

A gente só sabe pescar e tecer rede; ninguém nunca nos ensinou como o turista pode valorizar nosso trabalho sem tirar nosso sossego.



A cidade que só vive no verão

17mil

habitantes fixos

50mil

no verão

+50%

restaurantes fecham fora da
temporada

Em eventos de grande porte, a população pode chegar a **100–200 mil pessoas**. Fora da temporada, o silêncio domina.

Fonte: NSC Total (2025); 4oito

Nossa descoberta: o problema não é desconhecimento

Fomos a campo

Ouvimos diretamente as famílias da região em pesquisa diagnóstica própria (n=11).

Já conhecem

90,9% já conhecem turismo rural/comunitário

Reconhecem o valor

90,9% reconhecem seu trabalho como produto turístico

Querem participar

100% têm interesse em participar"]

A demanda já existe. Falta quem organize.

Fonte: Pesquisa diagnóstica própria (n=11). Nota: amostra inicial majoritariamente urbana/engajada; público rural será medido na primeira etapa do projeto.

As barreiras reais (apontadas pelas próprias famílias)

→ "Não faria sozinho"

Necessidade de rede de apoio e trabalho coletivo.

→ "Não sei por onde começar"

Ausência de orientação técnica e metodológica acessível.

→ Falta de divulgação

Invisibilidade no mercado turístico regional e digital.

→ Falta de estrutura física

Espaços e equipamentos para receber visitantes com qualidade.

A solução: uma incubadora de famílias

Um núcleo de TBC que funciona como incubadora — pega a família que quer e a conduz até ter uma experiência turística pronta, formalizada e vendendo.

Entra

Família interessada com
saber-fazer e propriedade

Passa por

Formação, estruturação,
formalização e conexão em rede

Sai

Experiência turística que gera renda o ano inteiro

Não é construir hotel. Não é evento de verão. É transformar a propriedade e o saber-fazer que **já existem** em produto.

Como funciona: 4 componentes, 4 barreiras resolvidas

1

Associação / Rede

Resolve "**não faria sozinho**" — estrutura coletiva que dá suporte, segurança e escala às famílias participantes.

2

Programa de Formação-Ação

Resolve "**não sei por onde começar**" — parceria com universidade e extensão rural; inclui visita técnica à Acolhida em Praia Grande e mentoria continuada.

3

Captação para Estrutura

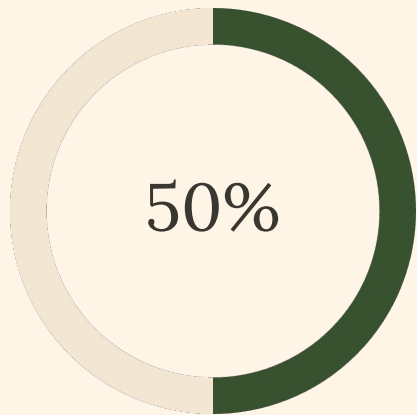
Resolve "**falta estrutura física**" — acesso a Pronaf e editais públicos para adequação das propriedades sem custo direto às famílias.

4

Vitrine Comum

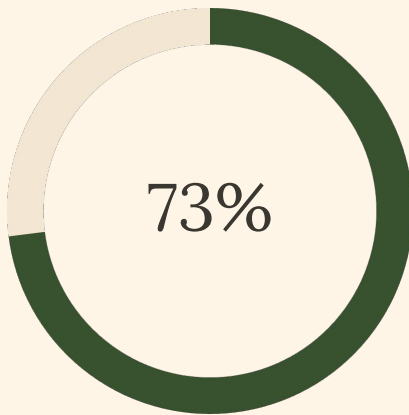
Resolve "**falta divulgação**" — marca coletiva, selo territorial, presença digital integrada e feira de experiências.

Por que agora: a demanda existe e cresce



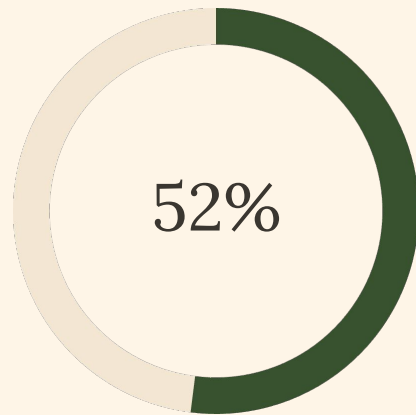
buscam oficinas e colheita

Turistas do meio rural querem experiências ativas e participativas.



valorizam comida caseira autêntica

Gastronomia local é o principal atrativo do turismo rural.



descobrem destinos por redes sociais

A vitrine digital é essencial para alcançar o novo turista.

O turismo rural cresce **~6% ao ano** globalmente — e o perfil do turista moderno valoriza exatamente o que a região já tem: autenticidade, natureza e cultura local.

Fonte: Pesquisa Demanda Turismo Rural (MTur/Rede TRC/SPRINT, 2023); OMT

A prova: já funciona ao nosso lado



Acolhida na Colônia

Não é um modelo distante — é uma rede que opera **há 25 anos** dentro do mesmo Geoparque, em Praia Grande, município vizinho de Araranguá.

A replicabilidade está comprovada. O modelo existe, funciona e está ao alcance da nossa região.

~100 famílias

em +25 municípios de Santa Catarina

+100%

de capacidade de hospedagem com apoio público (SC Rural)

Fonte: acolhida.com.br; CIDASC; SC24h