

A agricultura familiar orgânica: um estudo de caso em uma propriedade Associada à Acolhida na Colônia do município de Santa Rosa de Lima, SC

Alexandro Alves do Nascimento¹
Léo Serpa²

RESUMO

No Brasil existem mais de quinze mil propriedades orgânicas certificadas e em processo de transição, sendo 75% delas pertencentes a agricultores familiares. Considerando esse panorama, este estudo teve como objetivo identificar se a oferta de alimentos da agricultura familiar orgânica é um fator determinante na escolha do(s) hóspede(s) pela propriedade. A pesquisa foi conduzida sob a forma de um estudo de caso em um meio de hospedagem no município de Santa Rosa de Lima, no estado de Santa Catarina, integrante da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia. O estudo foi realizado entre os meses de novembro de 2020 e agosto de 2021. Como métodos de pesquisa foram utilizados levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa, exploratória e entrevista semiestruturada *in loco*. Com o estudo observou-se que a hospitalidade da família é o item com o maior destaque nas avaliações dos hóspedes. O bem receber, a cordialidade e o acolhimento tornam a experiência única e marcante, sendo o maior identificador de atratividade.

Palavras-Chave: agroturismo; agricultura familiar; acolhida na colônia.

ABSTRACT

In Brazil there are more than fifteen thousand certified organic properties in the process of transition, of 75% which belong to family farmers. Considering this scenario, this study aimed to identify whether the supply of food from organic family farming is a determining factor in the choice of guest(s) on the property. The research was conducted in the form of a case study in a lodging facility in the municipality of Santa Rosa de Lima, in the state of Santa Catarina, which is a member of the Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia. The study was carried out between November 2020 and August 2021. As research methods, bibliographic research, qualitative and exploratory research and semi-structured interviews *in loco* were used. With the study it was observed that the hospitality of the family is the item with the greatest prominence in the guests' evaluations. The welcome, cordiality and reception make the experience unique and remarkable, being the greatest identifier of attractiveness.

Keywords: agritourism; family farming; acolhida na colônia.

¹ Discente do Curso Tecnólogo em Hotelaria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Campus Florianópolis Continente. E-mail: alexandro@gmail.com.

² Professor – Doutor em Engenharia de Alimentos. Instituto Federal de Santa Catarina, Campus Florianópolis, Continente. E-mail: leo.serpa@ifsc.edu.br.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo foi realizado no contexto do curso Tecnólogo em Hotelaria do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Campus Florianópolis Continente, entre os meses de novembro de 2020 e agosto de 2021.

A pesquisa foi conduzida sob a forma de um estudo de caso no meio de hospedagem Chalé Assing, localizado no município de Santa Rosa de Lima, no estado de Santa Catarina. A propriedade integra a Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia. Como metodologia de pesquisa realizou-se levantamento bibliográfico, pesquisa qualitativa, exploratória e entrevista semiestruturada *in loco*.

Em termos de contextualização, Santa Catarina é um estado brasileiro que se caracteriza por apresentar condições adequadas para o agronegócio, que apresenta significativa relevância econômica em seu PIB (Produto Interno Bruto). De acordo com IBGE (2017), o valor bruto da produção agropecuária no estado em 2017 foi de R\$ 20,48 bilhões e aproximadamente 50,6% deste valor advém da agricultura familiar, com 183 mil propriedades rurais e 502 mil pessoas envolvidas. Considerando os dados das projeções do IBGE (2010) para o ano de 2021, com uma população catarinense estimada de 7.338.473 pessoas, estima-se que 6,84% dessa população esteja envolvida com a produção da agricultura familiar (considerando crianças e adultos), algo em torno de 501.950 pessoas.

Na legislação brasileira (Estatuto da Terra - Lei nº 4.504/1964), encontra-se o primeiro registro de definição da agricultura de base familiar no Brasil:

Propriedade Familiar - o imóvel rural que direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes absorva toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalho com a ajuda de terceiros (BRASIL, Lei nº 4.504/1964).

No Brasil a agricultura familiar conta com uma legislação própria e, segundo Grisa et al. (2014), os agricultores familiares foram historicamente tratados como produtores de subsistência, pequenos agricultores ou produtores de baixa renda e somente no ano de 1995, com a criação do Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), passaram a ter o reconhecimento do Estado brasileiro e a dispor de uma política nacional destinada exclusivamente para eles.

De acordo com a Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006 (mais conhecida como a Lei da Agricultura Familiar), é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar aquele que promove atividades no meio rural, emprega mão de obra da própria família, tenha percentual

mínimo da renda familiar advindas de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento (Brasil, 2006).

Para a agricultora e para o agricultor familiar o agroturismo tem se apresentado como uma fonte de renda e de desenvolvimento social, ao valorizar ainda mais as atividades rurais cotidianas, sua cultura e o seu modo de vida. Segundo Portuguesez (2002), o agroturismo é uma vertente do turismo no espaço rural praticada dentro das propriedades e que proporciona ao visitante a experiência do cotidiano familiar, integrando-o aos hábitos locais, mesmo que por um curto período de tempo.

No momento de escolha pelo destino turístico o *simples* tem sido cada vez mais valorizado e, conforme Chicico (2012), os traços culturais e o modo de vida rural, que antes eram considerados simplistas e *atrasados*, surgem como um elemento-chave para a construção da identidade cultural de um povo e de seus territórios. Nesse sentido, as propriedades integrantes da Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia (AAAC) buscam atender esses aspectos, primando pela simplicidade, hospitalidade e pela alimentação orgânica como diferenciais de atendimento. Esses fatores despertam o potencial turístico da propriedade rural, o que contribui para o incremento da renda, para o aumento da autoestima dos agricultores e das agricultoras e amplia a possibilidade de permanência da família no campo.

A hospitalidade, um tema presente em diversos estudos relacionados à hotelaria, é definida por Camargo (2004, p. 52) como “o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat”. Nesse contexto, o agroturismo proporciona diversas experiências ao visitante, desde o reencontro com suas raízes, o estímulo de suas memórias afetivas, a vivência do processo de plantio, a colheita e o preparo dos alimentos, os cuidados com a propriedade e o conhecimento de sua história, aliados ao convívio com a família.

Na hotelaria o cliente só saberá se o serviço é de boa qualidade e se suas expectativas serão atendidas no momento em que passar a desfrutar do serviço, pois nesse ramo de atividade os serviços em sua maioria são intangíveis, não podem ser estocados e isso influencia no processo de avaliação. Dessa forma, é importante proporcionar ao hóspede uma experiência memorável e ficar atento às suas avaliações, sugestões e necessidades. Para Mamede e Veiga Neto (2011), considerar a percepção de qualidade por parte do consumidor é uma vantagem competitiva e pode se tornar um diferencial estratégico.

Por conseguinte, o objetivo deste estudo foi identificar se a prática da agricultura familiar orgânica é um fator determinante na escolha do(s) hóspede(s) pela propriedade. De acordo com um estudo publicado na HotelNews (2016), realizado pela empresa de consultoria

Mapie, foi identificado que as pessoas valorizam cada vez mais uma alimentação saudável, sustentável, simples e saborosa, que utilize em seu preparo ingredientes cultivados e produzidos na região. Nesse mesmo estudo também foi identificado um aumento na busca pela simplicidade, o que proporciona mais apoio, incentivo e fortalecimento à comunidade e aos produtores locais.

Integra este estudo a análise das avaliações da propriedade Chale Assing presentes na Plataforma *AirBnB* entre os meses de janeiro de 2016 e fevereiro de 2021, que pretende ampliar o número de dados e a objetividade do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Hospitalidade e Alimentação

Hospitalidade vem da palavra latina *hospitalitas-atris* e traduz-se como: o ato de acolher, hospedar; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza. A palavra *hospes-itus* se traduz por hóspede, estrangeiro, aquele que recebe ou que é acolhido com hospitalidade; o indivíduo que se acomoda ou se acolhe provisoriamente em casa alheia, hotel ou outro meio de hospedagem (DIAS, 2002).

A hospitalidade comercial já é praticada desde tempos longínquos e na hotelaria ela é um dos pilares da indústria do turismo. Para Camargo (2007) é toda forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido. Nas palavras de Cândido e Vieira (2003, p. 79) “é na recepção que o hóspede é recepcionado e forma sua primeira opinião sobre o hotel e, da mesma forma, no final da hospedagem na hora do *checkout* leva sua impressão sobre o hotel”.

Para o setor de hospedagem a tecnologia possibilitou a conexão não intermediada entre as partes, ampliando e democratizando o poder de escolha. Com a popularização do acesso à internet e das mídias sociais, os usuários passaram a efetuar suas reservas nos hotéis, o pagamento de contas, o compartilhamento de experiências, fotos, avaliações e tudo em tempo real.

Ao ingressar no hotel o hóspede transforma-se em um fiscal de qualidade, uma vez que avalia tudo, 24 horas por dia, durante todos os dias que estiver hospedado. Entretanto, no quarto a fiscalização será ainda maior, mais detalhada, pois o hóspede observa, analisa e julga cada detalhe. O conjunto dessas impressões define se haverá ou não retorno e qual será o tipo de divulgação que fará em seu meio social (PETROCCHI, 2002).

Um exemplo importante que envolve a tecnologia na hotelaria é a plataforma *AirBnB*, um serviço de hospedagem domiciliar *online* derivado da economia compartilhada, com atuação global e que conecta viajantes a anfitriões. Foi fundada em São Francisco (Califórnia, EUA) em 2008 pelo cientista Nathan Blecharczyk e pelos designers Brian Chesky e Joe Gebbia. O site é definido como um mercado comunitário confiável, no qual as pessoas podem anunciar, encontrar e reservar acomodações em todo o mundo, de um celular, *tablet* ou computador. É conhecida por ser um mercado comunitário de publicidade, compartilhamento e reserva de hospedagem. Opera em mais de 220 países e 100.000 cidades, reunindo mais de 5,6 milhões de acomodações em todo o mundo (AIRBNB, 2021).

A plataforma também possibilitou a expansão da busca pelo turismo de experiência, uma prática utilizada há muito tempo, mas com poucos estudos a esse respeito. De acordo com Netto e Gaeta (2010) essa é uma tendência que está tomando cada vez mais espaço no mercado. Afirmam também que há serviços prestados e recebidos com absoluta frieza, de forma mecânica e sem nenhum impacto, e que por isso são experiências medíocres, ordinárias e banais. A experiência está relacionada à surpresa, à singularidade, à emoção e ao prazer, tem de ser inesquecível. São esses os sentimentos que produzirão no hóspede o desejo de retorno e também o de compartilhar com outras pessoas essa experiência.

A alimentação tem um papel importante no processo de experiência vivenciada pelo hóspede e, segundo Camargo (2004), acolher pessoas, hospedá-las, alimentá-las e entretê-las é um dos eixos do processo de hospitalidade humana. A alimentação é responsável pela conservação da vida e, para Carneiro (2003), após a respiração e a ingestão de água é a mais básica das necessidades humanas, pois além de uma necessidade biológica é um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos, estéticos etc. A hospitalidade e a alimentação integram nossa vida desde o momento do nascimento. Meyer (2007) descreve esse instante de uma forma poética:

Instantes depois de nascer, a maioria dos bebês recebe os primeiros presentes da vida: um olhar, um sorriso, um abraço e um pouco de comida. Recebemos muitos outros presentes durante a existência, mas pouquíssimos serão capazes de superar esses quatro, aquela vez pode ser a mais pura “troca de hospitalidade” que jamais teremos, e não é surpresa nenhuma desejarmos ardentemente esses presentes pelo resto de nossa vida. Eu sei que desejo (MEYER, 2007, p. 10).

Não há como se pensar em Turismo e não considerar a alimentação para curta ou longa permanência, uma vez que o viajante não pode abster-se dela (BARROCO, 2008). Quando a oferta de alimento está inclusa no serviço oferecido, além do prazer e do sabor, o fator saúde também estará diretamente relacionado. A agricultura familiar orgânica contempla esses fatores, além de ser uma das principais responsáveis pela permanência do agricultor no campo e pela diminuição do êxodo rural. É também uma característica importante em todo o estado de Santa Catarina, onde 87% do total de estabelecimentos organizam-se diante da lógica do trabalho familiar e ocupam 44% da área do Estado, reiterando a representatividade desta categoria no contexto social e econômico catarinense (WEBWER, 2013).

Do ponto de vista econômico a proximidade entre produtores e consumidores é fundamental, pois a venda direta ao consumidor aumenta o valor agregado dos produtos e a renda dos agricultores familiares (FANTINI et al., 2018), além de proporcionar inúmeros benefícios. De acordo com estudo realizado por Araujo (2010), os consumidores identificam

nos alimentos orgânicos mais sabor, durabilidade, textura diferenciada e maior valor nutritivo, identificando a saúde como um dos principais motivadores, seguido pela consciência ambiental e colaboração com o pequeno produtor rural.

O alimento tem um papel importante na história da humanidade, está profundamente relacionado à identidade de um local, à sensação de acolhimento, afeto e hospitalidade. Essa busca tem sido cada vez maior, como relatam Beber e Manasche (2011):

(...) atualmente, há uma crescente demanda dos turistas por produtos identitários, o que torna a comida um dos componentes centrais da escolha do visitante por determinado destino turístico. A comida constitui-se como expressão das identidades locais, que o turista reconhece e consome. (BEBER; MANASCHE, 2011, p. 88)

A gastronomia presente na cultura local, mesmo com suas modificações ou adequações no preparo ou nos ingredientes utilizados, faz parte do que se considera um bem cultural vivo, que se transforma com o passar do tempo. Um bem imaterial rico justamente por essa diversidade e multiplicidade, que transmite uma tradição às gerações seguintes, perpetuando essa cultura (MOSE; PERINI, 2016).

Quando o produtor compartilha o alimento proveniente do seu trabalho ele está compartilhando com quem o recebe toda sua generosidade, seu tempo, sua carga cultural, seus valores, tradições e memórias. Esse alimento conta sua história e a de seus antepassados, além de saciar a fome e nutrir o corpo, retrata sua força e sua resistência.

2.2 Sustentabilidade

As consequências das ações humanas em nosso planeta são temas cada vez mais frequentes e, apesar do aumento da consciência ambiental, os recursos naturais são consumidos de forma acelerada, o que causa diversos impactos ao meio ambiente.

Esses recursos podem ser classificados em renováveis e não renováveis. De acordo com Kirk (1996), os não renováveis são aqueles que quando utilizados não possibilitam a substituição e quanto mais estes recursos forem utilizados, maior é a chance do seu esgotamento futuro. O autor afirma ainda que os recursos renováveis são aqueles que estão sendo constantemente reabastecidos, ou seja, a sua utilização não afeta a disponibilidade futura, como por exemplo a energia solar e a energia eólica.

Para que seja possível que os recursos oferecidos pela natureza à humanidade renovem-se, é essencial que sejam utilizados de forma consciente, de maneira a garantir a existência desses recursos para as gerações futuras. Em mercados mais amadurecidos em relação à

preservação ambiental, os consumidores consideram a natureza como algo que os afeta diretamente e sobre a qual podem ter impacto.

A grande maioria do setor hoteleiro utiliza em demasia os recursos naturais, tanto por meio do alto consumo de energia, de água, de produtos de higiene e limpeza, como também pelo elevado grau de desperdício, ocasionando uma grande quantidade de resíduos.

A crise desencadeada pela pandemia de COVID-19, que ocasionou a queda nas taxas de ocupação e um cenário de incertezas no setor hoteleiro, também levou os gestores a repensar as práticas e os métodos de gestão, buscando maneiras de controlar os custos operacionais, sendo a energia elétrica é um dos principais custos. Nesse sentido, um bom planejamento permitirá ao gestor colocar em prática medidas para a redução do desperdício e dos impactos causados à natureza.

A instalação de painéis fotovoltaicos está diretamente relacionada com a redução dos custos, além da possibilidade de autonomia energética do empreendimento. O primeiro passo é realizar a análise da viabilidade técnica do empreendimento e o cálculo da quantidade de energia que precisará ser captada pelos painéis para suprir a demanda.

Além dos painéis fotovoltaicos, outras medidas podem ser colocadas em prática a fim de que contribuam com a economia e com a redução dos impactos ambientais, como por exemplo a criação de campanhas de conscientização dos hóspedes e colaboradores: incentivo à coleta seletiva e à compostagem, que além de diminuir os resíduos reaproveita o material orgânico e ainda cria um produto de alto valor; a compra de alimentos produzidos na região e com uma boa conduta ambiental; o cultivo de hortas e pomares; disponibilização de recipientes separados para incentivar a reciclagem; descarte adequado do óleo de cozinha; utilização de lâmpadas econômicas; aquisição de enxovais adequados; lavagem inteligente de toalhas e roupas de cama em que o hóspede avisa quando quer que sejam lavados, reduzindo assim o consumo de água e a troca desnecessária de toalhas; instalação de sensores de presença; aquisição de equipamentos eletrônicos mais eficientes e econômicos; instalação de torneiras com fluxo reduzido e sistemas de captação de água da chuva; utilização de móveis com materiais naturais ou reciclados, bem como evitar os materiais plásticos e descartáveis; redução do desperdício de alimentos; diminuição ao máximo da utilização de materiais impressos etc. Enfim, são inúmeras as medidas para minimizar os impactos ambientais, porém, é primordial engajar a equipe e estender essa consciência para os hóspedes. Quando bem implementadas tais medidas podem ser um diferencial importante para o hoteleiro.

Dois redes hoteleiras que estão caminhando nesse sentido são a Rede Accor, que demonstra objetivos ambiciosos para 2020, articulados em 4 eixos estratégicos: agir com seus

colaboradores, envolver seus clientes, inovar em conjunto com seus parceiros e agir com as comunidades locais. Entre os objetivos está a oferta de alimentação saudável e sustentável, equilibrada e de qualidade em seus restaurantes, prezando pelo uso dos produtos plantados nas hortas de seus hotéis, utilizando produtos locais, reduzindo o desperdício alimentar e retirando de seus restaurantes as espécies de peixe ameaçadas (ACCOR, 2019). Nesse sentido também se orienta a Rede Burbon, com ações variadas implementadas nos hotéis da sua rede, como por exemplo a compostagem, a produção das próprias hortaliças de forma orgânica, energia elétrica gerada de fontes renováveis, a gestão de resíduos, entre outras coisas (BOURBON, 2020).

De acordo com uma pesquisa global realizada pela Kerry (2021), as expectativas dos consumidores em relação à sustentabilidade estão crescendo rapidamente, tornando-a obrigatória e não um diferencial entre os consumidores, que valorizam também aspectos como a ausência de ingredientes artificiais, a origem local dos produtos, a redução de resíduos alimentares e os alimentos orgânicos.

2.3 Município de Santa Rosa de Lima

Situada no sul de Santa Catarina, nas Encostas da Serra Geral, envolta pela exuberante Mata Atlântica e às margens do Rio Braço do Norte, fundada em 10 de maio de 1962, Santa Rosa de Lima fica a 120 quilômetros de Florianópolis, a 240 metros acima do nível do mar e sua população segundo Censo Brasileiro de 2010 é de 2.065 habitantes, sendo a etnia alemã predominante entre seus habitantes (IBGE, 2010).

Os primeiros imigrantes chegaram à região no início do século XX, trazidos à Santa Catarina para proteger os carregamentos de charque vindos do Rio Grande do Sul em direção a São Paulo. Sua economia é baseada na agricultura e na pecuária, praticadas em pequenas propriedades, onde predomina o modelo familiar de produção. O município possui ainda pequenas indústrias, principalmente do setor madeireiro e de laticínios e os setores de comércio e de serviços são desenvolvidos essencialmente por empreendedores locais (IBGE, 2010).

Os primeiros colonizadores semearam sua cultura e tradições, uma delas é o *Gemüse*, um prato típico alemão feito à base de batata, couve e carne de porco. A cada dois anos é realizada a *Gemüse Fest*, principal festa do município.

A utilização de técnicas alternativas de manejo sustentável do solo e dos tantos outros recursos naturais e a não utilização de adubos químicos ou qualquer outro produto tóxico concedeu ao município o título de Capital da Agroecologia. A agricultura, pecuária, o turismo rural e de aventura, praticado em pequenas propriedades familiares, constitui a base de sua

economia. A produção de mel de melíponas, as abelhas silvestres sem ferrão, também tem destaque por intermédio da Associação de Meliponicultores das Encostas da Serra Geral (AMESG).

A Associação de Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral (AGRECO) e a Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia (AAAC) agregam propriedades rurais da região e preparam-nas para receber turistas em busca de tranquilidade e da gastronomia colonial. São entidades importantes sediadas no município de Santa Rosa de Lima e proporcionam maior visibilidade e fortalecimento desses setores.

2.4 Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia (AAAC)

A AAAC é uma organização não-governamental fundada em 18 de junho de 1999, com sede em Santa Rosa de Lima. Seu início se dá entre agricultores, moradores da região das Encostas da Serra Geral em Santa Catarina e tem como proposta o agroturismo ecológico, promovendo a valorização e o fortalecimento do modo de vida no campo, a interligação entre a agricultura familiar orgânica e o turismo, bem como a melhoria para a vida dos envolvidos. De acordo com o estatuto aprovado pela associação, é permitida a entrada na AAAC de sócios não agricultores, garantindo, entretanto, a direção da entidade aos agricultores familiares associados (GUZZATTI, 2003).

A realidade rural dos municípios das Encostas da Serra Geral é marcada pela forte presença da agricultura familiar. A ausência de perspectiva econômica para a agricultura tradicional, fenômeno que marcou as décadas de 1980 e 1990 na região, acentuou a falta de reconhecimento da profissão de agricultor e agricultora. O que, por sua vez, contribuiu fortemente para o desânimo e a diminuição da autoestima daqueles/as que viviam no meio rural local. O resultado desse processo pode ser avaliado pela perda da dinâmica demográfica e econômica dos pequenos municípios das Encostas da Serra Geral naquele período (GUZZATTI, 2019, p. 72).

A transformação na região teve início com o nascimento da Associação dos Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral (AGRECO), despontando uma nova perspectiva para os que se mantiveram no município. Inúmeras organizações trabalharam de forma integrada, possibilitando o sentimento associativo, o empoderamento, o intercâmbio e o apoio recíproco entre os associados (GUZZATTI, 2019).

Levando-se em consideração as necessidades do turista em termos de hospedagem, alimentação, lazer e venda de produtos, foram definidas as propriedades que ofereceriam os serviços ou produtos determinados. No início houveram agricultores que optaram por não

dispor do serviço de hospedagem, devido aos custos de implantação do serviço (GUZZATTI, 2003).

A AAAC integra a associação francesa *Accueil Paysan*, que preza por um turismo sustentável, justo e inclusivo, com atualmente 900 agricultores associados na França e aproximadamente 300 membros em 32 países. Iniciou em 1987 no *mouvAnce de peuple et culture* (Movimento do Povo e da Cultura), em que agricultores, pesquisadores e facilitadores, em conjunto, analisaram e modelaram as práticas de acolhimento integradas à produção agrícola, respeitadora do ser humano e do seu meio, aproximando os camponeses com desejo de promover acolhimento, intercâmbio e um desenvolvimento harmonioso do território. (ACCUEIL PAYSAN, 2020).

A experiência proporcionada na visita às propriedades da AAAC é um grande diferencial, pois podem desfrutar do contato com a natureza, conversar e conhecer os processos e o dia-a-dia da família. Segundo Guzzatti (2019, p. 86), “O agroturismo pressupõe proximidade de relações, ou seja, é um tipo de turismo baseado na convivência e na troca estabelecida entre agricultores/as e visitantes. Essa característica é considerada um dos fatores de sucesso da atividade”.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A caracterização da pesquisa se dá sob a forma de um estudo de caso, realizado *in loco*, tendo como objeto de estudo a propriedade Chalé Assing, integrante da AAAC. Segundo Yin (2001, p. 32), “o estudo de caso se caracteriza por ser uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

O estudo foi realizado entre os meses de novembro de 2020 e agosto de 2021 e contém características qualitativas exploratórias, por avaliar aspectos não somente mensuráveis e por descrever a realidade da propriedade analisada. A característica exploratória, segundo Gil (2002, p. 41), “[...] têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.” Integra este estudo levantamento bibliográfico e entrevista, considerada a mais flexível de todas as técnicas de coleta de dados de que dispõem as ciências sociais.

A entrevista foi realizada *in loco* na propriedade Chalé Assing no mês de janeiro de 2021 e representa um dos instrumentos básicos para a coleta dos dados. O bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade e intuição do pesquisador, que deve ser imparcial, procurando não interferir nas respostas dos entrevistados e não deixar sua personalidade influenciar as respostas (MARCONI E LAKATOS, 2007).

Foi realizado um levantamento prévio de dados no site da AAAC³, filtrando dados somente do município de Santa Rosa de Lima. Na primeira seleção foram identificadas oito propriedades, sendo que três apresentavam as características necessárias para a realização do estudo de caso. As cinco propriedades restantes não estavam de acordo com todos os critérios determinados para o estudo, por não fazerem parte do grupo de sócios fundadores da AAAC ou não contarem com serviço de hospedagem. Das propriedades selecionadas, a visita não foi concretizada em duas delas devido à distância, dificuldade de acesso e ao tempo de resposta para o agendamento da visita.

Após escolhida a propriedade, definiu-se a metodologia para coleta de dados, utilizando a entrevista semiestruturada como instrumento de coleta, incorporando no decorrer da conversa outras questões relevantes ao estudo.

³ AAAC: <https://acolhida.com.br/viajar-para/santa-catarina/serra-geral/santa-rosa-de-lima>

Com o intuito de ampliar o número de dados para uma análise mais objetiva, foram analisadas as avaliações dos hóspedes presentes na plataforma digital *AirBnB* entre janeiro de 2016 e fevereiro de 2021. A plataforma é um dos meios de divulgação e obtenção de hóspedes e também uma forma de *feedback* para os hóspedes. As avaliações presentes na plataforma *AirBnB* recebem uma nota, considerando-se uma escala entre 0 (zero) a 5 (cinco), e têm como base um cálculo realizado na somatória das avaliações dos hóspedes considerando as doze categorias disponíveis: belezas naturais, conforto, experiência, hospitalidade, infraestrutura, intenção de retorno, limpeza, qualidade da comida, recomendaria, relação custo benefício, superou as expectativas e tranquilidade.

As consultas e avaliações *online* por parte dos hóspedes são questões que para Lopes (2015) revelam o grande impacto que a reputação *online*, gerada exclusivamente pelos seus usuários, pode ocasionar na indústria hoteleira. Conhecer os clientes, identificar suas necessidades, sentimentos, permite uma avaliação precisa sobre o atendimento de suas expectativas e fornece um parâmetro para tomada gerencial de decisão do empreendimento turístico.

Como instrumento de pesquisa foi realizada uma entrevista semiestruturada que, de acordo com Marconi e Lakatos (2007, p. 279), ocorre “[...] quando o entrevistador tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar amplamente a questão”. Foram aplicadas 16 perguntas abertas, que foram respondidas durante uma conversa informal. No momento da entrevista, tomou-se cuidados como criar uma atmosfera de confiança, deixar o entrevistado à vontade, manter a conversa em torno da área de interesse, respeitando a sequência de pensamento do entrevistado e prezando-se sempre pela imparcialidade.

No processo de pesquisa foram identificados os alimentos utilizados no preparo das refeições e comercializados, sendo beneficiados ou não na propriedade. Foram coletadas informações pertinentes à história da família e ao funcionamento das atividades diárias, bem como questões relacionadas à administração financeira, hospitalidade e convivência com os hóspedes. No estudo realizado também foram abordadas questões referentes às mudanças na rotina da família durante a pandemia, as estratégias desenvolvidas e suas repercussões.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A propriedade Chalé Assing está localizada nas Encostas da Serra Geral, no município de Santa Rosa de Lima, SC, município precursor do projeto AAAC no Brasil. A propriedade tem em torno de 66 anos e nos últimos 20 anos, com o início das associações AGRECO e AAAC no município, o foco foi direcionado para a agroecologia, agroturismo e para a sustentabilidade. Os proprietários integram o grupo inicial de associados da AAAC, denominados sócios fundadores e é a única propriedade que participa das duas associações e dispõe do serviço de pousada.

A família é formada pela avó Hilda Buss Assing (83 anos), que estudou até o ensino fundamental incompleto e é aposentada; o pai Romeu Assing (53 anos) e a mãe Edite Baumann Assing (55 anos), ambos com o ensino fundamental completo e aposentados; a filha Leonize Assing (22 anos), com o ensino médio completo e o filho Leandro Assing (27 anos), que atualmente é o responsável pela gestão da propriedade e tem ensino superior completo em Licenciatura em Educação do Campo, pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e em Tecnologia em Processos Gerenciais. Leandro cresceu acompanhando as mudanças ocorridas na propriedade e desde criança foi familiarizando-se com a AGRECO e com a AAAC.

Seus bisavós estão entre as primeiras famílias a chegarem na região. Eram agricultores e também criavam porco macau para produção de banha. Por volta de 1960, com a entrada do óleo de soja no mercado, aos poucos a banha de porco passou a ser substituída, dificultando a vida dos agricultores, forçando muitas famílias a mudarem de atividades. Com a mudança do mercado passaram a comercializar o carvão vegetal (proveniente da queima da mata nativa) e a produção do fumo, que apesar de ser uma atividade desgastante, tóxica e com pouco rendimento, foi a maneira que a família encontrou para conseguir se manter no local. O fumo foi cultivado por aproximadamente quatro anos, sendo necessário investir na construção de uma estufa para secagem, porém, segundo os proprietários, assim que terminaram de pagar o investimento abandonaram a atividade, pois deixava-os descontentes.

No momento de escrita deste estudo, a propriedade detinha uma área de aproximadamente cinquenta hectares (500.000 m²), sendo cerca de cinco hectares (50.000 m²) utilizados para plantação e por volta de dez hectares (100.000 m²) para a pastagem. Aos poucos a mata nativa está sendo recuperada e, de acordo com Leandro, até o momento já foram recuperados dois hectares e meio (25.000 m²).

Os passeios e caminhadas podem ser realizados por toda a propriedade, formada em grande parte pela Mata Atlântica, sendo possível conhecer parte dela por meio de trilhas guiadas

na companhia do Sr. Romeu e/ou Leandro, grandes conhecedores da fauna e da flora centenária que habitam a floresta. Dispõem de uma criação de abelhas Melíponas, um gênero de abelhas da tribo Meliponini (sem ferrão ou com ferrão atrofiado) e dão nome à trilha. Tais abelhas têm uma grande importância ecológica e econômica, devido à polinização de plantas nativas e cultivadas e produção de mel que pode ser apreciando diretamente da caixa na qual ficam acondicionadas as colmeias, conhecida também por caixa racional.

Os membros da família se dividem entre os cuidados com os visitantes e as atividades da agroindústria de cana-de-açúcar, que produz melado, açúcar demerara (ambos orgânicos) e cachaça. Produzem e beneficiam na propriedade a maior parte dos alimentos consumidos: leite, nata, coalhada, manteiga, ovos caipiras, carne, verduras, feijão, aipim, cará, batatinhas (somente em 2020), frutas, geleias, bolachas, bolos e pães artesanais, utilizados para subsistência e alimentação dos hóspedes e também extração de mel.

Uma das dificuldades enfrentadas é a produção de frutas, cultivadas em menor quantidade. A propriedade tem laranjeiras, limoeiros e pessegueiros, porém, como não são utilizados defensivos agrícolas, parte dos pêssegos acaba estragando. Havia produção de bananas, porém, ao contraírem uma doença, foi necessário interromper a produção. Os proprietários estão em busca de maneiras para retomar a produção, plantando outras variedades de bananas, adquiridas dos seus vizinhos. Dispõem ainda de criação de gado bovino, de frangos e há dois hectares (20.000 m²) de açudes para a criação de Tilápias, que além de servir de alimentação para a família e hóspedes, é um grande atrativo para os apreciadores da pescaria.

Segundo os proprietários, ao longo de alguns períodos do ano de 2020 foi possível produzir na propriedade todo o alimento servido aos hóspedes. Este também foi o ano de aquisição da licença ambiental para a atividade de piscicultura, que possibilitou, entre outras coisas, ter acesso a recursos financeiros para a atividade.

No momento de escrita deste estudo as hospedagens disponíveis na propriedade eram duas suítes e três chalés, com as seguintes características:

- a) As suítes das Montanhas e a Ingazeiro, cada uma com capacidade de acomodação para dois hóspedes e são compostas por um quarto, uma cama de casal e um banheiro privado;
- b) Os chalés dos Ipês, Pitayas e Manacá da Serra, cada um com capacidade de acomodação para quatro hóspedes e são compostos por dois quartos, uma cama de casal e duas de solteiro e um banheiro.

Portanto, a capacidade total de hospedagem era de 16 pessoas e recebiam uma média de 40 hóspedes por mês.

Os hóspedes podem desfrutar de um restaurante colonial com capacidade para 30 pessoas. O café da manhã é incluso na diária, porém as outras refeições são cobradas à parte. Estão disponíveis para os hóspedes o estacionamento, máquina de lavar roupas e *wi-fi*. São também permitidos animais de estimação. Nas palavras do Leandro, o Chalé Assing é “uma propriedade legal para se viver e legal do ponto de vista ambiental”.

Com a coleta de dados foi possível identificar que, considerando a apreciação dos visitantes/hóspedes pela qualidade dos alimentos oferecidos nas refeições e pela tranquilidade que a propriedade proporciona, o grande diferencial é a hospitalidade da família, o bem receber, a cordialidade e o acolhimento, que propiciam uma sensação de bem-estar, tornando a experiência única e marcante.

Observou-se que o tempo de permanência dos hóspedes de janeiro a novembro varia de 2 a 3 dias e em dezembro, de 3 a 4 dias. O valor das diárias é fixo durante o ano todo. Os valores das diárias dos chalés com café da manhã incluso são de R\$250,00 e da Suíte das Montanhas é de R\$200,00, ambos para dois hóspedes. As outras refeições são cobradas à parte. Também atendem visitantes que tenham interesse em conhecer a propriedade, a história da família e da Acolhida e saborear as refeições. Os valores cobrados pelas refeições são: almoço R\$35,00, jantar R\$30,00, café colonial R\$25,00 e café simples R\$15,00.

Com a chegada da pandemia de COVID-19, foram estabelecidas diversas normas pelo Ministério da Saúde, entre elas o distanciamento social. A interação com os hóspedes precisou ser interrompida e os cuidados foram redobrados, para a proteção da família e principalmente para segurança da avó, pertencente ao grupo de risco.

Segundo Guzzatti, (2019, p. 83), “uma das manifestações culturais mais importantes de Santa Rosa de Lima é a Gemüse Fest, que, ao valorizar uma especialidade culinária típica, transformou-se em um evento de visibilidade regional.” Na visita à propriedade, foi possível experimentar o Gemüse/Guimis, que foi carinhosamente preparado pela Dona Edite e servido na hora do almoço. É um prato autêntico da culinária local (alemã) e significa “verduras verdes”. Antigamente seu preparo seguia um verdadeiro ritual, iniciado sábado à noite após a realização das tarefas do dia. Primeiro a mãe descascava as batatas inglesas e mais tarde, por volta das quatro horas da manhã levantava da cama e adicionava as folhas de repolho. Também era comum adicionar pedaços de toucinho defumado, costelas de porco e salame. Após ferver cerca de uma hora, estava pronto para ser amassado e em seguida, ainda quente era colocado em uma cama, e depois coberto com travesseiros e cobertas de pena para conservar o calor. Terminada esta tarefa, a família ia à missa ou ao culto. Por volta das onze horas, retornavam para a casa encontrando o Gemüse ainda quente para ser servido (TENFEN, 1997).

Com a melhoria das condições de vida da população local, o Gemüse passou a receber a cebola, o alho, os cortes de carne suína como a costela, pernil, lombo e o bacon.

Na propriedade a hospitalidade está presente de diversas formas, como por exemplo no preparo dos alimentos para que possam ser consumidos por pessoas com regimes alimentares diversos, como por exemplo os clientes vegetarianos. De acordo com Leandro, quando a reserva é realizada nem sempre o hóspede menciona suas preferências ou restrições alimentares, dessa forma, evitam adicionar a carne no preparo de alguns pratos, como por exemplo o feijão.

O fogão à lenha e o carinho são ingredientes sempre presentes no preparo das refeições, tornando tudo mais saboroso, aflorando nossas memórias afetivas. As especialidades da família são diversas e entre elas estão o pão de milho, cucas, bolos, sempre acompanhados de mel, melado e nata, pudim, saladas diversas, além de arroz, feijão, galinha, carne de panela, macarrão caseiro etc.

Segundo os proprietários, antes da pandemia, quando era possível ter um contato mais próximo com o hóspede, havia mais tempo e era possível explicar os processos realizados na propriedade, desde o plantio até colheita, o modo de preparo dos alimentos e as tradições que acompanham a família por gerações. Relatam que essas narrativas enriquecem e muitas vezes ativam lembranças adormecidas nos hóspedes que, ao conhecerem a história da família e da propriedade, valorizam ainda mais o que estão consumindo e percebem que não é aquela comida rápida, feita de qualquer jeito e sim algo cultivado e preparado com muito trabalho e cuidado.

Muitas vezes os hóspedes relatam que se lembram da comida que os pais ou os avós faziam em casa e frequentemente elogiam que a comida é maravilhosa, que lembraram da avó ou da comida que a mãe fazia, pois, segundo Leandro, geralmente quem mora na cidade tem algum ancestral que viveu no campo ou que em algum momento da vida teve contato com o campo.

No restaurante, ao lado da mesa em que são servidos os alimentos, há uma estante com produtos da propriedade e de outras propriedades associadas à Acolhida da Colônia. É uma forma de levar um pouco da experiência desfrutada na propriedade para casa ou para presentear alguém especial. É possível adquirir as geleias, o mel, o melado, o açúcar e o Molho de Pimenta da Bibi, um molho produzido artesanalmente com ingredientes frescos e orgânicos. Com a queda drástica da renda, ocasionada pela pandemia, as primas Leonize Assing e Andréa Castelo Branco Assing (também associada à Acolhida da Colônia) deram início ao desenvolvimento, à fabricação e à comercialização do molho, que é produzido com diferentes níveis de pungência (alta, média e baixa), além de agridoce.

Nesse período a família identificou que, ao colocar em prática o distanciamento social, houve uma redução imediata da comercialização dos produtos, pois impossibilitou à família sentar-se à mesa com os hóspedes, prostrar e compartilhar das refeições como era de costume. Essas mudanças fizeram com que a família percebesse que, por mais que os elogios relativos aos alimentos e ao seu preparo ainda permanecesse, a venda dos produtos não era mais tão intensa como antes.

Como relatado, antes da pandemia era possível contar a história da família e da propriedade, ampliando a percepção e a valorização dos hóspedes, aflorando também, em muitos casos, as memórias advindas de outros tempos, nos quais já tiveram contato com esse cenário por meio de histórias ou até mesmo de vivências. Quando é possível interação com os hóspedes, informando sobre a importância de virem para uma propriedade que é associada à AAAC e que trabalha com a agricultura familiar e orgânica.

Quando questionado sobre apoios técnicos e financeiros disponíveis, foi relatado que a falta de assistência técnica é atualmente um dos problemas existentes na AGRECO e na AAAC, pois ambas não contam com recurso próprio para custear um técnico com condições de suprir todas as demandas e sentem dificuldades em obter apoio das instituições públicas. Relatam que no início havia muito apoio e projetos por parte dos governos federal, estadual e até auxílio do governo municipal, o que contribuiu para que a AGRECO e a AAAC crescessem muito rápido. Atualmente, com a falta de apoio dos governos, a dificuldade financeira aumentou significativamente.

De acordo com Leandro, em alguns municípios em que foi implantado o projeto da AAAC e existe mais atuação governamental, há um desenvolvimento maior do turismo, porém em Santa Rosa de Lima onde tudo começou e tem uma história muito forte e importante, não se percebe um apoio efetivo por parte dos setores vinculados à prefeitura do município.

Para os proprietários, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) é fundamental para quem está na agricultura e pensa em fazer algum investimento em qualquer área. De acordo com Leandro, os recursos para a construção dos 3 chalés advieram do PRONAF e sem essa possibilidade não teriam condições para realizar as construções. Afirmam que se não fosse por esses canais de investimento seria inviável sua implementação.

Após a construção dos chalés, a administração financeira da propriedade foi direcionada para o filho, à qual dedica muito cuidado e atenção. Leandro informa que atualmente a propriedade é autossuficiente na produção de energia, mantendo 50 painéis de energia solar, adquiridos também por meio do mesmo financiamento, por um período de 10 anos, no entanto

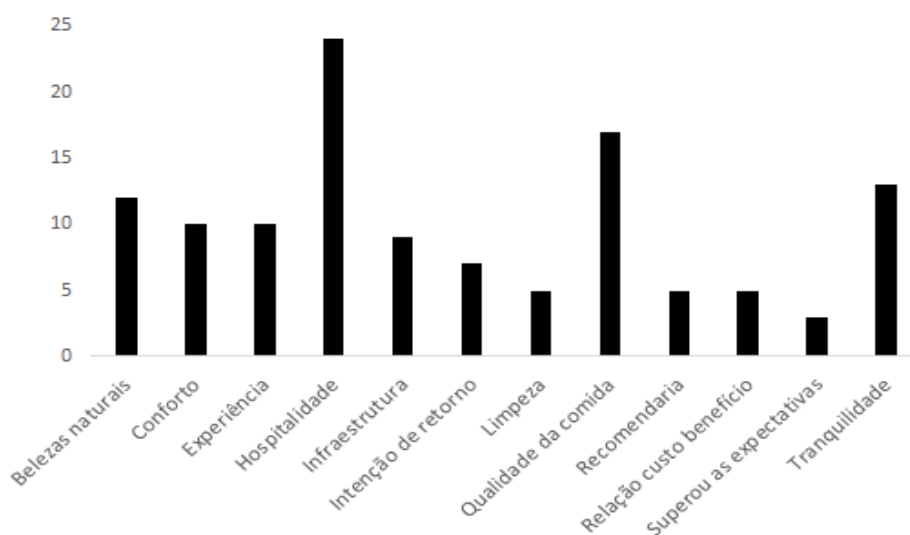
em 5 anos com o retorno obtido podem amortizar todo o financiamento. De acordo com Leandro, foram 20 anos para conseguirem alcançar o equilíbrio financeiro na propriedade.

Leandro registra ainda que o lucro obtido com os chalés é suficiente para amortizar o financiamento para a sua construção, não havendo necessidade de utilizar recursos de outras atividades. Mesmo com a pandemia, foi possível arrecadar recursos suficientes com o turismo para realizar os pagamentos. O controle dos recursos advindos da alimentação ainda está vinculado ao montante geral, pois consideram que estão relacionados ao turismo e direcionam o valor recebido para custear os financiamentos dos chalés.

Considerando agora as avaliações apresentadas na plataforma *AirBnB* até o mês de fevereiro de 2021, considerando-se uma escala entre 0 (zero) a 5 (cinco) e com cálculo realizado como base na somatória das avaliações dos hóspedes para os chalés e suítes, foram apresentados os seguintes valores: limpeza: 4,8; precisão: 4,9; comunicação: 4,9; localização: 4,8; check-in: 4,8; valor: 4,8 e média geral: 4,8.

Foram estabelecidas 12 categorias, tendo como base a relevância e a quantidade de vezes que foram mencionadas nas avaliações. Para efeito de cálculo foi atribuído um ponto para cada vez que a categoria foi mencionada. A Figura 1 apresenta as doze categorias e os valores atribuídos.

Figura 1 - Avaliações dos hóspedes obtidos da plataforma *AirBnB*.



É possível observar na Figura 1 que o maior destaque foi para a hospitalidade, com 24 indicações, seguido da qualidade da comida, com 17 indicações, tranquilidade, com 13

indicações e belezas naturais, com 12 indicações. Houve 7 indicações de intenção de retorno e 5 indicações de recomendação a outras pessoas e 3 de expectativas superadas.

Um resultado em termos de satisfação dos hóspedes com o observado na Figura 1, mostra que o atendimento está em conformidade com a bibliografia utilizada no estudo, existe por parte da família Assing uma atenção em proporcionar aos hóspedes um ambiente acolhedor e hospitaleiro, estando em conformidade com Dias (2002), retratando uma empresa que está em um bom nível de atendimento de expectativas de clientes.

O atendimento das expectativas e a avaliação do índice de satisfação é algo que pode ser trabalhado, buscando um equilíbrio entre os outros atributos presentes na plataforma *AirBnB*, como descrito por Mamede e Veiga Neto (2011), a percepção de qualidade é algo que pode ser um diferencial estratégico, ampliando as vantagens competitivas.

Uma constatação realizada neste estudo foi que a família não tem um sistema de gestão dos custos fixos e variáveis referente às hospedagens. Considerando a alta competitividade no setor, a obtenção dessas informações poderia auxiliar na tomada de decisões, tornando-as mais eficazes.

A imagem positiva do estabelecimento permite conquistar mais clientes e consequentemente contribui com sua fidelização, resultando no aumento da receita e da margem de lucro, realimentando o ciclo da percepção de qualidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se apresenta importante para o meio acadêmico, pois além de ser uma temática atual com carência de estudos e publicações, apresenta uma realidade em meio a uma pandemia mundial.

Observou-se com o estudo que a culinária orgânica é um mercado em constante expansão e a busca por espaços que prezam pela sustentabilidade tem se tornado um motivo importante na decisão de escolha do cliente e é uma questão que merece atenção por parte do gestor do meio de hospedagem.

A vivência com o hóspede foi identificada como algo imprescindível, é por meio das conversas e do convívio que é possível compartilhar a história da propriedade, os processos de plantio, beneficiamento e preparo dos alimentos, enfim, suas tradições, sua cultura e também como se deu a criação da Acolhida na Colônia e sua trajetória.

Analisando as avaliações dos hóspedes e os relatos da família Assing, foi possível constatar no estudo que as belezas naturais e a qualidade da comida são bem relevantes, porém, para os hóspedes, é a hospitalidade da família que mais se destaca.

No período de pandemia o turismo ficou limitado. Entretanto, a produção orgânica foi potencializada e a diversificação foi um fator importante para a família. Também foram desenvolvidas novas estratégias para complemento da renda, como o desenvolvimento de novos produtos e a entrega de cestas de alimentos com produtos produzidos e beneficiados na propriedade, bem como em propriedades parceiras da Acolhida. Dessa forma, foi possível observar que o agroturismo de fato é a atividade principal exercida na propriedade e o turismo uma atividade complementar.

Apesar do distanciamento causado pela pandemia, limitando o convívio e a permanência de visitantes na propriedade, as horas compartilhadas foram enriquecedoras e foi possível observar parte da rotina da família. A proximidade estabelecida entre os hóspedes e os responsáveis por cultivar e preparar os alimentos conserva uma carga emocional muito importante, fazendo aflorar memórias afetivas e aprofundando a valorização do alimento consumido e da família que recepciona e acolhe.

Ao longo do estudo surgiram algumas questões importantes que podem ser relevantes para um estudo futuro na propriedade, como por exemplo a gestão dos custos, um item fundamental que auxilia nas tomadas de decisões e no controle financeiro. Com a gestão dos custos é possível economizar e reduzir o desperdício de produtos, alimentos e enxovais e praticar a formação de preços com base em valores reais de cada um dos chalés.

Outras questões que poderiam vir a ser trabalhadas em pesquisas futuras seriam, por exemplo:

Quais são os produtos típicos da região e como utilizá-los de forma atrativa?

Qual é o impacto econômico e social local que a aquisição desses produtos acarretaria na comunidade local?

Qual é a melhoria ambiental que essa ação pode gerar?

O desenvolvimento de um material gráfico contextualizando o processo e a história desse produto, dos produtores e da propriedade impulsionaria a venda do produto e aumentaria o interesse pela visita a propriedade?

REFERÊNCIAS

ACCUEIL PAYSAN. **Notre histoire**. 2020. Disponível em: <<https://www.accueil-paysan.com/fr/qui-sommes-nous/notre-histoire>>. Acesso em Dez. 2020.

AIRBNB. **About Us**. 2021. Disponível em: <<https://news.airbnb.com/about-us/>>. Acesso em Mar. 2021.

ARAUJO, Marcelo Castañeda de. **Ambientalização e politização do consumo e da vida cotidiana**: uma etnografia das práticas de compra de alimentos orgânicos em Nova Friburgo/RJ. 2010. 150 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica - RJ, 2010.

BARROCO, L.M.S.; BARROCO, H.E. **A importância da gastronomia como patrimônio cultural no turismo baiano**. Turismo y Desarrollo, v. 2, n. 2, 2008, p. 1-10.

BEBER, A. M. C. MENASCHE, R. **Turismo Rural e Alimentação, Identidade e Patrimônio**: um olhar sobre os Campos de Cima da Serra em tempos de nostalgia. In.: Economia Agrícola, v. 58, n. 1, p. 87-99, jan./jun. São Paulo, 2011.

BOURBON. **Sustentabilidade**. Disponível em: <<https://www.bourbon.com.br/sustentabilidade>>. Acesso em: 03 Ago. 2020.

BRASIL. **Lei nº 4.504**, de 30 de novembro de 1964. Dispõe sobre o Estatuto da Terra, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4504.htm>. Acesso em: 20 Ago. 2021.

_____. **Lei nº 11.326**, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm>. Acesso em: 20 Ago. 2021.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. 2. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2004.

_____. **A pesquisa em Hospitalidade**. Intercon – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2007.

CÂNDIDO, Índio; VIERA, Elenara de V. **Gestão de Hotéis**: técnicas, operações e serviços. Caxias do Sul: Educs, 2003.

CARNEIRO, Henrique. **Comida e sociedade**: uma história da alimentação. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus. 2003.

CHICICO, F. J. **O Turismo de Base Local como Possível Indutor de Desenvolvimento Rural**: uma análise da realidade e das potencialidades no Distrito de Dondo-Moçambique. Natal, RN, 2012.

DIAS, Célia Maria de Moraes (org.). **Hospitalidade**: Reflexões e Perspectivas. 1ª. ed. São Paulo: Editora Manole, 2002.

FANTINI, Andrea et al . **Agroturismo e Circuitos Curtos de Comercialização de Alimentos Orgânicos na Associação “Acolhida na Colônia” - SC/Brasil.** Rev. Econ. Sociol. Rural, Brasília, v.56, n. 3, p. 517-534. Set. 2018. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032018000300517&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 Dez. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRISA, Catia; WESZ JUNIOR, Valdemar João; BUCHWEITZ, Vitor Duarte. **Revisitando o Pronaf: Velhos questionamentos, novas interpretações.** Rev. Econ. Sociol. Rural. Brasília, v. 52, n. 2. p. 323-346, abr/jun. 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/274851593_Revisitando_o_Pronaf_Velhos_questionamentos_novas_interpretacotildes>. Acesso em: 20 Ago. 2020.

GUZZATTI, Thaise Costa. **Acolhida na Colônia: um espaço de vida e encontros...** Santa Catarina: UNESC, 2019.

_____. **O agroturismo como instrumento de desenvolvimento rural: sistematização e análise das estratégias utilizadas para a implantação de um programa de agroturismo nas encostas da Serra Geral.** Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/86515/224501.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 15 Nov. 2020.

HOTELNEWS: Hotelaria Gastronomia Tendências. **Mapie lança pesquisa sobre o futuro da hotelaria.** 2016. Disponível em: <<https://www.revistahotelnews.com.br/mapie-lanca-pesquisa-sobre-o-futuro-da-hotelaria>>. Acesso em: 3 Out. 2020.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Brasileiro de 2010.** Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/santa-rosa-de-lima/panorama>>. Acesso em: 16 Ago. 2021.

_____. **Censo Brasileiro Agropecuário de 2017.** Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3096/agro_2017_resultados_definitivos.pdf>. Acesso em: 16 Ago. 2021.

_____. **Censo Brasileiro de 2010.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/panorama>>. Acesso em: 16 Ago. 2021.

KERRY. **Investigación del Consumidor – Sostenibilidad.** 2021. Disponível em: <https://explore.kerry.com/21LA-SustainabilityinMotionPT_SIMLPthankyounew.html?aliId=eyJpIjoiYVwvMTIcL212TVRUWnM5YTF0liwidCI6IIR6V2Z3UTBaVTVwa2RQVUthM1VUMnc9PSJ9>. Acesso em: 30 Jul. 2021.

KIRK, David. **Environmental management for hotels: A Student's Handbook.** Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996.

LOPES, José Pedro Theotônio Ventura - **Reputação online**: implicações na gestão hoteleira (caso de estudo: Pestana Group), 2015. Dissertação de mestrado. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10071/11520>>. Acesso em: 10 Ago. 2021.

MAMEDE, Maria Isabel Barros de; VEIGA NETO, Alípio Ramos. **Qualidade percebida e expectativas de brasileiros e estrangeiros em relação aos equipamentos e serviços turísticos**. Turismo-Visão e Ação, v. 13, n. 3, p. 311-328, 2011. Disponível em: <<http://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1718>>. Acesso em: 04 Jul. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

MEYER, Danny. **Hospitalidade e negócios**: o rei da gastronomia de Nova York conta o segredo do sucesso. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2007.

MOSER, GISELE PALMA; PERINI, KRISCIÊ PERTILE. **O Tradicional e o Contemporâneo**: Florianópolis, Cidade Unesco da Gastronomia Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, 8(IV), pp. 510-522, out-dez, 2016. Disponível em: <www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/download/4565/pdf>. Acesso em: 10 Out. 2020.

NETTO, Alexandre Panosso; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

PETROCCHI, Mario. **Hotelaria**: Planejamento e Gestão. São Paulo: Futura, 2002.

PORTUGUEZ, A. P. **Agroturismo e desenvolvimento regional**. São Paulo: Hucitec, 2002.

REDE ACCOR. **Com o Planet 21, a Accorhotels age para uma hospitalidade positiva...** Disponível em: <<https://www.accorhotels.com/pt-br/sustainable-development/index.shtml>>. Acesso em: 3 Out. 2020.

TENFEN, Roberto João. **Rio Fortuna**: nossa terra, nossa gente. Florianópolis, 1997.

WEBER, Diego et al. 13548 - **A experiência da COOPERAGRECO**: Desenvolvimento regional das Encostas da Serra Geral Catarinense. Cadernos de Agroecologia, [S.l.], v. 8, n. 2, nov. 2013. ISSN 2236-7934. Disponível em: <<http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/cad/article/view/13548>>. Acesso em: 17 Nov. 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: Planejamento e Métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.