Instituições como o INDAP (*Instituto de Desarrollo Agropecuario do Ministério de Agricultura*) ou o Sernatur (*Servicio Nacional de Turismo*) tem realizado ações de capacitação, e de apoio técnico, financeiro e de gestão aos habitantes e proprietários de pequenas e medianas fazendas para a estruturação do turismo rural nos territórios.

Essa aposta tem significado na estruturação da oferta nas diferentes regiões, desenvolvendo atividades tais como **excursões rurais, rotas turísticas rurais, o turismo camponês, agroturismo, campamentos ecológicos e agrocamping**. Dentro de toda a gama de oferta pode se encontrar a experiência fazendeira autêntica que é brindada pelos próprios habitantes que colocam a disposição as suas fazendas, com um atendimento familiar e individualizado, com diferentes experiências sobre a própria vida cotidiana, como passeios, pesca ou os labores de fazenda (Szmulewicz, 2008).

No ano de 2020, o INDAP, como parte de um convênio assinado em 2018 com a Subsecretaria de Turismo de Chile, aprovou a “Norma Técnica del Rubro Turismo rural”. Esta categoria de apoio de financiamento ao Turismo rural tem como finalidade promover o desenvolvimento do Turismo rural como atividade ligada à agricultura e, permitindo assim, que os pequenos agricultores usuários e potenciais usuários aumentam e diversificam sua renda (INDAP, 2020).

Vale destacar que Chile, por sua ampla diversidade paisagística, dividido entre o norte e o sul do país e atravessada pela Cordilheira dos Andes, coloca à disposição dos turistas diferentes atrativos. Entres os principais atrativos se encontram:

- “Ruta del Vino de Colchagua”, que é o primeiro circuito turístico do vinho em Chile.
- “Red de Turismo rural Licanhuasi”, que dá a oportunidade de visitar diferentes povoados indígenas e sítios arqueológicos milenários, com o intuito de educar e aproximar aos turistas às culturas originárias do Chile.
- “Red de Turismo rural Corral - Chaihuín”, onde os locais oferecem hospedagens acondicionada e serviços de atividades tradicionais na cria, na agricultura, na pesca e na gastronomia (Herrera, 2009).

Em 2021, a Organização Mundial do Turismo (OMT) reconheceu as cidades de Pica, Região de Tarapacá, e Puerto Williams, Cabo de Hornos, Região de Magalhães e Antártica Chile, como exemplos de destinos de turismo rural com valores culturais e

naturais. Assim, receberam da OMT o selo “Melhores Aldeias Turísticas” que também destaca produtos, valores e estilos de vida rurais e comunitários.

Por um lado, Pica é conhecida por ser “um oásis no meio do deserto”. A Prefeitura dessa cidade tem focado recursos para conscientizar sobre o uso responsável da água, ensinando assim a toda a comunidade a importância da consciência ambiental e da implementação de ações mais sustentáveis.

Puerto Williams foi reconhecida por sua importância histórica, pois aí reside o povo indígena mais austral do planeta, o povo Yagán. Os Yagán estão inseridos em uma área declarada Reserva da Biosfera do Cabo de Hornos pela Unesco em 2005, representando um marco para a conservação da biodiversidade mundial e abrangendo todo o extremo sul do Chile (Sernatur, 2021).

5.2.1.3. Espanha

O turismo rural na Espanha se destaca pela sua ampla oferta territorial. A diversidade paisagística e cultural é aproveitada para a estruturação de diferentes tipos de oferta e demanda. Os turistas contam com a possibilidade de visitar os altos e frios Pirineus, a Costa Brava de Catalunha, as agrestes e frondosas montanhas do norte, as pacíficas planícies do interior ou as paradisíacas ilhas Baleares e Canarias. Cada um desses territórios conta com um legado histórico rico, com suas respectivas culturas.

Assim, segundo o Instituto Nacional de Estadística de Espanha (INE), em 2022 a Espanha contava com 196.970 estabelecimentos no turismo rural. As comunidades autônomas com maior número de estabelecimentos são:

Comunidades Autônomas	Nº estabelecimentos
Castilla y León	40.357
Andalucia	27.464
Catalunha	22.186

Ao mesmo tempo, as zonas turísticas com maior número de estabelecimentos são:

Zonas Turísticas	Nº estabelecimentos
Pirineus	24.907
Asturias	5.571
Extremadura	4.531
P. Natural Sierras de Tejada, Almirajara y Alhama	4.304
Catalunha	4.187

A Espanha recebe uma quantidade relevante de viajantes de turismo rural com um total de 4.349.519 (INE, 2022). As comunidades autônomas que recebem mais viajantes são:

Comunidades Autônomas	Nº de visitantes
Castilla y León	745.380
Catalunha	487.883
Andalucia	393.943

Além disso as zonas turísticas que recebem o maior número de viajantes são:

Zonas Turísticas	Nº de visitantes
Pirineus	461.717
Baleares	307.152
Catalunha	183.804
Extremadura	137.890
Asturias	113.727

Finalmente, os mais de quatro milhões de viajantes que recebeu a Espanha para o turismo rural, gastaram **21.064.910.978,94 de euros**, no ano de 2021 (INE). As comunidades autônomas que reportaram maior gasto dos viajantes foram Baleares, com 3.923.040.749,42 de euros; Catalunha com 3.699.812.016,61 de euros; Comunidade Valenciana com 3.089.340.338,92 de euros; Andalucia com 2.961.759.861,40 de euros; e Canarias com 2.748.791.853,15 de euros.

5.2.1.4. Portugal

Desde a década dos 80 do século passado, o turismo rural em Portugal conta com uma história de políticas públicas centradas no seu desenvolvimento, visando ser parte importante de uma estratégia de crescimento econômico do setor rural do país.

Especificamente, a estruturação do Turismo no Espaço Rural (TER) e do Turismo de Habitação (TH), tem como objetivo preservar e dar a conhecer o patrimônio cultural e arquitetônico (Pato, 2015). Dessa forma, Portugal conta com **1.631 estabelecimentos** tipo TER e TH, que se divide da seguinte forma: **293 estabelecimentos de agroturismo; 1.033 casas de campo; 108 hotéis rurais; e 21 estabelecimentos de outros tipos de TER.**

Por outro lado, Portugal também conta com outros tipos de estabelecimentos relacionados ao turismo rural, estes são: **176 estabelecimentos de turismo de habitação; 2.811 estabelecimentos de alojamento local; 60 aldeamentos turísticos; e 36 pousadas e quintas de madeira (Instituto Nacional de Estatística, 2021).**

As regiões do Norte, Centro e Alentejo concentram a maior parte desses estabelecimentos tipo TER e TH e, por conseguinte, contam com a maior parte do espaço rural e do seu patrimônio: 626 no Norte; 393 no Centro; e 344 em Alentejo.

Em 2021, os estabelecimentos TER e TH receberam 785,5 mil hóspedes, dos quais 149,1 mil eram estrangeiros. O fluxo de turistas por região acompanha a capacidade dessas regiões de acordo com o número de estabelecimentos disponíveis. Isso explica que as regiões com maior número de hóspedes sejam o Norte com 286,18 mil; o Centro com 228,19 mil e Alentejo com 197,1 mil turistas.

Todo este fluxo de turistas tem contribuído para que no mesmo ano de 2021 o TER e TH tenha tido um rendimento de 127.602 de milhões de euros, e que aumentou para **195.339 de milhões de euros para o ano 2022**; representando um importante crescimento de 53% nos rendimentos.

Paralelamente, os rendimentos de alojamentos turísticos passaram de 877.78 de milhões de euros no 2021, para 163.349 de milhões de euros no 2022, e os rendimentos de alojamento local passaram de 199.773 de milhões de euros no 2021, para 436.963 de milhões de euros no 2022 (PORDATA, 2023).

5.2.2. Concorrência Nacional

5.2.2.1. Mato Grosso do Sul

No que diz respeito ao turismo rural em Mato Grosso do Sul, pode-se afirmar que as principais experiências oferecidas são as visitas a fazendas e propriedades rurais, onde os visitantes podem aprender sobre a produção agropecuária local, participar de atividades típicas, como ordenha de leite, pescaria e montaria em cavalos, além de desfrutar da gastronomia local, com destaque para pratos à base de carne bovina e peixes de água doce.

Algumas cidades que se destacam no Mato Grosso do Sul são: Bonito, Jardim, Bodoquena, Miranda, Aquidauana e São Gabriel do Oeste. Campo Grande também tem algumas opções de turismo rural em seu território.

A cultura pantaneira, por exemplo, é uma das principais atrações do turismo rural em Mato Grosso do Sul. Algumas atividades são muito procuradas pelos turistas, como a observação da fauna e flora, com passeios de barco pelos rios e lagos da região, caminhadas em trilhas ecológicas e visitas a parques e reservas ambientais, como o Parque Nacional da Serra da Bodoquena e o Pantanal.

Há opções de hospedagem em fazendas e pousadas rurais, onde os visitantes podem desfrutar da tranquilidade e do contato com a natureza, além de experimentar a gastronomia local, como a carne de jacaré.

O governo do estado do Mato Grosso do Sul promulgou uma lei que regulamenta o turismo rural no estado, prevendo ações específicas para esse segmento.

5.2.2.2. Minas Gerais

Minas Gerais oferece uma ampla gama de oferta de experiências relacionadas ao turismo rural. O estado mineiro tem uma grande área rural, com paisagens naturais cênicas, rica gastronomia e muita história. Essa riqueza e diversidade só é possibilitada por sua geografia. Algumas cidades que se destacam neste segmento são: São Lourenço, São Tomé das Letras, Monte Verde, Tiradentes, Montes Claros, Lavras e Diamantina.

A Serra da Canastra, um icônico destino turístico mineiro, por exemplo, tem cânions, cachoeiras, rios e trilhas e oferece opções de ecoturismo e turismo de aventura, além de passeios pela produção de queijos e visitas a fazendas.

A cozinha mineira é um dos grandes atrativos do turismo rural no estado por ser diversificada, com pratos típicos que remetem às tradições do ambiente rural como: feijão-tropeiro, a galinhada, a canjiquinha, o angu, o frango com quiabo, o leitão à pururuca, entre outros. Essa riqueza gastronômica está diretamente relacionada à cultura e às tradições do interior de Minas Gerais, onde a comida é um elemento fundamental da identidade local e das celebrações festivas. A experiência do turismo rural mineiro está pautada em visitas a propriedades rurais onde são produzidos queijos, doces, cachaças e outros alimentos típicos da região.

A preservação da arquitetura e dos elementos culturais das propriedades rurais, como casarões coloniais, terreiros de café, engenhos de cachaça e outros patrimônios históricos e culturais, também pode ser um diferencial importante para o turismo rural em Minas Gerais, agregando valor e identidade à experiência turística.

Minas Gerais atualmente tem políticas para desenvolvimento do turismo rural, especialmente com foco da capacitação de agricultores que desejam investir nesse segmento, como é o caso de Araxá.

Além disso há programa de regionalização do turismo, o que, segundo a Secretaria de Cultura do Estado de Minas Gerais, “são focados na democratização da Política

do Turismo, integração e participação social, no desenvolvimento sustentável, na descentralização do Turismo, inovação e articulação”.

5.2.2.3. Pernambuco

A região nordeste é muito conhecida pelas praias, mas tem muito a mostrar do ponto de vista do turismo rural. Neste sentido, Pernambuco é um dos estados que se destaca apresentando uma grande diversidade de paisagens e atividades, sertão e mata atlântica até a zona da mata e o agreste pernambucano. Além disso, há possibilidade de turismo rural inclusive no litoral do estado.

As opções de turismo rural em Pernambuco incluem **visitas a engenhos de cana-de-açúcar, fazendas históricas, trilhas, cavalgadas, passeios de bicicleta, entre outras atividades**. Além disso, os turistas podem participar de oficinas de artesanato e gastronomia, conhecer os costumes e tradições do povo pernambucano e se hospedar em casas de campo e pousadas rurais.

Algumas cidades pernambucanas se destacam no turismo rural, como Gravatá, que oferece opções de turismo rural com atividades como trilhas ecológicas, cavalgadas, visita a engenhos e fazendas históricas, e Bezerros, que é conhecida por suas festas tradicionais e pelas opções de turismo rural, como visita a fazendas de criação de gado, pescaria, trilhas ecológicas, entre outras atividades.

A região é conhecida por sua rica e diversa cultura, que envolve manifestações folclóricas, religiosas e culturais que atraem turistas de diversas partes do mundo, sem falar na gastronomia que é oferecida nas propriedades rurais. Entre os pratos mais conhecidos estão o bolo de rolo, a tapioca, o caldinho de feijão, a carne de sol com macaxeira, entre outros. Além disso, destaca-se um novo polo nacional de enoturismo na região de Petrolina, nas margens pernambucanas do Rio São Francisco, com vinícolas nacionais e internacionais e produção de vinhos premiados.

O governo de Pernambuco também tem atuado na formulação de projetos de lei⁹ para o fomento ao turismo rural do estado, “com a finalidade de promover ações relativas ao planejamento, desenvolvimento e fortalecimento do turismo rural, bem como impulsionar e difundir os produtos e as potencialidades do setor rural do Estado, propiciando à sociedade o conhecimento e a valorização desse segmento”.

5.2.2.4. Rio Grande do Sul

O Rio Grande do Sul é uma grande referência em turismo rural. O Estado vem se desenvolvendo nos últimos anos, principalmente nas regiões serranas e no noroeste e é conhecido pela sua forte tradição rural, com a presença de muitas fazendas, vinícolas e agroindústrias. Destacam-se, especialmente, o enoturismo e o oliviturismo. Ainda é possível encontrar uma ampla variedade de atrações, como passeios de trator, visitas a vinícolas, degustações de vinhos e queijos, hospedagem em casas de campo e pousadas, entre outras.

Esse segmento também é bastante valorizado pela gastronomia local, com destaque para pratos como o churrasco, o arroz carreteiro e a cuca, um doce típico da região. Além disso, é bastante conhecido pelo café da manhã colonial, além de produzir uma das cachaças mais premiadas do Brasil, a Weber Haus.

A geografia do Rio Grande do Sul é um fator que influencia diretamente o desenvolvimento do turismo rural no estado. A região sul do Brasil é conhecida por seu clima subtropical, o que favorece a produção agrícola e pecuária, além da presença de belas paisagens naturais, como serras, vales, rios e lagos. Há, inclusive, Cânions na região serrana no norte do estado, foco de grande fluxo turístico.

Essa geografia privilegiada permite o desenvolvimento de atividades turísticas que se aproveita dos recursos naturais e das tradições culturais do estado. Alguns municípios que se destacam são: Pelotas, Nova Petrópolis, Gramado e Canela, Cambará do Sul,

⁹ Ver - PROJETO DE LEI ORDINÁRIA 2237/2021

Bento Gonçalves, Rolante, São Miguel das Missões, Ibirubá. Mesmo em Porto Alegre há oferta de roteiros e experiência nas zonas rurais da cidade.

A infraestrutura do interior gaúcho é algo que beneficia o estado na diversificação da sua oferta com a presença de pequenas propriedades rurais, com produção agrícola e pecuária diversificadas, o que possibilita a oferta de atividades turísticas com foco na ruralidade.

A tradição e a cultura gaúcha reforçam as características do turismo rural e promovem a visitação às estâncias e fazendas típicas, onde é possível conhecer os costumes locais, a lida com o gado, os costumes culinários, e até mesmo assistir apresentações de danças e músicas tradicionalistas.

Uma das principais iniciativas do governo estadual é o Programa Emater/RS-Ascar nos Caminhos do turismo rural, que tem como objetivo promover o desenvolvimento sustentável do turismo rural no estado, por meio da capacitação de produtores rurais e da oferta de informações aos turistas.

Além disso, o governo estadual também tem incentivado a criação de roteiros turísticos e de eventos relacionados ao turismo rural, como feiras, festivais e festas típicas, que valorizam a cultura e a gastronomia local.

Por fim, vale apontar que, também se tem investido na melhoria da infraestrutura turística nas regiões mais procuradas para o turismo rural, como a região da Serra Gaúcha, com a construção de novas estradas, sinalização turística e a criação de novos atrativos turísticos. Desde 2007, já há instituída uma lei¹⁰ de fomento de turismo rural no estado gaúcho, o que o posiciona como vanguarda entre os estados brasileiros.

¹⁰ Ver - LEI Nº 12.845, DE 26 DE NOVEMBRO DE 2007.

5.2.2.5. Santa Catarina

Santa Catarina, de forma análoga ao Rio Grande do Sul, também se destaca no segmento de turismo rural, uma vez que vem crescendo a procura destinos conectados à natureza, com sossego e a vida no campo.

O turismo rural em Santa Catarina também é marcado pela valorização da cultura e dos costumes locais, especialmente, aquelas relacionadas à colonização europeia, com destaque para as festas típicas, como a Festa do Imigrante, em Timbó, a Fenarreco, em Brusque, e a Oktoberfest, em Blumenau. Além disso, cidades como Alfredo Wagner, Urubici, Angelina e São Joaquim se destacam oferecendo diversos equipamentos turísticos na serra catarinense. Mesmo Florianópolis oferece opções de turismo na sua área rural.

Uma das principais regiões para o turismo rural é o Vale Europeu, localizado no Vale do Itajaí, onde é possível encontrar diversas opções atividades nesse segmento, como a visitação a propriedades rurais, adegas, vinícolas, cervejarias artesanais, alambiques, entre outros.

Outra região bastante procurada é a Serra Catarinense, que oferece belas paisagens, clima ameno e a possibilidade de atividades ligadas ao turismo rural, como a visitação a fazendas produtoras de maçãs, uvas e outras frutas, adegas e vinícolas, além de oferecer opções de turismo de aventura, como trilhas, escaladas e passeios de bicicleta.

O oeste catarinense também é uma região com opções de turismo rural interessantes para os visitantes que buscam experiência no campo. Entre as principais opções destacam-se a Rota do Vinho, na cidade de Abelardo Luz, que oferece visitas a vinícolas e degustações de vinhos e espumantes produzidos na região, e a Rota das Cachoeiras, na cidade de Chapecó, que oferece opções de trilhas ecológicas, banhos de cachoeira, pescaria e passeios de barco.

Assim, como o Rio Grande do Sul, em Santa Catarina a estrutura de propriedade rural, em geral, de pequeno porte facilita a oferta e diversificação de experiências, sejam elas gastronômicas, ecológicas ou de aventura, no espaço rural.

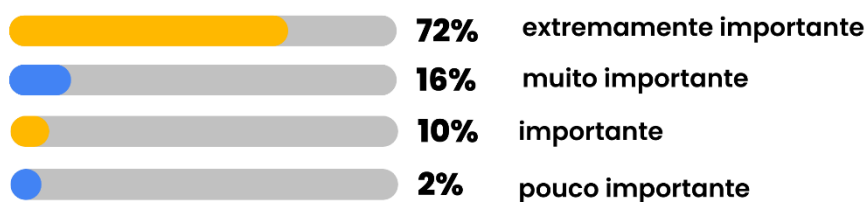
Entre as principais políticas públicas implementadas pelo governo estadual, destaca-se o Programa Fomento Agro SC que, entre outras finalidades, busca conceder financiamentos sem juros para agricultores e pescadores de Santa Catarina para fomento do turismo rural.

5.3. Panorama Governança

5.3.1. Identificar a estrutura de governança do segmento do turismo rural

Mais de 80% dos participantes consideram que a governança, a articulação e cooperação são importantes para o segmento do turismo rural do Estado de São Paulo

O QUANTO VOCÊ CONSIDERA QUE A GOVERNANÇA, A ARTICULAÇÃO E COOPERAÇÃO SÃO IMPORTANTES PARA O SEGMENTO DO TURISMO RURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO?

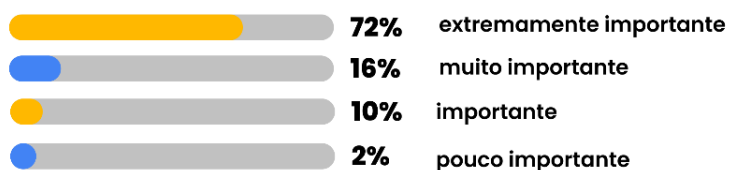


Esse dado demonstra e reforça o momento favorável para definir os papéis e responsabilidades de cada ator da cadeia produtiva do turismo rural na construção de uma política pública com uma ampla abrangência e participação.

Evidentemente os esforços e o trabalho dos últimos anos possibilitou a sensibilização desses atores, o que possibilitará um maior entendimento para apoiar e colaborar para o desenvolvimento e a implantação de projetos e ações.

5.3.2. Avaliação da governança do segmento do turismo rural

O QUANTO VOCÊ CONSIDERA QUE A GOVERNANÇA, A ARTICULAÇÃO E COOPERAÇÃO SÃO IMPORTANTES PARA O SEGMENTO DO TURISMO RURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO?



5.3.3. Gargalos

Os participantes indicaram os principais gargalos para o desenvolvimento do turismo rural no Estado. Vale destacar que os itens sobre legislação foram apontados pela grande maioria como um dos maiores entraves para o incremento da atividade. Até porque é notório que o empresário/produtor rural poderia ter acesso à uma regulamentação mais assertiva ao negócio.



GARGALOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL

LEGISLAÇÃO

73%

Legislação federal inadequada para os empreendimentos no meio rural

71%

Legislação trabalhista

61%

Ausência de regulamentação específica

48%

Demanda por certificação da produção associada

ARTICULAÇÃO

66%

Falta cooperação entre membros da cadeia produtiva do segmento

55%

Dificuldade de diálogo entre os membros do trade turístico

Em relação à articulação, mesmo considerando a importância desse engajamento, a falta de espaços oficiais para discussão de ações para o segmento pode atrapalhar a composição de esforços.

O espaço do Fórum será ideal para determinar a periodicidade e os temas que deverão ser encaminhados e pleiteados junto às entidades e autoridades competentes.

INVESTIMENTO

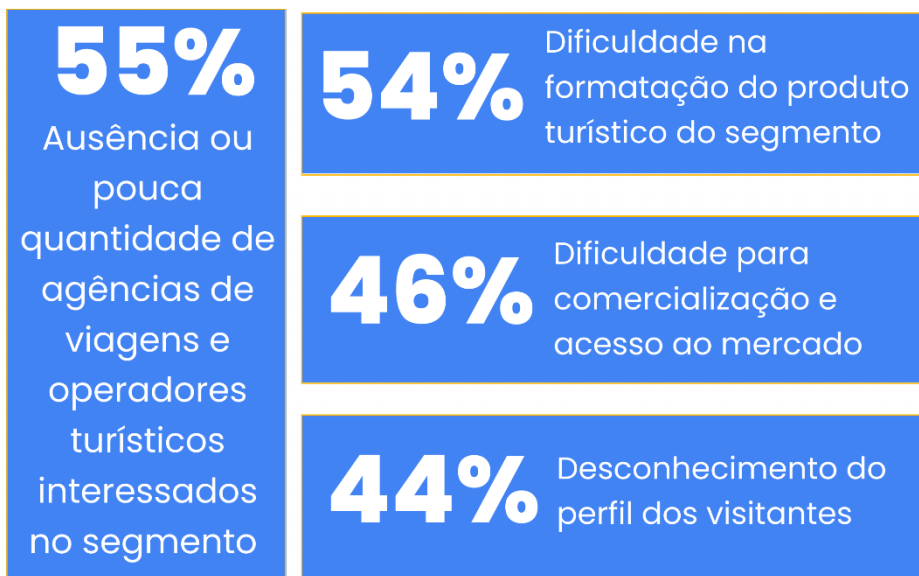
66% Carência de investimento público

51% Infra estruturas de apoio local inadequadas para receber turistas

49% Pouco Investimento privado

Os gargalos relativos ao investimento público e privado poderá ser tratado no âmbito de várias pastas e direções. Mas para que isso ocorra de forma racional e orientada, faz-se necessário identificar as demandas e mensurar os valores necessários para a realização das ações públicas e para o empresariado. Esse será um dos grandes desafios no momento de elaboração do plano.

ACESSO AO MERCADO



6. Diretrizes para a elaboração do plano de turismo rural

Considerando o panorama estabelecido para o segmento do turismo rural do Estado de São Paulo, é possível estabelecer algumas diretrizes para o desenvolvimento do

TURISMO RURAL

DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL



DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - ODS

Definir ações para toda a cadeia produtiva que deverão contemplar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU) Acessibilidade, inclusão e igualdade de gênero

DADOS E INDICADORES

Realizar Estudos

- Caracterização da Oferta - Cadeia Produtiva
- Demanda (efetiva e potencial)
- Indicadores de Mercado



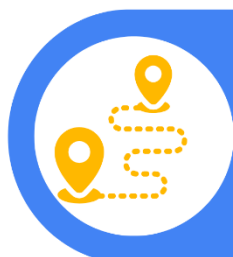
LEGISLAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO

Desenvolver um caderno com os principais desafios legais para o segmento, definindo as esferas de atuação e as responsabilidades para o direcionamento dos pleitos

Plano Estadual de Turismo Rural. Tais diretrizes serão submetidas à validação dos membros do Fórum Estadual do Turismo Rural

POLÍTICA DE CRÉDITO E INCENTIVO

Desenvolver uma política de acesso ao crédito e incentivo ao financiamento direcionada ao segmento de turismo rural. A política deverá contemplar as peculiaridades das atividades, o desenvolvimento econômico e as dimensões do trabalho decente.



POLÍTICA DE ACESSO AO MERCADO

Desenvolver uma política abrangente de acesso ao mercado, prevendo ações estratégicas de comercialização, promoção e distribuição (comunicação e produtos)

POLÍTICA DE QUALIDADE

Desenvolver uma política para incremento da qualidade dos produtos e serviços para toda cadeia produtiva, através de ações de capacitação qualificação



POLÍTICA DE GOVERNANÇA ESTADUAL

Desenvolver uma política que englobe ações de articulação entre os diversos atores da cadeia produtiva, definindo papéis e atribuições para o fortalecimento do setor e de suas instituições

7. Referências

Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul. Projeto de lei regulamenta turismo rural no estado. Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso do Sul. 2021. Acesso em: 19 de março de 2023. Disponível em <https://www.al.ms.gov.br/Noticias/72844/projeto-de-lei-regulamenta-turismo-rural-no-estado>

FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS. PORDATA – Estatísticas Sobre Portugal e Europa: Turismo em Portugal. Disponível em: <https://www.pordata.pt/tema/portugal/turismo-82>. Acesso em: 17/03/2023.

GUIA FLORIPA. Turismo rural em Florianópolis. Disponível em: <https://guiafloripa.com.br/turismo/passeios-florianopolis/turismo-rural>. Acesso em: 20 mar. 2023.

HERRERA, M. Rafael. Estudio Sobre Turismo rural en Chile. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA, Oficina en Chile. 25 de marzo de 2009.

HUMARA, Irshad. Rural Tourism – An Overview. Government of Alberta – Agriculture and Rural Development. Outubro 2010.

INDAP - Instituto de Desarrollo Agropecuario do Ministério de Agricultura de Chile. Norma Técnica del Rubro Turismo rural. Santiago de Chile, 21/02/2020. Disponível em: <http://www.indap.gob.cl/sites/default/files/2021-12/norma-tecnica-turismo-rural-al-21-02-2020.pdf> Acesso em: 19/03/2023.

INE – Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo rural. INEbase. Disponível em: <https://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?padre=234>. Acesso em: 17/03/2023.

INSTITUTO BRASIL RURAL. Turismo rural: o que é, como fazer e seus benefícios. Disponível em: https://www.institutobrasilrural.org.br/navegacao.asp?id_menu=2&id_conteudo_exibir=83. Acesso em: 19 mar. 2023.

Jardim do Mundo. Turismo rural em Santa Catarina. Jardim do Mundo. Acesso em 19 de março de 2023. Disponível em <https://jardimdomundo.com/turismo-rural-em-santa-catarina/>

Mercado & Eventos. Turismo rural: uma rota de surpresas ganha espaço em Pernambuco. Mercado & Eventos. 2019 Acesso em 19 de março de 2023. Disponível em: https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/turismo-rural-uma-rota-de-surpresas-ganha-espaco-em-pernambuco/

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. PDITS do polo Campo Grande e região. Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul. 2012 Acesso em 19 de março. Disponível em: http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2018/07/PDITS_DO_POLO_CAMPO_GRANDE_E_REGIAO-2012.pdf

OMT. Turismo rural. <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Pato, L. (2015). A Construção e Desenvolvimento do Turismo no Espaço Rural em Portugal: o papel da administração central nos seus conteúdos. Revista Turismo Em Análise, 26(4), 919-932. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i4p919-932>. Acesso em: 16/03/2023.

Recomendaciones de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural: Una guía para convertir el turismo en una herramienta de desarrollo rural efectiva. Madrid, 27 de septiembre de 2020. Organización Mundial del Turismo.

Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. Regionalização. Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. Disponível em 19 de março de 2023.

Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/programas-e-aco-es/regionalizacao#:~:text=A%20cartilha%20%E2%80%9CPol%C3%ADtica%20de%20Regionaliza%C3%A7%C3%A3o,a%20associa%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A0s%20Inst%C3%A2ncias%20de>

Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural do Rio Grande do Sul. Agroturismo agrega valor a propriedades e proporciona experiências no interior do RS. Governo do Estado do Rio Grande do Sul. 2019 Acesso em 19 de março de 2023. Disponível em <https://estado.rs.gov.br/agroturismo-agrega-valor-a-propriedades-e-proporciona-experiencias-no-interior-do-rs>

Secretaria Estadual da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural do Rio Grande do Sul. (2019, julho 22). Emater lança programa para desenvolver o turismo rural gaúcho. Governo do Estado do Rio Grande do Sul. 2022. Acesso em 19 de março de 2023. Disponível em <https://estado.rs.gov.br/emater-lanca-programa-para-desenvolver-o-turismo-rural-ga-cho>

SERNATUR – Servicio Nacional de Turismo. Organización Mundial del Turismo reconoce a Puerto Williams y Pica por su aporte al turismo rural. Publicado em 02 de dezembro de 2021. Disponível em: <https://www.sernatur.cl/organizacion-mundial-del-turismo-reconoce-a-puerto-williams-y-pica-por-su-aporte-al-turismo-rural/>. Acesso em: 19/03/2023.

SZMULEWICZ, E. Pablo. Perspectivas del Turismo rural. Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional del Mar Del Plata. Disponível em: <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/221/1/Apo1998a2v2pp11-28.pdf> Acesso em: 18/03/2023.

Uai Agro. Governo cria programa para estimular turismo rural em Minas. Uai Agro. 2021. Acesso em 19 de março de 2023. Disponível em <https://uaiagro.com.br/governo-cria-programa-para-estimular-turismo-rural-em-minas/>

Viagens e Caminhos. Mato Grosso do Sul. Viagens e Caminhos. 2021 Acesso em 19 de março de 2023, de <https://www.viagensecaminhos.com/2021/07/mato-grosso-do-sul.html> Tulik, O. (2003) Turismo rural. São Paulo: Aleph. Coleção ABC.