



Diagnóstico de Turismo Rural en el Brasil
Un Concepto en construcción



Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA. 2009

IICA promueve el uso adecuado de este material, por lo que se solicita citar su respectiva referencia.

La publicación de este documento también está disponible en formato electrónico (PDF) en el sitio: www.iica.org.br y <http://ceragro.iica.int>

Coordinación Editorial

Carlos Américo Basco

Coordinación Técnica

Marco Ortega

Investigación Técnica

Roberto Carlos Martínez

Juliano de Queiroz Souza

Capa

Fernanda Tallarico

Fotos da Capa

MDA (Archivo)

Sumario

Lista de siglas.....	4
1. Presentación.....	5
2. Introducción.....	6
2.1. Generalidades sobre el Turismo.....	7
<i>Breve reseña histórica del Turismo.</i>	7
<i>Cambios en la forma de hacer turismo.</i>	8
3. Conceptualización del Turismo Rural en Brasil.....	9
4. Modalidades de Turismo Rural en Brasil.....	12
4.1. Definiciones de referencia en Brasil sobre las modalidades de turismo rural.....	14
4.2. Algunas acciones orientadas a definir las modalidades de Turismo Rural.....	16
5. Pictogramas de Turismo Rural en Brasil.....	20
5.1. Guía brasileña de señalización.....	21
<i>Atractivos históricos y culturales:</i>	22
<i>Otros pictogramas de atractivos turísticos relacionados al turismo rural.</i>	23
6. Ministerio de Turismo en Brasil.....	23
6.1 Organigrama del Ministerio de Turismo.....	25
6.2. Macro Programas y acciones del Ministerio de Turismo.....	25
6.3. Coordinadora General de Segmentación.....	26
<i>Las Directrices del Turismo Rural:</i>	27
<i>Orientaciones básicas del turismo rural.</i>	29
7. Legislación Turística en Brasil.....	30
7.1. Antecedentes históricos de la legislación turística – línea de tiempo.....	31
7.2. Aspectos de legislación y de las normas vinculados al Turismo Rural, análisis de situación.....	32
7.3. Otras legislaciones relacionadas al turismo rural, tanto a nivel nacional como de estados:.....	33
8. Financiamiento y líneas de créditos al turismo en Brasil.....	34
8.1. Líneas de crédito para el Turismo.....	34
9. Principales Instituciones y Organizaciones de apoyo al desarrollo e información turística en los estados brasileños.....	37
9.1. Actuación en Ambito Nacional.....	38

Lista de siglas

BANCEN – Banco Central

BID – Banco Interamericano de Desarrollo

BNDES – Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social

CAT – Centro de Atención al Turista

EMBRAPA – Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria

EMBRATUR – Empresa Brasileña de Turismo

FAMPE – Fondo de Aval a las Micro y Pequeñas Empresas

FINAME – Financiamiento de Maquinas y Equipos

FINEM – Financiamiento a Emprendimientos

FNE – Programa de apoyo al Turismo Regional (PROATUR)

FNO – Programa de desarrollo Sostenible del Amazonas

FUNGETUR – Fondo Gestor de Turismo

IBCDTur – Instituto Brasileño de Ciencias y Derecho de Turismo

IICA – Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

MDA – Ministerio de Desarrollo Agrario

Mtur – Ministerio de Turismo

OMC – Organización Mundial del Comercio

OMT – Organización Mundial de Turismo

PNT – Plan Nacional de Turismo

PROATUR – Programa de Apoyo al Turismo Regional

PROGER – Programa de Generación de Empleo e ingreso

SUASA – Sistema Unificado de Atención a Sanidad Agropecuaria

SUDENE – Superintendencia de Desarrollo del Nordeste

1. Presentación

El presente estudio pretende ser un diagnóstico del turismo rural en el Brasil. Fue elaborado bajo la coordinación del Especialista en Comercio y Agronegocio, contó con la participación del Especialista en Gestión Sustentable de Recursos Naturales y Medio Ambiente del Instituto y los Equipos Técnicos de ambas áreas estratégicas quienes levantaron y sistematizaron las informaciones.

Entre las distintas modalidades que la actividad Turismo asume en el Brasil, nuestro estudio se detiene específicamente, en el turismo rural por la relación que tiene con el foco institucional. Sobre él presentamos relevantes informaciones a partir de su historia, organización y estado del arte en las áreas de mayor incidencia de esta modalidad de turismo. Pretendemos que estas informaciones y datos levantados y disponibles, sirvan a los tomadores de decisión en los ámbitos público y privado, para elevar la calidad de la oferta de productos turísticos mediante la formulación más atinada de políticas y estrategias gubernamentales y empresariales.

Se espera que este documento se convierta en un instrumento de consulta permanente y contribuya en los procesos que buscan el desarrollo y la consolidación del turismo rural en el país y región y que contribuya objetivamente con la inclusión y la generación de ingresos para las empresas y comunidades en los territorios rurales.

2. Introducción

Cada vez más, el denominado “espacio” o “territorio” rural revela la interacción, afirmación y fortalecimiento de actividades y formas específicas de organización de la producción cuya realización consolida la implantación de nuevas formas de acceso a ingresos que no provienen solamente de la producción agropecuaria. Esta realidad que se disemina en inúmeras localidades y regiones del país, demanda crear nuevas modalidades de intervención: políticas públicas, programas y proyectos más adecuados y direccionados para potencializar una mejoría sustancial de las condiciones de vida en los territorios rurales.

El turismo rural representa en el Brasil una alternativa para el desarrollo sustentable en espacios antes dominados por actividades eminentemente agrícolas. Esta actividad se presenta como una de las prácticas que contribuyen con la recurrencia de fuentes sustentables de la renta en periodos pre y post cosechas y como oportunidades económicas que de forma cada vez más regular, garantizan la continuidad de rendimientos a los negocios agropecuarios.

El turismo rural también contribuye con la articulación de diferentes dimensiones del desarrollo: ambiental, social y económica y con la afirmación de la importancia de conservar y promover la identidad cultural, importante para una convivencia armoniosa con todas las actividades de producción presentes en el medio rural. Puede considerarse como una forma de intervención más adecuada si basada en instrumentos y herramientas que garanticen el desarrollo rural sustentable.

Este documento abarca desde la concepción histórica del turismo rural, pasando por definiciones oficiales, las concepciones de las instituciones relevante para la promoción y el fomento del sector; informaciones sobre el contexto y las sub-modalidades que asume el turismo rural en el país, estadísticas, avances en la caracterización del turismo mediante procesos sistemáticos de señalización a través de pictogramas, sistemas de organización del sector, principales acciones y estrategias del Ministerio de Turismo tales como los aspectos legales y económicos e informaciones sobre los avances en la conformación de una red que reúna a las principales instancias que trabajan en el Turismo Rural en el país, en las regiones, estados y demás localidades.

En la elaboración de este documento fueron diversas las fuentes para la recopilación y sistematización de las informaciones y datos aquí presentados. Recurrimos a un proceso metodológico que partió de la compilación de datos de fuentes oficiales y de empresas que trabajan activamente en el ramo, la lectura sistemática de documentos teóricos de investigadores reconocidos y de gran trayectoria; a entrevistas “*no direccionadas*” administradas a actores relevantes del Turismo Rural quienes fueron consultados de manera informal, en los distintos encuentros y eventos oficiales (públicos) y en eventos en los que participaron empresarios, operadores y proveedores de servicios. También colectamos informaciones y documentos en distintas ocasiones en las que participamos como Equipo Técnico del IICA en las discusiones promovidas por el Ministerio de Turismo y el Instituto para el Desarrollo del Turismo Rural (IDESTUR). En conjunto con aliados estratégicos, realizamos encuentros interinstitucionales cuyo foco fue el tema del turismo rural. En estas oportunidades se crearon espacios de discusión muy rico y se elaboraron documentos memoria que también nos sirvieron como elementos de consulta y nos proporcionaron insumos para la estructuración y el análisis de este documento.

Considerando que organizaciones, asociaciones, institutos y organismos no gubernamentales, desempeñan un papel relevante para el desarrollo del Turismo y más específicamente, del turismo rural en el Brasil, a lo largo de todo el documento introducimos algunos aspectos políticos, económicos, legales y de organización de interés para la variedad de actores que participan en el proceso.

Finalmente, hacemos algunos comentarios y conclusiones amparados en la información documental y en el resultado de las entrevistas. Lógicamente, estas incursiones reflexivas pueden ser retomadas y enriquecidas con la intención de generar mejores insumos y una más objetiva oferta de políticas, programas y proyectos.

2.1. Generalidades sobre el Turismo

Una de las actividades en la que la sociedad post-industrial envolvió a millones de personas de diferentes naciones fue el turismo que paso a ocupar un lugar preponderante en las relaciones comerciales regionales e internacionales.

Hoy por hoy el turismo representa una de las más fuertes actividades económicas de nuestro tiempo. La creatividad ha sido uno de los aspectos más importantes dentro de la gestión del turismo. Hoy contamos con diferentes modalidades de turismo que han tenido que incorporar dentro de su accionar las tendencias sociales, económicas, culturales y ambientales que el actual modelo dominante de desarrollo exige, al grado que encontramos en algunos autores la tendencia a denominar o turismo sustentable como una “industria sin chimeneas” (Lloret Feijoo y otros: (2007) *El turismo y su incidencia en el desarrollo local de Villa Clara, Cuba*).

Breve reseña histórica del Turismo.

Si analizamos la historia del turismo, constatamos que las primeras manifestaciones de esta actividad reflejan que en las distintas épocas, las personas realizaban algún tipo de viaje con diferentes objetivos en base a las necesidades que se le presentaban y en función de ellas hacían uso de los conocimientos que tenían sobre los medios e informaciones de que disponían.

Gran parte de las causas que movilizaban a los viajeros de esas épocas perduran aun hoy en nuestros días. Viajar estaba ligado al tema del comercio, a la búsqueda de fuentes y bienes de consumo diferenciados, al conocimiento de otras culturas y a la necesidad de mejorar sus condiciones de vida. Además, de los anhelos de expansión territorial y política, el turismo obedecía a la necesidad de descanso y esparcimiento, asuntos que movilizaban en mayor escala a las clases más privilegiadas. Los antecedentes de la actividad turística (viajes) se remontan a la Grecia Antigua, a la Civilización Romana, a las potencias comerciales de la Edad Media con las peregrinaciones, las Cruzadas y la ampliación de los medios de transporte en la Edad Moderna. Con el descubrimiento del Camino de Santiago de Compostela en España en el siglo IX, se iniciaron las primeras peregrinaciones pagadas en la historia. Ellas fueron organizadas por los Jacobitas.

Un paso relevante en la historia del desarrollo del turismo es mostrado por BOYER apud Badaró (2003:45), él describe que con el desarrollo del comercio marítimo en el siglo XVI, así como del comercio entre las regiones próximas a Europa Occidental, comenzaron a surgir unidades hoteleras, por ejemplo: Wekalet-A-Ghury en el Cairo fue el primer hotel del mundo, construido principalmente para atender a los mercaderes de la época.

Como consecuencia del desarrollo de acontecimientos que le dieron estímulos a la apertura a la actividad turística, se acoplaron factores importantísimos como incentivo al turismo en aquella época. Nos referimos a las crecientes evoluciones de los medios de transporte y consecuentes mejoras en la agilidad de la locomoción de personas. En la segunda mitad del siglo XX, la actividad turística se expandió por el mundo entero.

El número de agencias de viajes aumentó considerablemente en consecuencia del surgimiento y evolución del transporte aéreo y el aumento de las compañías que prestaban este servicio.

Cambios en la forma de hacer turismo

Con el crecimiento de la crisis ambiental y el aumento de la conciencia ecológica de las poblaciones urbanas y rurales, tanto en los países desarrollados como en aquellos denominados en desarrollo, el turismo ve surgir una demanda por una modalidad alternativa a la práctica predominante, Turismo de "sol y playa", principalmente al final de la década de los 80. Podemos afirmar que a partir de esta mudanza en los itinerarios y destinos de viaje surgieron diferentes destinos, sobre todo aquellos relacionados con las actividades turísticas cuyo destino final era el campo o medio rural.

Este nuevo modelo es el resultado de un cambio de valores y hábitos en el cual las personas buscan agregar a sus usuales prácticas de esparcimiento el mejorar su calidad de vida, lo que implica la búsqueda de ambientes más saludables, enmarcados por los escenarios exuberantes de la naturaleza.

Finalmente, el turismo como cualquier actividad económica, también es afectado por acontecimientos globales. En este sentido, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en uno de sus informes coyunturales, afirmó que la recesión económica se reflejó en una disminución significativa de la demanda por productos turísticos a nivel internacional, principalmente en el periodo de mayo a agosto de 2008. (*UNWTO World Tourism Barometer- UNWTO World Tourism Barometer*).

Al inicio del 2008. En los primeros cuatro meses, se observaba, en promedio, un crecimiento sustancial en el movimiento internacional de turistas con movimientos de salidas y llegadas de turistas internacionales en todo el mundo en torno al 5.7 %. Esta demanda se mantuvo hasta el mes de mayo cuando alcanzó un resultado del 7%. Sin embargo, entre los meses de junio a agosto del 2008 el movimiento se redujo por debajo del 2 %. Si juntamos el resultado de los ocho primeros meses de 2008, el crecimiento mundial del turismo alcanzó apenas, en promedio 3.7 % de crecimiento, abajo del promedio observado en el mismo periodo del año 2007. La tendencia es que el confuso panorama económico mundial continúe afectando la actividad a lo largo del 2009. Según la OMT la última retracción del sector había sido en el 2003 con un registro de movimiento negativo por el orden de -1.4%. Sin embargo, la organización considera que estas previsiones negativas, deberán mantenerse hasta inicios del 2012, cuando espera que el sector retome su crecimiento.

En el caso particular del Brasil, en el 2008, el mercado de turismo registró indicadores récord de ingresos provenientes del turismo de los extranjeros en el país por orden de 5.78 billones de reales al cierre del año. El incremento registrado al final del 2008 fue del 12.3 % más alto en comparación al monto con que se cerró en el año de 2007. Para el 2009, aun con las predicciones un poco negativas para el sector en América, el Ministerio de Turismo del Brasil cree que el sector no sufrirá pérdidas significativas. La expectativa de crecimiento se basa en los resultados de una campaña de incentivo al turismo brasileño realizada por el gobierno (publicado en: www.estado.com.br).

3. Conceptualización del Turismo Rural en Brasil.

El término “**Turismo**” se origina de la palabra francesa tour – que quiere decir viaje circular, derivada del latín tornare – girare, hacer ronda. El fenómeno turístico está relacionado con los viajes, con las visitas a un local diverso, diferente al sitio de residencia de las personas.

Diferentes autores consideran que existe una controversia en conceptualizar lo que venga a ser turismo debido a que se puede afirmar que el turismo está relacionado con viajes, pero no todos los viajes pueden ser considerados como turismo.

Aunque no se tiene una definición única de lo que es Turismo en toda su dimensión, la recomendación de la OMT (1994) lo define como: “actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Robert McIntosh (1998) afirmó que: “El Turismo puede ser definido como la ciencia, el arte y la actividad de atraer y transportar visitantes, alojarlos y cortésmente satisfacer sus necesidades y deseos”.

Turista según la OMC: es un visitante que se disloca voluntariamente por un periodo de tiempo igual o superior a veinte y cuatro horas para un local diferente al de su residencia y al de su trabajo, sin que este tenga por motivación la obtención de lucro.

En su página WEB, el Ministerio de Turismo del Brasil, publicó un glosario de turismo en el que encontramos las siguientes definiciones:

a) Turismo:

1. “Es el movimiento de personas, por un tiempo determinado, para destinos fuera de su local de residencia y las actividades realizadas durante ese tiempo de permanencia en las localidades visitadas” (CONGRÉS DE L'AIEST, 31°. 1981).

b) Turismo:

- ▶ “Es una actividad económica representada por el conjunto de transacciones compra y venta de servicios turísticos efectuados entre los agentes económicos de turismo. Es generado por el desplazamiento voluntario y temporario de personas para fuera del límite del área o región en que tienen residencia fija, por cualquier motivo, exceptuándose el ejercer alguna actividad remunerada en el local que visita”, (EMBRATUR, 1992).
- ▶ “Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera del lugar de domicilio, desde que tales desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa”.

Se puede observar que la definición de Turismo utilizada por el Ministerio está alineada con la definición recomendada por la OMT, sin embargo en la definición “b” podemos observar que por medio de EMBRAPA se hace una específica mención en el concepto acerca de ver el fenómeno turístico, como una actividad económica y que se exceptúa del concepto cualquier movimiento de persona con el objetivo de desarrollar actividades remuneradas.

El tema de conceptualización es una tarea difícil de establecer, sobre todo con actividades nuevas ligadas al turismo, que a medida que se estudian y se desarrollan aparecen otros elementos que tienen que ser conceptualizados bajo normas técnicas, ese proceso de homologación generalmente lleva tiempo, lo ideal es que sean aprobadas normas de nivel federal para poder establecer control sobre los sistemas, en ese esfuerzo el Ministerio de Desarrollo Agrario de Brasil – MDA adopta un concepto sobre **territorios rurales** que sin duda ha sido de gran importancia. Es tomado como una referencia para las acciones relacionadas al turismo en el espacio rural. En este sentido, los territorios rurales son entendidos como:

Un espacio físico geográficamente definido, no necesariamente continuo, caracterizado por criterios multidimensionales, tales como: el ambiente, economía, sociedad, cultura, política, las instituciones y una población formada por grupos sociales relativamente distintos, que se relaciona interna y externamente por medio de procesos específicos, donde se pueden distinguir uno o más elementos que indican identidad, cohesión social, cultural y territorial y en donde predominan elementos “rurales”, sobre todo paisajes y los elementos constitutivos de la cultura, valores, historia y economía.

El glosario virtual del Ministerio de Turismo se reúnen las definiciones siguientes: (<http://www.turismo.gov.br/>)

a) Turismo rural

Es la denominación dada al desplazamiento de personas a espacios rurales, en rutas programadas o espontáneas con o sin pernoctar (dormir) para el disfrute de los escenarios e instalaciones agro pastoriles. En este sentido, algunos autores se valen del exceso de la expresión turismo en el medio rural para incluir también el agroturismo. El turismo rural tiene características propias bien definidas. En términos de permanencia y de utilización de equipamientos, tanto pueden presentarse instalaciones de hospedaje en casas de antiguas colonias de trabajadores y emigrantes de los distintos periodos agrarios de Brasil, así como en la sede de haciendas y casas de ingenio de los ciclos del café y de la caña de azúcar, que tipifican el patrimonio histórico – arquitectónico y étnico – cultural de muchos Estados Brasileños. También puede darse en propiedades modernas, complejos turísticos y hoteles haciendas, particularmente dirigidos al turista que busca ocio y recreación en actividades agro pastoriles.

Según EMBRATUR (Empresa Brasileña de Turismo) el **Turismo rural** “existe cuando hay viajes que envuelven propiedades rurales, usualmente con el acompañamiento de rutinas de trabajo (**Sao Paulo, sal.**) y la actividad turística practicada en el espacio rural, constituye un subproducto de las actividades productivas originales representadas por la agricultura, creación de animales y otras formas de producción rural, agregando a esas recursos remunerativos oriundos de la actividad turística. Las características de la producción rural, la forma como se da esa producción en los espacios naturales y como es construida, el modo de vida de los trabajadores rurales, la arquitectura típica culinaria, la artesanía y demás manifestaciones culturales tradicionales fueron el universo de atractivos deseados por el turista. (EMBRATUR, sd.)

b) Turismo rural

Turismo rural es el conjunto de actividades turísticas desarrolladas en el medio rural, comprometidas con la producción agropecuaria, agregando valor a productos y servicios, rescatando y promoviendo el patrimonio cultural y natural de la comunidad.

c) Turismo rural/Agroturismo

1. Un viaje que envuelve vivencia en propiedades rurales, usualmente con el acompañamiento a la rutina de trabajo de estas (Sao Paulo, sal.).
2. Es la actividad turística practicada en el espacio rural, constituyendo un subproducto de las actividades productivas originales representadas por la agricultura, creación de animales y otras formas de producción rural, agregando a estos recursos remunerados provenientes de las actividades turísticas. Las características de la producción rural, la forma como se da esa producción en los espacios natural y construido, el modo de vida del trabajador rural, la arquitectura típica y culinaria, la artesanía y demás manifestaciones culturales tradicionales forman el universo de atractivos anhelados por los turistas, (EMBRAPA, s.d.).

d) Turismo Social

Es aquel que se práctica y fomenta con el objetivo de facilitar el turismo interno de las clases económicamente menos favorecidas, constituyéndose en trazo de unión entre los medios sociales de pocos recursos (EMBRAPA, 1992).

La necesidad del ser humano por buscar actividades alternativas que le den una nueva forma de ocio y sobre todo el interés por la conservación de la cultura, la sociedad, el medio ambiente y a la vez que sean actividades que generen ingreso económico es decir, estar bajo el concepto de Sustentabilidad. En este sentido el Ministerio de Turismo de Brasil hace mención y los destaca como imprescindibles para el éxito de cualquier actividad turística en el contexto actual, refiriéndose a la sustentabilidad ambiental, sociocultural y económica.

Para esto define estos tres ejes de la sustentabilidad como:

- ▶ **Ambiental:** una forma de utilización de los recursos naturales de manera equilibrada, cuya meta es su conservación para las generaciones actúales y futuras, el ordenamiento del uso del suelo y de la ocupación del espacio urbano y regional, el manejo adecuado de los residuos, efluentes, sustancias tóxicas y radioactivas.
- ▶ **Sociocultural:** como un proceso que busca la mejoría de la calidad de vida y reducción de los niveles de exclusión social, por medio de una distribución más justa de ingresos y de los bienes. El proceso debe objetivar también la manutención de la diversidad y la promoción cultural. La valorización de la población, sus conocimientos, saberes, prácticas y valores étnicos; la preservación y la inserción en la economía de las poblaciones tradicionales.
- ▶ **Económica:** con la finalidad de posibilitar la adecuación y gerenciamiento eficiente de los recursos y del flujo constante de inversiones públicas y privadas, de forma que proporcione el desenvolvimiento económico de las regiones y poblaciones.

(<http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>)

4. Modalidades de Turismo Rural en Brasil.

Oxinalde (1994 apud SILVA, VILARINO & DALE, 1998) apuntan que el turismo rural engloba diversas modalidades de turismo que no se excluyen y que se complementan de tal forma, que el turismo en el medio rural es la suma de ecoturismo, turismo verde, turismo cultural, turismo deportivo, agroturismo.

Si bien es cierto han sido identificadas y promovidas diferentes categorías de emprendimientos turísticos en el medio rural del país aún hay mucha discusión en los territorios sobre su conceptualización. Prueba de esto es que aún no hay una señalización federal en el Brasil, específica para el Turismo Rural. Es posible que la complejidad de unificar los conceptos sobre las modalidades de turismo rural radique en las particularidades y peculiaridades de las prácticas desempeñadas por cada grupo-cultura. Actividades similares en diferentes estados pueden ser llamadas de manera distinta: turismo verde-agroturismo.

La caracterización del turismo rural en diferentes modalidades tiene sus bases en aspectos importantísimos tanto de su naturaleza, como de los aspectos administrativos y de interés público. De allí que se hayan considerado para los esfuerzos del avance de esta clasificación aspectos tales como: el ámbito en el que se desarrolla la actividad, el contacto con la población en general y las potencialidades del medio. Además, de los valores inherentes a cada una de ellas, tales como: oportunidades, necesidades y disponibilidades de recursos (productos y servicios) que podrían ser ofrecidos considerando el respeto por la naturaleza y por la identidad cultural y social.

Sobre todo esto, el eje fundamental es el medio rural en sí y sus implicaciones (producción agropecuaria, cultura, culinaria, recursos naturales, capital social).

Para adentrarse a las modalidades que se han venido trabajando en el país es importante conocer algunos de los conceptos relacionados al reconocimiento de espacios. En cuanto a la identificación de los espacios regionales, los conceptos proporcionados por **Keller (1993: p.55)** y que han servido de referencia para el reconocimiento de las áreas a ser analizadas, podemos parafrasear con él que el espacio de turismo rural es:

“Una zona de escasa densidad poblacional, de pocas viviendas y que tiene una economía basada en la producción de bienes poco variados procedentes de recursos naturales y situadas en lugares lejos y apartados”.

Podemos agregar también que desde 1995 el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística estableció conceptos que han venido orientando y sirviendo de bases para las definiciones y el reconocimiento de espacios geográficos, estos son:

Área urbanizada (medio urbano): el área legalmente definida como urbana y aquella caracterizada por construcciones, sistemas viales e intensa ocupación humana; afectada por transformaciones decurrentes del desenvolvimiento urbano y aquella reservada a la expansión urbana.

Área no urbanizada: el área legalmente definida como urbana, pero caracterizada por la ocupación o entorno predominantemente de carácter rural.

Área urbana insolada: aquella definida por la ley Municipal y separada de la sede Municipal o distrital por área rural o por uno u otro límite legal.

Zona rural: área externa al perímetro urbano.

Zona rural, con excepción el aglomerado rural: área externa al perímetro urbano, con excepción las áreas de aglomerado rural.

Aglomerado rural: toda localidad situada en área legalmente definida como rural, caracterizada por un conjunto de edificaciones permanentes y adyacentes, formando área continuamente construidas, con calles reconocibles o dispuestas a lo largo de una vía de comunicación.

Aglomerado rural – núcleo: localidad que tiene la característica definidora de aglomerado rural insolado y posee por lo menos un establecimiento comercial de bienes de consumo frecuente y de los siguientes servicios y equipamientos: un establecimiento de enseñanza de primer grado, de primera y cuarta serie, en funcionamiento regular, un puesto de salud con atendimento regular y un templo religioso de cualquier credo para atender a los moradores del aglomerado y/o áreas rurales próximas. Corresponde a un aglomerado sin carácter privado o empresarial, o que no está vinculado a un único propietario de la tierra y cuyos moradores ejercen actividades económicas, sean primarias, terciarias e incluso secundarias en la propia localidad o fuera de ella.

Aglomerado rural – otros aglomerados: localidad sin carácter privado o empresarial que posee la característica definidora del aglomerado rural aislado y no dispone, en todo o en parte, de los servicios o infraestructura para la población.

Otra definición a la luz de las actuales discusiones, está dada por el grado de arraigamiento o focalización que deben tener las diferentes formas que se ven representadas en las actividades turísticas realizadas en el medio rural y que hacen “de facto” relevante la cultura agropecuaria de las familias rurales:

Varios autores como Oxinalde (1994), Avilés e Requena (1993), Silva et al. (1998), Knight (1996), Crosby y Moreda (1996), interpretan el turismo en el espacio rural como siendo una actividad que abarca toda y cualquier forma de turismo en ese espacio, con atracciones peculiares a cada una. Todavía no son necesariamente orientadas a lo cotidiano agropecuario.

*Turismo en el espacio rural/Disertación de Maestría
Andreia María Roque*

Existe un sinnúmero de pequeños y medios proyectos en las regiones y los estados del país. En ellos se ha venido desarrollando un esfuerzo en relación a la caracterización y señalización de los emprendimientos turísticos localizados en el medio rural. Una de las modalidades mejor definidas es el agroturismo.

Podríamos definir estas acciones como **esfuerzos aislados** porque no son articulados. Sin embargo, estas acciones son la base para la construcción de las definiciones y conceptos. El distanciamiento entre estas definiciones y los proyectos no es geográfico o territorial, es sobre todo un distanciamiento conceptual. Un esfuerzo de articulación podría consolidar y homologar estos procesos. Sería posible desenvolver entre otras cosas, una compilación de todas las conceptualizaciones de las modalidades.

4.1. Definiciones de referencia en Brasil sobre las modalidades de turismo rural

Agroturismo:

Es la denominación dada al desplazamiento de personas a espacios rurales, en rutas programadas o espontáneas con o sin pernoctar (dormir), para el disfrute de los escenarios y para la observación, vivencia y participación en las actividades agropastoriles. Se destacan aquí dos grandes aspectos que distinguen este segmento del turismo rural. El primero, es la producción agropastoril en escala económica que representa la mayor fuente de rendimiento de la propiedad y del turismo, es decir ingresos adicionales. El segundo es que las propias actividades agropastoriles, constituyen es sí mismas el principal diferencial turístico. En este caso, los turistas para vivir la auténtica experiencia de la vida en el campo, podrán o no participar de una rutina diaria del quehacer doméstico, o productivo de la propiedad. Las instalaciones y equipamientos se mantienen de forma original tal como son utilizadas por los propietarios y trabajadores y si fueren ampliadas para adicionalmente, acomodar a los visitantes, deberán conservar las mismas características arquitectónicas (BENI, 1999)

Glosario de Turismo/ site electrónico Mtur-datos y hechos

Área rural para eventos: emprendimientos rurales que tienen áreas destinadas a la realización de eventos técnicos, científicos y sociales. Desde una simple conmemoración hasta una conferencia, estos deben de propiciar condiciones e instalaciones para los eventos.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guía Turismo de Campo Editora

Área rural de Ocio: son iniciativas que ofertan exclusivamente actividades de ocio en el espacio rural en las cuales no se explora obligatoriamente una actividad agropecuaria o relacionada al medio rural.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Almacén rural: es un establecimiento con características típicas donde se comercializan productos locales, además se ofertan bebidas, comidas típicas y productos regionales.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Camping / Campamento: Camping es una modalidad de negocio que facilita espacios y servicios para instalaciones de barracas y/o estacionamiento para vehículos: tráiler o *motorhomes*, que normalmente disponen de áreas de ocio restaurante y/o cafeterías. **Campamento** es la denominación de áreas rurales dedicadas y con infraestructura para acampar.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Cabalgatas: Actividad turística cuyo atractivo principal son los caballos o gira alrededor de ellos. Se trata de paseos a caballo en grupos con tiempo de duración variada, recorriendo ambientes rurales y naturales. Como actividad turística presupone siempre una ruta planeada y el acompañamiento de un guía especializado, o conocedor de la cabalgata.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Hotel Histórico: puede estar dentro del medio urbano o rural, localidades o ciudades históricas.

Glosario de Turismo/ site electrónico Mtur-datos y hechos

Haciendas Históricas: son haciendas con valor histórico y patrimonial, referencias de arquitectura tradicional Brasileña, con mobiliario y decoración adecuada a la época de construcción, que se encuentran abiertas al visitante turístico.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Hotel de Ocio: es aquel que posee áreas, servicios, instalaciones, y equipamientos propios para ocio. Localizado en áreas rurales o fuera de centro urbano. (Aquí también se incluyen los emprendimientos denominados *resorts*).

Glosario de Turismo/ site electrónico Mtur-datos y hechos

Hotel de ocio rural: emprendimiento localizado en área rural que oferta hospedaje, servicios y equipamientos de ocio, especialmente destinados a la recreación y entrenamiento. En las cuales no se explora obligatoriamente actividades agropecuarias o relacionadas al medio rural.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Hotel hacienda: emprendimiento localizado en área rural que oferta hospedaje adaptado a antiguas estructuras originales de la sedes de las haciendas, o utilizando nuevas construcciones. Difieren de los hoteles de ocio porque ofrecen entretenimiento relacionado con actividades rurales como paseo a caballo, ordeños en corral, recolección de frutas y otras actividades agropecuarias.

Glosario de Turismo/ site electrónico Mtur-datos y hechos

Cultivo de peces y pesca deportiva: son propiedades que se dedican a la crianza de peses en tanques, viveros, acuarios entre otras, directamente ligadas a la producción (piscicultura) y la prestación de servicios (turismo). En estos lugares es posible la práctica de pesca de aficionados y/o pesca recreativa, normalmente disponen de áreas de ocio, restaurantes y/o cafeterías.

Posada: son locales turísticos, normalmente fuera de centro urbano. Predominantemente construidas en partido arquitectónico horizontal. Ofrece hospedaje en ambientes sencillos e integrados a la región.

Glosario de Turismo/ site electrónico Mtur-datos y hechos

Posadas rurales: emprendimiento localizado en área rural, que ofertan hospedaje, pero son establecimientos menores que se pueden combinar bien con otras alternativas de hospedaje más accesibles, sin que eso signifique ausencia de comodidad o encanto.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Restaurante rural: son emprendimientos localizados en ambientes rurales que ofertan la gastronomía típica rural, en la que trabaja la familia y utilizan muchos de los ingredientes producidos localmente.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Turismo rural pedagógico: Actividades de carácter educativo desarrolladas en el medio rural, que auxilian el proceso de enseñanza y aprendizaje. Enfocadas para La vivencia y/o aprendizaje de valores y conocimiento Del universo rural, medios de producción, histórico, cultural, medio ambiente, entre otros. Exige una preparación didáctica pedagógica, con el objetivo de adquirir múltiples conocimientos.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

4.2. Algunas acciones orientadas a definir las modalidades de Turismo Rural

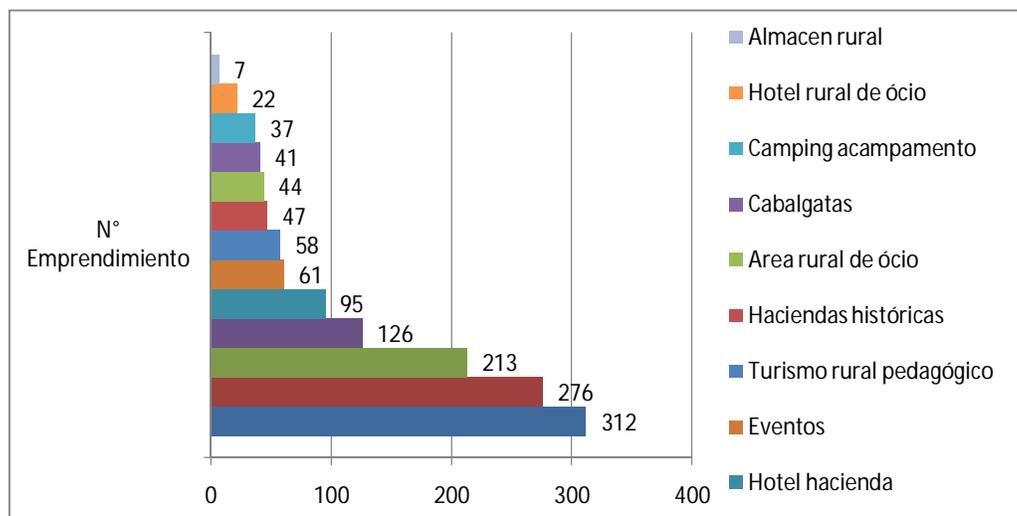
Actualmente en el Brasil no existe una base de datos cuantitativa de los emprendimientos turísticos, menos aún caracterizados por modalidad, sin duda no sería una tarea fácil en un territorio del tamaño del Brasil, sin embargo existen algunos estudios en territorios específicos, el caso más relevante por su dimensión, es el realizado en el Estado de Sao Paulo, compilados en el libro **Guía Turismo de Campo – Turismo Rural en el Estado de Sao Paulo**.

Este estudio que aún no es considerado exacto, pero es al día de hoy la compilación más cercana a lo que en algún momento se tiene que desarrollar en materia de cuantificación del tema del turismo en el medio rural para todo el territorio brasileño. En la obra los autores reconocen y hacen énfasis en la necesidad de actualizar los datos y que el estudio es el punto de partida para el proyecto que llaman *Reconocimiento y Valorización del turismo rural Paulista*.

El estudio muestra un inventario de más de 800 emprendimientos clasificados por cada una de las modalidades de turismo rural que se manejan en el Brasil. Este estudio fue desarrollado a través de una alianza estratégica entre la Secretaria de Turismo de Sao Paulo, Asociación Paulista de Turismo Rural y la Empresa de investigación y editora Turismo de Campo. Además, participaron instituciones de enseñanza, alcaldías municipales representadas por sus secretarías de turismo, cultura y desenvolvimiento, la Secretaria de Agricultura del Estado, Asociaciones regionales de Turismo rural e investigadores individuales interesados en el tema.

Durante el estudio se realizó una recopilación de informaciones que estaban registradas de manera dispersa en empresas y asociaciones. También se recurrió a materiales documental de las municipalidades. Posteriormente, como insumo, se elaboró una ficha de catastro de emprendimientos de turismo en el espacio rural. Esta fue colocada On Line para el proceso de catastro de los empresarios dueños de emprendimientos. La ficha está disponible en el site: www.turismodecampo.com.br, el número de emprendimientos registrados por cada una de las modalidades se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Numero y modalidad de Emprendimiento registrados en São Paulo.



Fuente: Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo Editor, modificado por el autor.

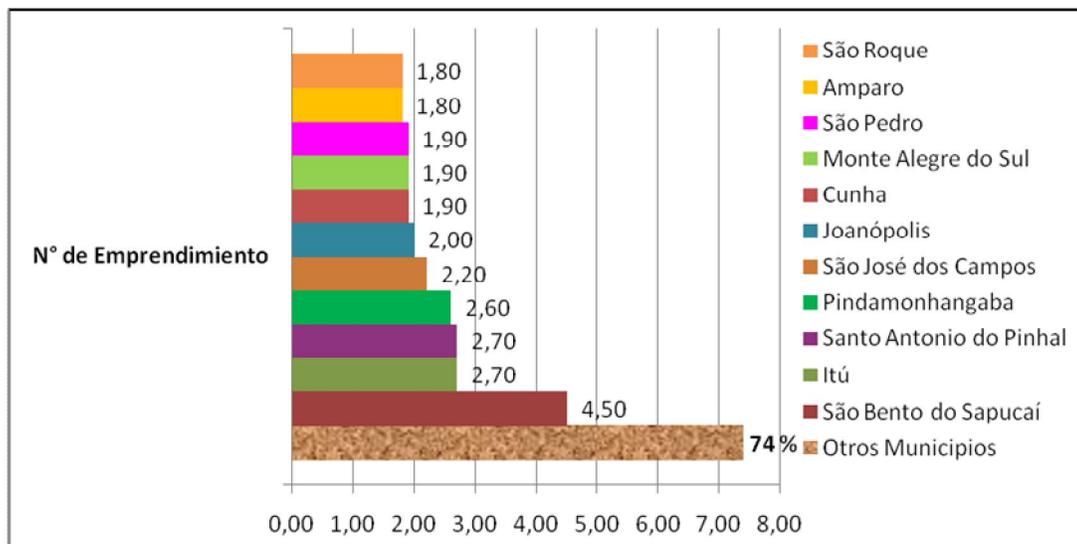
A partir de los datos es posible apreciar el desarrollo que tienen los emprendimientos de turismo en el medio rural brasileño ligadas a propiedades con actividades productivas. Fue identificado que en su mayoría, estos emprendimientos y los servicios de alimentación, ocio, educación, aventura y otros, también ofertan hospedaje.

El análisis de estos datos reforzó las referencias existentes que apuntan para cambios en los últimos años del público de turismo rural que deja de ser solamente de familias en la búsqueda de tranquilidad en hoteles haciendas, para incluir grupos de escuelas, de la tercera edad en las actividades orientadas al turismo rural pedagógico, jóvenes que buscan cabalgatas, nuevas experiencias y empresas que están realizando eventos en el espacio rural, utilizando desde las estructuras físicas del hotel hacienda y haciendas históricas, hasta áreas del entorno como campos, lagos, montañas, entre otros espacios disponibles en las propiedades rurales Paulistas.

Turismo Rural no Estado de São Paulo/ Guia Turismo de Campo Editora

Este estudio corresponde según datos de la obra (*Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo*), al 2.91 % del área total del país. Sao Paulo cuenta con 645 municipios distribuidos en 14 subregiones. El estudio realizado muestra una lista de los 168 municipios con mayor número de emprendimientos. Básicamente el levantamiento cubrió un área geográfica de 248, 808,8 Km². En la tabla 2 se muestra el porcentaje de distribución en los municipios con mayor número de emprendimientos turísticos rurales en el Estado de Sao Paulo.

Tabla 2. Municipios con mayor número de emprendimientos de Turismo Rural Paulista



Fuente: Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guia Turismo de Campo Editor, modificado por el autor.

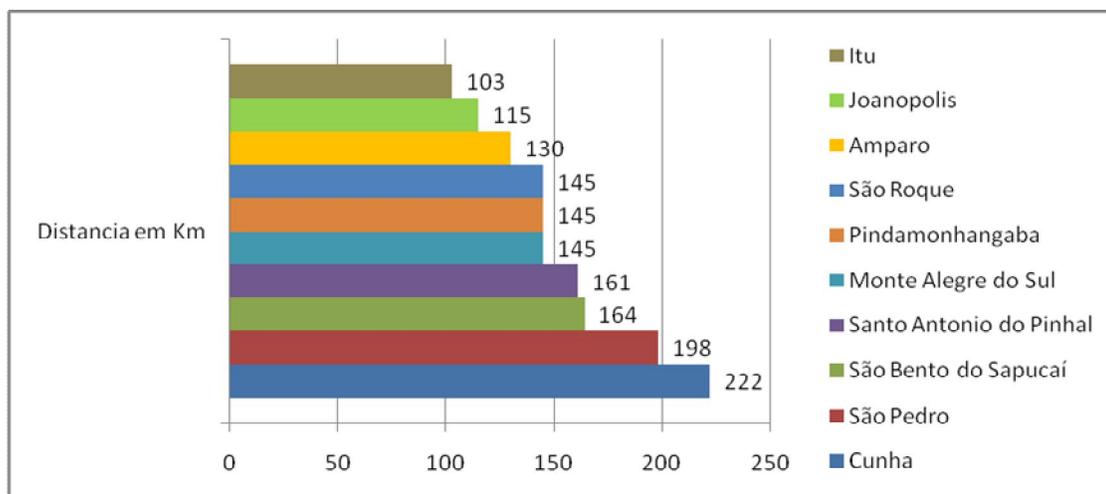
El análisis del estudio atribuye un gran número de emprendimientos en municipios como São Bento do Sapucaí, Santo Antonio do Pinhal, Joanópolis, Pindamonhangaba y San José de los campos (la suma de ellos asciende al 11.8% de todos los emprendimientos, tabla 2), a una afluencia de factores como, características ambientales favorables, ambientes bucólicos, poca densidad demográfica y fuerte preservación cultural y ambiental, así como mejores vías de acceso en relación a otros municipios y a la proximidad geográfica que tienen estos municipios a uno de los mayores destinos turísticos de Sao Paulo "Campos do Jordão".

Un municipio que se destaca en cuanto a la distribución de los emprendimientos es Itú con 2,7 % de estos (tabla 2). Es polo de haciendas históricas, senderos para cabalgatas, turismo rural pedagógico, turismo pesquero y camping.

El estado de Sao Paulo se caracteriza por albergar emprendimientos de agroturismo y de turismo cultural en las antiguas haciendas. En estas haciendas se prestan servicios de hospedaje y alimentación (restaurante) con culinaria típica y tradicional, además de un turismo pedagógico.

La siguiente gráfica (tabla 3) muestra el distanciamiento entre los municipios que mayor número de emprendimientos tienen y la capital del Estado de Sao Paulo. Los técnicos que levantaron estos datos realizaron un estudio sobre la gran importancia que tiene la cercanía de un emprendimiento en relación al polo de mayor demanda de los emprendimientos regionales. En este caso, se identificó que en su mayoría, los visitantes de los emprendimientos turísticos rurales de estas regiones son los ciudadanos de las grandes ciudades que llegan a buscar un poco de tranquilidad y aventura en el medio rural.

Tabla 3. Distancia en Km. de los Municipios a la Capital del Estado



Fuente: Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo Editor, modificado por el autor.

Las modalidades y el porcentaje que ocupa cada una de ellas en el estado de Sao Paulo, según el estudio, se muestran en la Gráfica 1. Según el análisis de los registros, los emprendimientos independientemente del tamaño de este o del rubro (s), al que se dedica la unidad de producción. El 33.2 % están orientados a ofertar las visitas a los escenarios de producción rural con el agroturismo con la vivencia del día a día del medio rural y la venta de productos de agroindustrias locales.

Algunos de los emprendimientos catastrados, representados en la gráfica 1, fueron clasificados dentro de dos o más modalidades, por ejemplo:

El emprendimiento **"Pousada da Fazenda"**
Faz. Santa Isabel S/N Barrio do Fabrício
Fone: 19-38992042
info@pousadadafazenda.com.br
www.pousadadafazenda.com.br

Este emprendimiento está clasificado dentro de 4 modalidades:

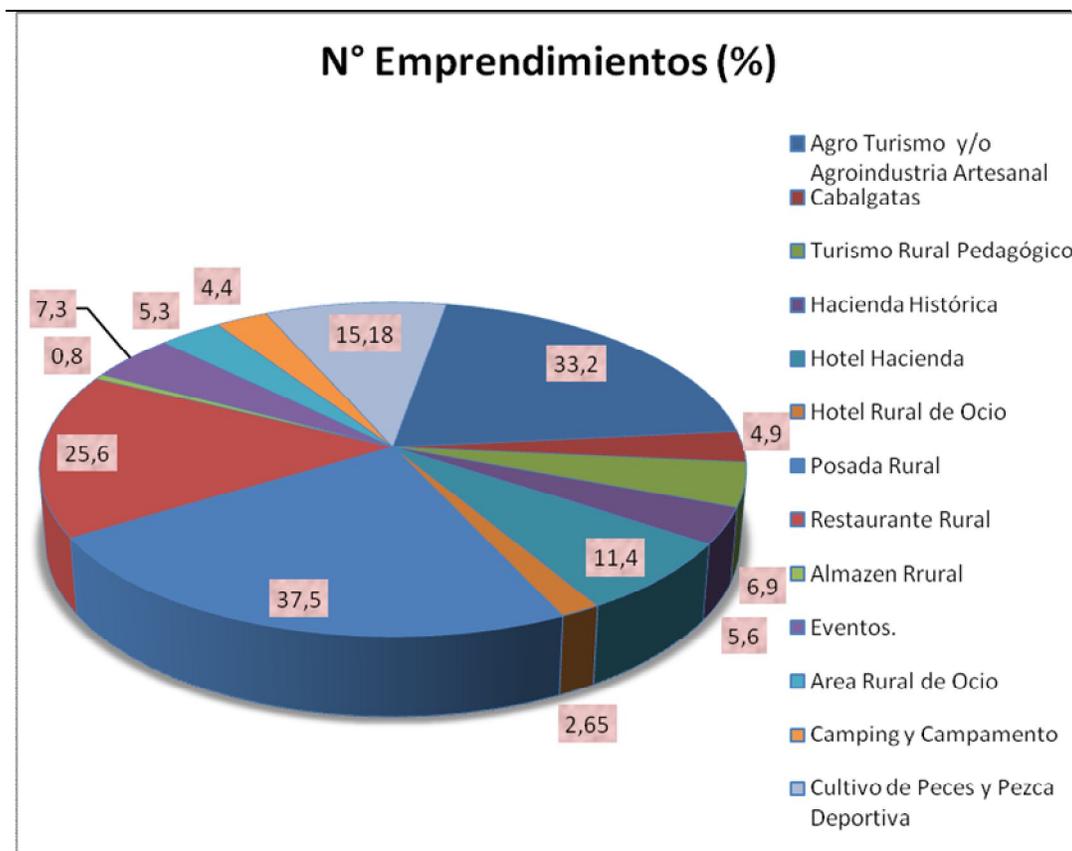
- **Posada rural**
- **Agroturismo y Agroindustria Artesanal**
- **Restaurante rural**
- **Hacienda Histórica**

El emprendimiento **"Pesqueiro Trem do Peixe"**
Estrada Monte Alegre do Sul-Pinhalzinho,
Km 6,5.
Fone: 19-3899-1283

Este emprendimiento está clasificado dentro de 2 modalidades:

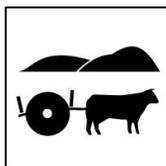
- **Posada rural**
- **Cultivo de peces y pesca deportiva**

Gráfica 1. Porcentaje de emprendimientos en las diferentes modalidades



Fuente: Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo Editor, modificado por el autor.

5. Pictogramas de Turismo Rural en Brasil.



**Pictograma oficial
de turismo rural en
Brasil.**

Al igual que las modalidades, el tema de señalización y placas es una de las prioridades a resolver para el Ministerio de Turismo del Brasil, es uno de los elementos de la actividad turística en el medio rural que está siendo más demandado. En diferentes proyectos de niveles municipales o de regiones más amplias se contempla el tema de empacamiento o señalización para facilitar el acceso a los atractivos culturales y naturales y mostrar el potencial turístico de las zonas. Estos se rigen por las normativas de los estados para colocar placas, sin embargo no hay norma federal aún para los pictogramas de las modalidades del turismo rural. Solamente para el turismo rural en general, están interdependientes de la definición de cada modalidad a este nivel de regulación, pero sin embargo hay algunas experiencias que pueden ser tomadas como punto de partida para la elaboración de un proyecto de señalización de las modalidades de turismo rural.

Como referencia en este diagnóstico citaremos la experiencia planteada en la publicación del estudio realizado en Sao Paulo: “Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo Editor” los pictogramas propuestos en esta guía están siendo utilizados en el estado de Sao Paulo en los proyectos de señalización del turismo en el medio rural. Son colocados en color verde porque aún no son oficiales:



Fuente: Turismo Rural no Estado de São Paulo/Guía Turismo de Campo Editor, modificado por el autor.

5.1. Guía brasileña de señalización.

En un Plano más general, Brasil cuenta con una guía de señalización y una estrategia de orientación turística, esta guía contiene pictogramas para los diferentes atractivos turísticos, muchos de ellos dentro del medio rural y/o vinculado a los servicios que son prestados a los visitantes del turismo rural. Detrás de esta guía existe todo un trabajo consolidado de normas y reglas que rigen, tanto la elaboración como la colocación de placas en las vías o predios.

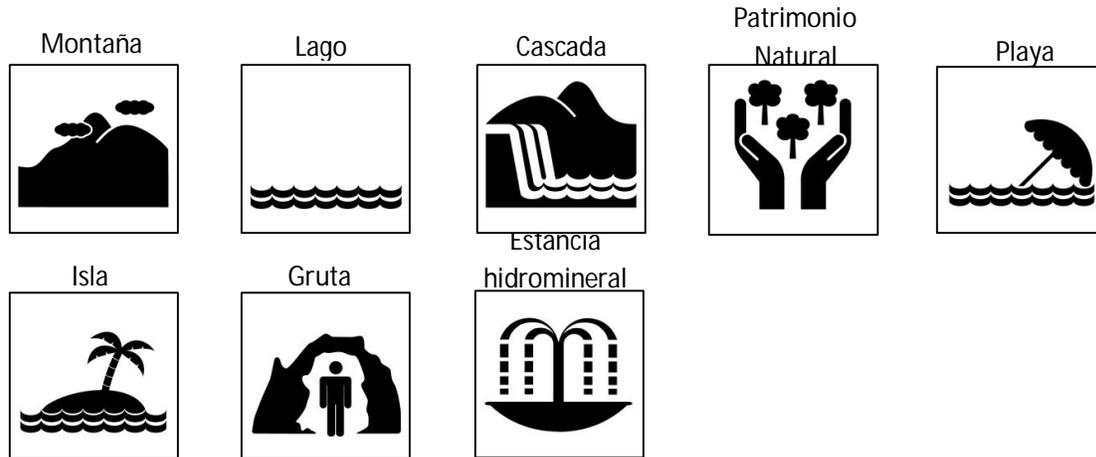
Según el Instituto de turismo, la estrategia de señalización básicamente se entiende de la forma de cómo el peatón y usuario de vehículo pueden utilizar la infraestructura local, para atender los atractivos existentes por medio de la elección de las mejores trayectorias. Se parte del abordaje y del conocimiento que la población tiene sobre los atractivos, de esa forma, es posible seleccionarlos, clasificarlos y ordenarlos.

Esta definición de estrategia de señalización considera dos etapas básicas de desenvolvimiento:

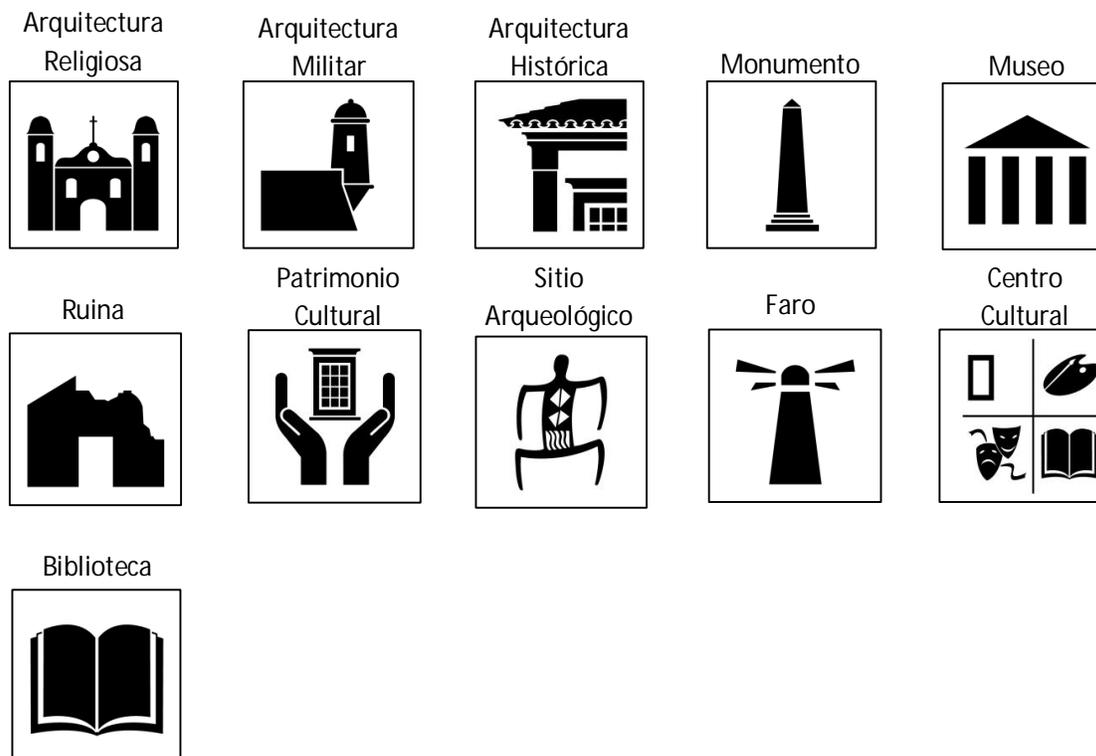
- a) Diagnóstico de la situación existente: engloba el levantamiento y el análisis de las informaciones esenciales de la región, del municipio y del local de intervención.
- b) Definición de la lógica a ser adoptada: a partir del conocimiento y del análisis de las condiciones existentes fundamentadas en la etapa anterior. El esquema de señalización de orientación debe contemplar la mejor forma para atender las necesidades de informaciones sobre la región, las ciudades y los atractivos turísticos.

A continuación los principales pictogramas brasileños oficiales de atractivos turísticos que están vinculados a las actividades turísticas en el medio rural dentro de la estrategia de señalización de orientación:

▶ **Atractivos turísticos naturales:**



Atractivos históricos y culturales:



Otros pictogramas de atractivos turísticos relacionados al turismo rural.



Fuente: Guía brasileña de señalización/instituto de turismo

6. Ministerio de Turismo en Brasil.



Logotipo del Ministerio de Turismo

La Misión del Ministerio de turismo del Brasil es: desenvolver el turismo como una actividad económica sustentable, con un papel relevante en la generación de empleos y divisas, proporcionando la inclusión social. El Ministerio de Turismo innova en la conducción de políticas públicas con el modelo de gestión descentralizado orientado por el pensamiento estratégico.

En la estructura orgánica del Mtur está la Secretaria Nacional de Políticas de Turismo que asume el papel de ejecutar la política nacional para el sector. Es orientada por las directrices del Consejo Nacional de Turismo. Además es responsable por la promoción interna y vela por la calidad de prestación de servicios turísticos brasileños.

Para subsidiar la formulación de los planes, programas y acciones destinados al fortalecimiento del turismo nacional existe la Secretaria Nacional de desarrollo del Turismo. Este órgano posee entre sus atribuciones la de promover el desarrollo de la infraestructura y la mejoría de la calidad de los servicios prestados.

Actualmente, la actuación de la EMBRATUR se concentra en la promoción, el marketing y en el apoyo a la comercialización de los productos, servicios y destinos turísticos brasileños en el exterior.

El instrumento macro que orienta los procesos de planificación y gestión turística es el Plan Nacional de Turismo – PNT 2007-2010. Este instrumento coloca al turismo como

un inductor de desarrollo y en la generación de empleo e ingresos en el país. El PNT es producto del consenso de todos los segmentos del turismo que busca transformar la actividad en un mecanismo para elevar la oferta y la calidad del turismo en el Brasil y hacer de la actividad un importante inductor de la inclusión social.

El PNT 2007-2010 avanza en la perspectiva de la expansión y el fortalecimiento del mercado interno con énfasis en la función social del turismo. Tiene un compromiso con la continuidad de las acciones ya desarrolladas por el Ministerio de Turismo y por la EMBRATUR. Esto garantiza que las acciones iniciadas por el gobierno tendrán continuidad y llegarán a la meta de consolidar al país como uno de los principales destinos turísticos globales.

Se considera al PNT como un instrumento de acción estratégica que está bien delineado que funciona a través de algunos “macro programas” y metas propuestas.

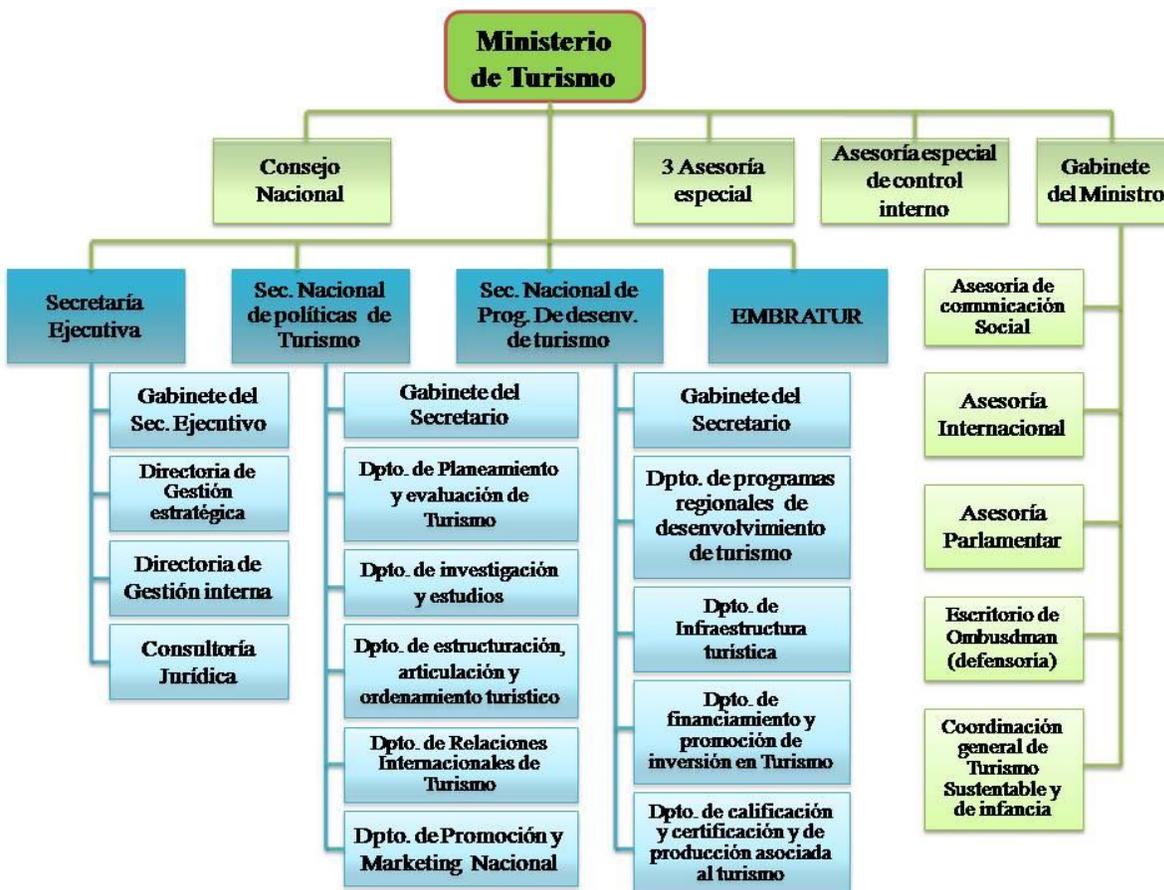
Entre las metas que se trazan está el fortalecimiento del mercado interno que posibilitará la generación de 1.7 millones de empleos hasta el 2010 y aumentará a 217 millones el número de viajes en el mercado interno. Toda la actividad de inversión en infraestructura y en la calificación profesional, se espera permita la organización de 65 destinos turísticos distribuidos por todo el país. Estos deberán estar dentro de los patrones internacionales de mercado. Se estima que esto permita la entrada de USD \$ 7.7 billones de dólares en divisas para el Brasil.



Marca Brasil

La marca Brasil es la representación del turismo brasileño en el mundo entero, resultado del Plan acuarela – marketing turístico internacional de Brasil. Fue lanzada en el país el 18 de febrero y se dio a conocer al mundo en la mayor feria internacional del sector – ITP en marzo del 2005 en Alemania.

6.1 Organigrama del Ministerio de Turismo.



Fuente: Ministerio de Turismo

6.2. Macro Programas y acciones del Ministerio de Turismo

Todos los macro programas obedecen a la estructura del PNT 2007 – 2010. Las acciones se desarrollan dentro de un conjunto complementario de programas.

Macro programas

▸ Planeamiento y Gestión

Se trata de un instrumento orientado a articular diversos sectores: público, privados y social, relacionados con la actividad que comparten y agilizan soluciones, a eliminar trabas burocráticos y a facilitar la participación de todos los involucrados en el proceso de crecimiento del sector.

▸ Informaciones y estudios turísticos.

Tienen como objetivo estructurar los destinos en la óptica de la oferta y la demanda, evaluar impactos socioeconómicos, culturales y ambientales de la actividad y auxiliar la toma de decisiones, creando consideraciones para el fortalecimiento de la sustentabilidad del sector.

▶ **Logísticas de transportes**

Este Macro programa está orientado a implementar estrategias relacionadas al transporte que a través de la integración de diversas modalidades de conducción utilizadas en el país, amplía la oferta de vuelos internos con el objetivo de fortalecer empresas nacionales y ampliar la conectividad aérea internacional.

▶ **Regionalización de Turismo.**

Define las regiones turísticas como estratégicas en la organización del turismo para fines de planeamiento y gestión. La oferta turística regional adquiere mayor significado e identidad por la calidad y la originalidad capaces de agregar un valor al producto turístico.

▶ **Fomento a la Iniciativa Privada.**

Actúa en dos vertientes consideradas de fundamental importancia para el desarrollo sostenible del sector, la promoción de inversiones nacionales e internacionales y el incentivo a la oferta de instrumentos de crédito y de financiamiento.

▶ **Infraestructura Pública.**

Orientado a desarrollar el turismo, proporciona a los municipios la infraestructura adecuada para la expansión de las actividades y para la mejoría de los productos y servicios ofertados.

▶ **Calificación de equipamientos y servicios turísticos.**

Tiene el objetivo de promover la calidad de los productos turísticos en el Brasil sistematizando el conjunto de normas e incentivos a la certificación y calificación, referentes a la prestación de servicios y equipamientos turísticos.

▶ **Promoción y apoyo a la Comercialización.**

Objetiva fomentar el mercado interno y externo promoviendo un número mayor de productos de calidad y fortaleciendo el segmento. Además, está orientado a aumentar el flujo de turistas en el Brasil realizando una intensa promoción de grandes mercados emisores, tanto nacionales como internacionales.

▶ **Turismo Sostenible e Infancia.**

Tiene el objetivo de sensibilizar a los agentes que componen la cadena productiva del turismo en el sentido de contribuir para la protección de niños y adolescentes contra la explotación sexual.

6.3. Coordinadora General de Segmentación

La instancia del Ministerio de Turismo que atiende de forma más directa el desarrollo de las actividades turísticas en el medio rural es la coordinadora General de Segmentación. Esta oficina pertenece al Departamento de Estructuración, Articulación y Ordenamiento Turístico de la Secretaría Nacional de Políticas de Turismo.

El papel de la coordinadora nacional de segmentación del Mtur es sistematizar e integrar las políticas públicas nacionales, estatales, regionales y municipales para los diversos segmentos turísticos. Además, tiene como tarea la promoción de estudios e investigaciones sobre la oferta y la demanda que subsidian el desarrollo de los segmentos turísticos en el País.

Fuente: Ministerio de Turismo

Por medio de ella se han creado algunos instrumentos orientadores o guías para las planificaciones de estrategias de los diferentes segmentos del turismo, incluyendo el Turismo Rural, sus principales instrumentos orientadores son:

Las Directrices del Turismo Rural

Reúnen instrumentos de consulta para la gestión del desarrollo del turismo rural. Son construidas por medio de encuentros, reuniones y discusiones de los diferentes actores del sector tanto, públicos como privados. Es un instrumento de magnitud federal que propone directrices y estrategias orientadoras para la convergencia de políticas y de acciones en el proceso de conocimiento y de ordenamiento del Turismo Rural en Brasil. Tiene como meta la organización de este tipo de turismo como actividad capaz de agregar valor a productos y servicios en el medio rural, contribuir para la conservación del medio ambiente y para la valorización de la ruralidad brasileña. Es fundamentado en la carta de Santa María que propone como mandato "que las instituciones gubernamentales establezcan en alianza con la iniciativa privada, políticas y directrices orientadas para el segmento de turismo rural". Estas directrices están contempladas en el PNT 2007-2010.

Los objetivos específicos de estas directrices son:

- ▶ Ordenar el segmento de Turismo Rural.
- ▶ Promover y estimular eficientemente la información y comunicación en el sector.
- ▶ Promover la articulación de acciones institucionales e intersectoriales.
- ▶ Promover y viabilizar incentivos para el desarrollo de la actividad.
- ▶ Incentivar y apoyar formas eficientes de promoción y de comercialización.
- ▶ Promover y estimular capacitación de recursos humanos.
- ▶ Estimular el involucramiento de comunidades locales.
- ▶ Promover, incentivar y estimular la creación y la adecuación de infraestructuras para el sector.

Directrices y estrategias.

1) Ordenamiento.

Adecuar y establecer normas, criterios y procedimientos técnicos y legales que orienten y estimulen la actividad.

Estrategias:

- Identificación de la legislación pertinente.
- Desarrollo de estudios comparados de las legislaciones vigentes.
- Promoción de discusiones institucionales e intersectoriales para crear normas de la actividad.
- Establecimiento de normas, reglas y procedimientos específicos para la actividad.
- Clasificación y catastro de los servicios.
- Identificación de la demanda.

2) Información y comunicación.

Producir, publicar y disseminar informaciones para orientar la planificación, gestión y promoción de la actividad.

Estrategias:

- Fomento a la producción y disseminación del conocimiento.
- Creación y gestión de redes de información.
- Fortalecimiento y consolidación del Turismo Rural.

3) Articulación.

Estimular y promover la cooperación entre los involucrados en el proceso de desarrollo y fortalecimiento de la actividad.

Estrategias:

- Valorización y fortalecimiento de foros con representatividad nacional.
- Estimulo a la creación y fortalecimiento de instituciones y órganos representativos.
- Establecimiento de convenios, acuerdos y alianzas.

4) Incentivo.

Viabilizar y ofertar recursos orientados a la implementación, adecuación y mejoría de la infraestructura, productos y servicios.

Estrategias:

- Identificación de fuentes de cooperación y captación de ellos.
- Negociación de crédito diferenciado.
- Simplificación de mecanismos de concesión de crédito.
- Definición de criterios para ofertar recursos para el financiamiento de la infraestructura.
- Fomento a iniciativas de pequeños y micro empresarios.
- Elaboración e implementación de estrategias y acciones eficientes para la promoción y comercialización de productos y servicios.
- Creación de mecanismos que prioricen la calidad de productos y servicios.

5) Capacitación.

Preparar los agentes y actores involucrados en la actividad para que actúen orientados hacia la calidad.

Estrategias:

- Identificación de las diferentes necesidades de capacitación.
- Evaluación de programas, metodologías y posibles alianzas.
- Elaboración conjunta de políticas, programas, planos y proyectos específicos de profesionalización.
- Promoción de recursos de calificación y perfeccionamiento profesional.
- Apoyo y promoción de eventos locales, regionales, nacionales e internacionales.

6) Empoderamiento de las comunidades.

Motivar e involucrar a las comunidades de forma participativa, sensibilizándolas sobre los beneficios del Turismo Rural ordenado e integrado, valorizando los talentos y potencialidades locales.

Estrategias:

- Identificación de los territorios con vocación para el Turismo Rural.
- Promoción de encuentros e intercambios.
- Planificación del desarrollo territorial.

7) Infraestructura.

Adecuar e implantar infraestructura básica y turística en el medio rural de forma integrada al ambiente y a las especificidades sociales y culturales.

Estrategias:

- Mapear las regiones.
- Identificación de las responsabilidades y competencias de los involucrados.
- Implantación de infraestructura.

Orientaciones básicas del turismo rural.

Otro instrumento publicado por el Ministerio de turismo por medio de la coordinación nacional de segmentación son las **orientaciones básicas de turismo rural**. Es un instrumento que trata de orientar mediante el uso de una base conceptual la descripción de diferentes elementos del turismo rural.

Las orientaciones presentan ciertas características básicas a la actividad del turismo rural de manera a facilitar la comprensión de los aspectos que lo componen y que definen su ruralidad, tales como:

- ***La escala.***

Pequeña escala se refiere a la dimensión de los equipos turísticos en función de una pequeña cantidad de turistas de modo a que permita la atención personalizada (sin espera, sin filas, sin ruidos, sin mucha gente, como normalmente ocurre en el interior) y que causa el menor impacto posible sobre el ambiente.

- ***La Localización.***

Locales atractivos situados en propiedades cuyos paisajes típicamente rurales, simbolizan una oposición al paisaje urbano.

- ***Las actividades Agropecuarias.***

Conservación de las actividades económicas tradicionales de la propiedad y de las prácticas y costumbres relacionadas a esas actividades que evitan el abandono de ellas en razón del suceso de la actividad turística.

- ***Calidad del paisaje.***

Conservación de los recursos naturales, preservación de las condiciones de los manantiales y cursos de agua, del suelo, de la cantidad significativa de flora y de la fauna nativa, inclusive de aspectos estéticos.

Conservación de las características arquitectónicas y utilización de los materiales de construcción típicos en la región.

Cuidado con las instalaciones agropecuarias, permitiendo que el turista observe o participe de las rutinas de las actividades tradicionales de la propiedad.

- ***Aspectos Culturales.***

Vínculo con las estructuras tradicionales, como las características gregarias, los valores, formas de vida, de pensar y de los ideales de las comunidades rurales, especialmente basados en la agricultura familiar.

Conservación de las manifestaciones folclóricas, la gastronomía y de elementos que hacen referencia a la historia del lugar o de la región.

- ***Diversificación de los servicios ofrecidos.***

Respetar las especificidades del ambiente, la economía, la historia, las tradiciones, la cultura popular, las características étnicas de la explotación agropecuaria en relación a la propiedad y a la región.

- ***Distribución de los beneficios.***

Puestos de trabajos, ingresos y otros beneficios oriundos de la práctica turística son incorporados por la propia comunidad de modo a que proporcionen un bienestar de las familias rurales.

- ***Empoderamiento de las comunidades.***

El turismo rural como un motivador de la organización de la sociedad de manera a que la comunidad local pueda generar la actividad turística de forma participativa, inclusiva y ordenada.

- **Sustentabilidad.**

Deben considerarse elementos económicos, sociales, culturales, ambientales y políticos. Debe contribuir para el mantenimiento de las características rurales y la calidad ambiental del territorio utilizando los recursos locales y el conocimiento derivado del saber de las poblaciones, valorizándolas. Además, permite su participación en los procesos decisorios.

Las orientaciones básicas del turismo rural definen sus características y permiten una descripción al turista de la modalidad.

- **El turista del turismo rural.**

El consumidor del turismo rural busca la posibilidad de reaproximación a la naturaleza aunque sea por un breve espacio de tiempo. Él está interesado en tener la vivencia y experimentar los beneficios de la naturaleza y el modo de vida local caracterizado por elementos singulares de la cultura, ya sea por la gastronomía típica, la tradición y el modo como ocurre la relación hombre-naturaleza. Ese huésped no compra únicamente un espacio para el descanso sino una experiencia diferente y auténtica.

Las características específicas que definen este turista en las orientaciones básicas son:

- Se trata de moradores de grandes centros urbanos.
- Poseen entre 25 y 50 años.
- Son matrimonios con hijos.
- Tiene formación superior y la mayoría post graduación.
- Son de clase media y media alta.
- Usan automóvil propio, sedan o camionetas.
- Se desplazan generalmente en un radio de hasta 150 Km del núcleo emisor (que pueden ser núcleos urbanos).
- Hacen viajes de corta duración: fines de semana y días feriados.
- Son apreciadores de la gastronomía típica regional.
- Poseen elevado nivel de conciencia respecto a las cuestiones ambientales.
- Valorizan productos auténticos y artesanales.

7. Legislación Turística en Brasil.

▸ **La Constitución Federal y el Turismo.**

- **La constitución Federal** es la norma máxima del país. Ninguna otra Ley se sobrepone a ella; sufriría pena de nulidad. Este dispositivo ordena y limita los diversos poderes vigentes en el país.
- **El Turismo en la Ley máxima del país:**
 - a) Principio de desarrollo del turismo – Artículo 180.
 - b) Principio de la protección al patrimonio turístico – Artículo 24
 - c) Principio de la responsabilidad por daños a bienes y derechos de valor turístico – Artículo 24.
 - d) Principio de derecho al ocio – Artículo 6

7.1. Antecedentes históricos de la legislación turística – línea de tiempo.

- Decreto de Ley número, 406 de 04 de mayo de 1938, primera mención legal a la actividad turística en Brasil.
- Decreto de Ley número, 1915 de 27 de diciembre de 1939, se crea una división de turismo.
- Decreto de Ley número 55 de 18 de Noviembre de 1966, crea la Empresa Brasileña de Turismo – EMBRATUR y el Consejo Nacional de Turismo – Cntur y se define por primera vez la política nacional de turismo un hito histórico de la actividad turística.
- Ley número 6505 de 1977, disposiciones sobre las actividades servicios turísticos, publicada el 16 de diciembre de 1977, establece condiciones para su funcionamiento y fiscalización.
- Ley número 6513 de 1977, estipula una política de conservación del patrimonio natural y cultural con valor turístico, se adhiere a la convención sobre el patrimonio mundial de UNESCO.
- Decreto número 84910 del 15 de junio de 1980, trata sobre los medios de hospedaje turístico, restaurantes de turismo y campamentos turísticos.
- Decreto número 87348 de 1982, reglamenta las condiciones de prestación de servicios de transporte turístico terrestre.
- Decreto número 89707 de 1984, sobre las empresas prestadoras de servicios para la organización de congresos, seminarios, convenciones y eventos similares.
- Decreto número 2294 de 1986 extinguió el registro y tornó libre el ejercicio de la actividad turística en el Brasil.
- Con la nueva Constitución Federal, el turismo fue elevado a un plano mayor de derecho brasileño a través del Art. 180 “la Unión, los estados, el distrito federal y los municipios promoverán e incentivarán el turismo como factor de desarrollo social y económico”.
- La Ley número 8.181 del 1° de Abril de 1991 concedió nueva denominación a la MBRATUR, pasando a Instituto Brasileño de Turismo, vinculado a la entonces secretaría de desarrollo regional de la Presidencia de la República. Esta Ley también estipuló las competencias del Instituto.
- Decreto número 8623 de 1993, crea la profesionalización en Guía de Turismo.
- Decreto número 946 de 1993, reglamenta el decreto a la profesionalización de Guía de Turismo.
- En el 2002, se crea el Instituto Brasileño de Ciencias y Derecho de turismo – IBCDTur (<http://www.ibcdtur.org.br/>). Una organización no gubernamental cuyo objetivo es promover la consolidación y el desarrollo del derecho de turismo en el Brasil y América Latina.
- Deliberación normativa número 429, del 23 de abril de 2002, altera el reglamento general de los medios de hospedaje y crea un nuevo sistema oficial de clasificación de los medios de hospedaje.
- Deliberación normativa número 430/02 del 31 de Julio del 2002, crea el comité gestor del programa Polos de Ecoturismo de Brasil, con el objetivo de generar y apoyar el desarrollo de los polos seleccionados por EMBRATUR y por el Instituto de Ecoturismo del Brasil.
- Ley numero 10683 de 2003, dispone sobre la nueva organización de la Presidencia de la República y los Ministerios. El Art. 30, inciso X crea el Ministerio de Turismo Mtur. Desmembrando así, el antiguo Ministerio de Deporte y Turismo.

- Decreto número 5.203 de Noviembre de 2004, transfiere competencias de la EMBRATUR, Instituto Brasileño de Turismo, para el Ministerio de Turismo y le da otras providencias.
- Decreto número 5406, del 30 de marzo del 2005, reglamenta el catastro obligatorio para fines de fiscalización de las sociedades empresarias de las sociedades simples y de los empresarios individuales que prestan servicios turísticos remunerados y da otras providencias.
- Nueva Ley general de Turismo; ley número 11.771 del 2008. Esta Ley revoca la Ley número 6.505/77, el decreto de Ley número 2.294/86 y dispositivos de Ley número 8.181/91.
- Resolución número 3.568 del 29 de mayo de 2008, dispone sobre el mercado de cambio brasileño que comprende las operaciones de compra y venta de moneda extranjera y las operaciones con otro instrumento cambial, realizadas por instituciones autorizadas por el banco central del Brasil.
- Decreto número 6.761 del 05 de febrero de 2009, dispone sobre la aplicación de la reducción a cero de la alícuota del impuesto sobre la renta que incidía sobre los rendimientos de los beneficiarios, residentes o domiciliados en el exterior.

7.2. Aspectos de legislación y de las normas vinculados al Turismo Rural, análisis de situación.

Ley y/o norma	Actuación	Análisis de situación	Categoría
Ley número 9.317 del 5 de diciembre de 1996	Sistema integrado de pago de impuestos, contribuciones de las microempresas y de las empresas de pequeño porte-SIMPLES.	<p>La constitución regular de empresas y la agregación a SIMPLES, aunque la carga tributaria sea menor, inviabilizan las actividades de turismo rural para los pequeños agricultores porque el ingreso mensual bruto y el ingreso con el turismo no justifican los gastos derivados del proceso de constitución de la empresa.</p> <p>Dueños de propiedades rurales que actúan como persona física, desarrollando de manera informal, la actividad turística.</p> <p>No hay tratamiento en las SIMPLES, para ellas.</p>	Legislación fiscal y tributaria.
Ley número 5.889/73	Relaciones laborales rurales.	Tiene una diferencia de interpretaciones mediante la cual no es considerado trabajador rural aquel que presta servicios en propiedades turísticas rurales.	Legislación laboral
Ley número 8.941/99	Estatuto de Micro y pequeña empresa.	<p>El sector rural es tratado de la misma manera que el sector industrial y comercial de naturaleza urbana.</p> <p>El piso salarial del trabajador rural, diferente al piso salarial del trabajador de turismo rural.</p>	

Ley número 8.212 del 24 de Julio de 1994.	Ley orgánica de seguridad social.		
Leyes número 8.213 del 24 de julio de 1991, alterada por la Ley número 11.430 del 26 de diciembre de 2006.	Ley de beneficios de previsión.	El pequeño productor rural que pasa a desarrollar actividades de turismo rural pierde la condición de asegurado especial junto a previsión social.	Legislación de previsión
Decreto número 3.048 del 6 de mayo de 1999.	Reglamento de la provisión social.		
Ley número 8.171 del 17 de enero de 1991, alterada por las leyes número 8.870 del 15 de abril de 1994	Dispone sobre la política agrícola.	Se propuso el Proyecto de Ley, número 5797/2001 de la ex diputada Marisa Serrano, incluido el turismo rural entre las actividades de legislación que fija fundamentos de la política agrícola, alternando las leyes número 8.171/1991 y 8.870/1994, pero fue archivado en el 2003.	Política Agrícola
Decreto número 5.741 de 30 de marzo de 2006, reglamenta los art. 27-A, 28-A y 29-A de la ley número 8.171 del 17 de enero de 1991.	Sistema unificado de atención a Sanidad Agropecuario – SUASA.	Desconocimiento de las normas Sanitarias. Exigencias de las normas Sanitarias no coherentes con el tipo de servicio prestado y la escala de producción.	Legislación sanitaria

Fuente: Ministerio de Turismo.

7.3. Otras legislaciones relacionadas al turismo rural, tanto a nivel nacional como de estados:

- ▶ Ley número 9.712 del 20 de noviembre de 1998, altera a la Ley número 8.171/1991, acrecentándole dispositivos referentes a defensa agropecuaria.
- ▶ Proyecto de Ley/2004, establece la política estatal de Desarrollo de Turismo Rural del estado de Minas Gerais.
- ▶ Proyecto de Ley/2006, dispone sobre los fundamentos de la política de agroturismo o turismo rural en el estado de Paraíba y da otras providencias.
- ▶ Ley número 15.143 del 31 de mayo del 2006, define las actividades turísticas que especifica, como actividades de "Turismo Rural en la Agricultura familiar" en el Estado de Paraná.
- ▶ Ley número 11.326 del 24 de julio del 2006, política nacional de agricultura familiar y emprendimientos familiares rurales.
- ▶ Ley número 12.845 del 26 de noviembre del 2007, instituyó la política estatal de fomento al turismo rural en el estado de Rio Grande del Sur.

- ▶ Ley número 14.361 del 25 de enero del 2008, establece la política de apoyo al turismo rural en la agricultura familiar de Santa Catarina.
- ▶ Proyecto de ley/2008, dispone sobre las actividades de turismo rural en la política de fomento al Turismo Rural en el estado de Sao Paulo.
- ▶ Ley número 3.609, del 19 de diciembre del 2008, instituye la política estatal de fomento al turismo rural en el estado de Mato Grosso del Sur.
- ▶ Proyecto de ley, dispone sobre las obligaciones de previa inspección y fiscalización de las agroindustrias rurales de pequeño porte y de los productos alimenticios que estas elaboran, en el ámbito del estado de Espirito Santo y de otras providencias.

8. Financiamiento y líneas de créditos al turismo en Brasil.

▶ PRODETUR

Es una iniciativa del Ministerio de Turismo en alianza con el Banco Interamericano de Desarrollo – BID, que creó una **línea de crédito** para atender la demanda por recursos de financiamiento internacional de los estados y municipios brasileños.

En esta iniciativa el BID aportó US\$ 1 billón (de dólares) con contrapartida del Mtur por el orden de US\$ 660 millones (dólares), en la que pueden participar todos los estados, el Distrito Federal y municipios con más de 1 millón de habitantes.

Según programa se cuenta con algunas ventajas como el apoyo técnico del Mtur en la preparación de las propuestas. Estas son individuales y se hacen directamente con el BID para la reducción de costos inherentes a la captación de financiamiento internacional, entre otros. La dificultad de acceso a este fondo recae como en la mayoría de veces, en los emprendimientos de menor escala, localizados en municipios de menor población.

8.1. Líneas de crédito para el Turismo.

- FUNGETUR

Con el objetivo de fomentar y proveer recursos para el financiamiento de actividades turísticas, tales como obras de modernización, reforma y ampliación de emprendimientos. Tiene la finalidad de facilitar la adquisición de máquinas y equipamientos nuevos, financiar servicios de finalidad o de interés del turismo nacional que hayan sido definidos así por el Mtur.

Está dirigido a personas jurídicas que actúan en el segmento de turismo. Los topes de financiamiento son: mínimo-R\$ 400.000.00 y máximo-R\$ 10.000.000.00 con amortizaciones de hasta 240 meses con un máximo de periodo de gracia de hasta de 60 meses dependiendo del monto financiado. Pueden acceder a emprendimientos turísticos localizados en todo el territorio nacional. El banco es responsable por la operación de los fondos es la **Caixa Económica Federal**.

- PROGER Turismo Inversión

Financiamiento a proyectos del sector turístico que proporcionen la generación o mantengan empleo e ingreso. La finalidad de este fondo son inversiones fijas e inversión con capital de giro asociado. El público al que se dirige son micro y pequeñas empresas de la cadena productiva del sector turístico cuya facturación bruta anual sea de hasta R\$ 5 millones (reales). Los topes financiables son de hasta R\$ 300 mil para empresas con facturación bruta anual R\$ 3 millones y hasta R\$ 400 mil para empresas con facturación bruta anual entre R\$ 3 y 5 millones, ya incluido el capital de giro asociado.

Los plazos se determinan conforme el objetivo de financiamiento y van hasta 120 meses, incluyen 30 meses de gracia y tasas de interés ajustables. Las garantías están vinculadas a los bienes financiados. El aval de los socios y el aval de fondos. Este fondo está disponible en todo el territorio nacional. Los bancos que operan el fondo son: Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal y Banco da Amazônia.

- **FNE – Programa de apoyo al Turismo Regional (PROATUR)**

Financiamiento para implantación, ampliación, modernización y reforma de emprendimientos del sector turístico en la Región Nordeste del País. La finalidad es inversión y capital de giro asociado para emprendimientos turísticos. El público albo son personas jurídicas, inclusive los empresarios que están registrados en junta comercial, catastrados por el Mtur, cuyo objetivo principal sea la actividad turística.

Los plazos disponibles por esta línea de financiamiento tienen un máximo de 12 años, incluidos hasta 4 años de gracia dependiendo del monto, los plazos son determinados en base a un análisis de capacidad de pago del proyecto.

Las tasas de intereses son pre fijadas y establecidas de acuerdo con el tamaño de la empresa, con bonos de cumplimiento de pagos de 15% o 25%, en base a la localización del emprendimiento.

Las garantías serán acumulativas o alternativamente, compuestas por garantías reales o con fiadores. Esto en función del plazo, del valor y de la puntuación obtenida en la evaluación de riesgo del cliente y del proyecto. El área de actuación de esta línea de crédito es la región Nordeste y municipios de los estados de Minas Gerais y de Espírito Santo, incluidos en el área de actuación de la Superintendencia de Desarrollo del Nordeste (Sudene). El banco operador es el Banco del Nordeste.

- **FNO – Programa de desarrollo Sustentable de Amazonas (Turismo)**

Es un financiamiento para la implantación, ampliación, modernización, reforma o relocalización de emprendimientos turísticos en la región Norte. La finalidad de este fondo son inversiones fijas, inversiones mixtas (inversiones fijas y capital de giro asociado) y la adquisición de insumos. Está dirigido a personas jurídicas de derecho privado, inclusive empresas individuales, asociaciones y cooperativas.

Las tasas de interés son predefinidas en base al tamaño de la empresa con bonos de cumplimiento de pagos de 15%. Los plazos para inversiones fijas o mixtas van hasta 12 años, incluido hasta por 4 años de periodo de gracia. Serán dimensionados de acuerdo a la capacidad de pago del beneficiario, con garantías hipotecarias, prendas, enajenación fiduciaria y aval.

Cubre emprendimientos turísticos localizados en la región Norte del país. El banco responsable por la operación del fondo es el Banco de la Amazônia.

- **FCO empresarial – Línea de Crédito de Desarrollo del Turismo Rural Regional.**

Financiamiento a proyectos de implantación, ampliación, modernización de emprendimientos turísticos con o sin capital de giro asociado en la región Centro Oeste. Tiene la finalidad de financiar todos los bienes y servicios necesarios a la implantación, ampliación y modernización de emprendimientos turísticos, capital de giro asociados y adquisición de insumos.

Dirigido a personas jurídicas de derecho privado desde que se dediquen a actividades turísticas tales como medios de hospedaje, campamentos turísticos, restaurantes, agencias de turismo, y organizadoras de congresos, convenciones, seminarios, y eventos similares, para los empresarios individuales, según el decreto n° 5.406, deben estar catastrados en el Mtur.

Los plazos para las inversiones son de hasta 12 años, incluido un periodo de gracia de hasta de 3 años para el caso de los establecimientos de hospedajes con inversiones de hasta de 15 años que tienen un periodo de gracia de hasta 5 años, capital de giro asociado que tienen plazos de hasta de 3 años, con periodos de gracia de hasta de 1 año, para la adquisición de insumos, de hasta 24 meses de plazo con gracia de hasta de 6 meses, para la adquisición de camiones los plazos son de hasta 6 años con gracia de hasta 2 años.

Las tasas de interés son preestablecidas de acuerdo con el tamaño de la empresa mediante bonos de cumplimiento de pagos de 15%, las garantías pueden ser personales (aval o fianza), fondo de aval a las microempresas de pequeño porte (FAMPE), bienes financiados y/u otras garantías reales.

El área de actuación son emprendimientos turísticos localizados en la región Centro Oeste. El banco responsable de la operación de este fondo es el Banco do Brasil.

- **BNDES**

a) BNDES – Automático.

Es un financiamiento que se da con intermediarias financieras autorizadas para la realización de inversiones hasta con un tope de hasta R\$ 10 millones. Son créditos de largo plazo para inversiones en implantación, ampliación, recuperación y modernización de empresas turísticas, incluyendo obras civiles, instalaciones, adquisición de equipos nuevos de fabricación nacional y capital de giro asociado.

Los intereses son fijados posteriormente, con plazos tanto totales como periodos de gracia definidos posteriormente, por la institución financiera autorizada en función del la capacidad de pago de la empresa. Deben ser garantías reales y propias negociadas entre la institución financiera autorizada y el cliente. Esta dirigido a empresas ubicadas en todo el territorio nacional. Los bancos operadores de este fondo son toda la red de instituciones autorizadas, entre ellas el Banco do Brasil, Banco de la Amazônia, el Banco de Nordeste y la Caixa Econômica Federal.

b) BNDES FINEM – Financiamiento a Empresas

Es un financiamiento que puede ser directamente del BNDES o por medio de instituciones financieras autorizadas para inversiones a partir de R\$ 3 millones. También es un crédito de largo plazo dirigido a la implantación, expansión de la capacidad productiva y modernización de empresas, incluida la adquisición de máquinas y equipos nuevos de fabricación nacional reconocidos por el BNDES. También para la importación de máquinas nuevas que sean similares a las nacionales y para el capital de giro asociado.

Los cargos o intereses son fijados posteriormente y los plazos determinados en función de la capacidad de pago de la empresa o del grupo económico solicitante. Las garantías deben ser reales y personales, negociadas con BNDES o con la institución financiera autorizada. Esta abierto para empresas localizadas en todo el país. El fondo esta operado tanto por el BNDES como por la red de instituciones financieras autorizadas entre ellas: el Banco do Brasil, Banco de la Amazônia, el Banco de Nordeste y la Caixa Econômica Federal.

c) BNDES FINAME – Máquinas y Equipos

Financiamiento para la adquisición de máquinas y equipos nuevos de fabricación Nacional que estén reconocidas por el BNDES y el capital de giro asociado por medio de instituciones financieras autorizadas.

Los cargos financieros son definidos posteriormente, igualmente los plazos totales y de gracia los cuales se determinan en base a la capacidad de pago de la empresa solicitante, respetando siempre el plazo máximo de este fondo que equivale a 60 meses. Las garantías son negociadas entre la institución financiera y el cliente, participan empresas turísticas de todo el país.

Los bancos que operan este fondo son la red de todas las empresas financieras autorizadas, entre ellas: el Banco do Brasil, Banco de la Amazônia, el Banco de Nordeste y la Caixa Econômica Federal.

d) CARTON BNDES.

Crédito rotativo, pre aprobado, de hasta R\$ 500 mil para la compra de bienes por Internet. La finalidad es la adquisición de productos autorizados en el BNDES por medio del portal de operaciones de la tarjeta BNDES (www.bndes.gov.br). La tasa de interés es variable y es informada por el BNDES. El plazo es una amortización de 3 a 48 prestaciones mensuales fijas e iguales (sujeto a consulta junto al banco emisor).

Las garantías son negociadas entre el banco emisor y el cliente en el análisis del crédito para la concesión de la tarjeta. Los proveedores son empresas fabricantes de máquinas, equipos y otros bienes de producción que tengan fabricación total o parcial en el Brasil. Los bancos operadores son instituciones financieras autorizadas por el BACEN para operar tarjetas de créditos aprobaos por el BNDES que es responsable por la emisión de la tarjeta BNDES y por el riesgo de la operación, entre ellas esta: el Banco do Brasil y la Caixa Econômica Federal.

9. Principales Instituciones y Organizaciones de apoyo al desarrollo e información turística en los estados brasileños.

Las principales entidades de apoyo para informaciones acerca del turismo rural en los estados brasileños son:

- **Secretarías de Turismo** – responsables por elaborar y **formalizar** las potencialidades turísticas de una localidad determinada con el objetivo de transformarla en producto turístico. Cabe a las secretarías de turismo la tarea de concientizar y realizar la interacción entre la población local. Además es la encargada de facilitar y contribuir en la capacitación de la mano de obra especializada, buscando siempre una mejor atención al turista.
- **Centros de Atención al Turista (CAT)** – unidades físicas de apoyo directo al turista en las cuales el público recibe material de divulgación de los principales atractivos turísticos, e informaciones relacionadas a la historia de la ciudad o local turístico, sea la cultura, eventos, etc.
- **Entidades que buscan el desarrollo del turismo en el país**, divulgando y/o promoviendo junto a las demás entidades nacionales e internacionales. Ejemplo: Las asociaciones, ONG's e institutos.

9.1. Actuación em Ambito Nacional

Nombre: ABRATURR – Asociación Brasileña de Turismo Rural

Teléfono: (11) 3518-8944

Site/Email: <http://www.abraturrsp.org.br>

Actuación: La Asociación Brasileira de Turismo Rural – ABRATUR es una entidad oficial con asiento en el Consejo Nacional de Turismo del Ministerio do Turismo ya que cuenta con organizaciones regionales oficiales en 16 estados brasileños.

Nombre: IDESTUR - Instituto de Desarrollo de Turismo Rural

Teléfono: (11) 82797788

Email: www.idestur.org.br / info@idestur.org.br

Actuación: El objetivo principal es ampliar la contribución de las actividades para el desarrollo sostenible del turismo rural, **IDESTUR**. Viene implementando proyectos de cooperación técnica junto con entidades aliadas para perfeccionar los procesos de gestión estratégica, operacional y acciones de educación corporativa.

Nombre: EMBRATUR – Instituto Brasileño de Turismo

Dirección: SCN - Qd2 - Bloco G - Sala C8 - 3º Andar, 70712-907 Brasília-DF

Teléfono: (61) 3429-7774/332

Email: www.braziltour.com/ dtlin@embratur.gov.br

Actuación: Embratur es un órgano especial del Ministerio de Turismo, responsable por la ejecución de la Política Nacional de Turismo en lo que se refiere a la promoción, marketing y apoyo a la comercialización de los destinos, servicios y productos turísticos brasileños en el mercado internacional.

Nombre: Asociación Brasileña de Turismo Rural (ABTR)

Dirección: Av. José César de Oliveira 181, 3º. Andar, Sala 304 – Vila Leopoldina – São Paulo - SP

Teléfono: (11) 3641-5566

Site/Email: www.abtr.com.br

Actuación: Divulga el Turismo Rural junto a las operadoras y agencias de turismo, órganos de clase, sindicatos y empresas en general. Defiende la preservación de la memoria rural del Brasil mediante la organización de museos regionales y estatales con fines turísticos.

9.2. ACTUACIÓN A NIVEL DE ESTADOS.

ACRE

Nombre: Centro de Atención al Turista – CAT

Dirección: Av. Getúlio Vargas, 91 – Praça dos Povos da Floresta – Centro (Antigo Bar Municipal)

Teléfono: 0800-647398 / (68) 3901-3019

Site/Email: cat.turismo@ac.gov.br

Nombre: Secretaria de Estado del Deporte, Turismo e Ócio

Dirección: Av. Chico Mendes s/n, Arena da Floresta - bairro corrente – Rio Branco -

Teléfono: (68) 3901-3000/ 3901-3024 / Fax: 3901-3024

Site/Email: turismo@ac.gov.br / promocao.turismo@ac.gov.br

ALAGOAS

Nombre: Secretaria de Estado del Turismo de Alagoas
Dirección: Rua Boa Vista, 453, Centro
Teléfono: (82)3315-5700
Site/Email: info@turismo.al.gov.br

Nombre: Secretaria Municipal de Promoción de Turismo, Industria y Comercio de Maceió
Dirección: Rua Sá e Albuquerque, 310, Jaraguá, 57025-180
Teléfono: (82) 3336-4409/(82) 3336-3650
Site/Email: www.maceio.al.gov.br/ semtur@maceio.al.gov.br

AMAPÁ

Nombre: Secretaria de Estado de Turismo de Amapá
Dirección: Av. Binga Uchôa, 29 - Macapá - Centro
Teléfono: (96) 3212-5335
Site/Email: www.setur.ap.gov.br/ ralmeida@setur.ap.gov.br

AMAZONAS

Nombre: Secretaria de Turismo de Estado de Amazonas
Dirección: Rua Saldanha Marinho nº 321 CEP.: 69010-040 - Manaus - AM
Teléfono: (92) 2123-3800
Email: www.amazonastur.am.gov.br/ amazonastur@vivax.com.br

Nombre: Fundación Municipal de Turismo - Manaustur
Dirección: Av. Sete de Setembro, nº 384 - Centro (Antiguo predio de la Cámara Municipal de Manaus)
Teléfono: (92) 3215-3447
Site/Email: www.manaustur.com.br

BAHIA

Nombre: Secretaria de Turismo de Bahia
Dirección: Av. Tancredo Neves, 776 - 8º - Pituba - Salvador
Teléfono: (71) 3116 4131/ 3116-4093/4130
Site/Email: <http://www.setur.ba.gov.br/> ascom@setur.ba.gov.br

Nombre: Bahiatursa Empresa de Turismo de Bahia
Dirección: Av. Simón Bolívar S/N - Centro de Convenciones de Bahia - 1º Piso
Teléfono: (71)3117-3000
Site/Email: <http://www.bahiatursa.ba.gov.br/> bahiatursa@bahiatursa.ba.gov.br

CEARÁ

Nombre: SETUR - Secretaria de Turismo de Estado de Ceará
Dirección: Centro Administrativo Gov. Virgílio Távora Ed. SEPLAN Térreo - Fortaleza
Teléfono: (85) 3101 4688
Site/Email: <http://www.turismo.ce.gov.br/> / turismo@setur.ce.gov.br

DISTRITO FEDERAL

Nombre: Sindicato de Turismo Rural y Ecológico de Distrito Federal
Dirección: SEPS 709/908 s/n bl D s, 1/6
Teléfono: (61) 3443-7174/(61) 3242-9600
Site/Email: <http://ruralturdf.com/inicial/>

Nombre: Secretaria de Turismo de Distrito Federal
Dirección: SCN - Quadra 4 - Bloco B - Sala 502
Teléfono: (61) 3429-7600
Email: www.setur.df.gov.br/

ESPIRITO SANTO

Nombre: Secretaria de Estado de Turismo - SETUR/ES
Dirección: Rua Amélia da Cunha Ornelas No. 89 - Bento Ferreira - Vitória
Teléfono: (27) 3380.2221
Site/Email: www.es.gov.br/gabinete@sedetur.es.gov.br

GOIÁS

Nombre: Secretaria de Turismo de Goiânia - AGETUR/GO
Dirección: Centro de Cultura y Convenciones R-30 Esq. c/ R-04 s/n Bloco A - Piso Mezanino - Goiânia
Teléfono: (62) 3201-8100/8117
Site/Email: www.agetur.go.gov.br/goiasturismo@terra.com.br

MARANHÃO

Nombre: Secretaria de Estado de Turismo
Dirección: Rua Portugal, 165, Centro – São Luís
Teléfono: (98) 3231-0822
Site/Email: www.turismo.ma.gov.br/turismo@ma.gov.br

MINAS GERAIS

Nombre: Asociación Minera de Empresas para el Turismo Rural
Dirección: Rua Paraíba 1.317, Loja 15, Savassi – Belo Horizonte – MG
Teléfono: (31) 3227-0006 / 3227-6886
Site/Email: www.ametur.tur.br

Nombre: Secretaria de Turismo de Estado de Minas Gerais
Dirección: Praça da Liberdade s/n, 2º. Andar, Funcionarios - Belo Horizonte - MG
Teléfono: (31) 3270 8501 / 3270 8502
Email: www.turismo.mg.gov.br/informasetur@turismo.mg.gov.br

MATO GROSSO

Nombre: Secretaria de Estado de Desenvolvimento de Turismo - SEDTUR/MT
Dirección: Centro Político Administrativo - Térreo - Cuiabá -
Teléfono: (65) 3613-9340/9313
Site/Email: www.sedtur.mt.gov.br/p.nadaf@terra.com.br

MATO GROSSO DO SUL

Nombre: Secretaria de Estado de Desenv. Agrário, Prod., Ind., Com. y Turismo - SEPROTUR
Dirección: Pq. dos Poderes - Bl. 12 - Campo Grande
Teléfono: (67) 3318-5000
Site/Email: www.seprotur.ms.gov.br/ seprotur_gabinete@net.ms.gov.br

PARÁ

Nombre: Companhia Paraense de Turismo - PARATUR/PA
Dirección: Praça Maestro Waldemar Henrique, s/n - Centro - Belém
Teléfono: (91) 3212-9135 / 3242-7264
Site/Email: www.paratur.pa.gov.br/ paratur@prodepa.gov.br

PARAÍBA

Nombre: Secretaria de Estado de Turismo y Desenvolvimento Económico - SETDE/PB -
Dirección: Av. João da Mata, s/nº - Bloco 2 - 1º andar - Centro Admin. - João Pessoa
Teléfono: (83) 3218-4400 3218-4401
Site/Email: [gabinete.setde@setde.pb.gov.br/](mailto:gabinete.setde@setde.pb.gov.br) www.setde.pb.gov.br

PARANÁ

Nombre: Paraná Turismo - PARANATUR/PR
Dirección: Rua Diputado Mário de Barros, 1290 - 3º andar - Centro - Curitiba
Teléfono: (41) 3313-3500/3506/3313/3524
Site/Email: [prturdet@pr.gov.br/](mailto:prturdet@pr.gov.br) www.pr.gov.br/turismo

PERNAMBUCO

Nombre: Fundação Comissão de Turismo Integrado del Nordeste
Dirección: Av. Prof. Moraes Rego, 634 - Sede da Sudene - 2º and. Sul - S/ 090 - Ciudad Universitaria - Recife
Teléfono: (81) 3453-0047
Site/Email: www.ctine.com.br/ ctine@ctinordestedobrasil.com.br

Nombre: Secretaria de Turismo - SETUR/PE
Dirección: Complejo Viário Vice-Governador Barreto Guimarães, s/n - Salgadinho - Olinda
Teléfono: (81) 3427-8115/8215
Site/Email: [ouvidoria@setur.pe.gov.br/](mailto:ouvidoria@setur.pe.gov.br) www.setur.pe.gov.br

PIAUÍ

Nombre: Empresa de Turismo de Piauí - PIEMTUR/PI
Dirección: Rua Acre, s/n Centro de Convenciones - Teresina
Teléfono: (86) 3221-7100 / 3222-6254
Site/Email: [piemtur@piemtur.pi.gov.br/](mailto:piemtur@piemtur.pi.gov.br) www.piemtur.pi.gov.br

RIO DE JANEIRO

Nombre: ONG Anda Brasil
Dirección: Rio das Ostras - RJ
Teléfono: (22) 2668-8178
Email: www.andabrasil.com.br / violento@andabrasil.com.br (Ayrton Violento-Presidente)

Nombre: Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer do Rio de Janeiro
Dirección: R. México, 125 - 8º and. - Centro - Rio de Janeiro
Teléfono: (21) (21) 2299-3070/3076/3100
Site/Email: www.turisrio.rj.gov.br / gabinete@turismo.rj.gov.br

RIO GRANDE DEL NORTE

Nombre: Secretaria de Turismo de estado de Rio Grande del Norte
Dirección: Rua Mossoró nº 359 – Petrópolis - Natal
Teléfono: (84) 3232-2518
Site/Email: setur@setur.rn.gov.br / www.setur.rn.gov.br

Nombre: EMPROTUR - Empresa Potiguar de Promoción Turística
Dirección: Rua Des. Hemetério Fernandes, 1102 . Tirol . Natal - RN
Teléfono: (84) 3232.2500
Email: : www.brasil-natal.com.br / info@brasil-natal.com.br

RIO GRANDE DEL SUR

Nombre: ONG Viva o Charque
Dirección: Pelotas - RS
Site/Email: www.vivaucharque.com.br / vivaucharque@vivaucharque.com.br

Nombre: Secretaria de Turismo, Deporte y Ocio de Rio Grande del Sur
Dirección: Av. Borges de Medeiros, 1501 - 10º andar - Porto Alegre - RS
Teléfono: (51) 3288-5400
Site/Email: www.turismo.rs.gov.br / correio@turismo.rs.gov.br

RONDÔNIA

Nombre: Superintendencia Estatal de Turismo - SETUR/RO
Dirección: Av. 07 de setembro, 237 - Predio do relógio - Centro - Porto Velho
Teléfono: (69) 3216-5927
Email: seturo@ibest.com.br / www.setur.ro.gov.br

SANTA CATARINA

Nombre: Secretaria de Turismo, Cultura y Deportes - SETUR/SC
Dirección: Rua Eduardo Gonçalves D' Avila, 303 - B. Itacorubi - Florianópolis
Teléfono: (48) 3212-1901
Site/Email: secretario@sol.sc.gov.br / www.sol.sc.gov.br

Nombre: SANTUR – Santa Catarina Turismo S/A
Dirección: Rua Felipe Schmidt, 249 9º andar Florianópolis/SC Brasil
Caja Postal: 1221
Teléfono: (48) 3212-6300

SERGIPE

Nombre: Empresa Sergipana de Turismo S/A - EMSETUR/SE
Dirección: Travessa Baltazar Góes, 86 Ed. Estado de Sergipe 11º andar - Aracaju
Teléfono: (79) 3179-1937/1974
Email: emsetur@emsetur.com.br / www.setur.se.gov.br

Nombre: FUNCAJU - Fundación Municipal de Cultura, Turismo y Deportes
Dirección: R. Sta. Luzia, 602 - São José - Aracaju
Teléfono: (79) 3179-3679 / 3179-3678
Email: funcaju.cultura@aracaju.se.gov.br / www.aracaju.se.gov.br

SAO PAULO

Nombre: Turismo de Campo
Teléfono: (11) 3815-7688
Site/Email: www.turismodecampo.com.br / turismo@turismodecampo.com.br

Nombre: Secretaria de Deporte y Turismo - SET/SP
Dirección: Praça Antônio Prado, 09 - Centro
Teléfono: (11) 3241-5822
Email: dsicotur@ureach.com / www.sp.gov.br

Nombre: Secretaria Municipal de Turismo, Ocio y Eventos de Itu
Teléfono: (11) 4023-1544
Site/Email: secretariodetur@ig.com.br

RORAIMA

Nombre: Departamento Estatal de Turismo de Roraima - DETUR
Dirección: Rua Coronel Pinto, nº241 - Bairro Centro
Teléfono: (95) 2121-2561/ 3623-2365
Email: comunicacao@turismo.rr.gov.br / www.turismo.rr.gov.br

TOCANTINS

Nombre: Agencia de Desenvolvimento Turístico de Tocantins - ADTUR/TO
Dirección: Esplanada das Secretarias Praça dos Girassóis AANE – Centro - Palmas
Teléfono: (63) 3218-2385 / 2357
Email: adtur@sictur.to.gov.br / www.to.gov.br

Nombre: Ruraltins – Instituto de Desenvolvimento Rural de Estado de Tocantins
Dirección: NS 02, 302 Norte, Lotes 1 e 2– Palmas
Teléfono: (063) 3218-3100 / 3218-3101/3102
Email: presidencia@ruraltins.to.gov.br / <http://ruraltins.to.gov.br/>

10. Conclusiones y Comentarios.

A partir del panorama general del turismo rural en el Brasil, es posible expresar algunas consideraciones y conclusiones:

- No obstante la amplia capacidad turística y el significativo potencial turístico encontrado en los territorios rurales a lo largo y ancho del país, existe un deficiente proceso de identificación, ordenamiento y articulación de los emprendimientos
- Son ineficientes e insuficientes los vehículos y medios de información que demuestra la ausencia de un espacio organizado y sistematizado físico y virtual que aglutine informaciones y divulgue el enorme potencial turístico de los espacios rurales brasileños.
- Son diferentes y variados los programas de financiamiento dirigidos para todo el sistema turístico y los mecanismos de acceso bastante difundidos y claros, sin embargo por la falta una definición aceptada por todos los agentes y operadores de turismo sobre la definición y modalidades del Turismo Rural se imposibilita el acceso adecuado de este segmento a los fondos disponibles en los diferente agentes financieros dispuestos para este fin.
- Existe un gran vacío conceptual y la falta de homologación de los criterios, parámetros y conceptos alrededor de la categoría turismo rural no permite el desarrollo de acciones e intervenciones eficientes y efectivas en los distintos niveles: federal, estatal y municipal por lo que se dificulta el desarrollo del Turismo Rural.
- A pesar de poseer una legislación avanzada sobre el Turismo General: reglamentos, normas y leyes, que influyen directa e indirectamente en el turismo rural, la ausencia de una legislación específica para el segmento, sobre todo el rol y los derechos de sus operadores que no está claramente definido en la norma, esto que impide a empresarios y trabajadores acogerse a dispositivos que les benefician y estimulen la actividad.
- Falta promoción, capacitación especializada y acompañamiento científico a los emprendimientos de turismo rural.
- El rol de los actores relevantes del turismo rural no es claro. Las instituciones que debieran promover el desarrollo del sistema están desarticuladas y no existe una clara definición sobre la diferencia entre un mero operador/empresario de turismo rural y/o un productor rural que periódicamente tiene capacidad de ofertar productos turísticos adicionales a la producción agrícola y/o pecuaria, principalmente en los aspectos tributarios. Las empresas y los trabajadores de turismo rural son tributados como empresas y trabajadores urbanos.
- Los beneficios sociales, ambientales y económicos serán tanto mayores en la medida en que se amplíe la participación de los pequeños negocios en la oferta de productos y servicios turísticos en los territorios rurales y cuando se implementen medidas que, al mismo tiempo, reduzcan el riesgo y el costo administrativo de los emprendimientos y se adapten a las demandas y peculiaridades en las distintas situaciones.

11. Bibliografía consultada

Lloret Feijóo y otros: (2007) **El turismo y su incidencia en el desarrollo local de Villa Clara, Cuba**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/, Consultada el 15/05/2009.

Gustavo Uribe, da Agência Estado. **Mercado do turismo pode ter retração de 2% em 2009, diz OMT**. < <http://www.estadao.com.br/noticias/economia,mercado-do-turismo-pode-ter-retracao-de-2-em-2009-diz-omt,313710,0.htm>>. Visitada en 18/05/2009

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão**. Brasília: Secretaria Nacional de Política de Turismo, 2007.

_____. **Estudio de competitividad de los 65 destinos inductores del desarrollo turístico regional**, disponible en el site <http://www.turismo.gov.br/regionalizacao/>, visitada en 19/05/2009

_____. **Datos y hechos, estudios e investigaciones, Ministerio de Turismo**.

http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos/conteudo/fontes.php?pagina=1&in_secao=407. Visitada en 03/06/2009

ROQUE, Andreia Maria. **Turismo no Espaço Rural: um estudo de multicaso nas regiões sul e sudeste de Minas Gerais**. (Dissertação de Mestrado em Administração Rural), 2001, UFLA. Universidade Federal de Lavra.

RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. **Planejamento Turístico**. Barueri: Manole, 2006.

BRASIL, (2006) **Diretrizes para o Desenvolvimento Rural Sustentável**. P. 15.

Guia turismo de campo: turismo rural no estado de São Paulo. Coordenação Técnica: Andréia Maria Junqueira Roque. Coordenação editorial Paulo Eduardo Junqueira Arantes. São Paulo, Turismo de campo Editora, 2006.

Sites:

<http://unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_3_sp_LR.pdf>, visitado en 18/05/2009

Turismo de Campo. <www.turismodecampo.com.br>. visitada em 23/06/2009

Marco teórico _ definiciones de turismo

http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/arroyo_a_/capitulo2.pdf, visitada en 19/05/2009

Revista de Ecoturismo

<http://revistaecoturismo.com.br/turismo-sustentabilidade/>, Visitada en 03/06/2009

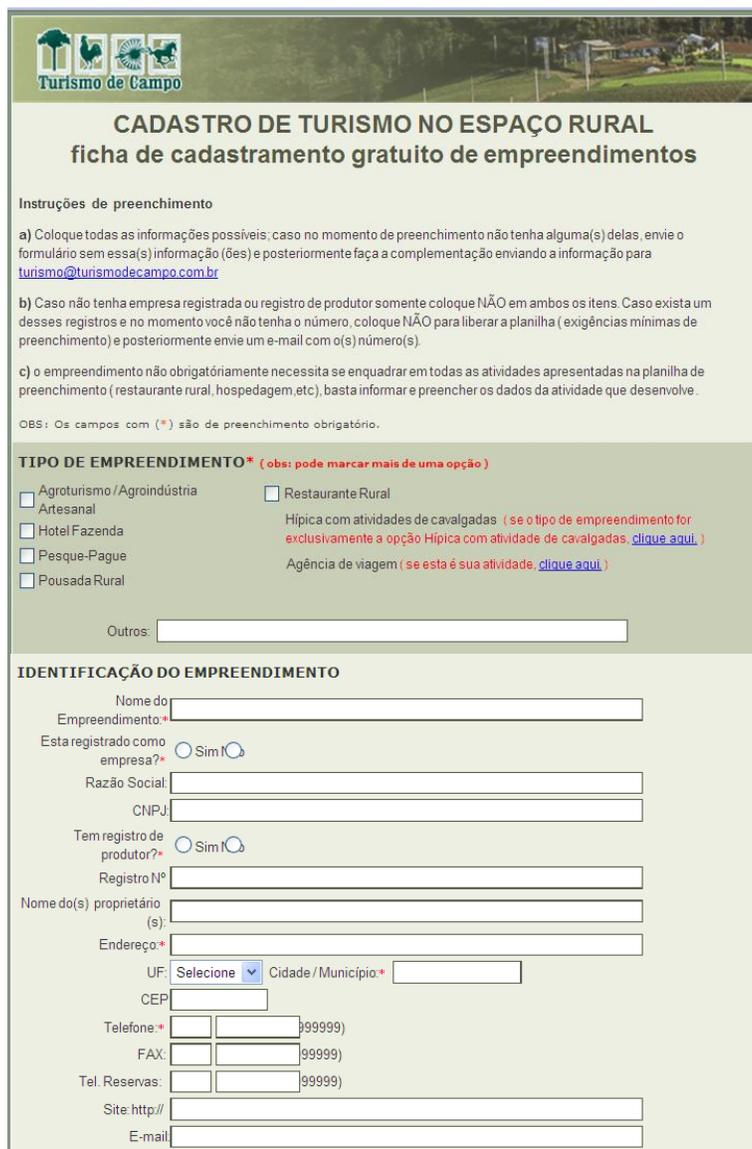
Turismo en el espacio Rural y Natural

<http://www.zimmermann.com.br/espacorural.htm>, visitada en 17/06/2009

12. Anexos

1. MODELO DE FICHA DE CATASTRO PARA CLASIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS EM EL ESTADO DE SÃO PAULO, DISPONIBLE EN LA DIRECCIÓN:

http://www.turismodecampo.com.br/guia_turismo/



Turismo de Campo

CADASTRO DE TURISMO NO ESPAÇO RURAL

ficha de cadastramento gratuito de empreendimentos

Instruções de preenchimento

a) Coloque todas as informações possíveis; caso no momento de preenchimento não tenha alguma(s) delas, envie o formulário sem essa(s) informação (ões) e posteriormente faça a complementação enviando a informação para turismo@turismodecampo.com.br

b) Caso não tenha empresa registrada ou registro de produtor somente coloque NÃO em ambos os itens. Caso exista um desses registros e no momento você não tenha o número, coloque NÃO para liberar a planilha (exigências mínimas de preenchimento) e posteriormente envie um e-mail com o(s) número(s).

c) o empreendimento não obrigatoriamente necessita se enquadrar em todas as atividades apresentadas na planilha de preenchimento (restaurante rural, hospedagem, etc), basta informar e preencher os dados da atividade que desenvolve.

OBS: Os campos com (*) são de preenchimento obrigatório.

TIPO DE EMPREENDIMENTO* (obs: pode marcar mais de uma opção)

<input type="checkbox"/> Agroturismo / Agroindústria	<input type="checkbox"/> Restaurante Rural
<input type="checkbox"/> Artesanal	Hípica com atividades de cavalgadas (se o tipo de empreendimento for exclusivamente a opção Hípica com atividade de cavalgadas, clique aqui.)
<input type="checkbox"/> Hotel Fazenda	Agência de viagem (se esta é sua atividade, clique aqui.)
<input type="checkbox"/> Pesque-Pague	
<input type="checkbox"/> Pousada Rural	

Outros:

IDENTIFICAÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Nome do Empreendimento:

Esta registrado como empresa? Sim Não

Razão Social:

CNPJ:

Tem registro de produtor? Sim Não

Registro Nº:

Nome do(s) proprietário (s):

Endereço:

UF: Cidade / Município:

CEP:

Telefone: 999999

FAX: 999999

Tel. Reservas: 999999

Site: <http://>

E-mail:

Acesso (detalhado) c/ distância em km a partir do centro da cidade mais próxima:

Distância do asfalto:

Acesso sinalizado com placas? sim não

Descrição de atrativos turísticos regionais:

Área da Propriedade: metros hectares alqueires

Data de Inauguração: ex: (dd/mm/aaaa)

Estabelecimento associado a alguma entidade rural ou turística? sim não

Quais?

LOCALIZAÇÃO (obs: pode marcar mais de uma opção)

área rural não produtiva beira-rio
 área rural produtiva montanha
 área rural próxima praia vista panorâmica

Obs.:

OUTRA ATIVIDADE ECONÔMICA DA PROPRIEDADE (obs: pode marcar mais de uma opção)

Artesanato / Tipo:
 Exploração Animal / Qual:
 Exploração Mineral / Qual:
 Exploração Vegetal / Qual:

ATRATIVOS OFERTADOS

área de lazer participação nas atividades rurais: Excolheita /lida com gado

Outros:

ATRATIVOS HISTÓRICOS CULTURAIS / NATURAIS E DE LAZER

área de proteção ambiental mirante
 barco piscina natural
 biblioteca piscina térmica
 bicicleta pista de cooper
 bosque playground
 cachoeira pomar
 caiaque praia (marítima /fluvial ou lacustre)
 campo de futebol quadra de tênis
 campo de minigolfe quadra de vôlei
 capela ruínas com valor histórico
 cavalo sala de convenções
 construção de valor histórico (Casarões, senzala e / ou similar) sala de ginástica
 equipamento p/pesca sala de jogos
 equipe de recreação sala de massagem
 gruta e / ou caverna sauna
 hidromassagem spa
 hipica trilha p/caminhada
 lago p/pesca

Outros:

OUTRAS ÁREAS DE VISITAÇÃO

- alambique criação de galinhas, marrecos e patos
 apiário criação de suínos
 criação de bovinos curral
 criação de caprinos e ovinos horta
 criação de equinos pomar

Outros:

FUNCIONAMENTO

Funciona o ano todo? sim não

Quando fecha?

Reserva obrigatória? sim não

Aceita animais? sim não

Obs:

SERVIÇOS EXTRAS

- cursos de montaria guias p/ atividades ambientais
 estacionamento monitores de recreação

Outros:

Preencha o(s) quadro(s) abaixo de acordo com o tipo de empreendimento:

- Hospedagem - Agroturismo - Restaurante - Pesque Pague

SE O EMPREENDIMENTO OFERECE HOSPEDAGEM

Categoria: confortável básico rústico

Funciona o ano todo? sim não

Quando fecha?

Reserva obrigatória? sim não

Exige permanência mínima (número de dias/época)?

Restrições: proibidos hóspedes com menos de anos

Aceita animais? sim não

Tem programas para visitas de 1 dia? sim não

APOSENTOS E DIÁRIAS

	Tipo	Quant	Capac	Preço R\$ (9999.99)
Aptos:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Aptos:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quartos:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quartos:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Chalés:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Chalés:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Total de unidades: Diária simples Pensão completa

Preço da diária simples inclui: da manhã

O que mais?

SE O EMPREENDIMENTO OFERECE AGROTURISMO - AGROINDUSTRIA ARTESANAL

(pode marcar mais de uma opção)

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> apicultura | <input type="checkbox"/> frutas |
| <input type="checkbox"/> aves e ovos | <input type="checkbox"/> hortaliças |
| <input type="checkbox"/> bebidas/alambique | <input type="checkbox"/> laticínios |
| <input type="checkbox"/> embutidos | <input type="checkbox"/> pães e doces |

Outros:

SE O EMPREENDIMENTO É UM RESTAURANTE RURAL:

Especialidade da Cozinha:

Funciona o ano inteiro? não

Reserva obrigatória? sim não

Horário de Funcionamento?

Dias de Folga?

SE O EMPREENDIMENTO É UM PESQUE PAGUE:

Quantidade de Tanques:

Tamanho dos Tanques:

Espécie de Peixes:

Valor da entrada/ingresso:
R\$ 9)

R\$ 99)

Obs.:(desconto para aposentados / crianças, etc)

Preço por Kg: R\$

INSTALAÇÕES

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> alojamentos | <input type="checkbox"/> lanchonete |
| <input type="checkbox"/> área p/ camping | <input type="checkbox"/> piscina |
| <input type="checkbox"/> bar | <input type="checkbox"/> piscina natural |
| <input type="checkbox"/> campo de futebol | <input type="checkbox"/> quadra de futebol |
| <input type="checkbox"/> churrasqueira coletiva | <input type="checkbox"/> restaurante |
| <input type="checkbox"/> churrasqueiras individuais | <input type="checkbox"/> sala de jogos |
| <input type="checkbox"/> estacionamento | <input type="checkbox"/> sanitários |

Outros:

SERVIÇOS

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> anzol (venda) | <input type="checkbox"/> isopor (venda) |
| <input type="checkbox"/> barco (aluguel) | <input type="checkbox"/> limpeza do peixe |
| <input type="checkbox"/> gelo (venda) | <input type="checkbox"/> linha (venda) |
| <input type="checkbox"/> iscas (venda) | <input type="checkbox"/> vara (venda) |

Outros:

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Responsável pelo preenchimento:

Telefone: * 999999)

Email:

Limpar

Enviar

2. CARTA DE SANTA MARIA.

CARTA DE SANTA MARIA

Os participantes do Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável, realizado em Santa Maria - RS e promovido pela Universidade Federal de Santa Maria, na data de 27 a 29 de março de 1998.

RECONHECEM:

1. A importância sócio econômica cultural do turismo no espaço rural;
2. O esforço dos poderes públicos, da iniciativa privada, das instituições de ensino e das organizações não governamentais em fomentar o desenvolvimento sustentável local, regional e nacional, por meio das iniciativas turísticas no espaço rural;
3. O nível de excelência dos profissionais na área de turismo como agentes do desenvolvimento sustentável e;
4. A falta de estímulo aos estudos, pesquisas e registros quantitativos e qualitativos sobre os impactos sócio econômicos do turismo no espaço rural.

CONSIDERAM:

1. A necessidade do fortalecimento e integração entre os agentes institucionais, governamentais e privados;
2. A inexistência de legislação que contemple as especificidades da atividade de turismo no espaço rural;
3. A dispersão das formas organizadas de entidades profissionais do setor de turismo no espaço rural;
4. A não confiabilidade nos registros existentes e a modesta quantidade de pesquisas acarretam uma morosidade no desenvolvimento sócio econômico no espaço rural.

PROPÕEM:

1. Que as instituições governamentais estabeleçam em parceria com a iniciativa privada, políticas e diretrizes voltadas para o segmento do turismo no espaço rural;
2. A criação de associações locais e regionais integradas a uma instituição de representatividade de âmbito nacional;
3. A revisão da legislação existente que interfere direta ou indiretamente no segmento e a sua consequente normatização;
4. O estímulo a capacitação de profissionais por meio de entidades públicas e privadas,
5. O estímulo a pesquisa de turismo no espaço rural de maneira que os registros sigam uma terminologia unificada e venham facilitar a interpretação e análise dos dados.

Esta carta vem de encontro às três diretrizes estipuladas para este congresso:

Acadêmica;
Sócio-cultural,
De reflexão.

CONGRESSISTAS
Santa Maria, 29 de maio de 1998.

