



# Projeto Talentos do Brasil Rural:

turismo e agricultura familiar a caminho  
dos mesmos destinos

Resumo Executivo

BRASÍLIA - DF

Setembro de 2013

## 1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A presença predominante da agricultura familiar no meio rural brasileiro e o expressivo número de empreendimentos e atividades turísticas a ela vinculadas proporcionou o surgimento de uma forma complementar de renda para os agricultores, o turismo rural na agricultura familiar.

Ao conhecer a propriedade do agricultor familiar, o turista não consome apenas os serviços de hospedagem e alimentação e os atrativos. Acaba por adquirir produtos artesanais e agropecuários produzidos por agricultores familiares, característicos da região visitada, gerando nova possibilidade de renda e agregando valor ao que é oferecido ao turista.

Contudo, o consumo destes produtos não precisa ficar restrito às visitas de turistas às propriedades familiares. Ele pode ser feito em centros urbanos, para onde se desloca um número maior de turistas. Afinal, quando alguém visita São Paulo e se hospeda em um hotel de negócios, consome um suco no café da manhã, utiliza um sabonete e leva para casa o artesanato vendido na loja vizinha. Todos estes produtos podem ser fornecidos por agricultores familiares.

O presente projeto é resultado do Acordo de Cooperação Técnica assinado pelo Ministério do Turismo - MTur e Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA em 2009, que procura fortalecer a relação entre a agricultura familiar e a atividade turística.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. Objetivo Geral

Inserir produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico, agregando valor à oferta turística brasileira.

### 2.2. Objetivos específicos

- Conhecer e alinhar oferta e a demanda do mercado turístico de produtos e serviços da agricultura Familiar.
- Qualificar e agregar valor aos serviços e produtos da agricultura familiar existentes, para distribuição e comercialização no mercado turístico.

- Iniciar a preparação dos agricultores familiares para a prestação de serviços aos turistas e oferta de produtos diferenciados ao mercado turístico – em hotéis, bares, restaurantes, lojas de artesanato - na Copa do Mundo de 2014, agregando valor socioambiental e sustentabilidade ao produto turístico.
- Apoiar a promoção e comercialização de produtos, serviços e destinos da agricultura familiar.

### 3. LINHAS DE ATUAÇÃO

O projeto está estruturado em dois eixos:

- **Produtos da Agricultura Familiar:**
  - **Foram selecionados 89 empreendimentos** (cooperativas, associações, redes) da agricultura familiar de todo o Brasil para fornecerem produtos para empreendimentos turísticos (meios de hospedagens, bares, restaurantes, entre outros) das 12 cidades sede da Copa do Mundo. Os produtos são organizados em três linhas:
    - *amenities (cosméticos)*
    - alimentos e bebidas
    - decorativos e utilitários (artesanato, produção agroindustrial etc.) .
- **Roteiros e Serviços Turísticos:**
  - **24 roteiros turísticos (compostos por 54 municípios e cerca de 400 empreendimentos)**, localizados no entorno das 12 cidades-sedes da Copa, compostos por pelo menos 10% de empreendimentos da agricultura familiar (propriedades).

### 4. AÇÕES

- Seleção de empreendimentos e roteiros participantes.
- Diagnóstico dos participantes do roteiro (visita in loco de técnicos do Projeto e realização de workshop com os participantes do roteiro para apresentar os resultados – pontos fracos e fortes).
- Elaboração de planos de ação.

- Qualificação dos empreendimentos e roteiros (consultorias para formação de redes, roteirização turística, gestão de negócios, aperfeiçoamento de produtos e geração de experiências e inovações)
- Estudos de mercado (elaboração de Planos de Posicionamento no Mercado).
- Promoção e apoio à comercialização dos produtos e serviços da agricultura familiar para o mercado turístico (participação em feiras e eventos; produção de material promocional, realização de rodada de negócios, entre outros).

## 5. RESULTADOS ESPERADOS

- Produtos e serviços da agricultura familiar, inseridos no mercado turístico das 12 cidades-sedes da Copa.
- Ampliação de canais de comercialização para os agricultores familiares.
- Reposicionamento de 24 roteiros turísticos, aumentando sua competitividade.
- Diversificação, ampliação e melhoria da oferta de produtos associados ao turismo em 12 cidades-sedes.

## 6. PARCEIROS E CONTRAPARTIDA DO MTur

O Talentos do Brasil Rural tem como órgão financiador o Ministério do Desenvolvimento Agrário, que investiu cerca de 3 milhões de reais no projeto e também trabalhou em sua elaboração. O Sebrae é o órgão executor, tendo, recentemente, também aportado recursos. Ministério do Meio Ambiente e Agência de Cooperação Alemã - GIZ foram apoiadores do projeto em seu início.

Ao Ministério do Turismo coube a elaboração conjunta do projeto, a gestão compartilhada, a coordenação e a produção técnica acerca do eixo “Serviços”, além da realização da etapa de diagnóstico nos roteiros. As ações do eixo produtos são capitaneadas por Sebrae e MDA.