

KAREM PRISCILLA BARBOSA

TURISMO RURAL NO RECANTO PÉ DA SERRA EM PRUDENTÓPOLIS –PR.

IRATI – PR

2012

KAREM PRISCILLA BARBOSA

TURISMO RURAL NO RECANTO PÉ DA SERRA EM PRUDENTÓPOLIS –PR.

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito à obtenção do grau de bacharel em turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste.

Orientador: Prof. Ms. Pedro Henrique Sanches

IRATI- PR

2012

Dedico em especial a minha mãe Rosângela, aos meus avós Nair e Adão ao meu namorado Luiz Gustavo, a minha prima Pâmela, e aos demais familiares e amigos, que me deram força para continuar lutando.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu professor orientador Ms. Pedro Henrique Sanches, pela sua disponibilidade, pela paciência, e pelos conhecimentos passados para a realização da pesquisa.

A todos os professores do Departamento de Turismo (DETUR) da Universidade Estadual do Centro-Oeste *campus* de Irati.

Aos professores componentes da banca: A Professora Elieti Fátima de Goveia que me ajudou na elaboração desta monografia. E a professora Paula Turra Grechinski que cooperou com o enriquecimento da monografia.

A minha mãe que sempre acreditou em mim, e muito se esforçou para que eu estivesse graduando o curso de Turismo.

Ao meu namorado Luiz Gustavo Lara que assistiu a minha luta ao longo desse ano e sempre esteve ao meu lado me dando forças para continuar.

Aos Familiares que são o alicerce da minha vida.

Aos amigos, em especial a Patrícia Denkewicz, Bianca Mesacasa, Letícia Denkewicz Renatta Coletti e Renata Brasileiro.

E a todos que de alguma forma contribuíram com a realização dessa pesquisa.

"Mantenha seus pensamentos positivos, porque seus pensamentos tornam-se suas palavras. Mantenha suas palavras positivas, porque suas palavras tornam-se suas atitudes. Mantenha suas atitudes positivas, porque suas atitudes tornam-se seus hábitos. Mantenha seus hábitos positivos, porque seus hábitos tornam-se seus valores. Mantenha seus valores positivos, porque seus valores... tornam-se seu destino". Mahatma Gandhi

RESUMO

A presente pesquisa foi realizada no Recanto Pé da Serra, que está localizado no município de Prudentópolis-PR, é uma propriedade rural, a qual tem sua atividade voltada para o turismo. Trata-se de um empreendimento que está há pouco tempo no mercado competitivo, e que vem buscando se desenvolver turisticamente no segmento do turismo rural. Entende-se então a necessidade do recanto de se destacar e crescer no ramo. Para isso foi necessário realizar um estudo a fim de descobrir as possíveis dificuldades do mesmo, assim como as vantagens que o local possui. Por meio de uma análise de sua estrutura física e de apoio ao turismo, compreendendo se a propriedade comporta uma demanda turística e se as suas atividades correlatas ao turismo rural que já estão sendo ofertadas aos visitantes necessitam ser aprimoradas e diversificadas. Os objetivos foram alcançados através de pesquisa qualitativa, pesquisa documental, bibliográfica e pesquisa em campo. O embasamento teórico engloba assuntos como: turismo rural, as atividades do turismo rural, as características do turismo rural, pequenas propriedades rurais, planejamento, infraestrutura turística e marketing. Concluiu-se que o Recanto precisa de melhorias em sua infraestrutura e nas facilidades para os turistas, é necessário ser realizadas estratégias de marketing para atrair um maior número de visitantes e que as suas atividades rurais devem ser melhor aproveitadas.

Palavras-chave: Atividade Rural, Infraestrutura, Recanto Pé da Serra e Turismo Rural.

RESUMÉN

Esta investigación se llevó a cabo en Recanto Pé da Serra, que se encuentra en el municipio de Prudentópolis-PR, es una propiedad rural, que tiene su actividad dedicada al turismo. Esta es una propiedad que esta poco tiempo en el mercado competitivo, y se está tratando de desarrollar turísticamente en el segmento del turismo rural. Significa entonces que tiene la necesidad de destacar y hacer crecer el negocio. Para eso fue necesario realizar un estudio para averiguar las posibles dificultades del mismo, así como las ventajas que el sitio tiene. A través de un análisis de su infraestructura física y de apoyo turístico, incluyendo si la propiedad contiene una demanda para el turismo y las actividades relacionadas con el turismo rural, que ya están siendo ofrecidos a los visitantes necesitan ser mejorada y diversificada. Los objetivos se lograron a través de la investigación cualitativa, investigación documental, la literatura y la investigación en el campo. El marco teórico incluye temas tales como: turismo rural, actividades de turismo rural, las características de casas de campo, fincas pequeñas, la planificación, la infraestructura turística y la comercialización. Se concluyó que el Recanto necesita mejoras en su infraestructura y facilidades para los turistas, es necesario llevar a cabo estrategias de marketing para atraer a más visitantes y que debería utilizarse mejor sus actividades rurales.

Palabras clave: Actividade Rural, Infraestructura, Recanto Pé da Serra, y Turismo Rural.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa do estado do Paraná.....	32
Figura 2: Quiosque.....	35
Figura 3: Casa sede e Restaurante/ Lanchonete.....	35
Figura 4: Tanques.....	36
Figura 5: Criação de animais.....	36
Figura 6: Pomar.....	37
Figura 7: Trilha.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise Swot.....	39
-----------------------------	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Equipamentos e Instalações do Recanto Pé da Serra.....	34
--	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 METODOLOGIA	11
2 TURISMO, CONCEITOS E SEGMENTAÇÃO	12
2.1 HISTÓRICO DO TURISMO RURAL	14
2.2 TURISMO RURAL.....	16
2.3 ATIVIDADES NO TURISMO RURAL	17
2.4 AS CARACTERÍSTICAS DE MERCADO DO TURISMO RURAL.....	18
2.5 PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS.....	21
2.6 PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREA RURAL.....	22
2.7 INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO RURAL.....	25
2.8 MARKETING PARA O TURISMO RURAL.....	27
3 PRUDENTÓPOLIS, HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS	30
3.1 RECANTO PÉ DA SERRA.....	33
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
4.1 PROPOSTAS PARA A AMPLIAÇÃO DO RECANTO PÉ DA SERRA.....	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIAS	46
Apêndice 1: Entrevista com os gestores do Recanto Pé da Serra	52
Apêndice 2: Croqui do Recanto Pé da Serra	54
Anexo 1: Registro Geral do Imóvel (Matrícula nº 8638)	56
Anexo 2: Mapa dos distritos, limites e principais estradas	60
Anexo 3: Hidrografia de Prudentópolis	62

INTRODUÇÃO

A atividade em meio rural no decorrer dos anos passou por grandes modificações, antes mantida apenas como agropecuária começa a ficar em situação precária por falta de espaço e mão de obra, sofrendo grande desvalorização da produção e do trabalho.

O avanço tecnológico no meio rural produtivo causou a diminuição do requerimento do trabalho no campo, resultando na substituição dos trabalhadores rurais por novas técnicas produtivas. (PEDRON et al., 2004)

Os agricultores necessitando de fontes alternativas de renda para a sobrevivência, e como uma forma de evitar o êxodo rural, começam a utilizar o Turismo Rural que surge como opção para os proprietários rurais, em reação à crise financeira no campo, onde os trabalhadores recebiam pouco incentivo para o trabalho no campo (SCHNEIDER; FIALHO, 2000), A atividade turística gera renda aos agricultores sem desvalorizar as tradições e os costumes do campo. Valorizando a vida junto ao meio ambiente e a interação entre a zona urbana e rural, adquirindo a melhoria da qualidade de vida para os receptores do turismo.

O Turismo Rural é praticado em meio à natureza, oferece aos seus visitantes, a contemplação e a interação com a vida rural. Atividade muito procurada para relaxar, e fugir do estresse do dia a dia. Beni (2002, p. 31) conceitua o turismo rural como o “deslocamento de pessoas para espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas”.

A presente pesquisa foi aplicada no Recanto Pé da Serra localizado no município de Prudentópolis/ PR, trata-se de uma chácara que inicialmente era utilizada apenas para agricultura como subsistência para a família, e que com o passar dos anos percebeu-se o interesse dos visitantes pelos seus recursos naturais, possibilitando a utilização do recanto como um atrativo turístico.

A escolha da área justifica-se por entender que o Recanto Pé da Serra é um empreendimento que busca se desenvolver turisticamente, não se encontra preparado para um fluxo contínuo de turistas, e suas atividades rurícolas não são aproveitadas como atrativo, porém é um local que contém recursos naturais que já são atrativos para os turistas. Percebe-se então a necessidade que o local tem de desenvolver ações para que o recanto possa de destacar no mercado e atrair uma

demanda maior.

Realizando um estudo no local, e utilizando conceitos sobre turismo rural, pretende-se responder se o recanto tem potencial para ofertar o turismo rural. Desta forma a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar as atividades do turismo rural na propriedade, e como específicos: identificar a estrutura existente na propriedade, discriminar as atividades correlatas do turismo rural, e propor ações para o fomento do turismo rural no Recanto Pé da Serra.

A busca de informações foi realizada através da análise da propriedade, de sua infraestrutura e recursos naturais, e pesquisa em documentos e conceitos teóricos para fundamentar a pesquisa.

1 METODOLOGIA

A metodologia utilizada nesta monografia caracteriza-se como qualitativa, pois a coleta de dados foi realizada em ambiente natural, trata-se de uma pesquisa descritiva e analítica, e todo o seu processo é valorizado não apenas os resultados.

Foi utilizado o estudo de caso como método, pois foi necessário analisar todo o território do empreendimento turístico rural, assim como as atividades ligadas ao turismo, para que ao fim possam ser propostas ações para melhorias ou expansão da atividade turística no recanto.

Houve a necessidade de realização de pesquisa documental para o levantamento de dados, através do Registro Geral do Imóvel (Matrícula nº 8638) para o conhecimento de seu perímetro, a qual está em anexo. Também foi utilizado através do site do IAP o plano de manejo da APA da Serra da Esperança para o conhecimento sobre as suas diretrizes quanto ao uso turístico dentro de suas limitações.

A coleta de dados em ambiente natural constitui-se através da análise SWOT, que é uma ferramenta que permite a formulação de estratégias para um empreendimento, pois ela permite as combinações de forças e fraquezas do local que são os fatores de criação ou destruição que ele possui, com as oportunidades e ameaças que circundam o ambiente, que são os fatores externos de criação ou destruição, os quais a empresa não pode controlar. E após foi aplicada entrevista semi-estruturada realizadas com os gestores da propriedade com intuito de descobrir a atual situação do recanto e sobre as possibilidades de crescimento.

Foi utilizado o Manual do Pesquisador – Projeto inventário da oferta turística do Ministério do Turismo, o qual possui uma relação detalhada da infraestrutura que um empreendimento turístico pode conter que foi empregado para averiguar e qualificar a infraestrutura da propriedade e o inventário da oferta turística categoria C2 de atrativos culturais do Ministério do Turismo, utilizado para realizar o levantamento dos equipamentos e instalações.

A parte bibliográfica da pesquisa deu-se através de referências baseadas em temas como: definições de turismo rural, as atividades que podem ser realizadas em tal ambiente, as características do mercado rural e sobre planejamento. Publicações que são de extrema importância para o embasamento e levantamento dos objetivos e para o desenvolvimento da pesquisa.

2 TURISMO, CONCEITOS E SEGMENTAÇÃO.

O homem desde sua origem tem a necessidade de se deslocar, de conhecer novos lugares, está em sua natureza a curiosidade e a vontade de continuar crescendo e aprendendo.

Confirmando essa teoria Cooper (2001) diz que os seres humanos são, por natureza, curiosos em relação ao mundo em que vivem. Almejam conhecer outros lugares – como são as pessoas, as culturas, sua flora e fauna. Uma maneira para que isso aconteça é através do turismo que leva as pessoas a viajarem e conhecerem novos lugares.

O turismo é a realização de viagens, com objetivos e motivações diversas, sendo que não pode ser por razões com intuito lucrativo, pois as pessoas devem se deslocar voluntariamente de seu local de origem, em busca de lazer, recreação, cultura entre outros.

Turismo é o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais (ANDRADE, 2002, p.39).

Então o turismo é o deslocamento das pessoas de seu local de origem para outras destinações. Goeldner et al (2002, p. 23) define o turismo “como a soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes”. Para haver turismo deve haver o uso das destinações turísticas e serviços turísticos, ou seja, o uso do produto turístico, conseqüentemente gerando renda à localidade.

É uma atividade de grande lucratividade à economia do local em que está inserida, de suma importância para o desenvolvimento da comunidade, geração empregos e aumento de renda a população. Confirmando essa teoria diz Andrade (2006, p. 20):

As viagens são fatores importantes para qualquer economia local, regional ou nacional, pois o advento constante de novas pessoas aumenta o consumo, incrementa as necessidades de maior produção de bens, serviços e empregos e, conseqüentemente, a geração de maiores lucros, que levam ao aumento de riquezas pela produção da terra, pela utilização dos

equipamentos de hospedagem e transporte, e pelo consumo ou aquisição de objetos diversos, de alimentação e de prestação dos mais variados serviços.

A atividade turística precisa do produto turístico para se complementar, como os serviços turísticos que são as agências, hotéis, postos de informações, restaurantes entre outros, aumentando a oferta da cidade, ocasionando o crescimento do turismo na localidade, atraindo cada vez mais consumidores, no caso os turistas que trazem capital financeiro para a localidade.

Os turistas podem ser definidos segundo Dias (2005, p.17) como: Os visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no local visitado e cujo objetivo é lazer, ou negócios, família, uma missão ou reunião. Já os excursionistas permanecem menos de 24 horas no destino visitado e não pernoitam.

Então os turistas são definidos como os visitantes que saem de seu local de moradia e permanecem mais de um dia em outra cidade ou país. Os turistas visitam um local a procura de um objetivo específico, sendo uma forma de realização das pessoas, que buscam conhecer novos lugares, ter um tempo para relaxar, se satisfazer e realizar sonhos, sair da sua rotina e conhecer a cultura e os atrativos de outras localidades. Cada pessoa viaja por um objetivo em particular, por motivações diferentes, por isso é criado à segmentação de mercado, para atender as necessidades de cada cliente.

O turismo, no entanto, pode apresentar um número indefinido de vertentes, dependendo das motivações do viajante para empreender a viagem. Do ponto de vista da indústria do turismo, a identificação de diferentes tipos possíveis de vista da indústria do turismo, a identificação de diferentes tipos possíveis constitui-se numa **segmentação do mercado** turístico. (DIAS; AGUIAR, 2002, p.29 – grifo do autor)

O mercado de turismo cria a segmentação para definir o seu público-alvo, para então direcionar o seu produto para uma demanda específica, e satisfazer melhor as necessidades do perfil de turista pretendido. A segmentação irá propor aos turistas um destino que atende as expectativas desejadas. Além de conduzir o destino a fazer um marketing focado a uma demanda específica. A segmentação turística pode ser dividida em segmentação da demanda (pelos visitantes) e segmentação da oferta (pelo produto), os fatores que influenciam a segmentação a partir da demanda são: variáveis geográficas (se são de longa ou curta distância), áreas rurais ou urbanas, pelo clima se quente ou frio, pelas variáveis

sociodemográficas como: idade, sexo, renda, ocupação, religião, raça entre outros. (DIAS, 2005)

A segmentação pela oferta é feita para suprir as necessidades dos visitantes, com produtos específicos, essa definição é realizada a partir da existência de características em comum de determinados territórios. As variáveis que podem influenciar são: aspectos e características em comum (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas e sociais); atividades práticas e tradições em comum (esportivas, agropecuárias, de pesca, manifestações culturais, manifestações de fé); serviços e infraestrutura em comum (serviços públicos, meios de hospedagens e de lazer). (BRASIL, 2010).

Ao adotar essa estratégia deverão ser estabelecidos os segmentos da oferta visando atingir as motivações dos turistas. Alguns exemplos são: Turismo de lazer, Turismo de Negócios, Turismo de sol e praia, Turismo de esportes, Turismo de natureza e um grupo de atividades denominadas de Turismo alternativo.

O turismo alternativo é um segmento que visa atingir um público específico, que busca a tranquilidade do encontro com a natureza, e a aproximação do homem com a fauna e flora, que veio como um meio alternativo a saturação de outros segmentos mais comuns.

Visto que no decorrer dos anos algumas destinos foram se tornando massificados, pois a busca por esses lugares se tornou muito grande e com o crescimento econômico, o turismo deixou de ser um objeto de luxo onde poucos tinham acesso, agora está mais fácil para as pessoas realizarem o sonho de viajar para outras localidades, tornando os destinos caóticos, com o aumento do tráfego de automóveis, conseqüentemente aumentando a poluição do ar, do esgoto não tratado e do lixo sem destinação adequada deixado pelas pessoas. (BOYER, 2003)

Então os turistas começam a procurar uma destinação diferente para fugir da massificação dos pontos turísticos mais comuns, o turismo rural torna-se uma dessas alternativas.

2.1 HISTÓRICO DO TURISMO RURAL

O turismo Rural surge como uma forma de reação ao estresse, ao crescimento das grandes cidades industriais e como uma forma de minimizar a

pobreza no campo, como fonte de renda alternativa, sem descaracterizar a cultura e a paisagem da vida rural.

Teve seu início na Europa em meados do séc. XIX e depois se proliferou pelo mundo. O segmento começa a ser reconhecido como um meio viável economicamente e uma atividade de valorização natural, cultural e histórica, constituindo políticas públicas para o seu apoio. (BRASIL, 2012b)

No Brasil o seu desenvolvimento teria surgido no ano de 1986, no município de Lages em Santa Catarina, como alternativa para o aproveitamento das fazendas e estâncias. (SALLES, 2006 .p.22)

Lages encontrava-se em uma situação privilegiada por estar no entroncamento da BR 116 e 282, recebeu muitos visitantes, vindo de Curitiba, que aproveitavam para alimentar-se e eventualmente pernoitar na cidade. O que influenciou o desenvolvimento da atividade rural e como consequência atraiu mais turistas e proporcionou um ambiente adequado para visitação. Seu clima, paisagem e gastronomia era um ponto forte no local para a atividade turística. (SALLES, 2006).

A atividade mostrou-se economicamente e socialmente positiva, muitos outros municípios e estados adotaram essa ideia, espalhando o conceito de turismo rural pelo país. O seu desenvolvimento seguiu a concepção adquirida na Europa. “O Brasil assimilou conceitos europeus no que se refere à utilização da expressão Turismo Rural, no sentido amplo, e nas características do Agroturismo, pelo menos nos primeiros tempos dessa atividade”. (TULIK, 2003, pg.69). Utilizando o Turismo Rural como forma de agregar a atividade à renda da família, e valorizando as tradições do campo, caracterizado antes apenas como agropecuário.

No Paraná segundo Roscoche e Carvalho (2006) a atividade iniciou-se entre os anos de 1991 e 1992, contou com o apoio do Paraná Turismo¹ que realizou seminários e outras atividades para incentivar a implantação da atividade. O primeiro empreendimento que se tem noticia é a Pousada das Alamandras em Rolândia-PR uma propriedade cafeeira que oferecia serviç os de hospedagens. Outra propriedade daquela época é a Fazenda Cain  localizada no distrito de São Luiz do Purun  em Balsa Nova-PR que começa a oferecer hospedagem e o turismo equestre que é o passeio de cavalo em meio à natureza aos visitantes.

¹ Paraná Turismo: Entidade Autárquica Fundação Esporte e Turismo tem como competência básica a execução da política estadual do turismo. (PARANÁ, 2012)

Dentro do segmento do turismo rural há diversas atividades que os turistas podem praticar, como as cavalgadas, apreciação do meio ambiente, degustação da culinária local, atividades agropecuárias e contato com a comunidade.

2.2 TURISMO RURAL

O turismo rural muitas vezes é usado como sinônimo em relação ao Agroturismo e turismo no meio rural, pela carência de estudos na área e pela falta de conhecimento na atividade turística. Dessa forma deve-se conceituá-los.

Segundo Beni (1999, p. 02), Agroturismo “é a produção agropastoril em escala econômica que representa a maior fonte de rendimento da propriedade e, o turismo, receita complementar”. No Agroturismo o turista tem um contato mais próximo com o trabalho no campo e integra-se aos hábitos locais, podendo acompanhar a produção artesanal de alguns alimentos e bebidas.

O turismo no meio rural, também pode ser chamado de turismo em áreas rurais e naturais, ele engloba todo e qualquer tipo de turismo praticado em meio rural e natural como considera Campanhola e Silva (2000, p. 147).

O turismo no meio rural consiste em uma atividade de lazer realizada no meio rural e abrange várias modalidades definidas com base em seus elementos de oferta: turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negócios, turismo jovem, turismo social, turismo de saúde e turismo esportivo.

O Turismo Rural é a atividade turística agregada ao meio rural, tendo seu principal comprometimento com a produção agropecuária, servindo como uma forma de resgate ao patrimônio cultural e natural da comunidade. (BRASIL, 2003). É realizado em ambientes como chácaras, sítios e fazendas, compreendendo os aspectos tradicionais dos moradores, levando os visitantes a vivenciar outra cultura, podendo usufruir de atividades como cavalgadas, ordenhar vacas, passear de carroça, tomar banho de rio ou cachoeira.

Almeida (2000) conceitua turismo rural como uma modalidade mais restrita quando comparado ao turismo no espaço rural, pois ele estaria utilizando de atividades rurais tradicionais como a agricultura, o extrativismo e a pesca. Reforçando esse conceito Tulik (2003) coloca que o turismo no espaço rural é

qualquer atividade que seja realizada nesse meio, enquanto o turismo rural deve estar envolvido com a produção rural.

Beni (2002, p. 31) define o turismo rural como o “deslocamento de pessoas para espaços rurais, em roteiros programados ou espontâneos, com ou sem pernoite, para fruição dos cenários e instalações rurícolas”. O autor define segue os mesmo conceitos, porém também destaca a paisagem e os equipamentos rurais.

Considerando os conceitos dos autores citados o segmento vinculado às características do meio rural, a produção agrícola, criação de animais e pesca. Mantendo contato direto com a população local, seus costumes, tradições e culinária. Desde o seu principio a atividade leva essas características de valorização as tradições da comunidade local.

2.3 ATIVIDADES NO TURISMO RURAL

Muitas são as atividades praticadas no meio rural, essas que resgatam os costumes e as tradições do campo, levando o turista a voltar ao passado ou a conhecer e vivenciar novas culturas.

Alguns estabelecimentos que se colocam como sendo tipicamente colonial e /ou artesanal, são realizadas atividades de apreciação da culinária local oferecendo produtos como queijos, salames, vinhos e cachaça. Outros estabelecimentos caracterizados como históricos possuem em suas características móveis e utensílios antigos e são compreendidos em sobrados familiares antigos, atividades como passeios de charrete ou carros de boi, colha e pague, visitas a processos de produção e beneficiamento de produtos agrícolas e artesanais. (SLUSZZ, et al, 2006)

È oferecido também atividades agropecuárias como a agricultura, com o cultivo de vegetais, frutas e verduras para a alimentação, a plantação de cereais, frutas, hortaliças e legumes e a criação de animais incluindo todos os tipos de manejo de animais. (BRASIL, 2012b)

De acordo com o mesmo autor existem também as atividades de transformação, que se refere em transformar a matéria prima, para que seja utilizada na produção agroindustrial, ou seja, em compostas, doces, bebidas, farinhas, panificação, laticínios, ervas e polpas, ou na produção manual como na criação de

facas, panos e bordados, mesas, instrumentos musicais etc.

Atividades ecoturísticas que são atividades que contêm a interação com a natureza, como nas trilhas, observação de pássaros e da flora, caminhadas na natureza e banhos de cachoeiras e rios. (BRASIL, 2012b)

Segundo Brasil (2012b) Podem ser realizadas atividades com a interação de gados, que envolve a interação do homem com cavalo, jumento, burro, boi, carneiro e outros animais, para o desempenho de alguma atividade no campo, para lazer ou esporte, como ordenha, cavalgadas, campeadas, torneios, comitivas e tropeadas.

A pesca é uma atividade muito realizada no meio rural, podendo ser como pesque e pague, ou a pesca esportiva, realizada em rios lagoas e represas. (BRASIL, 2012b)

Existem as atividades culturais realizadas em meio rural, como as manifestações populares, a produção de artesanato, a observação da arquitetura típica ou histórica, visitas a museus e casas de cultura e a gastronomia local. (BRASIL, 2012b)

O lazer é outro atrativo muito procurado nas áreas rurais, pela atividade trazer a tranquilidade do campo, e a fuga do cotidiano. Marcelino (1996) se refere ao lazer como a quebra da rotina temporal e espacial, na busca por novas paisagens, novos costumes e o contato com pessoas diferentes. Sendo o Turismo Rural um segmento ideal para quem procura o lazer, e para o consumo do tempo livre.

Dentro das atividades rurais o lazer pode compreender as atividades de pesque e pague os banhos em balneários, cascatas e grutas, as trilhas ecológicas, e a contemplação e interação das áreas de preservação ambiental.

As atividades compreendidas no turismo rural são particularidades das pessoas locais, o visitante pode vivenciar como é a vida no campo, conhecendo o trabalho e o lazer característicos desse meio.

2.4 AS CARACTERÍSTICAS DE MERCADO DO TURISMO RURAL

O mercado turístico pode ser definido como um conjunto de turistas que possuem a necessidade de viajar ou de usufruir qualquer tipo de produto turístico e que o lugar possua condições para recebê-los. Para Kotler (1996, p.28) O mercado turístico “consiste em todos os consumidores potenciais que compartilham uma

necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados a fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo”. Então pode se perceber que para o mercado turístico exista é necessário que haja a procura e a oferta, ou seja, a demanda turística e a oferta turística.

Montejano (2001, p.11) define demanda turística como:

O conjunto de turistas que, de forma individual ou coletiva, estão motivados por uma série de produtos e serviços turísticos com o objetivo de satisfazer suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias.

A demanda turística é toda pessoa ou grupo de pessoas que procuram um produto turístico que as satisfaça. Brasil (2012b) define a demanda turística no turismo rural como uma demanda de qualidade, com consciência ambiental e normalmente com certo poder aquisitivo, formado por famílias, com carros próprios, pois facilita o deslocamento até as áreas rurais, que apreciam a comida típica rural, normalmente moram em grandes centros, com bom nível de cultura pelo segmento ser caracterizado pela cultura do local. Porém são características gerais, que podem variar de turista para turista.

Os turistas buscam uma experiência diferente e autêntica. De acordo com pesquisa realizada por Rodrigues (1998, *apud* NOVAES 2003, p. 86) indica que:

Os turistas aspiram por uma mudança de ambiente, um tipo de vida diferente que lhes permita a recuperação de energias perdidas; um contato mais próximo com a natureza, na alimentação do mito do eterno retorno; uma vivência com pessoas, cujos modos de vida são tidos como simples, em oposições aos padrões comportamentais urbanos, considerados frios e despersonalizados; um lugar massificado, diferenciado, bucólico, tranquilo.

O diferencial do segmento é a interação do turista com a comunidade receptora, que contarão histórias resgatando as tradições da família, a comida típica, e a convivência com a família receptora e com o campo é o principal atrativo que o Turismo Rural oferece.

Considerado que no turismo além do atrativo também há a necessidade de obter outros serviços para melhor atender os turistas, obtém-se então a oferta turística que é constituída por tudo aquilo que faz parte do consumo turístico, como transportes, alimentação, serviços públicos e privados, hospedagens etc.

A oferta turística no meio rural compreende aspectos diferentes de propriedade para propriedade, porém alguns atrativos e atividades realizadas em meio rural são:

Plantações diversificadas ou monocultura oferecendo o aprendizado e a interação às técnicas agrícolas; Animais e aves: pode ser visto de perto os animais; Acesso ao campo: utilizado para passeios ao campo, cavalgadas e caminhadas; Restaurante típico colonial: oferecendo comida típica local, preparada normalmente com produtos produzidos no próprio local; Loja de artesanato típico: venda de produtos para incremento da renda, com produtos de artesanatos, produzidos pela comunidade local; Museu/ exposição: caracterizado por pequenos museus ou exposições de maquinários, peças ou móveis antigos; Opções de entretenimento para crianças: são organizadas atividades de lazer para crianças, como recreação educação ambiental, entre outros; Eventos: festas ou rodeios típicos da região; Ecoturismo: quando há atividades praticadas em rios, cachoeiras, flora e fauna; e Hospedagem alternativa: pousada rural, *camping*, hotel-fazenda entre outros. (NOVAES. 2003, p.23).

Contudo a oferta turística traz impactos para a localidade em que o atrativo se encontra, tanto positivos quanto negativos, dentre os impactos positivos pode ser citado o crescimento econômico, pois junto com os turistas vem à necessidade de infraestrutura que atenda a demanda, serviços que ofertem estadia, alimentação, lazer entre outros, conseqüentemente o turismo irá movimentar a economia local e irá gerar empregos.

Outro aspecto positivo é na preservação do atrativo, pois o principal motivador do turismo é o atrativo em si, sente-se então a necessidade de preservação e manutenção do atrativo, servindo de incentivo para que a comunidade local se sensibilize com a sua conservação. Para Petrocchi (1998, p.130) “A exploração do turismo deve, entretanto, ser ordenada e planejada. A utilização delas, além de gerar benefícios econômicos para a população da região, pode gerar também recursos para a sua conservação”.

Um aspecto negativo que pode ser gerado é na área natural do atrativo, agredindo o solo, a fauna e flora ao introduzir espécies de animais ou vegetais exóticas e o desmatamento. A poluição do local, o aumento na geração de esgoto e problemas com saneamento básico, são outros efeitos que o turismo pode ocasionar. Segundo Dias (2003, p.37):

O turismo manifesta-se como uma atividade econômica que condiciona a organização do território, pois o utiliza, consome e transforma, o que coloca o turismo como, potencialmente, um dos principais agentes de destruição dos recursos em que se apoia, levando em consideração a fragilidade destes, tanto naturais como culturais.

Como a utilização do meio ambiente por meio do turismo rural deve ser feito de modo que cause o mínimo de impactos possíveis, então deve ser pensado em alternativas para que esses impactos sejam atenuados, como através de planejamento sustentáveis de sua área.

2.5 PEQUENAS PROPRIEDADES RURAIS

Um empreendimento turístico rural em sua maioria possui sua gestão em estrutura familiar, geralmente em pequenas propriedades, que no seu início tinha no local, atividades apenas agropastoril e agropecuária, e com o passar dos tempos surgiu à oportunidade de turistificá-la.

Segundo pesquisa realizada por Oliveira (2004) um empreendimento rural é caracterizado por um local com pouca capacidade de hospedagem e tipicamente familiar. Que utilizam a agropecuária normalmente apenas para a subsistência.

De acordo com a lei 8.629/1993 uma pequena propriedade é o imóvel rural de área compreendida entre um e quatro módulos fiscais, um módulo fiscal é uma unidade de medida expressa em hectares (BRASIL, 2012c). Leva-se em consideração para a sua contagem, o tipo de exploração predominante de um município, outras explorações que sejam expressivas para o município quanto a sua renda e o conceito de propriedade familiar, portanto cada município possui medidas diferentes. (IPAM, 2012)

A definição da lei 8.629/1993 é um termo mais técnico, que define a pequena propriedade pelo seu tamanho, porém também pode-se dizer que uma pequena propriedade em relação as suas atividades agrícolas, mantém pouca variedade e nem sempre são utilizadas para vendas.

As propriedades podem ser diferenciadas quando relacionadas ao turismo, sendo utilizadas muitas vezes como hotéis fazenda, Hotel pousada, casas de artesanato, criações exóticas com nichos de mercado específico, restaurantes/

casas típicas/ coloniais e domicílios, e propriedades rurais. (SLUSZZ et al, 2006 p.155)

Vários são os tipos de empreendimentos que podem ser instalados nas propriedades rurais para fins turísticos, porém trata-se de um local histórico e inserido no meio ambiente, para que seja bem utilizado não causando impactos ao meio, e a comunidade, é necessário que se utilize práticas de planejamento para que seja bem valorizado.

2.6 PLANEJAMENTO DO TURISMO EM ÁREA RURAL

Entende-se por planejamento o ato que possibilita perceber a realidade, avaliando o caminho a ser seguido e a construção ao longo do tempo do objetivo futuro.

Um processo que consiste em determinar os objetivos de trabalho, ordenar os recursos e humanos disponíveis, determinar os métodos e as técnicas aplicáveis, estabelecer as formas de organização e expor com precisão todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas que atuarão na execução dos trabalhos seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos. (ESTOL e ALBUQUERQUE, *apud* RUSCHMANN 1997, p. 84)

O planejamento é uma importante etapa do desenvolvimento turístico, principalmente utilizado em áreas naturais, por minimizar a degradação dos locais e dos recursos. Tem por objetivo não apenas a preservação do meio ambiente, mas o crescimento econômico em longo prazo. A partir de um planejamento adequado consegue-se solucionar ou atenuar os problemas no local, pensar nas possíveis dificuldades futuras e tentar evitá-las.

O planejamento turístico, porém, ainda é considerado importante porque seus efeitos são extremamente significativos e potencialmente duradouros. De fato, a preocupação de tornar o turismo sustentável - juntamente com todos os tipos de desenvolvimento - apresentou uma imposição ainda maior para a melhoria do planejamento turístico. (HALL, 2001, p.95)

Para desenvolver um planejamento adequado é necessário estabelecer uma série de critérios a serem seguidos: MOLINA e RODRIGUEZ (2001).

- O agente planejador deve estar capacitado para atuar na área de planejamento, obtendo experiência e formação adequada, para poder operar da melhor forma possível sem obter possíveis falhas.
- Para haver um processo de planejamento, deverá haver uma total concordância entre a comunidade e os agentes planejadores, pois a comunidade é uma dos principais interessados na ação. Podendo estar impedindo o processo de se concretizar caso não esteja de acordo.
- Serão estabelecidos os objetivos do planejamento, aqueles que ao término do processo deverão obter resultados, ele é o caminho que todos deverão seguir, cada objetivo terá um tempo estipulado previamente para a execução e conclusão.
- Durante todo o processo, deverão ser observadas algumas variáveis que são indispensáveis para a obtenção de resultados positivos no planejamento, como os meios que são representados através dos recursos necessários para a execução do processo, por exemplo: os homens, os recursos financeiros, a contribuição dos órgãos públicos, entre outros. É indispensável que haja informação e a previsão de variáveis para que não atrapalhem o planejamento.
- O processo será guiado através dos objetivos, depois que eles forem estipulados, todo o resto será coordenado e focado para a realização deles, onde será medida a eficiência do processo, levando em consideração as vantagens e desvantagens.
- E a todo o momento serão tomadas decisões que influenciarão no futuro do processo.

Esses elementos são essenciais para que o planejamento possa acontecer. Para a elaboração do plano é necessário que se faça o diagnóstico, o qual “pretende-se conhecer detalhadamente a situação do objeto do planejamento; ele constitui a base de onde todo o processo se iniciará”. (MOLINA e RODRIGUEZ, 2001, p.94). Ele mostra a situação do mercado com as oportunidades e ameaças e apresenta os pontos fortes e fracos do local analisado, então o diagnóstico é a análise do estado atual do local a ser planejado.

O prognóstico “compreende a elaboração de situações e de cenários futuros, mediante projeções tanto do crescimento da demanda quanto do incremento da oferta turística” (IGNARRA, 2003, p.86), ou seja, é a elaboração do plano em si, pensando nas possibilidades a serem alcançadas. E por fim é feita a implantação do plano, que será uma ação contínua.

A melhoria contínua impede o sistema de entrar em declínio ou se estagnar, é dar ao sistema uma gestão estratégica, porque se está sempre olhando para fora, consultando o cliente e operando mudanças para melhor, de forma gradual e constante. (PETROCCHI, 1998, p.47).

São essas etapas a serem seguidas para que se possa fazer um planejamento adequado da área, sempre se deve levar em consideração para a elaboração do plano, a comunidade local e a cultura, para que não haja desavenças em meio ao processo. O turismo deve ser feito de maneira sustentável respeitando o local onde acontecem, causando o mínimo de impactos possíveis, e seus benefícios devem superar os efeitos negativos. Além de necessitar de pessoas que consigam enxergar as oportunidades do local a ser explorado, como um empreendedor.

O empreendedor consegue enxergar em um negócio o que poucas pessoas veem e o transformam em um negócio de sucesso. No caso do turismo rural, quando o local não é utilizado para o turismo, o empreendedor o transforma em um local turístico, aplicando as atividades rotineiras do campo como atrativo e também percebendo os seus aspectos positivos e negativos que a propriedade contém.

Segundo Oliveira (2004) É necessário que o empreendedor entenda o processo de planejamento pra melhor atender os interesses da demanda através da inventariação e diagnóstico dos recursos turísticos.

O desenvolvimento do Turismo Rural é uma atividade que tende a recuperar as áreas rurais que antes poderia estar em situação de abandono, ou de pouca rentabilidade para os agricultores, necessitando de planejamento para a sua recuperação.

A sua implantação, juntamente com a colaboração da comunidade e de pessoas com conhecimento técnico da área garante a sustentabilidade do local, pois sua preservação manterá a atividade em movimento à longo prazo, promoverá a geração de empregos, a criação de instalações turísticas, aumentará o fluxo de turistas e a procura de produtos coloniais, além de incentivar infraestrutura básica

para a localidade.

Há algumas vertentes que são utilizadas para que o desenvolvimento do Turismo Rural seja duradouro e favorável para a comunidade. Segundo Crosby (1993, *apud* Novaes, 2003) é necessário que haja integração entre a comunidade o setor público e a iniciativa privada, para ser benéfico a sua implantação. Todos os serviços e atividades oferecidas devem ser realizados pensando em prol do meio ambiente para a sua sustentabilidade, os equipamentos e serviços apresentam a qualidade do local. É oferecido diversos tipos de serviços, visando uma oferta integral.

A utilização do segmento foi desenvolvida muitas vezes de forma pouco profissional, sem um embasamento técnico da atividade, se tornando em alguns casos negativos a sua implantação. Uma vez que o desenvolver do Turismo Rural requer superar alguns obstáculos como precariedade de infraestrutura no meio rural, baixa qualificação profissional, falta de preparo de agências e operadoras para lidar com o segmento, falta de legislações e regulamentação específicas. (CAMPANHOLA; SILVA, 2000, p. 163).

A atividade necessita de cuidados para que não seja utilizada causando efeitos negativos, segundo Ruschmann (2000, p. 71) a proteção da originalidade desses meios dependerá do tipo de desenvolvimento proposto para a área, que só será sustentável se for voltado para a valorização do homem no campo, para a sua autenticidade e para a estabilidade ecológica do meio natural.

O empreendedor deve ter conhecimento das necessidades do empreendimento, utilizando um planejamento que favoreça a comunidade local, a paisagem, cultura e gastronomia, sendo necessário além do atrativo, a preocupação com uma infraestrutura adequada para receber uma demanda turística.

2.7 INFRAESTRUTURA DE APOIO AO TURISMO RURAL

Para o turismo funcionar é necessário que também haja uma infraestrutura para atender aos turistas, pois para que o turismo aconteça deve ter outros serviços que o apoiem, como o acesso para chegar até o atrativo, ou a iluminação pública do local, tudo contribui para a viabilidade da atividade.

Segundo Rose (2002, p.49) alguns itens como “acesso, saneamento, energia,

comunicações, vias urbanas de circulações, e capacitação de recursos humanos são imprescindíveis para desenvolver a atividade turística em sua plenitude”. Sem uma infraestrutura adequada, os turistas não poderiam ter o conforto necessário em sua viagem, o que poderia ser prejudicial para a atividade.

Para Menezes (2009) a infraestrutura turística composta pelo acesso, a infraestrutura básica urbana, os equipamentos turísticos e a infraestrutura de apoio são de fator primordial para o desenvolvimento da atividade em uma localidade. Para assim receber turistas e conseguir a sua fidelidade, fazendo com que ele se sinta a vontade durante a sua permanência.

Alguns pontos serão levantados mais detalhadamente, como acesso, sinalização, meio de acesso, facilidades como entrada do atrativo. Os acessos segundo Rose (2002) compreende qualquer tipo de acesso aos locais turísticos como as sinalizações que são divididas em sinalização geral e sinalização turística. Para Brasil (2012a) a sinalização geral é um dos elementos fundamentais para o bom funcionamento do trânsito é ela que deve proporcionar ao motorista a facilidade e segurança indispensável.

A sinalização turística segue os mesmo princípios e objetivos que a sinalização geral, porém ela é utilizada para informar aos usuários a existência de atrativos turísticos e outros referenciais, ela deve seguir padrões internacionais. Ainda podem ser citados os meios de acesso, que são divididos em rodoviários, ferroviários, hidroviários. A via de acesso terrestre pode ser dividida em urbana e rural, a urbana são ruas, avenidas, vielas ou caminhos similares, e a rural são estradas (não pavimentadas) e rodovias (pavimentadas) (BRASIL, 2012a).

Existem ainda algumas facilidades para os turistas como a entrada do atrativo: quando há centro de recepções, posto de informações, guarita, ou outros tipos afins. E também os serviços e equipamentos do atrativo como: instalações sanitárias, locais para alimentação, monitores, hospedagens, entre outros. (BRASIL, 2012a).

A infraestrutura é composta também pelos serviços públicos, que são os serviços básicos como transporte público, serviços bancários, de segurança, informação, e comunicação (ROSE, 2002). Andrade (2002) coloca que a infraestrutura geral que abrange a eletricidade, o saneamento básico, a comunicação, e combustíveis se completam e que todos são fatores determinantes da qualificação e importância de um receptivo turístico.

Porém muitas vezes essa infraestrutura não é mantida adequadamente deixando a desejar para os turistas, pois a qualidade é essencial para o destaque no mercado como cita Beni (2001, p.157) “No mercado altamente competitivo do Turismo, o fator ‘qualidade’ é o critério que se impõe de maneira natural para determinar o êxito ou o malogro dos produtos e serviços”.

Portanto, para que um destino turístico possa de destacar no mercado competitivo é necessário que se utilize de infraestrutura para que os turistas tenham mais facilidades e conforto durante a sua estadia, e que essa infraestrutura seja de qualidade. Outra maneira de se destacar no mercado é através de estratégias de marketing, onde são utilizadas maneiras de chamar a atenção dos turistas.

2.8 MARKETING PARA O TURISMO RURAL

O turismo rural é um ramo recente no mercado, necessitando de estratégias para se destacar em meio a outros segmentos e com a competitividade do mercado, é necessário chamar a atenção do consumidor. O marketing é um meio onde o estabelecimento pode ser melhor explorado, e ganhar a satisfação e fidelização dos clientes.

O marketing possui importância para o turismo rural, pois segundo Barreto (1999, p. 15), ele “coordena as atividades do planejamento, organização, execução e controle das ações de troca entre produtores e consumidores”. Ou seja, ele está diretamente ligado à demanda, direcionado a atender aos desejos e expectativas dos turistas.

A atividade do marketing consiste em agregar valor ao produto com o intuito de atrair e satisfazer os clientes, o turismo se apresenta como um setor econômico que precisa ser desenvolvido de forma planejada e o marketing e suas ferramentas, aplicadas na atividade turística, têm o objetivo de fomentar a comercialização dos produtos turísticos (KOTLER, 2000).

Deccache (2003) define marketing turístico como todas as atividades que envolvem planejamento, criação, desenvolvimento e manutenção em relação a lugares específicos. O marketing turístico está inserido em todo o processo de planejamento do atrativo, visando a sua comercialização, e a satisfação de todos os anseios dos consumidores.

Para Kotler (2000, p30) “Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”. O marketing é utilizado para o consumidor chegar até o produto, satisfazendo as suas necessidades e anseios.

No processo de desenvolvimento do marketing existem três elementos que são essenciais, as oportunidades de mercado, o produto e serviço e o plano estratégico de marketing. O produto deve ser direcionado aos desejos e necessidades do consumidor, a empresa deve mostrar seu produto estrategicamente, e o plano de marketing deve ser realizado de maneira a identificar os pontos fortes para a criação e implantação dos programas de ação com o objetivo de conquistar os resultados esperados. (DECCACHE (2003, p.89).

O Marketing é uma importante etapa para a consolidação e desenvolvimento do empreendimento turístico rural. Almeida (2000) coloca que a singularidade do produto da atividade turística seja ela agrícola, ecológica, rural, esportiva ou de lazer é um rico mercado para o desenvolvimento localizado.

Uma estratégia de mercado é o mercado direcionado ao público do turismo rural, onde as promoções lançadas são desenvolvidas em função de análise de público, visando atingir uma faixa específica do mercado, são ações que buscam atingir públicos segmentados.

No caso do turismo rural é uma demanda de mercado que tenha apreciação pela natureza e pela cultura rural, normalmente pessoas que vivem em grandes centros urbanos, alguns que utilizem o turismo rural como forma de voltar a reviver o seu passado, e admiradores da culinária típica rural.

Existem pontos fortes e pontos fracos dentro do marketing direcionado:

Dentro de seus pontos fortes pode-se citar que a segmentação de mercado que facilita no atendimento da demanda, pois a empresa pode identificar as necessidades dos clientes e melhor atendê-los. (SIMPSON, 2001)

Quanto à concorrência é mais fácil de identificá-la, e melhorar os serviços oferecidos, quando se tem um público alvo, o produto é oferecido pensando nos desejos dos clientes.

E os pontos fracos do marketing direcionado, segundo SIMPSON (2001, p. 200) são: “custos maiores, maior número de produtos, falsa segmentação, pode diminuir a fidelidade à marca, algumas práticas são consideradas antiéticas e

prolifera estereotipia”.

O marketing direcionado apesar de seus pontos fracos contribui para aumentar as chances de sucesso do empreendimento, deve ser utilizado como embasamento nas necessidades do consumidor e na seleção da segmentação. Visando sempre um reconhecimento do que é necessário para melhor atender ao consumidor. E para que esta ação se efetive de modo positivo é necessário além de obter publico alvo, um amplo conhecimento sobre o produto que se pretende comercializar.

3 PRUDENTÓPOLIS, HISTÓRIA E CARACTERÍSTICAS

Nesse capítulo será mostrado um pouco da história de Prudentópolis, suas características gerais, e informações sobre o Recanto Pé da Serra, que é o objeto de estudo da presente pesquisa.

Em meados do século XIX Prudentópolis pertencia ao município de Guarapuava que tinha uma área muito extensa, na época o município de Guarapuava se estendia desde o Rio dos Patos, que se localizava na divisa do município de Imbituva até os Rios Iguaçu e Paraná, local fronteiro com o Paraguai e Argentina. (PRUDENTÓPOLIS, 2012b)

Foi no ano de 1822, que se instalou em Guarapuava uma linha telegráfica por intermédio do Barão de Capanema, então foi aberta uma estrada que acompanhava os postes da linha começando a afluir gente para a localidade, pois a terra prometia a valorização por razão de sua estrada. (GUIL; FERNANDES; FARAH, 2006).

Desde o início de Prudentópolis pode ser entendido a importância da agricultura e conseqüentemente da vida rural. Sr. Firmo Mendes de Queiroz foi um dos primeiros a perceber a fertilidade da terra de Prudentópolis, utilizando-a para a cultura, mais tarde transformando sua casa em um pouso para os viajantes. Consta que a partir dessa pequena casa que o município, começa expandir. (PRUDENTÓPOLIS, 1971)

Contudo, também e principalmente através das estradas e dos postes que começa a aparecer povoados como o de São João do Rio Claro, que depois se tornou Vila de São João de Capanema e mais tarde Prudentópolis que era um distrito de Guarapuava. (GUIL; FERNANDES; FARAH, 2006).

A partir de então o distrito foi se desenvolvendo e muitas famílias foram morar em Prudentópolis. É nessa época que chegaram os primeiros imigrantes, famílias de poloneses, italianos, alemães e ucranianos que ganharam destaque pela quantidade, sendo aproximadamente 1500 famílias, assim caracterizando o município, o qual tinha sua economia na época principalmente pela agricultura com plantações de milho, trigo, centeio, arroz café e em variados tipos de verduras; na pecuária e nas pequenas indústrias. (PRUDENTÓPOLIS, 1971)

Os imigrantes contribuíram para o desenvolvimento de Prudentópolis, pois ajudavam a desbravar as matas do município, abrindo estradas, e através do seu trabalho na terra. (PRUDENTÓPOLIS, 2012a)

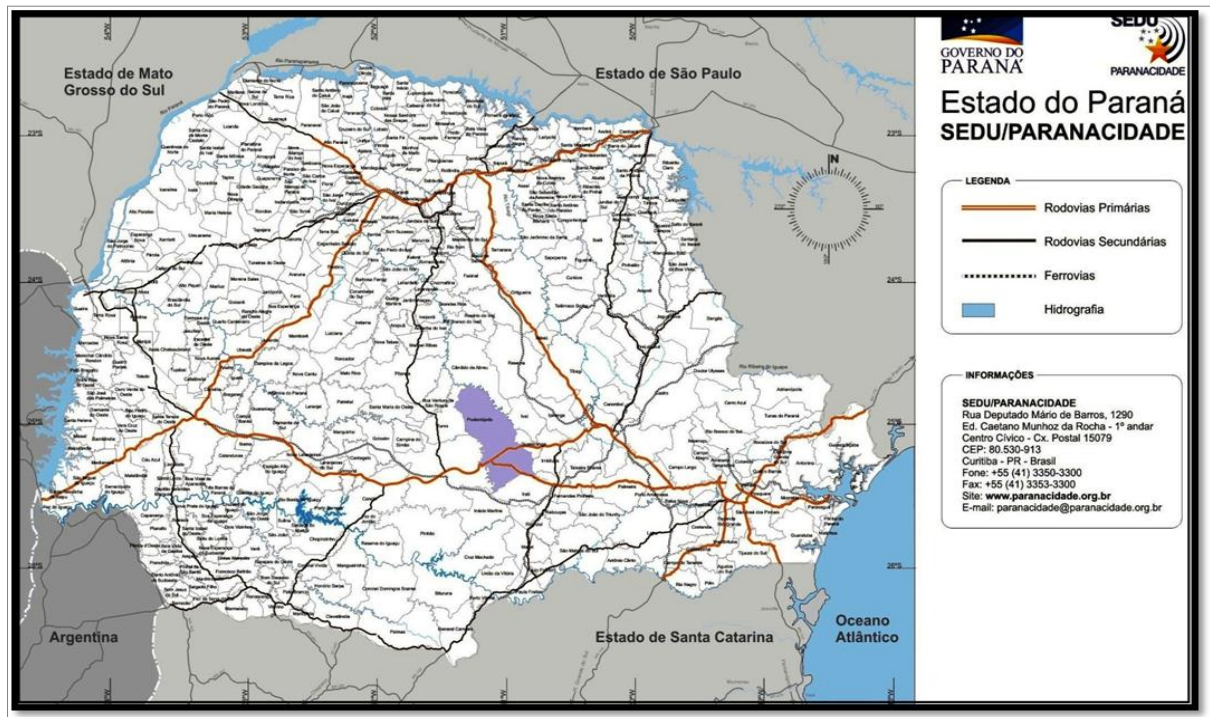
Foi no dia 05 de março de 1906 que Prudentópolis se emancipou de Guarapuava e no dia 20 de agosto foi tomado posse às primeiras autoridades municipais. (PRUDENTÓPOLIS, 2012a)

Para Guil, Fernandes e Farah (2006, p. 55) “A economia de Prudentópolis sempre esteve baseado na agricultura e no extrativismo vegetal”. O principal produto do município entre as décadas de 19 e 20 foi à erva-mate, que eram utilizadas pelos indígenas que passaram o seu conhecimento para os portugueses que mantiveram essa erva no seu dia a dia. Após esse período outros produtos ganharam importância como o trigo que foi trazido pelos europeus, a madeira, o milho e o feijão, porém o milho e o feijão não tiveram um ciclo definido, mas foram também muito importantes para a economia. (GUIL, FERNADES, FARAHA, 2006)

Ainda segundo Guil e Fernades (2006) Prudentópolis é um município que possui linhas coloniais, a sua origem vem da antiga colônia, quando ainda era o Distrito de Capanema as famílias de imigrantes chegavam e dividiam o território em uma série de linhas, cada uma dessas linhas tinha um determinado número de lotes, e cada família recebia um lote correspondente a 10 alqueires. Após esse tempo o governo federal criou núcleos habitacionais que duram até hoje, cerca de 60% dos prudentopolitanos vivem no interior.

Prudentópolis está localizado na parte centro-sul do Paraná a 25° 12' 40" de latitude sul e 50° 58' 50" de longitude Oeste, a 840 metros acima do nível do mar, ficando a uma distância de 207 km de distância da capital do estado (PARANÁ, 2012).

Figura 1: Mapa do estado do paraná



Fonte: adaptado de: PARANÁ, Portal Matinhos, 2012.

O Município de Prudentópolis possui área total de 2.308.505 km², limita-se ao norte e nordeste com Cândido de Abreu e Ivaí, ao Sul por Incio Martins e Irati, a Oeste por Guarapuava, ao Leste por Guamiranga e Imbituva e ao Noroeste por Turvo, suas rodovias de acesso são BR 373 sentido de Ponta Grossa a Guarapuava, BR 277 sentido Irati a Guarapuava e PR 160 fazendo ligação de Prudentópolis com a BR 277 (PRUDENTÓPOLIS, 2012a). Pode ser observado as limitações do município no Mapa dos distritos, limites e principais estradas - anexo 02, página 59.

Segundo a divisão territorial, vigente em 31 de dezembro de 1956: o município é dividido em 3 distritos sendo eles: Prudentópolis, Jaciaba e Patos Velhos, como podemos analisar no anexo 2 na página 59.

Atualmente sua população Segundo o IBGE (Censo Demográfico de 2010) estima-se ser ao total de 48.792 habitantes, entre eles 22.463 situados na área urbana e 26.329 situados na área rural, percebe-se que o município possui grande parte de sua população em área rural. (IBGE, 2012)

O solo do município está localizado na Zona Fisiográfica Teresina do Permianiano Superior onde predominam argilitos, folhetos e sistitos de cornza médio esverdeada, apresenta a mesma constituição da Fáceis Terezina, isto é predominância dos termos sticos e na sua parte superior siltico-arenosas.

(PRUDENTÓPOLIS, 2012a)

Sob um clima temperado subtropical com verões frescos e geadas severas durante o inverno, não apresenta estação seca, as chuvas caem durante todo o ano, sendo mais intensas nos meses de dezembro e janeiro. A média anual da temperatura da região é 17 graus centígrados, a média das mínimas é 13 graus centígrados e a média das máximas é 22 graus centígrados. Seu Bioma é a Mata Atlântica (IBGE, 2012).

Prudentópolis está inserida na transição de duas unidades fisiográficas: o Segundo Planalto Paranaense (Planalto de Ponta Grossa) e o terceiro Planalto Paranaense (Planalto de Guarapuava), o qual seu limite leste se dá pela Escarpa da Esperança (Formação de Serra Geral). (PRUDENTÓPOLIS, 2012a)

Sua hidrografia é influenciada pelo declive acentuado do relevo, possui inúmeros rios, de acordo com o anexo 03 – Hidrografia de Prudentópolis, pode ser analisado que os principais rios do município são: Rio São Francisco, Rio da Barra Grande Velha, Rio Anta Gorda, Rio São João, Rio dos Patos, Arroio Cerro Azul, Rio Taboãozinho e Rio Papanduva.

3.1 RECANDO PÉ DA SERRA

O Recanto Pé da Serra está localizado na região da Serra da Esperança nas proximidades do Morro Morungava popularmente conhecido como Morro do Chapéu. Localizado no município de Prudentópolis – PR, seu nome oficial é Sítio da Vargem, trata-se de uma chácara cuja natureza é privada e tem sua gestão dirigida por Alcindo Turra, Neide Turra, Valdir Turra, Luís Carlos Turra e Rubens Turra. Possui uma área total de 116.000,00 m², o recanto esta situado na antiga estratégica, estrada que ligava Prudentópolis, à Guarapuava e Ponta Grossa, a estrada incorporava também à avenida que seguia a oeste da cidade. (GUIL, FERNADES e FARAH, 200), no bairro do Xaxim, no interior de Prudentópolis, próxima ao pedágio da BR 277 à aproximadamente 2 km de distância e está a 24 km do centro da cidade.

A chácara foi comprada pela família no ano de 2003, no início com intuito de renda apenas através da lavoura (milho). Mais tarde percebeu-se a possibilidade de utilizar para fins turísticos, pois havia procura pelos açudes para pesca e pelos recursos naturais, como o rio que corta a propriedade.

Atualmente o recanto recebe poucos visitantes, porém o estabelecimento não possui um registro de tal. Os visitantes procuram atividades como a pesca, para se banhar no rio, fazer trilhas, ter a possibilidade de comer frutas retiradas diretamente do pomar e para a utilização dos quiosques para realizar churrascos.

De acordo com entrevista realizada com os gestores, a propriedade recebe clientes todos os meses do ano, sendo que a alta temporada é durante os meses de Janeiro, Fevereiro e Dezembro, a entrada é gratuita, e a sua visitação é realizada para fins de passeio e pesca. Seu público alvo são famílias, jovens e trilheiros da região de Prudentópolis, e de outras cidades do Paraná e estados, como: Guarapuava-PR, Turvo-PR, Curitiba-PR, Guamiranga-PR, Ponta Grossa-PR, Toledo-PR, Joinville-SC e São Paulo-SP.

No quadro 1 pode ser observados os equipamentos e instalações do recanto e suas respectivas quantidades.

Quadro 1: Equipamentos e instalações do Recanto Pé da Serra

Equipamentos/ Instalações	Quantidade
Bar/ Lanchonete	01
Instalações sanitárias	01
Tanques de pesca	04
Quiosques	02
Pomar	01
Local para criação de animais	01
Nascentes	03
Trilha	01
Casa sede	01

Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla

O recanto possui o rio Xaxim que corta todo o seu limite, havendo duas entradas para os turistas se banharem, no pomar contém uma variedade de frutas, como laranja, limão, mexerica, entre outras, a disposição, na criação de animais contém carneiros e gado, ainda possui lavoura (Milho), e uma plantação de pinus e eucalipto. Estão dispostas no apêndice 2 as instalações e equipamentos no Croqui do Recanto Pé da Serra na página 56.

Figura 2: Quiosque



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012

Os quiosques da propriedade já são procurados pelas famílias de visitantes, que procuram um espaço para a realização de churrascos e como uma área de lazer.

Figura 3: Casa sede e Restaurante/ Lanchonete



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012.

O restaurante do recanto fica agregado a casa sede, onde a alguns dos irmãos da família Turra mora. E o restaurante/ lanchonete é servido porções e bebidas aos visitantes, e moradores locais.

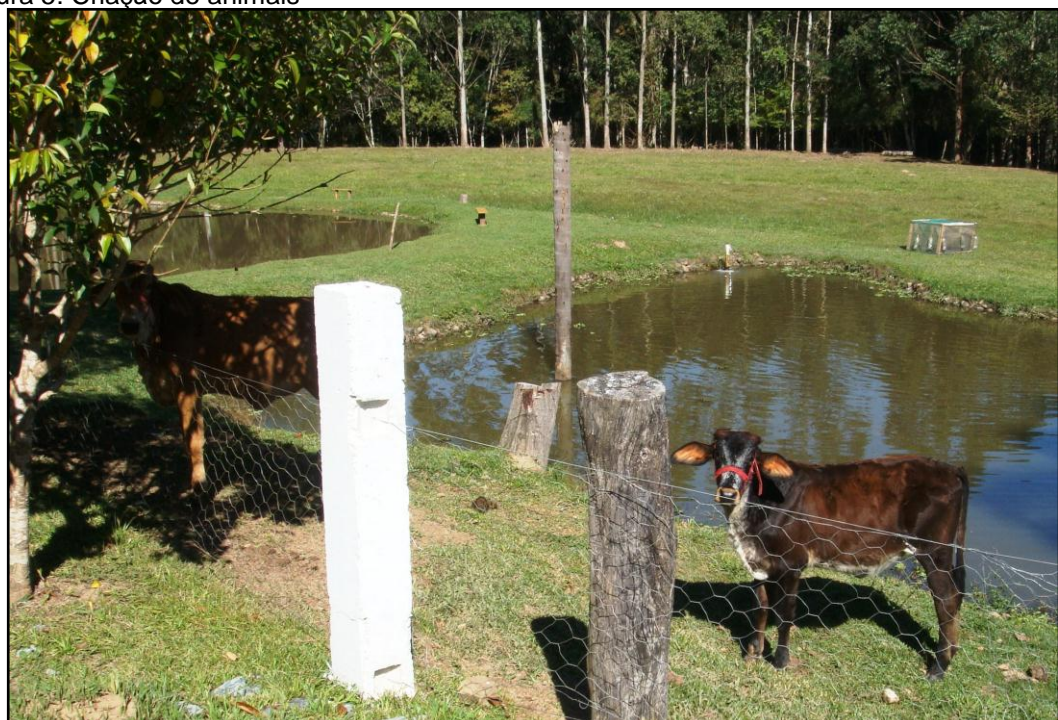
Figura 4: Tanques



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012.

Os tanques da propriedade são próprios para atividades como pesca, onde contém uma variedade de peixes, que são atrativos para os turistas desde que a família comprou o local.

Figura 5: Criação de animais



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012.

O Recanto possui criações de gados e carneiros, que ficam próximos aos tanques.

Figura 6: Pomar



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012.

Existem variados tipos de frutas que ficam a disposição dos turistas.

Figura 7: Trilha



Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla, 2012.

O recanto possui a sua área conservada, com uma estrutura adequada para

receber turistas na lanchonete, mantém-se limpo, organizado, pintura das paredes e placas conservadas, banheiros e bebedouros, torneiras e iluminação em funcionamento, a sua via terrestre é de caráter rural com estradas não pavimentadas, que podem ser realizadas caminhadas sem maiores dificuldades, contudo em alguns pontos podem ser observadas poças d'água pelo caminho atrapalhando a passagem.

A estrada de acesso não é pavimentada, possui grau de dificuldade leve, não há sinalização turística externa e interna e não há portal de entrada. Possui o seu meio de acesso por via rodoviária, a qual permite que os visitantes cheguem ao atrativo em qualquer época do ano, sem possíveis transtornos causados pela conservação da via.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No Recanto Pé da Serra alguns pontos foram ressaltados através da análise SWOT, que foram divididos em Oportunidade e Ameaças, Forças e Fraquezas. Os quais estão dispostos na Tabela 1.

Tabela 1: Análise Swot

Análise Swot	
Ambiente Interno	
Forças	Fraquezas
Hospitalidade	Pouca infraestrutura
Possibilidades de expansão	Acesso falho
Criação de uma base de conhecimento	Falta recursos naturais
Recursos naturais	
Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
Proximidade com o morro morungava	Empreendimentos consolidados no mercado
Localização	Diretrizes de proteção da APA

Fonte: BARBOSA, Karem Priscilla (2012).

⇒ Oportunidades:

O Recanto está localizado no pé da Serra da Esperança, que proporciona uma bela paisagem, fica visível do recanto o Morro Morungava também conhecido como Morro do Chapéu.

Há 2 km do pedágio com entrada para o recanto feito pela BR 277, sua localização é facilitada, e pode ser usado como estratégia para chamar o público que estiver passando pela rodovia.

⇒ Ameaças:

No município de Prudentópolis, o Turismo Rural vêm sendo explorado já há algum tempo, portanto existem outras propriedades que estão mais consolidadas no mercado, que já possuem estrutura física adequada para os visitantes e são mais conhecidas.

Há uma possibilidade de que a APA da Serra da Esperança se prolongue até as terras do Recanto Pé da Serra, o que prejudicaria o seu uso turístico. Parte do município de Prudentópolis está inserido na Zona de Proteção da APA, as suas

Diretrizes são: Proteção dos remanescentes de vegetação nativa da região do extremo norte da APA; e Regulamentação do uso turístico.

É permitido na área o uso turístico através de atividades recreativas de baixo impacto, e educativas. Para a Implantação de infraestrutura turística, e meios de hospedagens, esses podendo ser de apenas 20 leitos, devem ser de baixo impacto e tem que ser submetidos à avaliação do IAP (Instituto Ambiental do Paraná), o qual consultará o conselho gestor que decidirá se a atividade pode ou não ser realizada, conforme a localização, atendimento á legislação e aos objetivos da APA. E é proibida a implantação de empreendimentos turísticos conflitantes com os objetivos da APA. (OLIVEIRA; et al, 2009), considerando o Plano de Manejo da APA da Serra da Esperança, a implantação de um produto turístico nas proximidades da Serra é mais burocrático e minucioso o processo.

⇒ Forças:

A Hospitalidade é um ponto forte no recanto, possui a gestão realizada entre família, proporcionando ao visitante uma experiência de conforto e hospitalidade, podendo conhecer outras culturas, entre muita conversa e descontração.

Possui uma área grande com possibilidades para expansão, ou realizar melhorias na infraestrutura já existente.

Seus gestores possuem grande interesse em estar sempre atualizados e qualificados em relação à segmentação do Turismo Rural e o mercado competitivo. Um de seus gestores possui sua formação acadêmica em Bacharel em Ciências Contábeis outro é Técnico Agrícola e também outro gestor tem formação Guia de Turismo. Além de obterem cursos que foram oferecidos pelo SENAR, realizado pela Prefeitura Municipal, e alguns oferecidos pelo Ministério do Turismo, todos focados na atividade turística.

Tendo seus recursos naturais como atrativo, possui o rio Xaxim que corta a propriedade, possibilitando aos turistas banhar-se e admirá-lo. Contém também a APP com 3 nascentes, variedades de árvores e animais que são atraídos pelo meio ambientes, oferecendo aos turistas, a observação da natureza e a realização de trilhas.

⇒ Fraquezas:

O Recanto Pé da Serra é novo no mercado, está começando a utilizar o turismo como produto, a sua infraestrutura ainda é pouca possuindo apenas a casa sede, um restaurante/ lanchonete, sanitários e 4 quiosques com churrasqueiras.

Não possui leitos à disposição dos turistas, apenas um está em processo de construção, não oferecendo pernoite para os turistas, impossibilitando a permanência deles por mais de um dia.

O seu acesso é falho, pois não possui sinalização turística na cidade e na estrada, também não possui sinalização dentro do recanto, não possui portão de entrada o que seria uma facilidade para os turistas, com a falta desses itens o número de pessoas que a frequentam pode ser limitado.

O Recanto ainda não está consolidado no mercado, portanto recebe poucos turistas, em sua maior parte em época de férias e carnaval (alta temporada). Não tendo muito retorno financeiro, ficando difícil a sua expansão por falta de capital.

Colocado esses pontos, observa-se que o recanto para ser reconhecido como atrativo turístico existem alguns impedimentos, porém também existem muitos fatores a favor de seu desenvolvimento.

Através de entrevista semi-estruturada realizada com os gestores do Recanto Pé da Serra, foram relatadas as atividades relacionadas com o turismo que o recanto já vem explorando que são: atividades ligadas a natureza, como a contemplação da sua área natural, e de seu entorno como já mencionado a Serra da Esperança. Há locais que pode ser realizadas trilhas, algumas áreas podem ser realizadas atividades recreacionais como jogos, piqueniques e churrascos. São utilizados os tanques para a atividade de pesca, os rios para banhos, e o pomar fica a disposição dos turistas.

Na mesma entrevista foi perguntado sobre a importância no crescimento da atividade, e na ampliação do recanto para os gestores, os quais mostraram-se interessados em diversificar o produto turístico e expandi-lo.

4.1 PROPOSTAS PARA A AMPLIAÇÃO DO RECANTO PÉ DA SERRA.

A família Turra é descendente de italianos, trazer uma parte dessa cultura para o recanto, seria uma forma de resgatar as tradições familiares e diversificar a

atividades, oferecendo um pouco da gastronomia através de produtos como queijos, azeites, geleias, conservas e doces.

Ampliação do restaurante/lanchonete para atender uma demanda maior, e variar a oferta dos pratos, a qual oferece no momento apenas alguns aperitivos e bebidas, podendo oferecer futuramente comida caseira para os clientes. E eventualmente abrir espaço para atender a alguns eventos.

Oferecer passeios a cavalo ao entorno da propriedade, e a interação com os animais, como tirar leite da vaca, visitações a criações de carneiros, galinhas e gados.

Abrir espaço para camping, com infraestrutura necessária para atender essa demanda, e construir quiosques para atender as famílias que desejarem se hospedar com um maior conforto.

Implantação de trilhas interpretativas, para que fique acessível aos visitantes o conhecimento das espécies do local e também identificar as espécies que são exóticas, oferecendo ao visitante uma interação maior com o local.

Oferecer atividades recreacionais como um parquinho para as crianças, pesca esportiva, trilhas a cavalo, futebol, bicicletas e outras atividades com um recreador.

Além de possibilitar a implantação da sustentabilidade na propriedade, os gestores na entrevista colocam achar importante a sustentabilidade aplicada ao recanto, afirmando ser a melhor opção para o desenvolvimento do local com qualidade, proporcionando a preservação a longo prazo do recanto.

Implantando nos quartos para os hóspedes, aquecimento solar, tratamento de esgoto por zona de raiz, que é um sistema físico-biológico, com parte do filtro constituído de plantas, que absorvem nutrientes e formam uma rede de raízes que filtram e retêm resíduos do efluente, tornando-o límpido e de boa qualidade, podendo ser reutilizado na irrigação e na formação de lagos. (BIOESTRUTURA, 2012). Proporcionar também oficinas sobre educação ambiental para as crianças.

Quanto a sua estrutura de apoio ao turista, necessita de melhorias na sinalização, dentro e fora do atrativo, sinalização indicativa nas trilhas, portão de entrada, e placa de identificação do recanto na estrada de acesso para o recanto.

Utilizar alguma ferramenta para cadastro dos visitantes, para que possa ter uma relação de controle de números de turistas recebidos, sua origem, e um contato que pode ser utilizado como estratégia de marketing para o recanto.

Os gestores já se preocupam na divulgação do recanto, utilizando paginas sociais como ferramenta de marketing, também através de sites de eventos e nas emissoras de rádios locais. Contudo o Recanto Pé da Serra encontra-se privilegiadamente próximo a BR 277, a qual poderia ser utilizada como ferramenta de divulgação, através de placas e banners, mostrando fotos do recanto e chamando a atenção das pessoas com a comida e os recursos naturais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que foi exposto, pôde-se verificar que o Recanto Pé da Serra, possui, uma infraestrutura que não permite uma demanda grande, e sua atividade turística correlata ao turismo rural está sendo pouco explorada não utilizando todas as atividades que o recanto possui para a visitação dos turistas.

Entretanto o recanto possui recursos naturais que têm potencial turístico, como a Serra da Esperança, que devido à mata atlântica proporciona uma bela paisagem que pode ser observada do local (possibilitando desenvolver atividades de trekking, observação de pássaros entre outras atividades que podem ser realizadas no meio natural sem causar degradação) e o rio Xaxim que corta toda a propriedade. Possui também uma área com espaço para expansão, que podem ser agregadas atividades rurais e envolvidas com o meio ambiente, e também a implantação de quartos para hóspedes, e a ampliação do restaurante.

Há a necessidade de melhorias, em toda a sua infraestrutura, ampliação e criação de novos produtos para os turistas, que possam atrair e gerar mais conforto aos visitantes. Como no seu acesso, que ao ser melhorado chamará a atenção e também implantando a sinalização turística na BR 277 atrairá os viajantes para conhecer o recanto oferecendo a estes uma nova possibilidade de descanso e lazer em meio ao deslocamento necessário para a viagem.

Ao utilizar a atividade rural na propriedade como atrativo turístico permite que os visitantes vivenciem outras culturas e aos que já tem essas tradições na família que elas possam ser lembradas, sendo uma forma de mostrar a identidade do local.

A utilização de estratégias de marketing irá contribuir para a divulgação do Recanto a nível regional, e também com algumas ferramentas como panfletos e a boa imagem que o recanto passar será uma estratégia, pois é uma maneira de influenciar o marketing de boca a boca que segundo Engel (2000) é quando os consumidores procuram outros, especialmente familiares e amigos para opiniões sobre serviços e produtos. Complementando Bentivegna (2002, p.79) afirma que "a influência pessoal geralmente tem um papel mais decisivo em influenciar o comportamento do que a propaganda". Essas estratégias seriam uma maneira de aumentar a demanda recebida na propriedade.

Portanto com a melhoria da infraestrutura e ofertando mais serviços aos turistas o recanto diversificaria seu produto e ganharia espaço no mercado competitivo de Prudentópolis, pode se afirmar que o recanto possui potencial para ofertar o turismo rural, mediante uma reestruturação de sua área.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Joaquim Anécio; BLOS, Wladimir. O marketing do turismo rural e o desenvolvimento sustentável In ALMEIDA, Joaquim Anécio; FROEHLICH, José Marcos; RIEDL, Mário (orgs). **Turismo Rural e desenvolvimento sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000 (coleção turismo)

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática, 2002.

_____. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo, SP: Ática, 2006.

BARRETO, Abdon. **Marketing turístico**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.

BENI, Mário C. **Agroturismo**, Material apresentado no curso de especialização em Gerenciamento do Desenvolvimento Turístico, UCS/CARVI, 1999.

_____. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

_____. Conceituando turismo rural, agroturismo, turismo ecológico e ecoturismo. In: BARRETO, Margarita e TAMANINI, Elizabeth. (Org.). **Redescobrimo a ecologia no turismo**. Caxias do Sul: Edusc, 2002.

BENTIVEGNA, Fernando J. **Fatores de Impacto no Sucesso do Marketing Boca a Boca Online**. Revista de Administração de Empresas. Disponível em <http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S003475902002000100007.pdf> . Acesso em: 29 de outubro de 2012.

BIOESTRUTURA, Engenharia. **Tratamento de esgoto por zona de raízes**. Disponível em:<<http://bioestrutura.com.br/index.php/2011-10-16-12-37-59/2011-10-19-11-42-43>>. Acesso em 29 de outubro de 2012.

BOYER, Marc. **História do Turismo de massa**. Tradução Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL, Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo,

Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. **Manual do Pesquisador – Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, dezembro de 2006. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/08inventariacao_oferta.html> Acesso em: 23 de outubro de 2012a.

BRASIL. Ministério do Turismo. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. **Turismo Rural: orientações básicas**. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 31/08/2012b.

BRASIL, Senado Federal. **Reforma do código florestal**. Disponível em:
<<http://www12.senado.gov.br/codigoflorestal/infograficos/pequena-propriedade-e-agricultura-familiar>>. Acesso em: 23 de agosto de 2012c.

CAMPANHOLA, Clayton; SILVA, José G. da. O Agroturismo como Nova Fonte de Renda para o Pequeno Agricultor Brasileiro. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org). **Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. São Paulo: Ed. Edusc, 2000.

COOPER, C. **Turismo princípios e práticas**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001.

DECCACHE, José Augusto Paes. Marketing Turístico in REIS, Fábio J. G. **Turismo: uma perspectiva regional**. Taubaté, SP: Cabral editora e livraria universitária, 2003.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo, SP: Atlas, 2005.

_____. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

_____; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2002.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: **Transformando ideias em negócios**. 11^o reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, Ed. Campus, 2001.

ENGEL, James F. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Thomson, 2000.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W. **Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias**. trad. Roberto Ctaldo Costa – 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GUIL, Chico; FERNANDES, Josué C; FARAH, Audrey. **Prudentópolis 100 anos**. Prudentópolis: Artheiros, 2006.

IBGE. **Censo Demográfico de 2010**. Disponível em: <<http://mapasinterativos.ibge.gov.br/censo2010/>>. Acesso em: 23 de julho de 2012.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. Sao Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IPAM, Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia. **Glossário**: Módulo fiscal. Disponível em: <<http://www.ipam.org.br/saiba-mais/glossariotermino/Modulo-Fiscal/89>>. Acesso em: 31/08/2012.

HALL, C. Michel. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução de Edite Sciuli. São Paulo: Contexto, 2001. (coleção turismo contexto).

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

_____. **Administração de marketing**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARCELINO, Nelson Carvalho. **Estudos do lazer**: uma introdução. Campinas: Autores Associados, 1996.

MENEZES, Vanessa. **Teoria Geral do Turismo**. Mimeo, 2009.

MOLINA, Sergio E; RODRIGUEZ, Sergio A. **Planejamento integral do Turismo**: um enfoque para a América Latina. ; tradução: Carlos Valero. Bauru, SP: Edusc, 2001.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico**. Tradução de Andréa Favano. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001.

NOVAES, Marlene Huebes. Turismo Rural como Fator de Desenvolvimento Local e Regional em Santa Catarina. In. REJOWSKI, Mirian; COSTA Benny Kramer. (orgs.). **Turismo Contemporâneo**: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

OLIVEIRA, Cássio Garklans de S. **Gestão do Turismo Rural**. In RUSCHMANN, Doris Van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs). **Turismo**: uma visão empresarial. Barueri, SP: Manole, 2004.

OLIVEIRA, Karina Luiza de; BORN, Polyana Andrea; et al. **Conservação e Desenvolvimento na APA da Serra da Esperança**. Curitiba: Mater Natura – Instituto de Estudos Ambientais, 2009.

PARANÁ, Secretaria do Planejamento e Coordenação Geral. **IPARDES**: perfil do município de Prudentópolis. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/perfil_municipal/MontaPerfil.php?Municipio=84400&btOk=ok>. Acesso em: 31/08/2012

PARANÁ, Secretaria do Turismo. **Histórico Institucional do Turismo Paranaense**. Disponível em: <<http://www.setu.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=6>>. Acesso em: 01 de novembro de 2012.

PEDRON, F.; et al. **A geração de emprego e renda no turismo rural**: uma análise de sete estudos. Disponível em: <<http://www.ufsm.br/turismorural/artigo.ucs.htm>>. Acesso em: 27/08/2012.

PETROCCHI, Mario. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PIMENTA, Maria Alzira. **Gestão de Pessoas em Turismo**: sustentabilidade, qualidade e comunicação. Campinas, SP: Alínea, 2004.

PRUDENTÓPOLIS. Prefeitura Municipal. Prudentópolis: **Sua terra e sua gente**, 1971.

PRUDENTÓPOLIS. Departamento de Cultura. **Prudentópolis**: Cultura, História e Turismo. 2006.

PRUDENTÓPOLIS. Departamento de turismo. **Inventário da oferta turística**. 2012a.

PRUDENTÓPOLIS. **Prefeitura Municipal**. Disponível em: <<http://www.prudentopolis.pr.gov.br/cidade/geofisicos>>. Acesso em: 04/08/2012b.

ROSCOCHE, Luiz Fernando; CARVALHO, Roberta Cajaseiras de. Os Conceitos de turismo no meio rural e as diferentes realidades regionais do Brasil: Estudo Comparativo preliminar entre Pernambuco e Paraná. In PORTUGUEZ, Anderson Pereira [et al] (org). **Turismo no Espaço Rural**: enfoque e perspectivas. São Paulo: Roca, 2006.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo**: planejamento e marketing. Barueri-SP: Manole, 2002.

RUSCHMANN, Doris V de Meene. **Turismo e Planejamento Sustentável**: A proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. O Turismo Rural e o Desenvolvimento Sustentável. In. ALMEIDA, Joaquim Anécio. (et al). (orgs.). **Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

SALLES, Mary Mércia G. **Turismo Rural**: inventário turístico no meio rural. Campinas, SP: Alínea, 2006. (2º edição)

SCHNEIDER, Sergio; FIALHO, Marco A.V. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul. In. ALMEIDA, Joaquim A; RIEDL, Mário. **Turismo Rural**: Ecologia. Lazer e Desenvolvimento. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

SIMPSON, Penny M. Segmentação de mercado e mercados-alvo. In: _____. **Marketing as melhores práticas**. Porto Alegre: Bookman: 2001.

SLUSZZ, Thaysi et al, turismo e lazer no contexto da multifuncionalidade rural da região central do rio grande do sul. In PORTUGUEZ, Anderson Pereira et al. **Turismo no espaço rural**: enfoques e perspectivas – são paulo: Roca, 2006. (coleção turismo)

TULIK, Olga. **Turismo rural**. São Paulo: Aleph,2003 – (coleção ABC do turismo).

APÊNDICE 1 – Entrevista com os gestores do Recanto Pé da Serra

Pesquisa realizada com os gestores do Recanto Pé da Serra

Nome:

Como surgiu a ideia de implementar a atividade do turismo rural na propriedade?

Futuramente quais serão as ações que iram levar ao crescimento da atividade turística?

Como funciona a administração da propriedade?

Os gestores possuem algum curso superior? Ou cursos relacionados à atividade turística? Quais?

Quantos visitantes são recebidos ao longo do ano?

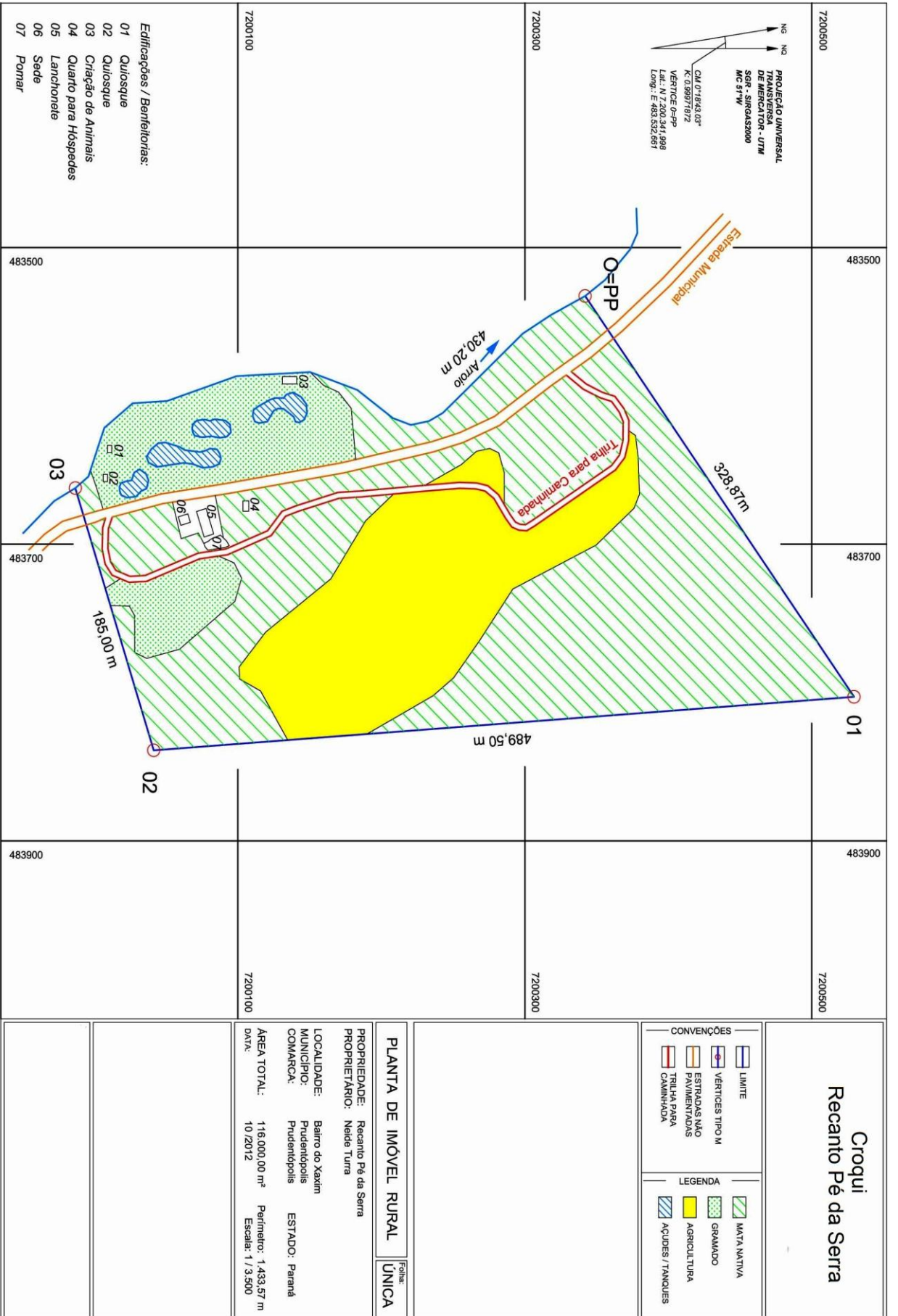
Há preocupação com o marketing para a divulgação do recanto?

Quais são as estratégias de marketing utilizadas?

Você acha importante que a implantação do turismo na propriedade seja feita através de um planejamento sustentável?

Quais ações já foram realizadas pensando na sustentabilidade? E quais ações serão realizadas?

APÊNDICE 2 – Croqui do Recanto Pé da Serra



Fonte: BARBOSA, Karem Prsicilla; DAEMME, Maurício, 2012.

ANEXO 1 - Registro Geral do Imóvel (Matrícula nº 8638)

REGISTRO DE IMÓVEIS

Comarca de Prudentópolis - Pr.

Maria Antonia Agibert Silva
Oficial

REGISTRO GERAL

FICHA

01

RUBRICA

MATRÍCULA Nº 8638

LIVRO Nº "2"

IDENTIFICAÇÃO DO IMÓVEL: Um imóvel rural, situado em XAXIM, deste município, com 116.000,00m², com as seguintes medidas e confrontações: - ao norte, com 347,0m, divide com terras de Guido Strenski, Afonso - Ditzel e Cia. Ltda e cruza uma estrada antiga a leste, com 480,0m divide com terras de Joaquim da Cunha Lemos, ao sul com 185,0m, divide com terras de Osvaldo Vieira Machado, cruzando com a estrada estratégica, antiga, a oeste com 147,0m, segue pelo rio Xaxim, dividindo através do rio, com terras de Joaquim Lopes. INCRA, com o código nº 709 042109606, quitado ao exercício de 1988. .x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x. PROPRIETÁRIO: INEXISTENTE. .x.x.x.xx.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x.x. REGISTRO ANTERIOR: não consta. O referido é verdade e dou fé. Prudentópolis, 28 de dezembro de 1988. Oficial: *JOS Gamba*

R.1-8638. Protocolo nº 21.854, fls. 469, livro nº 1. .x.x.x.x.x.x.x.x. Por Mandado de Registro de imóvel usucapido, extraído em 05.01.1988 pelo escrivão do civil, comércio e anexos da comarca, Nestor Bahridos autos 15/87 de ação de usucapião, julgado por sentença em 17.12.1987, pelo MM Juiz de Direito da comarca, Dr. José Mauricio Pinto de Almeida; coube ao imóvel, coube o imóvel acima, ao sr. VICENTE ZALUSKI, brasileiro, casado, lavrador, residente em Xaxim, deste município, casamento nº 2792, Lº B-34, do CRCL, O referido é verdade e dou fé. Prudentópolis, 28 de dezembro de 1988. Oficial: *JOS Gamba*

R.2-8638. Protocolo nº 25988, livro nº 1, fls. 563. .x.x.x.x.x.x.x.x. Por escritura pública de compra e venda, lavrada no Lº 199, fls. 167, em 26.03.92, pelo tab. vit. da com. sr. Luiz Roque Grande, o sr. Vicente - Zalusk, acima qualificado e identificado, representado neste ato por seu procurador o sr. Otavio Pin, brasileiro, lavrador, residente em Ric d'Areia, deste município, CI 957.786-Pr. vendeu a área total para RIVAIR MENDES DA SILVA, brasileiro, comerciante, casado com Maria Zelmira V. da Silva, CI 3.484.844/0-II-Pr. residente e domiciliado em Ric de Areia, deste município. INCRA 7090420109806/0, quitado ao exercício de 1991. ERGUA 342/92. Pagou @ 44.000,00, ref. inter vivos - sobre @ 2.200.000,00, cnf. talão 02196 de 26.03.92. Custas @ 38.066,00. O referido é verdade e dou fé. Prudentópolis, 25 de agosto de 1999. Oficial: *JOS Gamba*

R.3-8638. Por escritura pública de compra e venda, lavrada no livro nº 212C, as fls. 108, em data de 21.10.99, pelo Tabelião Vitalício desta Comarca Sr. Luiz Roque Grande, o SR. RIVAIR MENDES DA SILVA, comerciante, nascido aos 12.10.43, filho de Rivadavia Ferreira da Silva e Adair Mendes da Silva, portador da CI-RG nº 3.484.844-0-Pr, inscrito no CPF sob nº 060.942.879-91 e sua esposa SRA MARIA ZELMIRA VIDALETI DA SILVA, do lar, nascida aos 20.11.51, portadora da CI-RG nº 1.172.018-Pr, inscrita no CPF sob o nº 476.916.389-49, ambos brasileiros, casados entre si, residentes e domiciliados em Xaxim neste município. Venderam a área total do imóvel desta matrícula - com 116.000,00m² (cento e dezesseis mil metros quadrados), correspondente ao total do R.2, para o SR. KHALED HUSSEIN SAFADI, comerci

MATRÍCULA Nº
8638

CONTINUAÇÃO

comerciante, de nacionalidade libanesa, nascido aos 10.04.69, casado com Fadia Mahmud Tarras Safadi, pelo regime de comunhão parcial de bens, conforme certidão de casamento nº 004229, livro B-37, folhas 67, em data de 20.06.94, portador da cedula de identidade para estrangeiro nº Y089827-R, inscrito no CPF sob o nº 827.343.309-97, residente e domiciliado na Rua Osório Guimarães, 957, nesta cidade. Foi atribuído ao imóvel o valor de R\$4.000,00. Foram apresentados os ITRs com o nº do Imóvel Receita Federal 4707841.3, código no incra sob o nº 709042.109606.0, com a área total de 11,6ha, quitado referente aos exercícios de 1994 a 1996 e Diac/diat, referente aos exercícios de 1997 a 1999. Comprovante de recadastramento DP expedido em data de 22.10.99. Apresentada as certidões negativa de débitos de tributos estaduais expedidas sob o nºs 110603-18 e 115211-90, expedidas pela Agência de Rendas Estadual desta cidade. Apresentada certidão negativa do IAP expedida sob o nº 101/99, pelo Escritório Regional de Guarapuava-Pr. Apresentada a guia de recolhimento Funrejus, em pagamento a importância de R\$8,00, em 21.10.99. Pagou a importância de R\$80,00 a Prefeitura Municipal desta cidade sobre o valor de R\$4.000,00, referente ao imposto inter vivos, conforme a guia de recolhimento expedida sob o nº 1862, em data de 20.10.1999. Custas: l. 260,00 VRC R\$94,50, CPC R\$ 20,00 AMP R\$0,30. Protocolo nº 34.764, as fis. 80, livro I-B, em 05.11.99 e reg. na mesma data. Dou fe. Escrevente Juramentado: *[Assinatura]*

R-4 /8638. Por escritura pública de compra e venda de imóvel, contrato de financiamento, pacto adjeto de hipoteca, lavrada no livro nº 223C, às fls 134, em data de 14.01.2003, pelo Tabelião Vitalício desta Comarca, Sr. Luiz Roque Grande, o **SR. KHALED HUSSEIN SAFADI**, casado com **FADIA MAHMUD TARRAS SAFADI**, ele supra qualificado, ela brasileira, comerciante, nascida aos 06.01.75, portadora da CI-RG nº 5.782.198-1-Pr, e inscrita no CPF sob o nº 871.364.579-04, casados sob regime de comunhão parcial de bens, residentes e domiciliados na Rua Afonso Penna, 355, Parque presidente I, na cidade de Foz do Iguaçu-Pr, ela representada por seu procurador o **SR. KHALED HUSSEIN SAFADI**, já qualificado, venderam, para **ADELINO LUIZ TURRA**, agricultor, inscrito no CPF 198.330.249-04, C.I. 7011272551-SSP-RS, casado com **IRIA TURRA**, agricultora, inscrita no CPF 000.291.259-79, C.I. 1039652217-SSP-RS, casado pelo comunhão de bens, residentes em São Pedro, neste município. Um imóvel com a área de 116.000,00m² (cento e dezesseis mil metros quadrados), ou sejam 04 alqueires, 31 litros e 445,00m², correspondente ao total do R.3, desta matrícula. Foi atribuído ao imóvel o valor de R\$24.999,97. E como interveniente (01) FUNDO DE TERRAS E DA REFORMA AGRARIA - BANCO DA TERRA, inscrito no CNPJ sob o nr. 03.207.432 0001-66, com sede em Brasília -DF, neste instrumento denominado BANCO DA TERRA, representado pelo Banco do Brasil, S.A, mediante mandato outorgado pelo conselho curador do Banco da Terra, através da resolução nr. 182 de 21.05.2002, e o BANCO DO BRASIL, S.A, sociedade de economia mista, com sede em Brasília Distrito Federal, inscrito no CNPJ sobo nr. 00.000.000.001-1132-04, doravante denominado AGENTE FINANCEIRO, representado por ANTONIO ORLEI SPURDI, brasileiro, casado, bancano, e economiano portador da CI-Rg n307726709-SSP-Pr e inscrito no CPF sob o n 373.406.119-91, residente e domiciliado nesta cidade. Agente financeiro concede aos mutuários um financiamento no montante de R\$ 31.364,97, será pago pelos mutuários no prazo de 17 anos, em 16 parcelas anuais e sucessivas, cada uma no valor nominal de R\$1.844,99, sendo a última parcela no valor de R\$1.845,13, acrescidas de juros e acessórios, vencíveis no dia 15 do mês de julho de cada ano, considerado o prazo de carência de 43 meses, vencendo-se a primeira parcela em 15.07.2006 e a última parcela em 15.07.2022. FIANÇA-DA HIPOTECA-para garantia do principal e encargos da dívida com o BANCO DA TERRA, os mutuários dão em primeira e especial hipoteca o imóvel desta matrícula. **CONDICOES-** com todas as cláusulas e condições constantes da referida escritura a qual fica uma cópia arquivada neste Ofício. Consta na escritura que foi comprovado o pagamento dos últimos 05 ITRs. Foi apresentado o CCIR 1998/1999. Foi apresentada a certidão negativa de débitos de tributos estaduais expedida sob nº 824458-56. Apresentaram a certidão negativa do IAP expedida sob o

SEGUE

REGISTRO DE IMÓVEIS

Comarca de Prudentópolis - Pr.

Maria Antonia Agibert Silva Gamba
Oficial

Josué Antonio Agibert Silva
Escrevente Juramentado

REGISTRO GERAL

Matricula N.º 8638

FICHA

2

RUBRICA

nº 462/02. Funrejus, quitada a importancia de R\$ 49,99, emitida sob o-nr. 188/03200560-5. Pagou a importância de R\$499,99 a Prefeitura municipal desta cidade sobre o valor de R\$24.999,97 referente ao imposto inter vivos, conforme a guia de recolhimento expedida sob nº4369, em data de 13.01.2003. Custas: 4.312,00 .VRC , R\$452,76, CPC R\$4,90. Protocolo nº 40.276, R\$ 185v, livro 1-B, Prudentópolis, 23 de janeiro de 2003. Dou fe. Escrevente Juramentado.

REGISTRO DE IMÓVEIS - Comarca de Prudentópolis PR
Maria Antonia Agibert Silva Gamba

CERTIFICO que esta Fotocópia é reprodução Fiel da
Certidão do Reg. Nº 8638/12 deu fé.
Prudentópolis, 20 de Julho de 12

- MARIA ANTONIA AGIBERT SILVA GAMBÁ - Oficial
- JOSUÉ ANTONIO AGIBERT SILVA - Substituto Designado
- MARÍLIA HERBERT SILVA - Escrevente Juramentada

Registro	R\$	VRC
Arrecadação	R\$	VRC
Prenotação	R\$	VRC
Arquivamento	R\$	VRC
Cemada	R\$ 9,48	VRC 67,00
Buscas	R\$ 1,26	VRC 9,00
Seio Funarpen	R\$ 2,69	VRC 19,07
Total	R\$ 13,43	VRC 95,07



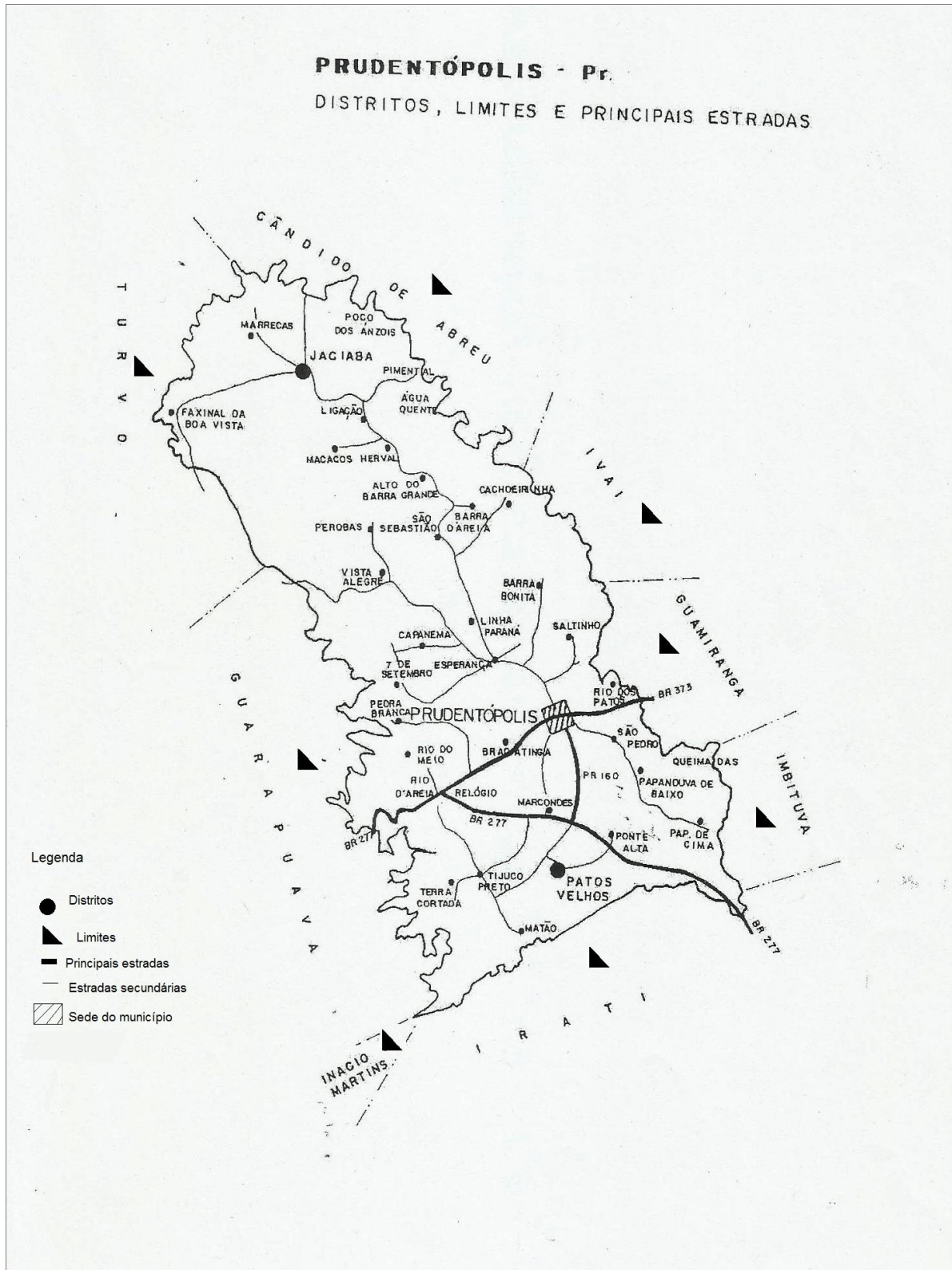
REGISTRO DE IMÓVEIS
EHA7538

MARIA ANTONIA AGIBERT SILVA GAMBÁ
OFICIAL DO REGISTRO DE IMÓVEIS
JOSUÉ ANTONIO AGIBERT SILVA
SUBSTITUTO DESIGNADO
MARÍLIA HERBERT SILVA
ESCREVENTE JURAMENTADO
Av. São João, 2622
Prudentópolis - Paraná

MATRICULA N.º

SEGUE NO VERSO

ANEXO 2 – Mapa dos distritos, limites e principais estradas



Fonte: PRUDENTÓPOLIS, 2006

ANEXO 3 – Hidrografia de Prudentópolis



Fonte: PRUDENTÓPOLIS, 2012a