

ANEXO I
FORMULÁRIO DE APRESENTAÇÃO DO CURSO DE MICROCREDENCIAL

Título da Proposta	Empreender no Interior: Negócios Criativos no Turismo do Vale do Ivaí
Área Temática	<input type="checkbox"/> Educação e formação continuada. <input type="checkbox"/> Gestão pública e inovação. <input type="checkbox"/> Tecnologia e transformação digital. <input checked="" type="checkbox"/> Empreendedorismo e desenvolvimento econômico. <input type="checkbox"/> Saúde e bem-estar. <input type="checkbox"/> Temáticas relevantes ao desenvolvimento do Paraná:
Carga Horária do Curso	60 horas
Sugestão de semestre para desenvolvimento	<input checked="" type="checkbox"/> Primeiro semestre <input type="checkbox"/> Segundo semestre Justificativa: A realização do curso no primeiro semestre de 2026 é estratégica por alinhar-se ao calendário produtivo e social dos microempreendedores do Vale do Ivaí em que há maior disponibilidade, o que favorece a participação em formações online. Esse período também é ideal para o planejamento de experiências turísticas que serão ofertadas na alta temporada do segundo semestre, ampliando o potencial de impacto econômico do curso. Além disso, a oferta neste semestre permite maior articulação com o calendário acadêmico da UNESPAR e com ações de políticas públicas locais, fortalecendo a extensão universitária crítica e o protagonismo das comunidades do território.
Justificativa da demanda para o mundo do trabalho e relevância social (até 10 linhas)	
A região do Vale do Ivaí possui potencial para negócios criativos baseados em experiências turísticas de base local, valorizando saberes tradicionais, gastronomia regional, cultura popular e as belas paisagens rurais. No entanto, em consulta com gestores públicos e microempreendedores locais, foi identificado que esses enfrentam desafios na estruturação de produtos, precificação, promoção e hospitalidade. Desse modo, este projeto de curso na modalidade EAD visa incentivar o empreendedorismo e a inovação em temas ligados ao turismo, como gastronomia, lazer, eventos, entre outros, a fim de fortalecer os processos de gestão. O curso está alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, especialmente aos que abordam a erradicação da pobreza (ODS 1), a igualdade de gênero (ODS 5), o trabalho decente (ODS 8) e as parcerias para o desenvolvimento sustentável (ODS 17).	
Objetivos (geral e específico)	
Geral <ul style="list-style-type: none">• Capacitar microempreendedores do Vale do Ivaí para o planejamento, estruturação, promoção e qualificação de negócios criativos e experiências turísticas sustentáveis no espaço rural e comunitário. Específicos <ul style="list-style-type: none">• Reconhecer o potencial turístico, identitário e criativo do território do Vale do Ivaí.• Estimular a criação de produtos e serviços turísticos inovadores, alinhados à cultura e aos saberes locais.• Desenvolver competências em marketing territorial, digital e estratégias de inovação.	

- Oferecer ferramentas práticas para precificação, gestão simplificada e sustentabilidade dos negócios.
- Promover uma cultura de hospitalidade, acolhimento e qualidade no atendimento.

Habilidades e Competências a serem desenvolvidas Indicar de 3 a 5 competências/habilidades que se espera que sejam desenvolvidas ao final do curso.

- Identificar oportunidades de turismo e lazer na região;
- Estruturar e organizar experiências turísticas;
- Utilizar ferramentas digitais para promoção de produtos turísticos;
- Precificar e gerenciar financeiramente pequenas iniciativas;
- Atender com empatia, segurança, ética, acessibilidade e sensibilidade cultural.

Conteúdo Programático (compatível com a carga horária total do curso)

Módulo 1 – Potencialidades Turísticas do Vale do Ivaí (Carga Horária: 10)

Introdução ao turismo;
Inventário de atrativos e experiências
Identidade territorial e cultura local do Vale do Ivaí
Turismo como vetor de desenvolvimento local e regional

Módulo 2 – Empreendimentos Criativos no Turismo (Carga Horária: 10)

Tipologias de empreendimentos de turismo e lazer
Elementos básicos para estruturação de empreendimentos turísticos
Parcerias e redes locais
Aspectos legais e sanitários iniciais

Módulo 3 – Formatação de Produtos Turísticos (Carga Horária: 10)

O que é um produto turístico
Design de experiências autênticas
Narrativa, sensorialidade e valorização do fazer local
Roteirização e ficha técnica

Módulo 4 – Marketing Territorial e Digital (Carga Horária: 10)

Princípios do marketing territorial
Estratégias digitais acessíveis
Fotografia, vídeo e storytelling
Plataformas úteis: Instagram, WhatsApp, Google Maps

Módulo 5 – Precificação e Gestão Financeira Simplificada (Carga Horária: 10)

Custos diretos e indiretos
Valor percebido e margem de lucro
Ferramentas de controle financeiro
Formalização básica e MEI

Módulo 6 – Hospitalidade e Qualidade no Atendimento ao Visitante (Carga Horária: 10)

Fundamentos da hospitalidade
Comunicação e acolhimento
Acessibilidade e inclusão no atendimento
Ambientação e encantamento

Público-alvo específico:

Nível: (☒) básico (☐) Intermediário (☐) Avançado

O curso é destinado prioritariamente à região do Vale do Ivaí, com acesso aberto a toda a população paranaense interessada na temática. São especialmente contemplados os seguintes públicos:

- Microempreendedores(as) que atuam ou desejam atuar nos segmentos de turismo, lazer e gastronomia local;
- Gestores públicos engajados com a valorização do território e o desenvolvimento local sustentável.

Metodologia e estratégias de ensino Os cursos devem ser desenvolvidos baseados em metodologias inovadoras, com foco na aplicabilidade prática do conhecimento.

Cada 10h compõe um módulo:

- 1 vídeo gravado pelo coordenador do curso de até 10 minutos;
- 1 texto com até 10 laudas, elaborado com linguagem acessível e contextualizada;
- Atividades não avaliativas.
- 1 encontro síncrono de 40min a 60 min (modalidade EAD);
- 1 atividade avaliativa (com nota), que poderá incluir: estudo de casos locais e regionais, atividades colaborativas (como participação em fóruns), resposta a questionários, entre outras possibilidades.

Obs.: A plataforma digital para disponibilização dos materiais será definida pela UNESPAR.

Plano de implementação, incluindo cronograma

Cronograma para Curso 100% EAD – 1º Semestre de 2026

Mês	Atividades
Março	<ul style="list-style-type: none"> - Divulgação e inscrições abertas - Módulo 1 liberado (vídeo + texto + atividade não avaliativa) - Encontro síncrono 1 (final do mês, 40-60 min) - Prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 1
Abril	<ul style="list-style-type: none"> - Módulo 2 liberado - Encontro síncrono 2 - Prazo entrega atividade avaliativa do Módulo 1 encerra - Prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 2
Maio	<ul style="list-style-type: none"> - Módulo 3 liberado - Encontro síncrono 3 - Prazo entrega atividade avaliativa do Módulo 2 encerra - Prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 3
Junho	<ul style="list-style-type: none"> - Módulo 4 liberado - Encontro síncrono 4 - Prazo entrega atividade avaliativa do Módulo 3 encerra - Prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 4
Julho	<ul style="list-style-type: none"> - Módulo 5 liberado - Encontro síncrono 5 - Prazo entrega atividade avaliativa do Módulo 4 encerra - Prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 5
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> - Módulo 6 liberado - Encontro síncrono 6 - Prazo entrega atividade avaliativa do Módulo 5 encerra - Início prazo para entrega da atividade avaliativa do Módulo 6 - Prazo final entrega atividade avaliativa do Módulo 6 - Emissão dos certificados e encerramento

Obs.: Os módulos serão liberados mensalmente, garantindo tempo para estudo e prática.

Estratégias de divulgação e captação de participantes

- Redes sociais da UNESPAR e prefeituras parceiras;
- Parcerias com sindicatos e associações comunitárias como a Associação dos Municípios do Vale do Ivaí Turismo (AMUVITUR);
- Divulgação via grupos de WhatsApp locais e rádios locais;
- Distribuição de material visual digital com linguagem acessível;

Critérios para certificação

- Participação nas atividades (mínimo de 75%);
- Entrega das atividades avaliativas com nota (formato digital – estudo de caso ou ficha de produto turístico);
- Participação em ao menos cinco encontros síncronos;
- Certificado emitido pela UNESPAR mediante cumprimento dos critérios acima.

Referências

BARBOSA, Livia. **Consumo e identidade**: uma introdução ao marketing cultural. Vozes, 2016.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. SENAC São Paulo, 2011.

BOULLÓN, Roberto. **Planejamento do espaço turístico**. Ed. Aleph, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de base comunitária**: orientações para o desenvolvimento de roteiros turísticos. Brasília: MTur, 2010.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Manole, 2004.

CASTILHO, Marina. **Marketing digital para pequenos negócios**. DVS Editora, 2020.

CLAVÉ, Salvador Anton. **Marketing de destinos turísticos**. Aleph, 2003.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. Cultura, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Campus Elsevier, 2018.

GRINOVER, Lúdia. **Encantar o cliente**: hospitalidade na prática. Senac São Paulo, 2013.

KOTLER, Philip; Bowen, John; Makens, James. **Marketing para turismo**. Prentice Hall, 2010.

LASHLEY, Conrad. **Hospitalidade como disciplina acadêmica**. Revista Rosa dos Ventos, 2010.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Gestão estratégica de custos**. Atlas, 2014.

RAMOS, Geovana & Braga, Adilson. **Produto turístico**: princípios e práticas. EDUFRN, 2019.

SCHLÜTER, Regina. **Manual de turismo rural e comunitário**. Contexto, 2015.

SEBRAE. **Como calcular o preço de venda?** Caderno de Ferramentas, 2017.

TRIGO, Luiza. **Turismo rural**: um produto em transformação. Papirus, 2010.