

**UTILIZAÇÃO
ÁREAS RURAIS
PARA TURISMO RURAL E
EQUESTRE**

INSTITUTO ESTRADA REAL

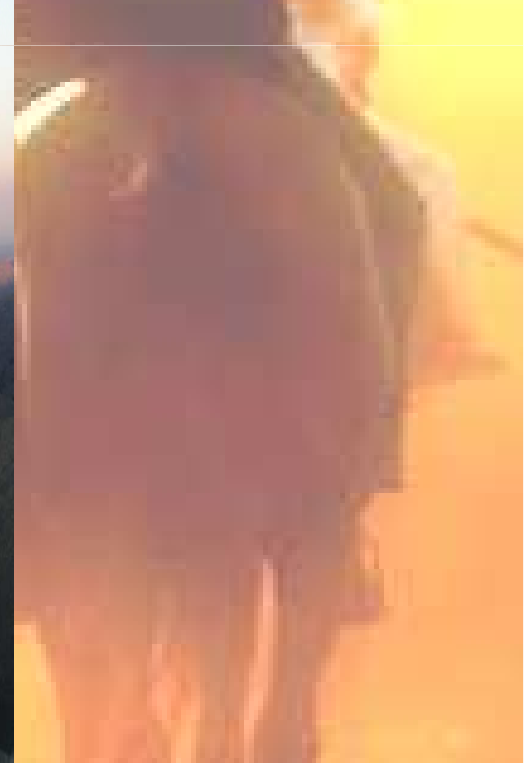
www.idestur.org.br

Um novo olhar sobre o Universo Rural



NO TURISMO DE EXPERIÊNCIA EM ÁREAS RURAIS E NATURAIS VENDEMOS SONHOS COM

- **QUALIDADE**
- **PROFISSIONALISMO**
- **MODERNIDADE**
- **SEM PERDER A RURALIDADE**





- *“O turismo é um fenômeno seguidamente mal entendido, ele não é uma indústria, pois não proporciona transferências de bens e serviços, que seriam produzidos atrás de alguns muros das empresas.*
- *O turismo se focaliza sobre os seres humanos que visitam um destino em função de um ou vários atrativos, isto permite que encontrem outros seres que ali vivem e fornecem os bens e serviços exigidos pelos turistas.*
- *Os moradores da localidade asseguram os serviços, os empregadores e empregados fornecem uma contribuição essencial à vida turística, mas não podemos entender os recursos sociais, culturais e naturais de uma localidade como mercadorias, e sim como relações humanas”. Peter Keller (2000), diretor geral da OMT*

ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA



Mais que deslocamento e hospitalidade, o turismo se materializa no exercício da troca.

Vivências que se dão no encontro de pessoas e de destinos.

Compreender os desejos e as vontades do turista torna-se essencial para o desenvolvimento de produtos e serviços turísticos diferenciais.

Interpretar as tendências de mercado e se adaptar a elas, faz do turismo uma atividade dinâmica e em constante evolução.



- Seguindo essas tendências, as atividades de interesse específico ligadas à natureza e a prática de atividades esportivas ou de aventura ganham espaço na mídia e passam a ser cada dia mais procuradas.
- O crescimento da prática de tais atividades faz com que destinos e empreendimentos busquem a segmentação, qualificação e diferenciação de seus produtos e serviços.

OLHEM

**PEDRA AZUL
ESPÍRITO
SANTO**

PRODUTO ?



NÃO

**PROPRIEDADE
PARTICULAR
ESPETACULAR**

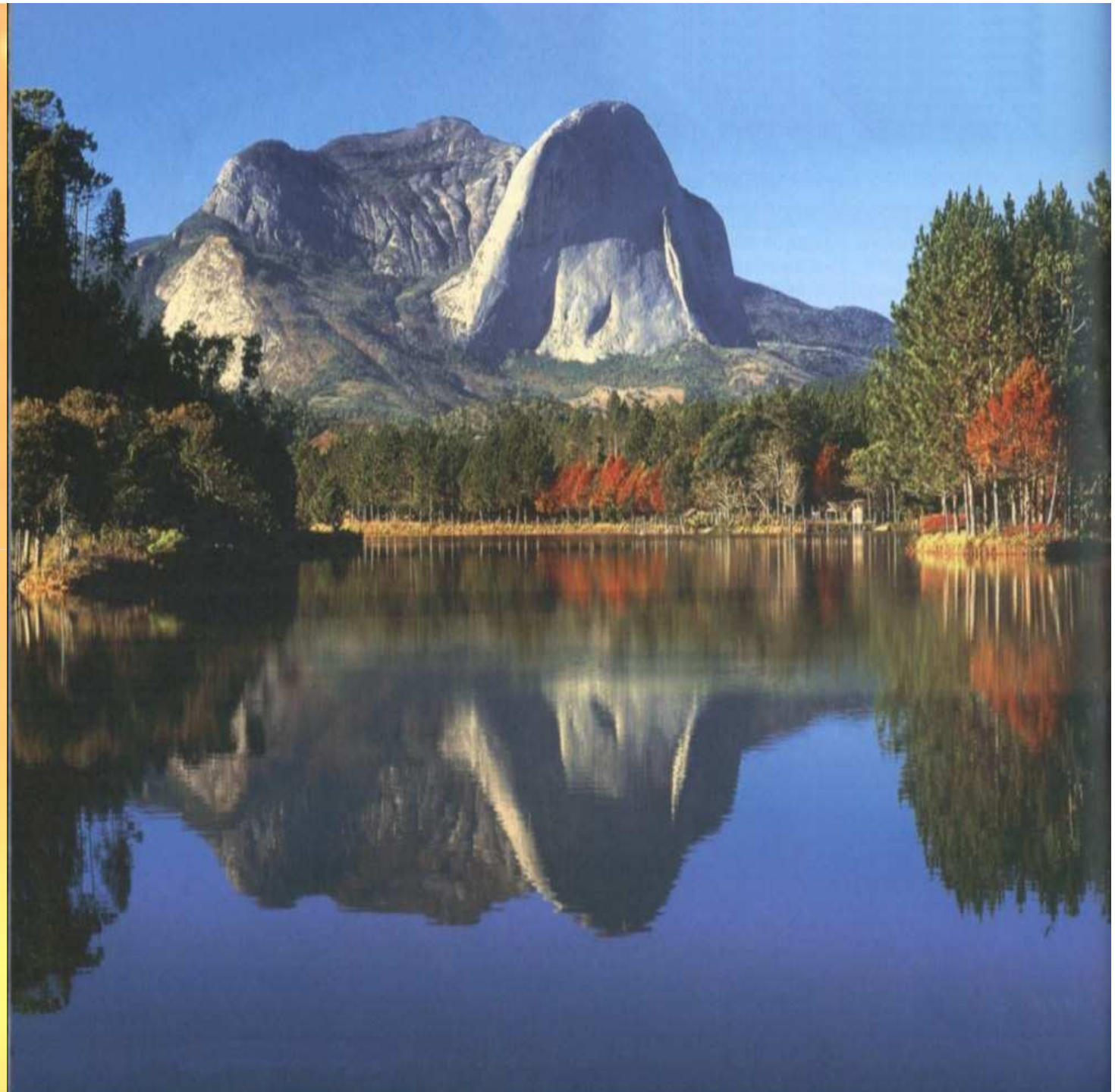
**IDEALIZADA POR
ALGUÉM QUE
ACREDITA
NA HARMONIA
DA BELEZA**

**HUMBERTO ECO
ESCOLA DE VENEZA**

**ELIEZER BATISTA
VALE DO RIO DOCE**

**É MATÉRIA PRIMA
DA NATUREZA
QUE PODE SER
PRODUTO
TURISTICO**

**CAIO CARVALHO
SP TUR**



A Proposta: TRANSFORMAR MATÉRIA PRIMA EM PRODUTO

-Potencializar a valorização dos espaços rurais brasileiros, privilegiados pela natureza e muito ricos em tradições e culturas.

Orgulho de um povo

-Estimular o reconhecimento e a reflexão sobre os valores ambientais e rurais brasileiros.

-Elaborar produtos turísticos com valores de produto de origem

-Roteiro do Café em SP

-Roteiro dos Engenhos

-Rota dos Mangalargas




- Pensar em cavalos no Brasil significa pensar em um animal sem fronteiras, que se adapta a todo tipo de terreno, sinônimo de grande resistência, agilidade e rusticidade. Aproveitar estas características na vivência de atividades no espaço rural torna-se uma importante iniciativa de fomento à atividade turística, geração de ocupação e renda, fixação do homem no campo, inserção do jovem no mercado de trabalho, resgate e manutenção da cultura tropeira.” *Herbert Pardini*



**PASSEIOS, VIAGENS E CAVALGADAS
COMO PRODUTO TURÍSTICO**

**REUNIÃO UNIVERSOS
UNIVERSO DE TURISMO
COM CAVALOS**

A person is riding a horse in a field at sunset. The scene is bathed in warm, golden light, with the sun low on the horizon, creating a soft glow. The rider is seen from behind, and the horse is in motion. The background shows a line of trees and a fence, suggesting a rural or equestrian setting.

È possível imaginar novas formas de vivência e interação com o meio, que se traduzam **em experiências** entre o turista, a comunidade e a região, de forma a proporcionar que o visitante se torne **protagonista** do ambiente visitado através de atividades de interesse específico como o Turismo Rural Natural e Equestre.

PRODUTO DE ORIGEM

Escolha do Produto de Origem torna-se um importante instrumento de planejamento da atividade, adequando produtos e promovendo as localidades como destinos turísticos diferenciais. Informações sistematizadas e bem empregadas podem potencializar o crescimento da economia local e incentivar o **empreendedorismo**.

Fórmula do Sucesso

- *Políticas Públicas*
- *Políticas Privadas*
- *Políticas Profissionais*

*Mas a não existência de uma
não inviabiliza a outra e sim
modifica a estratégia*

A Integração gerando força competitiva

Quem participa deste processo



PIONEIROS

Acreditam na idéia e desenvolvem um processo de liderança sobre os demais componentes do sistema

NOVOS INVESTIDORES

Promovem a estruturação dos equipamentos e serviços necessários a comercialização

PROFISSIONAIS

Promovem o planejamento sustentável da atividade de forma a permitir sua continuidade

A Integração gerando força competitiva

Quem participa deste processo

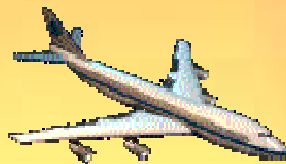
OPERADORES



Promovem o desenvolvimento operacional do processo de distribuição e comercialização de pacotes



TURISTA



É o motivo de existência de todo o processo, portanto deve promover a sustentação do processo.



- USO DE Parques Nacionais PARA ATIVIDADES

TÚRISTICAS com Plano de Manejo:

documento técnico mediante o qual, com fundamento nos objetivos gerais de uma unidade de conservação, se estabelece o seu zoneamento e as normas que devem presidir o uso da área e o manejo dos recursos naturais, inclusive a implantação das estruturas físicas necessárias à gestão da unidade (Lei 9.985, de 18.07.2000).

- RPPN é um ato de vontade do proprietário; Não acarreta perda do direito de propriedade; Para criação de uma RPPN, o proprietário deve apresentar documentação específica ao IBAMA, cujo ato de reconhecimento será publicado no Diário Oficial e posteriormente averbado no Registro Imobiliário competente, gravando a área como reserva em caráter perpétuo.





Incentivar uma conduta pró-ativa,
organizada e coletiva por parte dos
empreendedores e prestadores de
serviço na prática do Turismo
Eqüestre de forma **segura e
qualificada**