

**FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO
FECAP**

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

GRADUAÇÃO EM ECONOMIA

HÉLDER DE ARAÚJO AMÂNCIO

**ANÁLISE SOCIOECONÔMICA DE EMPREENDIMENTOS DE
TURISMO RURAL NO ESTADO DE SÃO PAULO**

São Paulo

2022

HÉLDER DE ARAÚJO AMÂNCIO

**ANÁLISE SOCIOECONÔMICA DE EMPREENDIMENTOS DE
TURISMO RURAL NO ESTADO DE SÃO PAULO**

Projeto de pesquisa apresentado à Fundação
Escola de Comércio Álvares Penteado –
FECAP, como parte dos requisitos para a
conclusão do programa de Iniciação
Científica

Orientador: Prof.^a Dr.^a Nadja L. Heiderich.

São Paulo

2022

Resumo

O projeto teve como objetivo analisar o perfil sócio econômico de empreendimentos voltados ao turismo rural no Estado de São Paulo. Esta pesquisa tratou as qualidades e especificidades do turismo rural, assim como, sua proposta de diversificação de renda, proteção ambiental, a existência de parcerias com os meios públicos e privados, os resultados dos empreendimentos diante da pandemia da Covid-19 em 2021, os efeitos da aquisição de crédito por estes estabelecimentos e sua disponibilidade. Devido ao número limitado de empreendimentos que participaram da pesquisa não foi possível analisar os efeitos do crédito diante da pandemia estatisticamente significantes.

Palavras-chave: Turismo Rural. Estado de São Paulo. Empreendimentos. Crédito. Covid-19.

Abstract

The project aimed to analyze the socio-economic profile of enterprises aimed at rural tourism in the State of São Paulo. This research dealt with the qualities and specificities of rural tourism, as well as its proposal for income diversification, environmental protection, the existence of partnerships with public and private means, the results of the enterprises in the face of the Covid-19 pandemic in 2021, the effects of the acquisition of credit by these establishments and their availability. Due to the limited number of enterprises that participated in the research, it was not possible to analyze the statistically significant effects of credit in the face of the pandemic.

Key-words: Rural tourism. State of Sao Paulo. Enterprises. Credit. Covid-

Sumário

1 INTRODUÇÃO.....	4
1.1 TEMA E DELIMITAÇÃO.....	4
1.2 PROBLEMA DA PESQUISA.....	6
1.3 OBJETIVOS.....	6
1.3.1 OBJETIVO GERAL.....	6
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4 JUSTIFICATIVA.....	7
2 REVISÃO DA LITERATURA	7
2.1 CARACTERÍSTICAS DO TURISMO RURAL	7
2.2 PANORAMA GERAL DO SETOR NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	10
2.3 PESQUISAS CIENTÍFICAS RELACIONADAS AO TURISMO RURAL NO ESTADO DE SÃO PAULO.....	12
3. DELINEAMENTO METODOLÓGICO	14
3.1 PERFIL DOS ESTABELECIMENTOS.....	14
3.2 FATURAMENTO DOS ESTABELECIMENTOS DIANTE DA PANDEMIA	33
4 CONCLUSÃO.....	35
5 REFERÊNCIAS	36
6 APÊNDICES.....	38
APÊNDICE A.....	38

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E DELIMITAÇÃO

A gênese da atividade voltada ao turismo rural remete a meados do século XX no continente Europeu. Em território brasileiro o marco inicial ocorre no ano de 1980 aplicado no território do Estado de Santa Catarina, no município de Lages, sua característica era voltada a visitação da propriedade rural diante de um ambiente ligado a tradição e cultura do campo reaproveitando espaços antes voltados a produção de gado. (Brasil, 2021).

O Estado de São Paulo, outrora caracterizado pela produção de café, possui em toda sua extensão a capacidade de comportar diversos modelos de turismo, dentre estes, aqueles voltados ao setor rural caracterizam uma categoria de empreendimento com potencial de resolução para os desafios que o mercado rural enfrenta, desta forma possibilitando sua recolocação diante de novas demandas sociais. (Solha, 2016).

Dentre as definições de turismo rural pode ser encontrado na pesquisa de Pinho (2014) onde cita o ministério do turismo, o qual define turismo rural como:

“Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (Brasil, 2003, p.11).

Pinho (2014) e Solha (2016) demonstram as dificuldades em estabelecer os conceitos do que deve ser considerado turismo rural pois nestas pesquisas vigentes alguns estabelecimentos, que apesar de estarem dentro de um espaço geográfico ligado ao meio rural, não executam atividades que poderiam ser classificadas como decorrentes do setor agropecuário.

Os perfis de empreendedores que ingressam neste mercado apresentam, assim como a própria definição deste setor, diversas qualificações que podem estar ligados de forma direta ou indireta as características rurais. Em sua observação Geraldo (2012) demonstra diversas qualidades daqueles que podem ser considerados empreendedores do turismo rural, o qual pode não residir em área rural ou ter somente caráter de investidor do projeto em questão.

O turista se depara com uma ampla gama de opções para desfrutar como caminhadas, cavalgadas, participação no cotidiano da fazenda e preparo de produtos, experiências gastronômicas características de cada região, experiências voltadas a apreciação e aproveitamento do ecoturismo com a fauna, flora ou atividade relacionada ao ambiente, hospedagens e características, vivências com agricultores familiares, quilombolas, pescadores, dentre outras atividades. (Brasil, 2021).

A demanda por este tipo de serviço no Estado de São Paulo é composta majoritariamente por turistas advindos da cidade de São Paulo e outros municípios da Grande São Paulo tais como Campinas, São José dos Campos, Ribeirão Preto e Sorocaba, enquanto turistas internacionais ou provenientes de outros Estados compõe uma presença muito pequena neste setor. (Solha, 2016).

Verifica-se na pesquisa de Solha (2016) que as ações do setor público são caracterizadas como essenciais para os desenvolvimentos de tais empreendimentos desde meados de 1990, entretanto, o Estado de São Paulo não apresenta o mesmo tipo de atuação para a promoção do mesmo, apesar da Câmara Setorial de Lazer e Turismo no Meio Rural ter sido criada em 1998. Pinho (2014) citado por Solha (2016) demonstra que, apesar de ações como a realização do Seminário Estadual de Turismo e Artesanato Rural na Agricultura Familiar em 2005 e com o surgimento da Comissão Técnica voltada ao turismo rural em 2010, não existe um projeto institucional direcionado a auxiliar estas iniciativas.

O turismo rural impulsiona diversos outros grupos que participam de mercados correlacionados em conjunto com desenvolvimento regional, Moreira (2012) verificou que as demandas do meio urbano proporcionaram a bairros rurais de Piedade e de Pilar do Sul a criação de postos de saúde e comercialização de produtos voltados ao meio rural como mudas adaptadas ao sistema hidropônico.

Por meio do turismo o produtor rural pode diversificar seus meios de obtenção de renda, promover geração de emprego na localidade em conjunto a agregação de valor a produtos dentro da esfera do estabelecimento e promover a presença da participação de mulheres no setor, as quais caracterizam forte presença neste mercado. (Brasil, 2021).

Outros aspectos voltados a apreciação da localidade rural são os fatores culturais de determinadas comunidades, o turismo por meio da gastronomia, artesanato, religião, história, arquitetura entre outras modalidades trás consigo o empoderamento para a localidade, pois por meio deste tipo de mercado a conservação de tradições e espaços geográficos se transforma em fonte de desenvolvimento para a população, desde que a comunidade esteja inserida

participando ativamente do processo ou outros setores sendo promovidos por meio do turismo. (Silva et al. 2010).

A necessidade de qualificar o mercado turístico demonstra-se indispensável devido aos problemas que o turismo rural busca resolver, dentre eles aqueles relacionados a problemas ambientais, onde por falta de estrutura nota-se problemas relacionados a legislação, número de visitantes, que podem causar agravamento ao meio ecológico tendo como efeito a degradação ambiental e perda de componentes que caracterizam certo tipo de atividade. (Brasil, 2021).

Diante do impacto da crise sanitária gerada pela pandemia do novo Coronavírus (Sars-Cov-2) ao setor turístico em conjunto com o interesse crescente do meio urbano ao espaço rural devido a qualidade de vida, a Organização Mundial do Turismo (OMT) demonstra a necessidade de caracterizar este setor, estruturá-lo, e como conector do meio rural a novos mecanismos de mercado como a digitalização. (Brasil, 2021).

1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Diante do exposto, cabe a seguinte pergunta: **Qual o atual perfil socioeconômico dos empreendimentos que realizam turismo rural no Estado de São Paulo?**

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Realizar análise socioeconômica dos empreendimentos que ofertam a atividade de turismo rural no Estado de São Paulo.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Mapear as propriedades agrícolas que ofertam turismo rural no Estado de São Paulo;
- b) Verificar as diferenças, similaridades e peculiaridades socioeconômicas existentes entre estas propriedades;
- c) Compreender melhor como são afetadas e como afetam a comunidade local;
- d) Verificar se o acesso ao crédito é fator relevante para o sucesso destes empreendimentos.

1.4 JUSTIFICATIVA

A relevância desta pesquisa deriva da expansão vivenciada pelo setor, desde 1980 (Pinho, 2014), e por existirem poucos estudos focados na questão socioeconômica dos estabelecimentos que ofertam turismo rural no Estado de São Paulo. Sendo imprescindível conhecê-los mais a fundo, para melhor compreensão da dinâmica deste setor, os quais, ao realizarem suas atividades, acabam afetando as sociedades locais.

Sendo assim, espera-se obter informações mais precisas e atualizadas a este respeito, relacionadas, por exemplo, à estrutura financeira destes empreendimentos, perfil dos empreendedores, atividades desenvolvidas a partir das condições vigentes, relações de empregabilidade, relações com a comunidade local, fluxo e perfil de turistas, dentre outras.

Tais informações poderão indicar possíveis carências, bem como, servir como apoio para a tomada de decisão, tanto para o poder público, para eventuais políticas públicas direcionadas ao setor, como para a iniciativa privada, que necessite compreender sua dinâmica para investimentos ou criação de oportunidades diversas.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 CARACTERÍSTICAS DO TURISMO RURAL

Por meio do turismo o mundo rural toma consciência de seu valor, sentindo-se capaz de representar um papel na cultura local de manutenção de certas tradições em conjunto com a preservação do ambiente.

O Ministério do Turismo, classifica atividades ligadas ao turismo rural da seguinte forma (Brasil, 2010):

- a) Atividades turísticas no meio rural: hospedagem; alimentação; operação e gerenciamento; transporte de visitantes; recepção à visitação em propriedades rurais; recreação, entretenimento e atividades pedagógicas dentro do contexto rural; eventos; e outras atividades realizadas no meio rural e que existam em função do turismo.
- b) Meio Rural: noção territorial, baseada na destinação da terra focada nas práticas agrícolas; noção de ruralidade, baseada no valor que a sociedade contemporânea atribui ao rural

(a produção, a paisagem, a biodiversidade, o modo de vida, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza).

c) Comprometimento com a produção agropecuária: deriva da noção de ruralidade, envolvendo vínculo com as coisas da terra, mesmo que a atividade agrícola não esteja presente em escala comercial. Tais atividades podem ser caracterizadas como práticas sociais e de trabalho, pelo ambiente, pelos costumes e tradições, pelos aspectos arquitetônicos, pelo artesanato, pelo modo de vida, típicos de cada atividade da população rural.

d) Agregação de valor a produtos e serviços: a prestação de serviços relacionados à hospitalidade em ambiente rural faz com que as características rurais passem a ser entendidas não apenas como destinadas à produção de alimentos, mas também, como o manejo de criações, cultivo da terra, as manifestações culturais, a culinária e a própria paisagem. A agregação de valor também surge quando da verticalização da produção, como o beneficiamento dos produtos in natura para turistas, transformação artesanal de resíduos e insumos do campo em utilitários e objetos decorativos, transmitindo um pouco da história e das tradições do lugar.

e) Resgate e promoção do patrimônio cultural e natural: os empreendedores devem contemplar as atividades rurais com a maior autenticidade possível, por meio dos resgates das manifestações e práticas regionais (como o folclore, os trabalhos manuais, os costumes, os ofícios, as festas, os “causos”, a culinária), bem como preservar o ambiente, da paisagem e da cultura.

Quanto às características apresentadas pelos empreendimentos de turismo rural, o Ministério do Turismo apresenta as seguintes:

a) são baseados na pequena escala, devido à pequena capacidade de se receber turistas de maneira simultânea, de modo a permitir atendimento personalizado e a causar menor impacto ao meio;

b) estão localizados em locais agradáveis, onde a paisagem contrasta com a urbana;

c) as atividades realizadas preservam as práticas e costumes tradicionais, permanecendo mesmo após conseguido sucesso com o turismo;

d) existe um cuidado com a preservação dos recursos naturais, das características arquitetônicas e utilização de materiais de construção típicos da região, das instalações e rotinas das atividades tradicionais da propriedade, onde o turista pode observar ou participar, sem com isso descaracterizar o processo produtivo;

e) há a busca pela preservação dos atributos culturais, como o folclore, a culinária, a produção artesanal, as técnicas de construção, a celebração, os valores, modos de vida e ideais das comunidades rurais, dos elementos de ordem histórica da região e das famílias;

f) existe diversidade de atividades turísticas, sendo que cada empreendimento as apresentará com base em suas próprias peculiaridades ambientais, culturais, históricas, étnicas, econômicas, da exploração agropecuária em relação à propriedade ou região.

Alguns estudos mais antigos, tais como Bovo (2004) contestam diferenças relacionadas ao Turismo Rural e o Ecoturismo. Sendo estas:

Assim, temos no turismo ecológico a natureza como principal atrativo, ou, do ponto de vista econômico, o produto central da modalidade associa a ideia do contato do homem com a natureza, feito, porém, através da transferência da infraestrutura urbana para a localidade, propiciando o isolamento do turista em relação à sociedade local. Já no turismo rural, há uma valorização maior da comunidade local e do seu modo de vida, dos seus costumes, dos seus valores. Neste caso, a natureza é vista como atrativo secundário, que auxilia na constituição da paisagem. É interessante destacar uma outra diferença importante entre estas duas modalidades: a existência de legislação e programas governamentais para o turismo ecológico (ecoturismo). (Bovo, 2004)

Esta distinção entre os dois é levantada quanto a políticas públicas, pois como na PL 1435/2011 onde seu conteúdo demonstra turismo rural e ecoturismo como sinônimos, porém Duarte (2016), em referência a PL, sugere certas características que não englobariam ambos como setores iguais, desta forma apresentando dificuldades para os autores estabelecerem características do que não é rural (Geraldo, 2012).

Moreira (2012) apresenta a região de Pilar do Sul como possuidora de um turismo no espaço rural como ecoturismo mas que este não necessariamente se apresenta como turismo rural. Para o desenvolvimento destas atividades turísticas é requerido algum apoio do governo estadual, pois na grande maioria dos casos o turismo rural não é a renda principal de seus proprietários inicialmente, além de apresentar incertezas como a sazonalidade deste mercado.

O turismo rural apresenta-se como solução para os problemas ecológicos que afligem o país, autores como Labruna (2015) evidenciam que o turismo pode proporcionar um interesse mercadológico por circuitos ecológicos que proporcionariam renda para aqueles que preservam tais ambientes. Dornelles (2011) demonstra em seu trabalho que o turismo em si não mantém a sustentabilidade do local ou mesmo demonstra demanda suficiente para ser um empreendimento, tanto público quanto privado, interessante.

Murilo (2013) e Ramiro (2013) destacam a importância de trilhas quanto ao desenvolvimento de circuitos esportivos ligados ao ecodesenvolvimento do planejamento de manutenção do ambiente local.

A relação histórico-cultural, relacionada a fundação destas regiões, é característica marcante na formação dos empreendimentos turísticos, os atributos identitários tais como os quilombos, destacados no trabalho de Melo (2010) na região do Vale do Ribeira, fatores históricos ligados a imigração italiana para as fazendas de café ou a própria imigração de outros povos europeus para diferentes partes do interior paulista, apresentado em Dornelles (2011, p 81), caracterizam o aspecto rural destas localidades em conjunto com a história de formação destas regiões outros elementos históricos incluem: arquitetura, fazendas do período açucareiro e turismo religioso.

O homem urbano procura na vida do campo descanso da agitada vida da cidade por meio de hospedagens em ex-fazendas ou hotéis fazendas, além de atividades ao ar livres alguns estabelecimentos oferecem sala de jogos de cartas, tabuleiros, bibliotecas com livros ligados a histórias regionais, folclore, salas de filme, televisão entre outras atividades.

Circuitos e roteiros turísticos, citados por Solha (2016) e Pinho (2014), demonstram como a produção rural é característica central a maioria dos empreendimentos do estado de São Paulo, Salles (2013) em seu trabalho demonstra como as atividades econômicas, história comum dos municípios, características socioculturais e geomorfológicas compõe a identidade de cada região destacando as características mais marcantes.

2.2 PANORAMA GERAL DO SETOR NO ESTADO DE SÃO PAULO

Como a maior parte da demanda por turismo rural vem do objetivo de descanso como apresentado por Krippendorf (1989), citado por Geraldo (2012) onde a busca por diferentes paisagens e situações visão trazer ao consumidor recreação através de situações rurais por meio de estabelecimentos como pousadas que se diversificam entre diversos temas tais como aqueles voltados para a história do local, em relação a pousadas em fazendas o meio de produção é a característica central, a cultura do local que podem, por exemplo, estar focadas em grupos étnicos como quilombos ou imigrações europeias.

Neste sentido, o Instituto Brasil Rural (2019) se esmera pelo cadastro destas unidades, tendo por finalidade a promoção de atividades de desenvolvimento territorial, geração de renda, novas economias e monitoramento, fortalecendo a gestão ambiental e de seus atrativos. Existem cadastrados, neste instituto, 830 empreendimentos de turismo rural. No levantamento realizado aparece a frequência das seguintes modalidades turísticas, conforme mostra a Tabela 1:

Tabela 1: Modalidades existentes no turismo rural paulista

Modalidade	Nº de propriedades
Pousada Rural	312
Agroturismo e Agroindústria Artesanal	276
Restaurante Rural	213
Pesque-pague	126
Hotéis Fazenda	95
Eventos	61
Turismo Rural Pedagógico	58
Fazendas Históricas	47
Área Rural de Lazer	44
Cavalgadas	41
Acampamento Camping	37
Hotel Rural de Lazer	22
Armazém Rural	7

Fonte: Instituto Brasil Rural, 2019.

O agroturismo, que apresenta as atividades ligadas ao estilo de vida rural como o produto oferecido a seus turistas, em conjunto com o meio de produção artesanal qualificam-se como segundo empreendimento com mais volume no estado de São Paulo segundo o Instituto Brasil Rural, no trabalho de Santos (2018) pode se notar outras formas que se adequam a esta características como no qual o Assentamento Lagoinha apresenta o meio de venda de produtos artesanais, não estando associado com visitação da propriedade desta forma utilizando o meio turístico de forma indireta.

Vale ressaltar o terceiro estabelecimento mais procurado pelos turistas são aquele que estão ligados ao Turismo Culinário do meio rural, apesar de algumas das fazendas apresentarem culinária como algo presente além do agroturismo ou acomoda es um número considerável de estabelecimentos se especializam somente no fornecimentos de pratos t picos da região.

A Fazenda Santa Maria do Monjolinho em São Carlos, citada no trabalho de Geraldo (2012), onde apresenta tanto o fator histórico da produ o cafeeira, do ciclo da cana-de-açúcar e mandioca apresenta dois meios de obten o de renda, um voltado ao turismo caracterizado por trilhas, passeios, restaurante e história do local, a fazenda, assim como muitos outros estabelecimentos, têm mantem a produ o de produtos agrícolas. Vale ressaltar que neste caso, diferente dos demais, apresenta maiores ganhos obtidos no mercado do que vindo do

turismo, sendo assim o turismo não é principal fonte de renda, mas serve como complemento desta fazenda.

A partir da análise da distribuição geográfica dos estabelecimentos de turismo rural, é possível notar que sua maior concentração se encontra ao leste do estado de São Paulo e próximos a metrópole paulista e dos grandes centros urbanos.

2.3 PESQUISAS CIENTÍFICAS RELACIONADAS AO TURISMO RURAL NO ESTADO DE SÃO PAULO

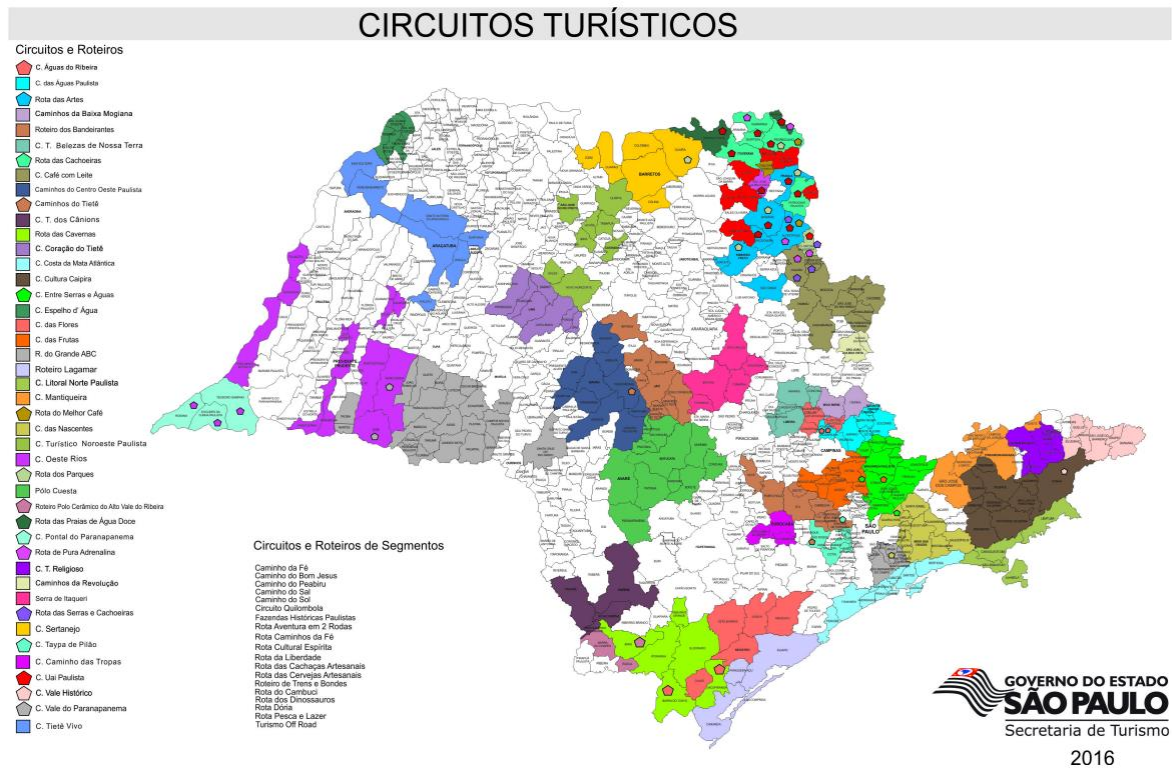
Dentre os desafios apresentados na tentativa de caracterizar o turismo rural o primeiro a ser confrontado é devido ao número de pesquisas relacionadas a este tipo de projeto ser escasso, vale ressaltar que nenhum destes trabalhos vem de programas de pós-graduação voltados a economia.

Estados como Paraná e Rio Grande do Sul demonstram mais dados e pesquisas relacionadas ao perfil socioeconômico de seus estabelecimentos, tais dados podem ser vistos nos trabalhos de Solha (2016), Pinho (2014), Moreira (2012), Geraldo (2012), Ramiro (2013) e Silva et al (2010). Ambos estados apresentam um perfil muito parecido com estado de São Paulo, sendo que o Rio Grande do Sul se destaca mais por seus empreendimentos voltados a imigração Europeia na região tanto a imigração alemã quanto a italiana apresentam forte destaque nestes estabelecimentos, enquanto o Paraná, por uma proximidade geográfica e cultura, também demonstra um forte potencial ao ecoturismo no meio rural.

A influência europeia continua nas pesquisas de Duarte (2016), Solha (2016) e Santos (2018), onde nestes dois últimos trabalhos programas da União Europeia voltados para o desenvolvimento do turismo rural um destes o programa LEADER, muitas das críticas encontradas nestas pesquisas são voltadas para a dificuldade de aquisição de créditos de pequenos negócios rurais dentre eles o turismo.

Dos trabalhos produzidos desde 2004 por Bovo nota-se dois fatores recorrentes aqueles relacionados ao ecoturismo e relacionados a falta de assistência governamental aos empreendimentos, principalmente ligada a difícil aquisição de crédito. Os problemas estruturais ligados ao meio rural como envelhecimento da população, perda da identidade rural pela influência urbana e discussões ligadas à reforma agrária também são colocados em trabalhos mais voltados a municípios específicos, como pode ser visto em Ramiro (2013).

Figura 1- Circuitos Turísticos



Fonte: Secretaria do Turismo (2016).

A Figura 1 demonstra a divisão de circuitos turísticos segundo a Secretaria do Turismo do Estado de São Paulo. Devido a concentração de artigos voltados ao turismo rural nas regiões de São Paulo e Campinas, a concentração pode ser explicada devido ao número de estabelecimentos que estão próximos destas regiões acumularem a maior parcela do turismo rural no estado, sendo assim, é desconhecido como empreendimentos das regiões mais interiores se comportam gerando falta de dados referentes aos estabelecimentos localizados em áreas distantes dos grandes centros urbanos.

A forma de caracterização geográfica mais comum relacionada aos estabelecimentos está nos circuitos turísticos, estes por sua vez são caracterizados no trabalho de Salles (2013), apesar de não comporem todos os empreendimentos voltados ao turismo no Estado de São Paulo detêm o mais antigo banco com dados dos principais estabelecimentos que compõe suas rotas.

O Advento da pandemia gerada pelo novo Coronavírus demonstrou novos desafios ao meio rural e ao setor do turismo, Ortiz (2020) compreende que o turismo rural é alvo de grande especulação devido as questões relacionadas a fragilidade de comunidades rurais em relação a economia, diante do cenário de isolamento social o turismo rural não obteve formas de ingressar

no meio digital, desta forma sofrendo uma regressão de renda, o autor destaca que a preocupação das sociedades rurais no período pós-pandemia será de restaurar capacidades produtivas.

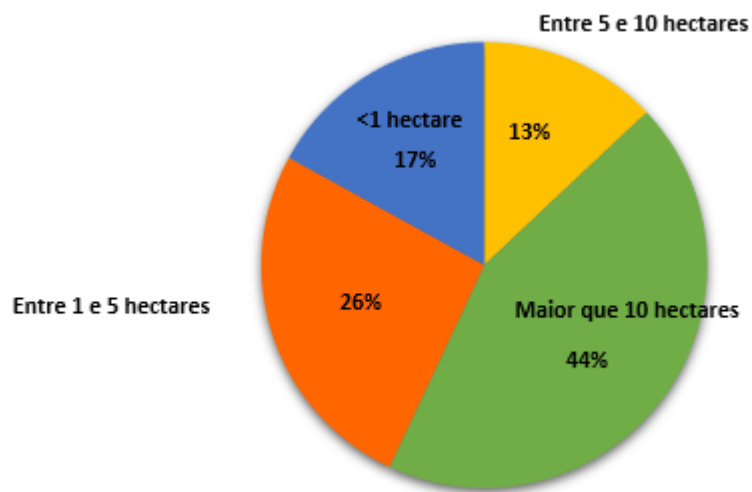
3. DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Para a pesquisa foi utilizada uma abordagem quanti-qualitativa por meio de procedimentos estatístico com fonte bibliográfica obtida de Gujarati e Porter (2011) em conjunto com Wooldridge (2002). O levantamento da pesquisa utilizou dados obtidos através de pesquisa de campo utilizando um questionário de 30 perguntas aplicadas por meio de entrevistas realizadas em telefone, aplicativos de mensagem e e-mail com um total de 94 respostas anônimas de 801 estabelecimentos para variáveis que influenciam o faturamento, foi utilizado o programa GRETl para o resultado obtido através da regressão linear múltipla, em conjunto foram estendidas as questões para 3 estabelecimentos escolhidos de forma aleatória utilizando como base seu faturamento.

3.1 PERFIL DOS ESTABELECIMENTOS

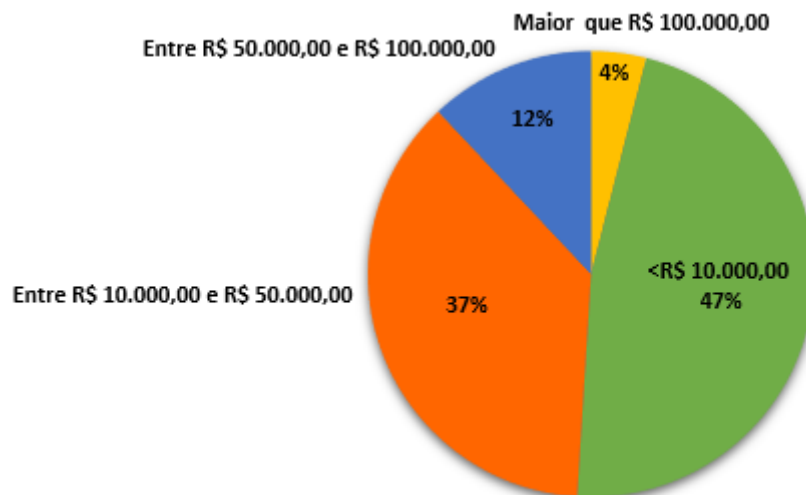
Diante da aplicação do questionário vale ressaltar que, com exceção das questões voltadas a aplicação da regressão linear múltipla, as demais questões foram opcionais obtendo desta forma quantidades variadas de respostas. A seguir as Figuras tem como objetivo expressar as respostas das questões 1 a 5 e 29 a 30 que obtiveram total participação dos entrevistados com 94 respostas.

Figura 2: Distribuição do tamanho das propriedades, em hectares.



Fonte: dados da pesquisa.

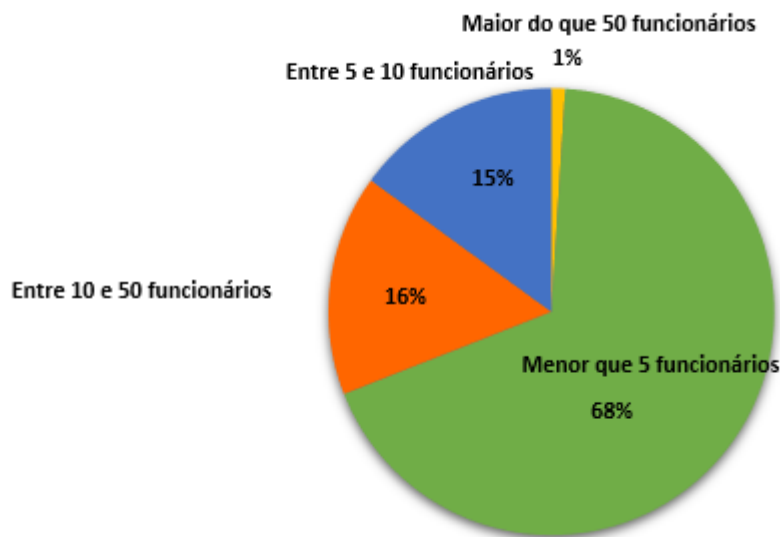
Figura 3: Distribuição do faturamento mensal, em reais



Fonte: dados da pesquisa.

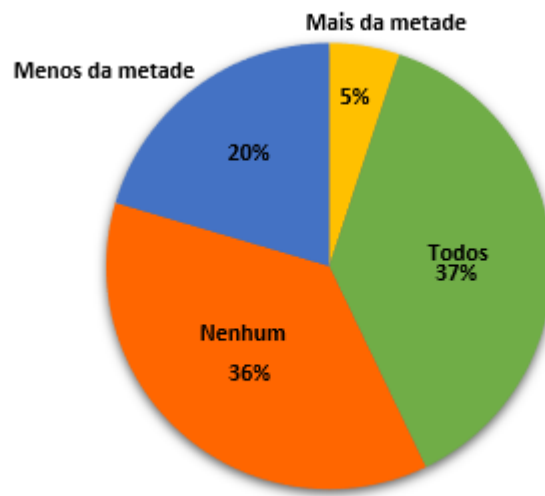
A Figura 2 demonstra que 56% dos estabelecimentos entrevistados apresentam até 10 hectares, logo, a maioria dos empreendimentos provem de propriedades pequenas, Bovo (2004) destaca que propriedades no Estado de São Paulo que possuem até 50 hectares, representando 43% da pesquisa, são categorizadas como propriedades pequenas, enquanto na Figura 3 o faturamento mensal de 84% dos empreendimentos é inferior a 50.000 reais, como consequência da pandemia gerada pela Covid-19 é importante ressaltar a queda de faturamento por parte dos ofertantes, por meio da entrevista in loco 2 estabelecimentos apresentaram-se possuindo menos que 1 hectare, enquanto 1 possui entre 1 e 5 hectares, aproximadamente 5 segundo entrevistado, todos os 3 demonstram faturamento inferior a 10.000 reais e alegando queda de faturamento, sem especificar de quantidade, devido a pandemia .

Figura 4: Distribuição do número de funcionários



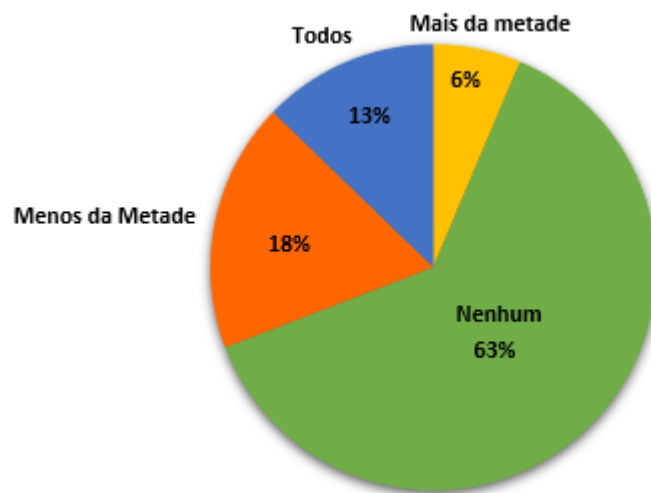
Fonte: dados da pesquisa.

Figura 5: Distribuição do número de funcionários registrados



Fonte: dados da pesquisa.

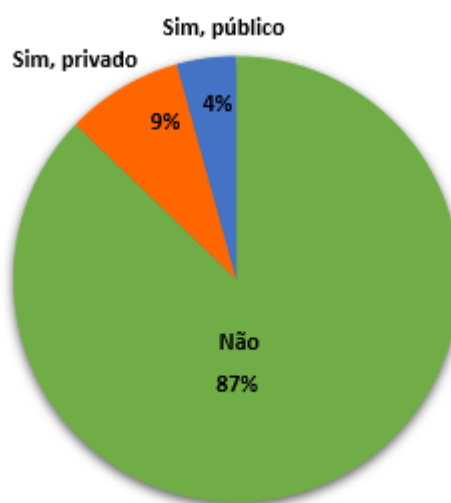
Figura 6: Distribuição do número de funcionários com algum grau de parentesco



Fonte: dados da pesquisa.

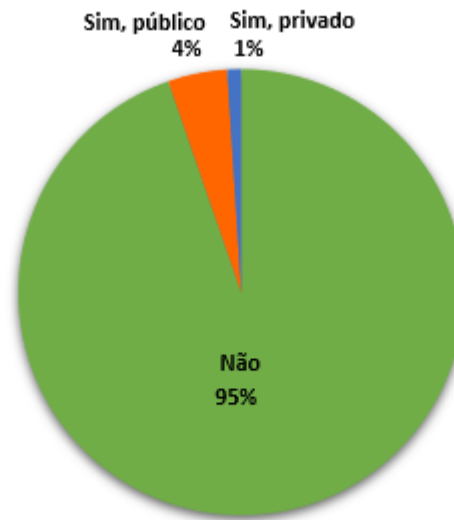
Duarte (2016) ressalta as dificuldades de contratação nesta modalidade de turismo dando destaque a carga horária, pois como a demanda está voltada a fins de semana, feriados e horários alternativos não coincide com as leis aplicadas em meios agrícolas criando uma barreira para a contratação de novos funcionários. Na pesquisa a Figura 4 68% dos estabelecimentos apresentaram número de funcionários inferior a 5 funcionários e cerca de 61%, segundo a Figura 5, apresentam algum grau de informalidade, os estabelecimentos entrevistados in loco apresentaram número de funcionários menor que 5 onde todos apresentaram registro.

Fernandes (2018) demonstra a transformação da agricultura familiar contemporânea e os desafios por parte dos estudos acadêmicos voltados a compreender as estratégias utilizadas pelos agricultores para seu desenvolvimento quanto as adaptações ao mercado e sua possibilidade de desaparecimento. Os estabelecimentos entrevistados demonstraram por meio da Figura 6 que 63% não possuem qualquer funcionário com grau de parentesco, desta forma a maior parte dos estabelecimentos não provêm de empreendimentos familiares, a entrevista in loco detectou que nos 3 estabelecimentos todos os funcionários possuem algum grau de parentesco, entre os motivos incluem a facilidade de comunicação, confiança e manutenção da tradição familiar. Figura 7: Distribuição dos estabelecimentos que adquiriram crédito durante a instalação ou desenvolvimento



Fonte: dados da pesquisa.

Figura 8: Distribuição dos estabelecimentos que adquiriram crédito durante a pandemia da Covid-19



Fonte: dados da pesquisa.

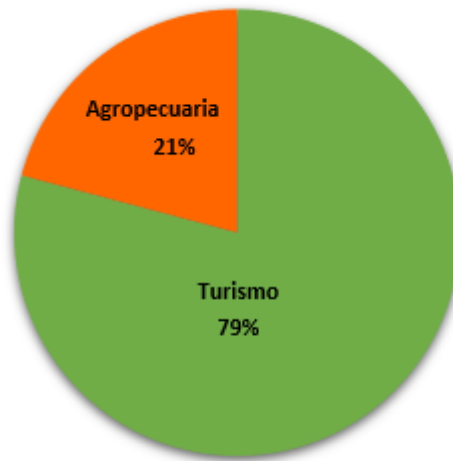
A maioria dos estabelecimentos, cerca 87% segundo a Figura 7, não utilizaram crédito para a instalação ou desenvolvimento do empreendimento e dos 13% que utilizaram de crédito 9% provem do setor privado, como destacado em Geraldo (2012) é utilizado o faturamento obtido por meio acúmulo de capital prévio por meio de recursos próprios, os quais, podem ou não prover de atividades agrícolas, nenhum dos estabelecimentos entrevistados in loco utilizou ou procurou por linhas de crédito para a instalação de seus empreendimentos sendo a instalação proveniente de prévio acúmulo de capital pelo proprietário.

Duarte (2016) e Fernandes (2018) demonstram que a não utilização de linhas de crédito é uma característica comum na modalidade, entretanto, as causas incluem a dúvida das características deste empreendimento na legislação e a impossibilidade de adquirir os mesmos direitos incorporados ao turismo, assim como a monopolização do crédito por parte de empresas que utilizam o território, tais barreiras podem ter afetado de forma conjunta a obtenção de crédito durante a pandemia da Covid-19 onde a Figura 8 demonstra que 95% dos participantes não utilizaram de crédito e dos 5% que utilizaram de crédito 4% provem do setor público, os 3 estabelecimentos in loco não utilizaram de linhas de crédito para a Covid-19 apresentando a dificuldade de obtenção de crédito como fator contribuinte.

Diante da possibilidade de averiguar outras características do perfil socioeconômico do turismo rural no Estado de São Paulo as demais perguntas que não estavam previstas na utilização do modelo de regressão múltipla foram consideradas opcionais, as imagens a seguir

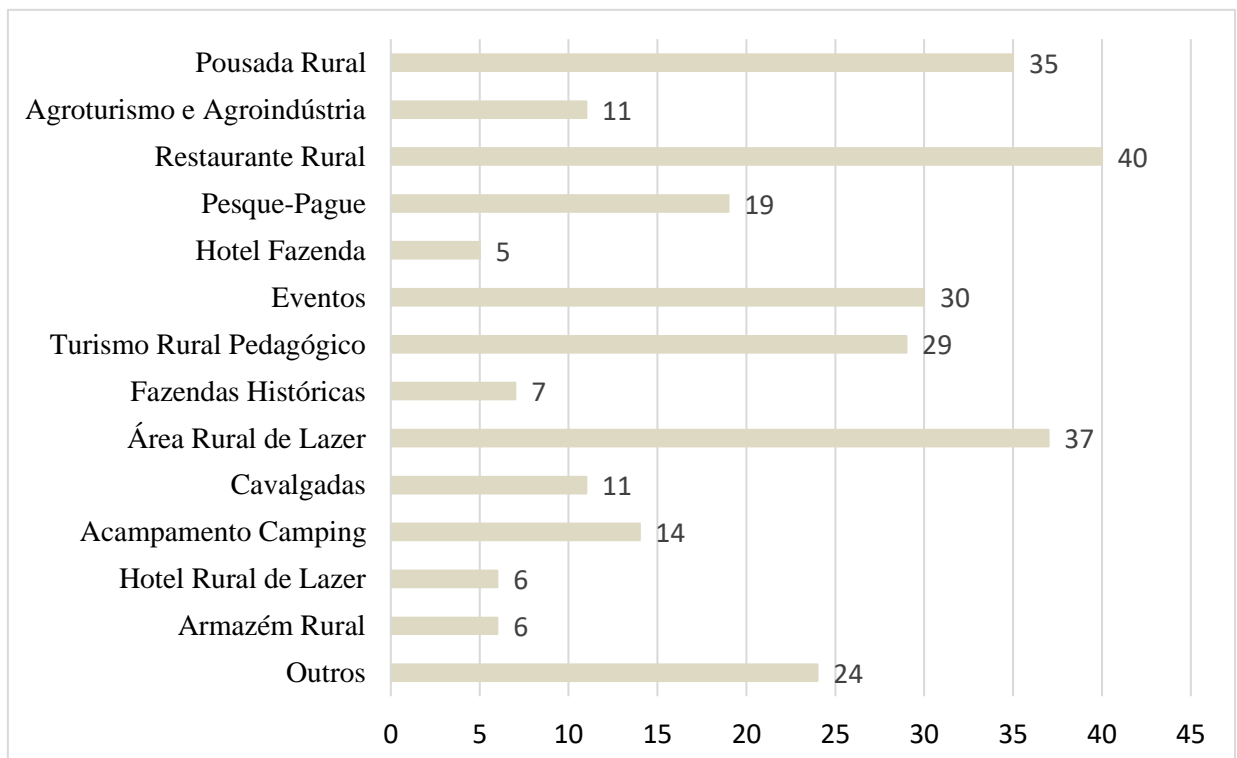
estão acompanhadas com o número de respostas obtidas, desta forma as Figuras a seguir demonstram as respostas das questões 6 a 28.

Figura 9: Distribuição da principal atividade de 91 propriedades



Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 1: Serviços de turismo oferecidos por 92 estabelecimentos

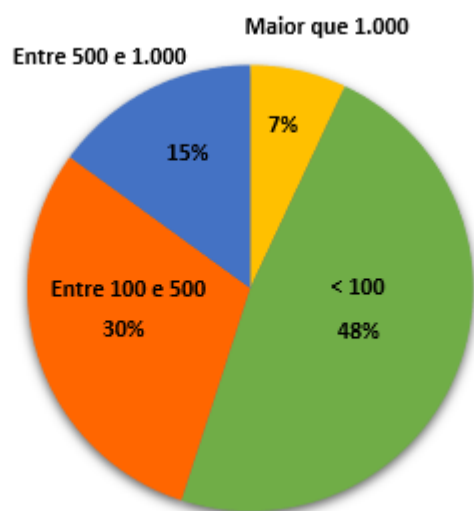


Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 9 demonstra que 79% dos 91 estabelecimentos dependem do turismo como fonte primária de renda da propriedade, Solha (2016) apresenta que o turismo além da diversificação de renda gera outros fatores favoráveis tais como: geração de expectativas, trabalho, lazer, freia a migração do campo, estimula participação das mulheres, efeito multiplicador de renda para outros estabelecimentos próximos, satisfação cultural. Quanto a oferta de serviços, Gráfico 1, nota-se como o turismo voltado a gastronomia, lazer e hospedagem, em alguns casos combinados, formam as principais ofertas de serviços, é notado a especialidade de cada estabelecimento quando na categoria outro foram observadas modalidades como passeio de balão, observação da fauna, eventos religiosos e vivência olfativa.

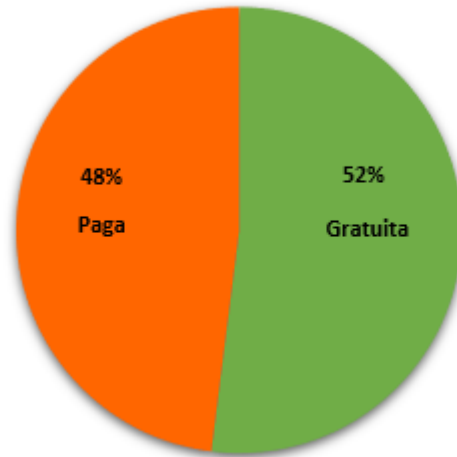
Os estabelecimentos entrevistados in loco apresentaram características variadas, em um dos estabelecimentos a agropecuária continua a fazer parte da principal atividade da propriedade sendo a visitação do plantio forma de renda complementar, enquanto os demais afirmaram ser o turismo principal fonte de renda sendo os serviços dos mesmos restaurantes rural, dando destaque a produção e comercialização de vinhos, enquanto o terceiro se apresentou somente como pesque-pague.

Figura 10: Distribuição da estimativa mensal do fluxo de turistas de 91 estabelecimentos



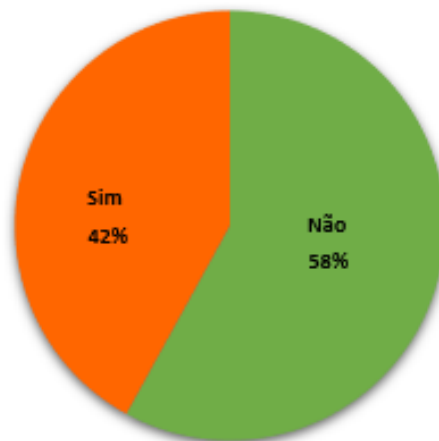
Fonte: dados da pesquisa.

Figura 11: Distribuição da entrada ser gratuita ou paga de 90 estabelecimentos



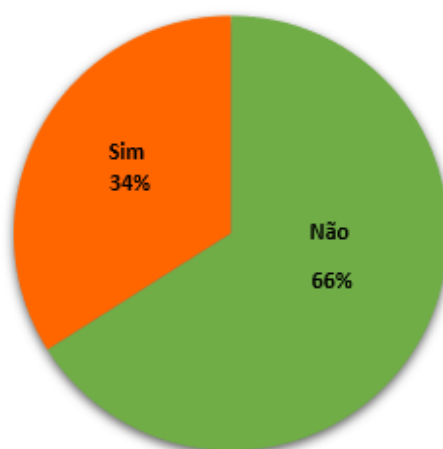
Fonte: dados da pesquisa.

Figura 12: Distribuição da participação em associações voltados ao turismo de 66 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

Figura 13: Distribuição dos estabelecimentos que possuem algum tipo de parceria com empresas ou entidades, visando a captação de turistas de 67 estabelecimentos



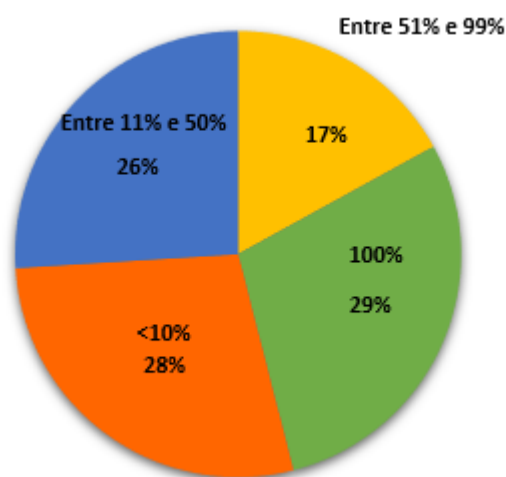
Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 10 demonstra que o fluxo de turistas mensal é para 48% dos estabelecimentos inferior a 100, devido a pandemia gerada pela Covid-19 o número pode variar de perdas de turistas como averiguado na entrevista in loco onde os estabelecimentos destacaram durante o período inicial perda de aproximadamente mais da metade dos clientes, entretanto, com as especificidades da pandemia o estabelecimento que se identifica como “adega de vinhos” obteve recuperação parcial de clientes e renda através de vendas por meio da internet, em conjunto o mesmo destaca a possibilidade de ter atraído futuros turistas. Quanto a entrada no local nota-se por meio da Figura 11 paridade próxima, 52% gratuita e 48% paga, diante da entrada ser ou não gratuita, os estabelecimentos in loco destacaram diversas razões para a estratégia, o pesque-pague, que cobra pela entrada na propriedade, inclui que para muitos turistas é a primeira vez pescando, desta forma para garantir algum lucro em caso da não captura do peixe promove-se o pagamento pela utilização do espaço, os dois outros estabelecimentos possuem entrada gratuita.

Observa-se nas Figuras 12 e 13 a baixa adesão a parcerias voltadas ao auxílio de propaganda ou captação de turistas, 58% dos 66 estabelecimentos não participam de qualquer associação de turismo e 66% de 67 estabelecimentos não possuem qualquer parceria com outras empresas ou entidades visando captação de turistas, a associação mais citada foi o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) com 5 dos 28 estabelecimentos que possuem algum tipo associação fazendo parte do mesmo, enquanto 4 dos 23 estabelecimentos que possuem parceria

destacaram agências de turismo sem especificação, os estabelecimentos in loco destacaram taxas altas, diante do período de pandemia, para a permanência em algumas associações em conjunto com alguns problemas não especificados pelos estabelecimentos, a Rota Turística Princesa da Colina foi a única associação a qual um dos entrevistados in loco destacou fazer parte, nenhum dos 3 estabelecimento faz parte de qualquer associação com objetivo de captação de turistas.

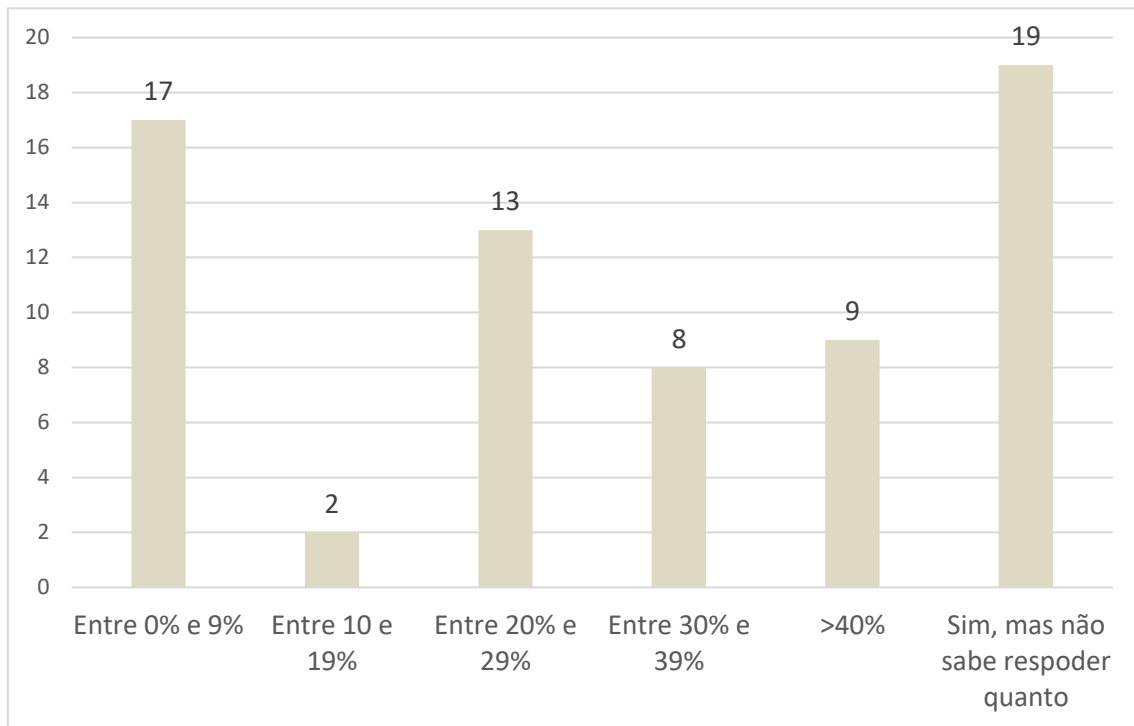
Figura 14: Distribuição participação das atividades de turismo no faturamento mensal da propriedade, em percentual, de 82 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

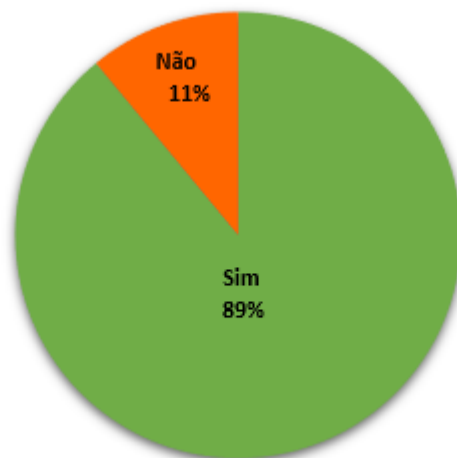
Como demonstrado no Gráfico 1 existe uma imensa variabilidade de serviços o qual um estabelecimento rural pode proporcionar, a Figura 14 demonstra que apesar de 29% dos 82 participantes da pesquisa indicarem que as atividades de turismo afetam 100% da renda dos estabelecimentos em conjunto com a Figura 9 onde foi exposto que o turismo se sobrepõe a agropecuária quanto a geração renda dos 94 estabelecimento entrevistados, a Figura 14 demonstra que 28% dos 82 estabelecimentos indicam que as atividades de turismos compõe menos de 10% da renda, com o advento da pandemia da Covid-19 muitos produtores rurais iniciaram o processo de venda de produtos por meio de entrega, retirando neste período a participação do turismo devido as restrições sanitárias, essa ideia foi reforçada pelos 3 participantes da entrevista in loco.

Gráfico 2: Área de proteção ambiental na propriedade superior aos limites legais, em percentual, de 68 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

Figura 15: Distribuição quanto a existências de práticas envolvendo preservação ambiental de 71 estabelecimentos

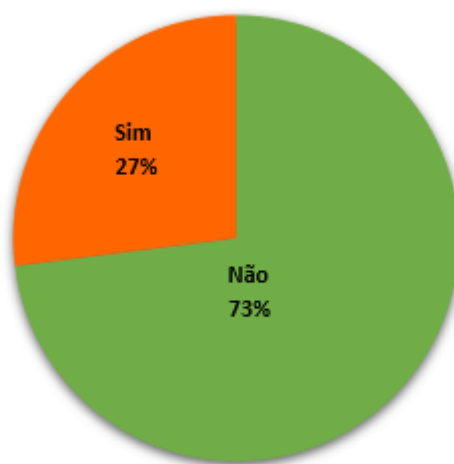


Fonte: dados da pesquisa.

Dornelles (2011), Pinho (2014) e Labruna (2015) demonstram as transformações ocorridas no meio rural nas últimas décadas, onde questões socioambientais e participação do produtor nesta busca de preservação e desenvolvimento sustentável. O Gráfico 2 demonstra que 32 dos 68 estabelecimentos, 47% em termos percentuais, possuem proteção ambiental na propriedade superior a 10%, observa-se que 19 estabelecimentos apesar de possuir em algum nível proteção ambiental superior aos limites legais não demonstra conhecimento do quanto representa para a propriedade. É destacado pela Figura 15 que a existência de práticas voltadas a preservação ambiental é presente em 89% dos 71 estabelecimentos entrevistados, sendo citados métodos tais como plantação de arvores, preservação da vegetação nativa, compostagem, reciclagem, não utilização de queimadas ou agrotóxicos, reutilização de água da chuva, técnicas agroflorestais etc.

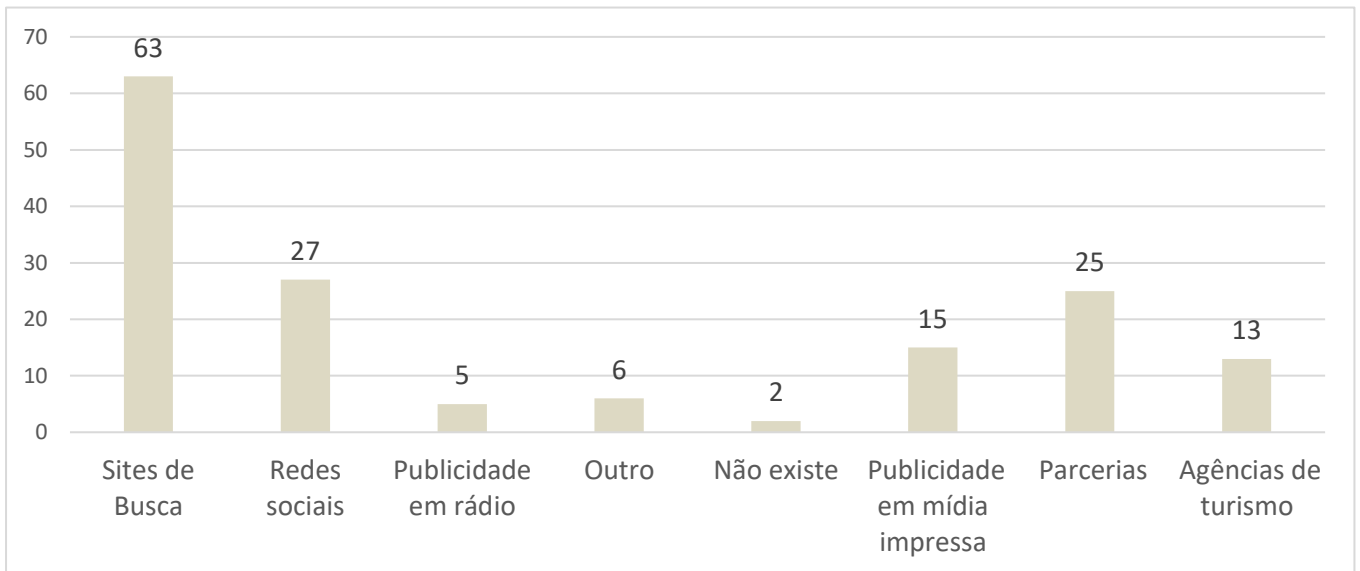
A entrevista in loco constatou para os 3 estabelecimentos que a demanda por parte dos turistas quanto ao meio rural inclui de forma conjunta contato com a natureza e interesse por práticas consideradas não danosas ao meio ambiente.

Figura 16: Distribuição quanto a existências pesquisa sobre os turistas de 83 estabelecimentos



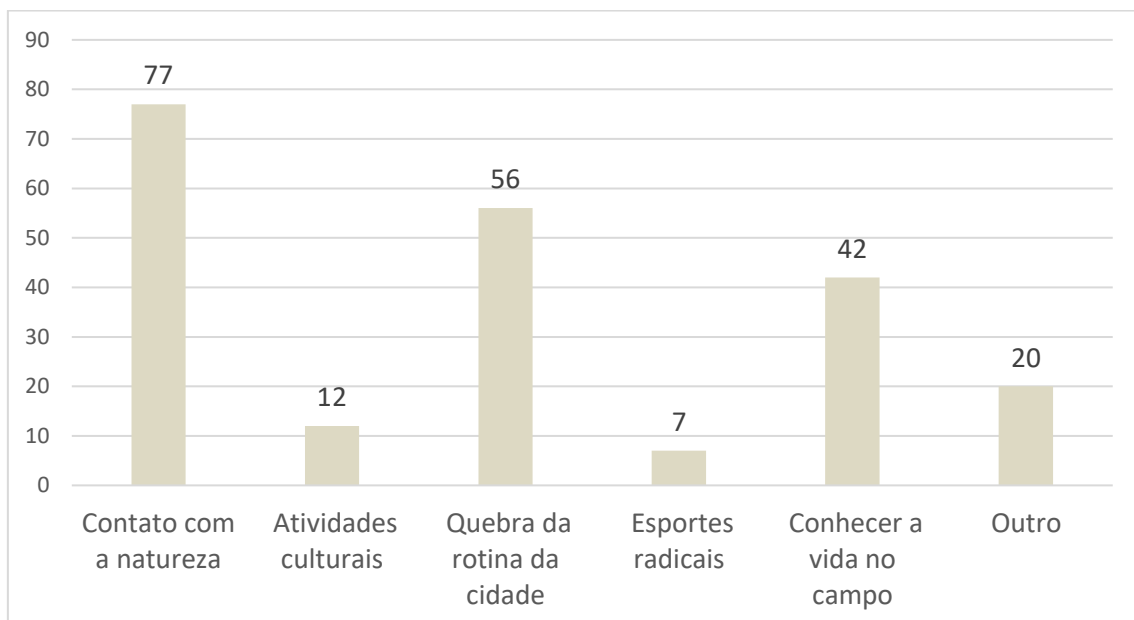
Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 3: estratégias adotadas para a captação de turistas e divulgação da propriedade, de 84 estabelecimentos



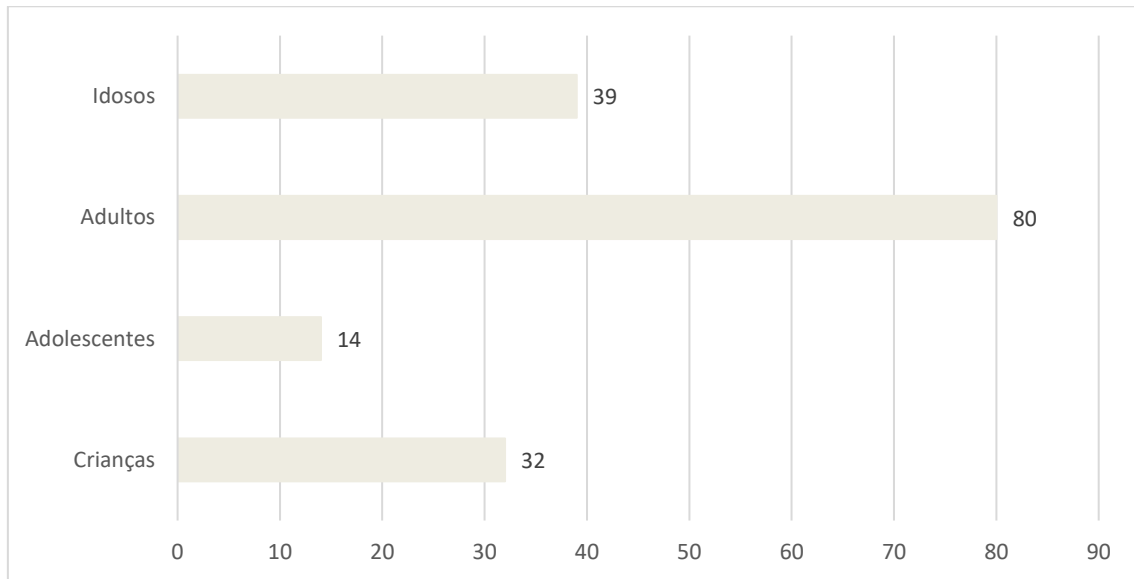
Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 4: motivações dos turistas para visitarem a propriedade, de 85 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

Gráfico 5: as duas faixas etárias dos turistas, que mais frequentam a propriedade, de 84 estabelecimentos

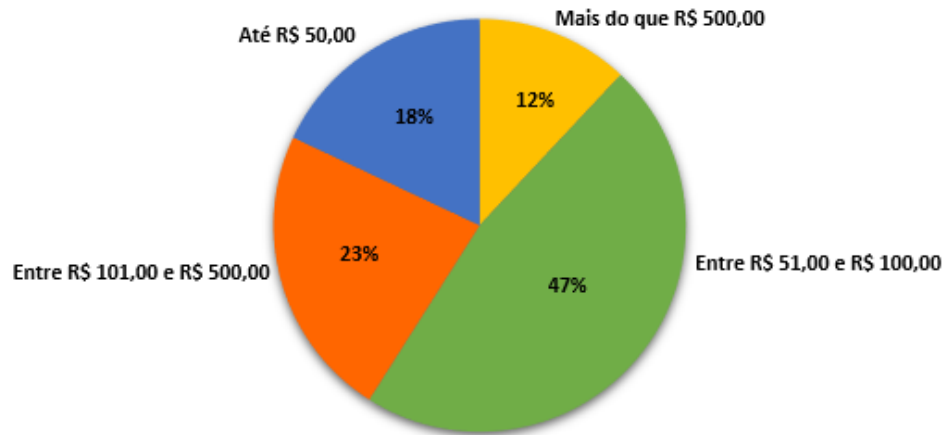


Fonte: dados da pesquisa.

Devido a ausência de pesquisas voltadas aos demandantes desta modalidade de turismo, a Figura 16 demonstra que 73% de 83 estabelecimentos não praticam pesquisas voltada aos turistas, é contestável os motivos quanto a escolha do meio rural para turismo, entretanto a pesquisa demonstra que para 85 estabelecimentos presentes no Gráfico 4 a principal busca pelo campo é o contato com a natureza o que demonstra a relação entre o rural e o meio ambiente, em conjunto a busca pela quebra da rotina da cidade e conhecer a vida no campo valida a distância do mesmo com o urbano. O Gráfico 3 demonstra que o principal método de obtenção de clientes é a utilização de sites de busca, redes sociais e parcerias, é notável a baixa utilização de meios mais antigos como rádio e a baixa adesão a agências de turismo.

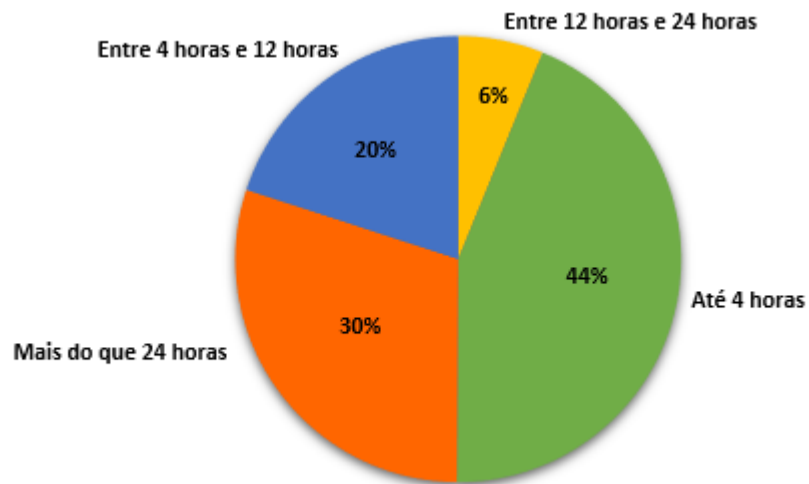
Adultos e idosos formam o principal nicho de turistas dos estabelecimentos segundo o Gráfico 5, enquanto crianças provém de excursões familiares ou de caráter pedagógico escolar na maioria dos casos segundo a entrevista in loco. Quanto a origem destes turistas, segundo os dados levantados por meio da questão 16, a maioria se origina da cidade de São Paulo, regiões e cidades próximas dos estabelecimentos.

Figura 17: Distribuição quantidade média gasta por turistas de 78 estabelecimentos



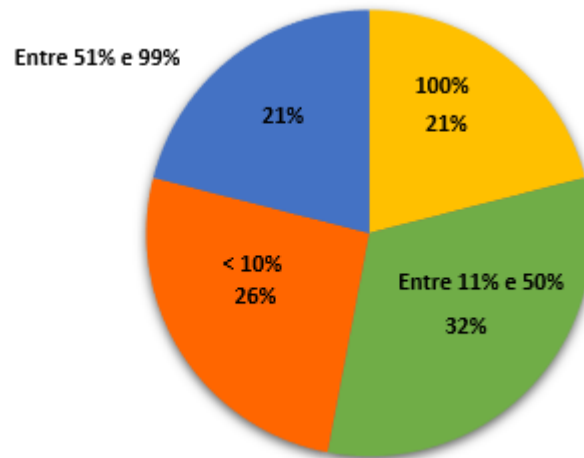
Fonte: dados da pesquisa.

Figura 18: Distribuição do tempo de permanência média dos turistas de 81 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

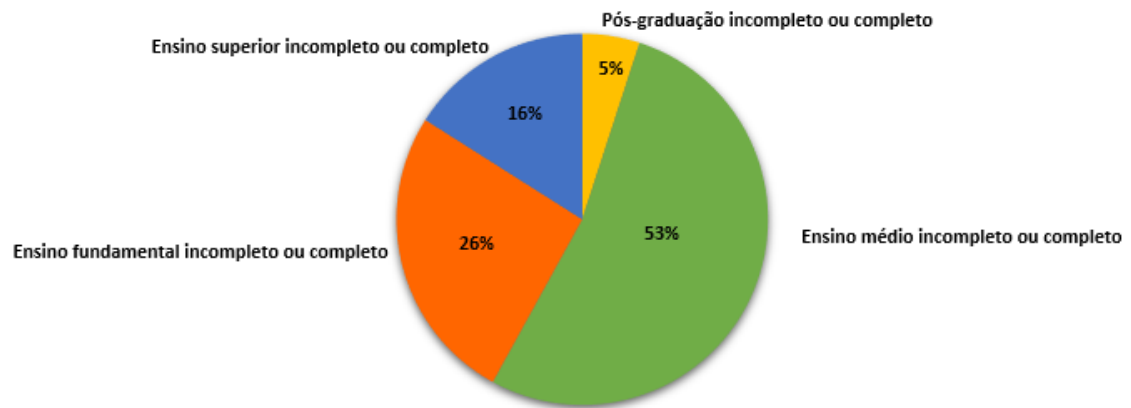
Figura 19: Distribuição da importância na renda familiar do proprietário, das atividades de turismo da propriedade, em percentual de 76 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

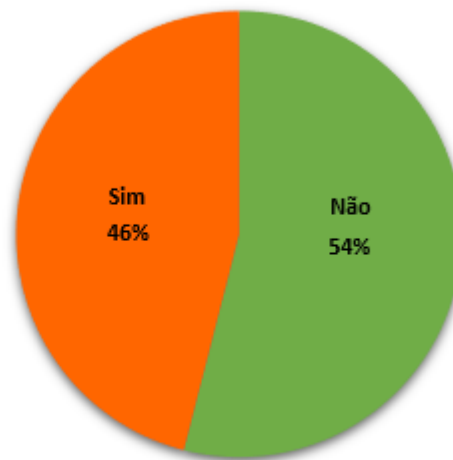
Os resultados da pesquisa demonstrados nas Figuras 17 e 18 propõe que os gastos dos turistas, para 78 estabelecimentos, são inferiores a 100 reais para 65% dos estabelecimentos, enquanto a permanência dos turistas majoritária é de 4 horas no estabelecimento, 81 empreendimentos pesquisados, para 44% dos entrevistados, entretanto tal tipo de abordagem deve se relevar a estabelecimentos que não oferecem hospedagem para os turistas. A questão 22 destacou que entre 70 estabelecimentos a maioria apresenta funcionamento somente nos finais de semana, excluindo fornecedores de hospedagem, com horário de funcionamento entre 8 horas até 17 horas. A Figura 19 demonstra como o turismo afeta a renda familiar onde 42% afirmam ser superior a 50% os ganhos do turismo para a renda de sustento da família, os entrevistados in loco destacaram as dificuldades de obtenção de turistas na pandemia e por consequência a dificuldade de venda dos produtos e serviços turísticos, assim como manutenção dos mesmos, pois segundo os entrevistados os gastos da maioria dos turistas antes da pandemia são inferiores a 100 reais logo para maior obtenção de renda é necessário maior fluxo de turistas.

Figura 20: Distribuição do nível médio de escolaridade dos funcionários de 81 estabelecimentos

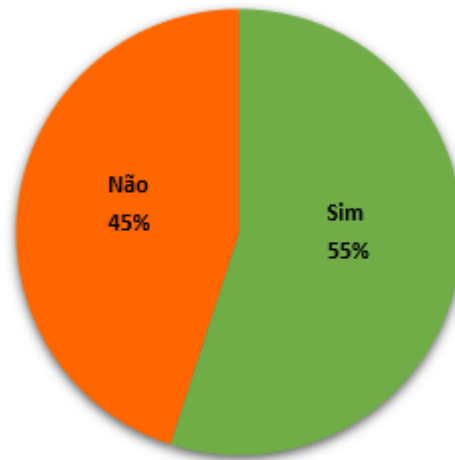


Fonte: dados da pesquisa.

Figura 21: Distribuição em caso de existência de contribuição da população local para atividades turísticas de 65 estabelecimentos

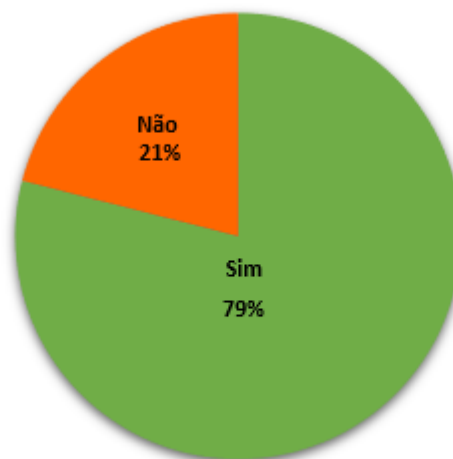


Fonte: dados da pesquisa. Figura 22: Distribuição quanto existência de treinamento para os funcionários de 67 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

Figura 23: Distribuição quanto se a mão de obra provém da comunidade local de 83 estabelecimentos



Fonte: dados da pesquisa.

Pinho (2014) destaca o empoderamento da comunidade local como um dos atrativos para o desenvolvimento do turismo, desta forma a caracterização da força de trabalho a partir da Figura 20 é demonstrado a baixa presença de funcionários com nível superior, apenas 21% dos 81 estabelecimentos, foi relatado que alguns estabelecimentos fazem parcerias com

programas de primeiro emprego para jovens. A população local segundo a Figura 21 não contribui para 54% dos estabelecimentos de nenhuma forma, para os 46% que afirmaram possuir auxílio da população local destacam indicação, parcerias de visitação e fornecimento de alimentos.

A oferta de treinamento ou capacitação para o serviço turístico por parte do estabelecimento ocorre em 55% dos 67 entrevistados, como demonstrado na Figura 22, sendo que a maioria é feita pela própria propriedade, foi citado também a utilização da Senar para o treinamento, os estabelecimentos relataram por meio da questão 27 numero elevado na participação feminina no empreendimento com alguns casos sendo superior ou unicamente feminina a composição da força de trabalho. A Figura 23 propõe que a mão de obra provém da comunidade local de 79% de 83 estabelecimentos.

3.2 FATURAMENTO DOS ESTABELECIMENTOS DIANTE DA PANDEMIA

Com o estabelecimento do *lockdown* o setor de turismo apresentou queda no faturamento devido a repentina diminuição em sua demanda, desta forma é esperado um aumento na solicitação de crédito por parte dos estabelecimentos ofertantes de turismo rural.

Para checar os efeitos do crédito durante a abertura e continuidade do empreendimento durante o cenário da pandemia sendo mensurada, por meio de regressão linear múltipla contendo variáveis dummy, pela seguinte equação:

$$\text{Fat} = \beta_1 + \beta_2\text{credinst} + \beta_3\text{credcovid} + \beta_4\text{tamanho} + \beta_5\text{nempr} + \beta_6\text{familiar} + E$$

Onde:

Fat = faturamento mensal do empreendimento

credinst = Variável dummy para crédito adquirido no momento da instalação ou durante o desenvolvimento do empreendimento;

credcovid = Variável dummy para crédito adquirido durante a pandemia da Covid-19;

tamanho = Tamanho do empreendimento;

nempr = número de empregados no estabelecimento;

familiar = Variável dummy para o estabelecimento ser familiar ou não

Tabela 2: Estimativa do modelo de regressão linear múltipla

Modelo 1: MQO, usando as observações 1-94

Variável dependente: FAT

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor	
const	10878,8	4238,64	2,567	0,0120	**
credinst	18874,5	5782,01	3,264	0,0016	***
credcovid	-11368,3	8512,58	-1,335	0,1852	
tamanho	-284,598	460,481	-0,6180	0,5381	
nempr	903,857	193,819	4,663	1,10e-05	***
familiar	-2535,35	4047,56	-0,6264	0,5327	
Média var. dependente	18670,33	D.P. var. dependente	21227,99		
Soma resid. quadrados	2,97e+10	E.P. da regressão	18364,70		
R-quadrado	0,291811	R-quadrado ajustado	0,251573		
F(5, 88)	7,252107	P-valor(F)	9,97e-06		
Log da verossimilhança	-1053,190	Critério de Akaike	2118,379		
Critério de Schwarz	2133,639	Critério Hannan-Quinn	2124,543		

Excluindo a constante, a variável com maior p-valor foi 1 (tamanho)

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3: Estimativa do modelo de regressão linear múltipla somente com variáveis estatisticamente significantes

Modelo 1: MQO, usando as observações 1-94

Variável dependente: FAT

	coeficiente	erro padrão	razão-t	p-valor	
const	7807,88	2704,88	2,887	0,0049	***
credinst	18838,2	5667,37	3,324	0,0013	***
nempr	865,083	189,103	4,575	1,50e-05	***
Média var. dependente	18670,33	D.P. var. dependente	21227,99		
Soma resid. quadrados	3,05e+10	E.P. da regressão	18292,62		
R-quadrado	0,273405	R-quadrado ajustado	0,257436		
F(2, 91)	17,12083	P-valor(F)	4,88e-07		
Log da verossimilhança	-1054,396	Critério de Akaike	2114,791		
Critério de Schwarz	2122,421	Critério Hannan-Quinn	2117,873		

Fonte: Dados da pesquisa.

Wooldridge (2002) ressalta os problemas voltados a utilização de modelos de escolha discreta, onde a significância das variáveis são questionáveis para pesquisas estatísticas e econômicas. Como a Tabela 2 demonstra que as variáveis credito obtido durante a pandemia da Covid-19, tamanho e empreendimento familiar não possuem significância estatística, desta forma a Tabela 3 agrega as variáveis credito adquirido no momento da instalação ou

desenvolvimento do projeto e número de empregados que apresentam significância estatística a 1%, foram realizados os testes de Reser de Ramsey onde não temos uma relação linear entre as variáveis, não apresenta colinearidade pelo fator da variância, Teste de White com a presença de homoscedasticidade e normalidade onde foi rejeitado a normalidade dos resíduos causado pelo tamanho da amostra enquanto os .

Crédito adquirido no momento da instalação ou durante o desenvolvimento do empreendimento é uma variável dummy que demonstra coeficiente positivo e fator mais significativo para o faturamento do estabelecimento, destacando a importância do acesso ao crédito para esta modalidade de serviço.

Número de empregados no estabelecimento possui coeficiente positivo onde estabelecimento com maior capacidade de empregar possuem maior faturamento.

4 CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo caracterizar o perfil socioeconômico do turismo rural no Estado de São Paulo, demonstrar os efeitos do crédito para o originar ou manter o estabelecimento, observar o ponto de vista dos estabelecimentos quanto ao setor e os efeitos da pandemia da Covid-19, o levantamento de dados foi realizado em julho do ano de 2021.

Foram catalogados 801 estabelecimentos que fornecem turismo rural como modalidade de serviço, com um total de 94 respostas, cerca de 12% do total catalogado, com as questões relacionadas a medição do efeito crédito por meio de regressão linear múltipla caracterizadas como necessárias, questões 1 a 5 e 29 a 30, enquanto as outras questões não utilizadas para levantamento estatístico consideradas opcionais, não foi possível a contatação com cerca de 212 estabelecimentos, representando 26%, enquanto 62% estabelecimentos optaram por não responder a pesquisa.

O efeito positivo do crédito foi observado por meio dos dados obtidos da pesquisa, onde estabelecimentos com maior possibilidade ou que buscaram por crédito apresentaram maiores índices de faturamento, com o advento da pandemia gerada pela Covid-19 não foram detectados resultados capazes de comprovar os efeitos da aquisição de crédito durante a pandemia.

Devido a utilização de questionário deve se constar as limitações desta pesquisa quanto a resultados estatisticamente relevantes, em conjunto, o grande número de estabelecimentos cujas características não foram detectadas devido ao tamanho da amostra. É recomendado para pesquisas futuras o aumento do número de estabelecimentos entrevistados.

Por fim a pesquisa visa através dos dados adquiridos promover o estudo desta modalidade de turismo no Estado de São Paulo tendo como premissa sua potencialidade de

desenvolvimento, resolução de problemas voltadas a questões ambientais e de diversificação de renda para o meio rural, assim como sua característica de empoderamento local, valorização cultural e manutenção da vida no campo.

5 REFERÊNCIAS

BOVO, C. E. O. **Turismo Rural Realmente Rural**: radiografia crítica do turismo no Estado de São Paulo. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federação de Santa Maria. Santa Maria, 2004. 142 p.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Boletim de inteligência de mercado no turismo: Experiências do turismo rural. Disponível em <http://bibliotecarimt.turismo.gov.br/layouts/15/start.aspx#/SitePages/BIMT%207%C2%AA%0edi%C3%A7%C3%A3o%20-%20Experi%C3%Aancias%20do%20Turismo%20Rural.aspx>. Acesso em: 21 jun. 2021

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo rural**: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 68p.; 24 cm.

DORNELLES, C. T. A. **Avaliação das ações e da efetividade de projetos socioambientais**: uma análise do projeto Mogi-Guaçu. (Tese de Doutorado) Universidade de São Paulo. São Carlos, 2011. 294 p.

DUARTE, T. S. **A identidade territorial como estratégia de planejamento do turismo rural**: interfaces entre o Vale dos Vinhedos e o Alto Douro Vinhateiro. (Tese de Doutorado) Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016. 380 p.

GERALDO, J. C. **Contribuição para a caracterização das atividades de turismo em espaço rural em propriedades de médio e grande portes nas cuestas do Estado de São Paulo**. (Tese de doutorado) Universidade Estadual Paulista. Rio Claro, 2012. 194 p.

GUJARATI, D. N.; PORTER, D. C. **Econometria básica**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2011. 924 p.

INSTITUTO BRASIL RURAL. Indicadores do turismo rural paulista. 2019. Disponível em: http://www.institutobrasilrural.org.br/download/b_INDICES_PAULISTAS_TURISMO_RURAL.pdf Acesso em: 29 set 2019.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA. Diagnóstico de Turismo Rural en el Brasil: Un concepto en construcción. Disponível em: <https://www.iica.int/pt/content/diagn%C3%B3stico-del-turismo-rural-en-el-brasil>. Acesso em: 29 set 2019.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LABRUNA, M. B. **Governança regional em áreas protegidas: ecofronteiras e turismo no planejamento territorial do Mosaico Bocaina SP/RJ**. (Tese de doutorado) Universidade de São Paulo. São Paulo, 2015. 382 p.

MELO, P. B. **Práticas produtivas e políticas públicas: uma experiência quilombola no Vale do Ribeira/SP**. (Dissertação de Mestrado) Universidade de Brasília. Brasília, 2010. 187 p.

MOREIRA, E. V. **A ruralidade e a multifuncionalidade nos espaços rurais de Piedade e Pilar do Sul-SP**. (Tese de doutorado) Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente, 2012. 378 p.

MURILLO, E. P. **Estudo toponímico do Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira, Petar: historicidade e etnicidade nos aspectos conceituais dos nomes de lugar**. (Tese de doutorado) Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013. 249 p.

ORTIZ, H. T. ¿El Coronavirus Reescribirá el Turismo Rural? Reinención, Adaptación y Acción desde el Contexto Latinoamericano. **Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, v. 8, n. 14, p. 55-72, 2020.

PINHO, A. M. **Turismo rural, sustentabilidade e o serviço público de extensão rural no estado de São Paulo**. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal de São Carlos. Sorocaba, 2014. 93 p.

RAMIRO, P. A. O papel do turismo frente às novas ruralidades: o caso dos assentamentos rurais. **Sustentabilidade em Debate**. 2013, Vol.3(2), pp.93-115.

SALLES, M. M. G; BUENO, L. M. M. Desafios para o planejamento no espaço periurbano de Valinhos e Campinas - bairros reforma agrária. **Geosul**. 2013, Vol.27(54), pp.138-164.

SANTOS, C. N. **As políticas de desenvolvimento rural e o turismo no espaço rural: os casos dos municípios de Rosana, Presidente Epitácio (São Paulo, Brasil), Santiago de Compostela e Padrón (Galícia, Espanha)**. (Tese de doutorado) Universidade Estadual Paulista. Presidente Prudente, 2018. 340 p.

SILVA, N. P.; FRANCISCO, A. C. de; THOMAZ, M. S. Turismo rural como fonte de renda das propriedades rurais: um estudo de caso numa pousada rural na Região dos Campos Gerais no Estado do Paraná. **Caderno Virtual de Turismo**. 2010, Vol. 10 Issue 2, p22-37. 16p.

SOLHA, K.,T. **A trajetória do turismo rural em São Paulo: um segmento turístico em desenvolvimento**. (Livre Docência) Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016. 150 p.

WOOLDRIDGE, Jeffrey M. **ECONOMETRIC ANALYSIS OF CROSS-SECTION AND PANEL DATA**. Cambridge, Mass, USA, 2002.

6 APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

Segue o questionário utilizado na pesquisa de campo com as propriedades rurais:

1 . Qual o tamanho da propriedade, em hectares?

< 1 hectare

entre 1 e 5 hectares

entre 5 e 10 hectares

maior que 10 hectares

2. Qual o faturamento mensal, em R\$?

- < R\$ 10.000,00
- entre R\$ 10.000,00 e R\$ 50.000,00
- entre R\$ 50.000,00 e R\$ 100.000,00
- maior que R\$ 100.000,00

3. Qual o número de funcionários?

- Menor que 5 funcionários
- Entre 5 e 10 funcionários
- Entre 10 e 50 funcionários
- Maior do que 50 funcionários

4. Destes, quantos são registrados?

- Nenhum
- Menos da metade
- Mais da metade
- Todos

5. Deste, quantos possuem algum grau de parentesco com o proprietário? Qual o grau de parentesco de cada um deles?

- Nenhum
 - Menos da metade
 - Mais da metade
 - Todos
-

6. Qual a principal atividade da propriedade?

- Turismo
- Agropecuária
- Outra _____

7. Quais os serviços de turismo que oferece?

- Pousada Rural
- Agroturismo e Agroindústria Artesanal
- Restaurante Rural
- Pesque-pague
- Hotéis Fazenda
- Eventos
- Turismo Rural Pedagógico
- Fazendas Históricas
- Área Rural de Lazer
- Cavalgadas
- Acampamento Camping
- Hotel Rural de Lazer
- Armazém Rural
- Outras _____

8. Qual a estimativa mensal do fluxo de turistas?

- < 100
- entre 100 e 500
- entre 500 e 1.000
- maior que 1.000

9. A entrada da propriedade é gratuita ou paga?

- Paga
- Gratuita

10. A propriedade participa de alguma associação voltada ao turismo?

- Não
- Sim. Qual? _____

11. A propriedade possui algum tipo de parceria com empresas ou entidades, visando a captação de turistas?

- Não
- Sim. Quais? _____

12. Qual a participação das atividades de turismo no faturamento mensal da propriedade, em percentual?

- < 10%
- Entre 11% e 50%
- Entre 51% e 99%
- 100%

13. Existe área de proteção ambiental na propriedade superior aos limites legais? Qual o percentual desta área em relação ao território total da propriedade?

- Não. Apenas o limite legal.
- Sim. _____

14. Existem práticas envolvendo preservação ambiental?

- Não
- Sim. Quais? _____

15. Existe alguma pesquisa sobre os turistas?

- Não
- Sim

16. Qual a origem mais frequente dos turistas?

17. Quais as estratégias adotadas para a captação de turistas e divulgação da propriedade?

- Sites de Busca
- Agências de turismo
- Parcerias
- Publicidade em mídia impressa
- Publicidade em rádio ou tv
- Outras. Quais? _____

18. Quais as motivações das turistas para visitarem a propriedade? O que eles buscam?

- Contato com a natureza
- Atividades culturais
- Quebra da rotina da cidade
- Esportes radicais
- Conhecer a vida no campo
- Outras. Quais? _____

19. Quais as duas faixas etárias dos turistas, que mais frequentam a propriedade?

- Crianças
- Adolescentes
- Adultos
- Idosos

20. Em média, quanto cada turista gasta por visitação?

- Até R\$ 50,00
- Entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00
- Entre R\$ 101,00 e R\$ 500,00
- Mais do que R\$ 500,00

21. Em m dia, qual o tempo de permanência dos turistas, por visita o?

- Até 4 horas
- Entre 4 horas e 12 horas
- Entre 12 horas e 24 horas
- Mais do que 24 horas

22. Qual o período de funcionamento das atividades turísticas?

23. Qual a importância na renda familiar do proprietário, das atividades de turismo da propriedade, em percentual?

- < 10%
- Entre 11% e 50%
- Entre 51% e 99%
- 100%

24. Qual o nível médio de escolaridade dos funcionários?

- Ensino fundamental incompleto ou completo
- Ensino médio incompleto ou completo
- Ensino superior incompleto ou completo
- Pós-graduação completo ou incompleto

25. A população local contribui de alguma forma com esta atividade turística? Existem parceiros? Como contribuem?

26. Existe algum tipo de capacitação, treinamento, para que as atividades turísticas sejam executadas pelos funcionários?

- Não
- Sim. Qual? _____

27. Quantos trabalhadores do sexo feminino e do sexo masculino?

Feminino _____

Masculino _____

28. A mão de obra é proveniente da comunidade local (entorno da propriedade)?

- Sim
- Não

29. Recebeu financiamento para abertura ou desenvolvimento da atividade?

Sim, público.

Sim, privado.

Não.

30. Recebeu financiamento para a continuidade da atividade diante da pandemia da Covid-19?

Sim, público.

Sim, privado.

Não.