

PERFIL DOS EMPREENDEDORES QUE ATUAM NO TURISMO RURAL: UM ESTUDO DE CASO NA MICRORREGIÃO DE FEIRA DE SANTANA (BA)

Wellington Sampaio dos Santos*
Ana Lúcia Carvalho dos Santos**

RESUMO — *O presente estudo aborda o comportamento empreendedor dos empresários atuantes no segmento do Turismo em áreas rurais, na microrregião de Feira de Santana, da qual fazem parte vinte e quatro municípios. Realizou-se uma pesquisa descritivo-exploratória com os empresários rurais, utilizando-se como instrumento de levantamento de dados o questionário. Buscou-se analisar o perfil empreendedor desses empresários, bem como, suas características empreendedoras. A pesquisa baseou-se no levantamento bibliográfico sobre Turismo Rural e Empreendedorismo, o qual forneceu subsídios para compreender a prática empreendedora, relacionada com as características e comportamentos dos proprietários dos estabelecimentos estudados. Constatou-se que existem poucas características empreendedoras no comportamento dos empresários estudados e que uma pequena parte desses empresários adotam uma postura de empreendedor, embora se tenha observado uma preocupação dos mesmos em praticar a rede de relacionamentos, de comunicação e negociações, características do comportamento empreendedor.*

PALAVRAS-CHAVE: *Turismo Rural. Atividade Agropecuária. Empreendedorismo.*

1 INTRODUÇÃO

As atividades agropecuárias na atualidade enfrentam grandes desafios exigindo, muitas vezes, esforços adicionais dos produtores

* Bacharel em Administração (FTC). E-mail: wellingtondeagro@yahoo.com.br

** Prof. Assistente (DCIS/UEFS). Mestre em Ciências Agrárias/Desenv. Rural (UFBA). E-mail: alcsona@bol.com.br
Universidade Estadual de Feira de Santana – Dep. de CIS.
Tel./Fax (75) 3224-8049 - BR 116 – KM 03, Campus - Feira de Santana/BA – CEP 44031-460. E-mail: cis@uefs.br

na busca de novas alternativas para a geração de renda e na tentativa de frear o êxodo rural. O Turismo Rural pode ser identificado como uma forma de geração de receitas financeiras complementares, tendo em vista a incontestável riqueza cultural e natural dos espaços rurais deste país, além da riqueza de nossa cultura caipira.

O Turismo Rural, se bem trabalhado, pode ser uma solução tanto para minimizar a pobreza de muitas pessoas que habitam no campo, quanto para o alívio do estresse da população das grandes cidades, levando-se em conta a qualidade de vida ofertada pelas áreas rurais.

Este trabalho visa conhecer o perfil empreendedor dos empresários rurais que atuam no segmento do Turismo, implantando os serviços de comércio, entretenimento, restaurantes, hospedagens e produção de artigos artesanais, fabricação de produtos comestíveis, como, doces, queijos, compotas, etc., configurando em atividades turísticas no espaço rural, transformando-as em atividades complementares à agricultura e a pecuária já existente na propriedade rural, com isso possibilitando uma integração com as práticas agropecuárias cotidianas e demonstrando a capacidade de alguns proprietários locais notarem a tendência de diversificação de ocupação e renda em áreas rurais.

Neste sentido, busca-se responder a seguinte questão: Os empresários do segmento turístico em áreas rurais na microrregião de Feira de Santana apresentam perfil empreendedor?

Para tanto, este estudo objetivou caracterizar o perfil empreendedor dos gestores atuantes no segmento turístico e, especificamente, identificar os municípios da microrregião de Feira de Santana que trabalham com o Turismo Rural.

2 TURISMO RURAL E EMPREENDEDORISMO

O Turismo Rural trata da oferta de atividades recreativas, alojamentos e serviços onde a base é o espaço rural e as atividades agropecuárias, dirigida aos habitantes das cidades que estejam interessados em desfrutar suas horas de lazer, descanso ou férias em contato com a natureza, juntamente com a população local.

O segmento da atividade turística que se desenvolve em propriedades produtivas, aliando práticas de agropecuária e valorizando o contato direto do turista com a cultura do local, é chamado Turismo Rural. (MACHADO, 2005, p.35)

2.1 Contextualizando o Turismo Rural

O Turismo Rural não é uma atividade nova, uma vez que, no passado, sobretudo nos países europeus, as pessoas já procuravam atividades de lazer e entretenimento fora de suas cidades já desenvolvidas, buscando aspectos simples e autênticos, característicos do dia-a-dia do meio agrícola e com pouca mão-de-obra especializada.

O interesse crescente pelas atividades recreativas no meio rural já se manifestava no século XIX, na Europa, como uma reação ao estresse e às atribulações decorrentes da expansão das cidades industriais. O Turismo Rural - tal como se apresenta a partir dos anos 70, 80 e 90 - é diferente daquele em vários aspectos, principalmente no grande número de pessoas envolvidas atualmente. (RUSCHMANN, 2000, P. 63)

O turismo em espaço rural tem como país pioneiro a França onde em 1971 se constituiu a primeira associação do gênero (*Tourisme en espace rural*) (CAVACO, 2001, p. 35).

As atividades de lazer no espaço rural têm ganhado, nos últimos anos, significativa dimensão econômica e social, envolvendo diferentes participantes, demonstrando novos valores. As atividades turísticas em área rural surgem como uma opção de resgate de tranqüilidade perdida nas cidades, da busca pela simplicidade, pelo folclore e culturas locais, onde esses atributos de simplicidade e espontaneidade são o diferencial atrativo do segmento.

O turismo rural vem crescendo devido à necessidade que o produtor rural tem de buscar novas alternativas de renda e

ao aumento do caos nas grandes cidades. A cada dia que passa, mais pessoas buscam no meio rural e, por conseguinte, no turismo rural, uma forma aprazível de fuga do meio urbano.

Do turismo se esperam contribuições importantes na revitalização econômica e social, na valorização dos patrimônios e dos produtos locais de qualidade, fonte de receitas, na manutenção de serviços básicos e de condições suficientes de acessibilidade, mesmo quando mobiliza clientes que pouco permanecem e apenas afluem em certos períodos. (CAVACO, 2001, P.26)

A utilização do espaço das propriedades rurais que praticam o turismo é bastante ampla. É um segmento do turismo desenvolvido em áreas rurais produtivas, relacionado com o alojamento na sede da propriedade ou em edificações apropriadas, onde o turista participa das diferentes atividades agropecuárias desenvolvidas na propriedade, oferecidas, em grande parte, por mão-de-obra familiar. São incluídas, nessa modalidade, a oferta de produtos naturais de origem local ou regional, assim como, a gastronomia típica e o conhecimento da cultura local.

As potencialidades que o turismo rural possui de gerar empregos e distribuir renda tornam essa atividade econômica muito importante, sob o ponto de vista de conservação de raízes e divulgação de costumes, trabalhando ainda com a perspectiva de manutenção do homem no campo, utilizando sua mão-de-obra.

2.1.1 Turismo Rural no Brasil

No Brasil, o turismo rural surgiu a partir dos anos 80, principalmente em Santa Catarina, com suas atividades voltadas para a complementaridade das produções agrícolas tradicionais.

A imensa diversidade cultural e geográfica do interior brasileiro fez surgir propostas de turismo rural adaptadas às particularidades de cada região, construindo uma atividade que registra franco crescimento e começa a se organizar.

O Turismo Rural organizado como atividade econômica inicia-se em Lages (Santa Catarina - Região Sul), na Fazenda Pedras Brancas, em 1984. Foi constituída uma Comissão Municipal de Turismo que apoiou um estudo sobre a procura potencial do Turismo Rural, o qual sustentou o lançamento de um projeto piloto que obteve sucesso e abriu caminho à emergência de um novo produto na oferta turística brasileira. (RODRIGUES, 2001, p. 79).

O próprio conceito de turismo rural tem, no Brasil um sentido abrangente, envolvendo a fruição dos recursos rurais e as atividades ligadas às práticas campeiras e ecológicas, bem como a dimensão relativamente intangível da cultura e modo de vida das comunidades rurais.

A primeira grande questão para iniciar a reflexão sobre o turismo rural no Brasil é a imprecisão de conceitos, a qual parece estar vinculada à tentativa de classificações baseadas em parâmetros europeus, o que resulta em graves equívocos por se tratar de realidades tão diferentes e complexas. Até mesmo as comparações entre os países europeus mostram modalidades distintas no que concerne ao turismo em espaço rural, não havendo afinidade de critérios para classificação. (RODRIGUES, 2001, p. 101).

O processo que se desenvolve no país é fruto da necessidade que o produtor rural tem em buscar novas fontes de renda para a sua sobrevivência. Por se tratar de uma atividade ainda recente, conta com muito poucos profissionais com experiência prática, e ainda faltam números regionais exatos sobre o segmento.

Esse novo segmento que se desenvolve em nosso país possui um caráter de integração, que valoriza o meio ambiente, as tradições da região e as atividades agropecuárias. Os proprietários rurais buscam atividades dentro da fazenda, para captação de novas rendas e ocupação da mão-de-obra local.

O turismo rural aumenta em cerca de 30% a renda dos produtores que apostam nessa atividade, para incrementar o

faturamento da propriedade, além de gerar quantidade significativa de empregos, segundo dados da ABRATURR¹.

A maior parte da mão-de-obra é composta de trabalhadores da região onde está instalado o empreendimento e, também, uma parte considerável da família proprietária, apenas uma pequena parcela de mão-de-obra é profissional de outras áreas, neste sentido, diferenciando-se bastante da indústria que, quando se instala fora de um grande centro, traz consigo grande parte da mão-de-obra (ABRATURR).

O turismo rural no Brasil é uma atividade emergente. Por um lado, temos o produtor com a necessidade de agregar valores a seus produtos e buscar novas fontes de renda a sua produção. Por outro, muitas pessoas (entidades, instituições e profissionais) querendo mostrar novas alternativas para o campo, entre outras, o turismo rural.

Os proprietários rurais, que abriram suas estruturas produtivas para além da agricultura, alojando e entretendo os visitantes dos meios urbanos, possuem atualmente uma série de parceiros, dos transportadores aos agentes de viagem especializados, às organizações agrícolas ou rurais e até às autoridades locais (RUSCHMANN, 2000, p. 64).

É relevante o número de propriedades rurais que estão incorporando atividades turísticas bem planejadas em suas rotinas. Percebe-se que se fazem necessárias a estruturação e a caracterização do turismo desenvolvido nessas propriedades para que essa tendência não ocorra desordenadamente e degrada o ambiente. Só assim o turismo rural poderá consolidar-se como uma opção de lazer para o turista e uma importante e viável oportunidade de renda para o empreendedor rural.

O turismo rural é desenvolvido em muitos estados do nosso país, entre os quais se podem destacar os estados de

¹ Associação Brasileira de Turismo Rural criada no estado de Santa Catarina, inicialmente, como associação representativa dos empreendedores do turismo de Lages, hoje, atuando em âmbito nacional.

Minas Gerais, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia e Pernambuco, onde muitos proprietários disponibilizam suas fazendas para receberem turistas de todas as partes do país. “Atualmente podemos dizer que em todo o Brasil existem experiências de turismo rural que se expandem para as regiões Nordeste e Norte”. (RODRIGUES, 2001, p. 101)

Em cada uma dessas regiões, expressões culturais se manifestam por meio da gastronomia, do artesanato, da música e da dança, atrativos turísticos que integram e enriquecem o produto turismo rural.

Existem várias modalidades de turismo rural. Há quem se interesse, por exemplo, em acompanhar de perto um dia de colheita em uma fazenda, outras pessoas gostam de passar as férias em um hotel-fazenda, ou de fazer cavalgadas por alguns dias, e até de conhecer a produção de cachaça em um alambique ou de doces caseiros.

O espaço rural brasileiro reserva um potencial paisagístico vastíssimo, resultante da feliz superposição de três fatores fundamentais: a grande extensão territorial; a diversidade dos ambientes naturais que lhe servem de entorno e suporte e o notável matizamento cultural disseminado em todas as regiões (RODRIGUES, 2001, p. 129).

Assim, é oferecido aos visitantes o convívio com costumes passados, que não existem nos grandes aglomerados e que possuem símbolo de um retorno às origens rurais, são modos de vida e hábitos que representam a simplicidade e a tradição.

O segmento do turismo em áreas rurais é apresentado com uma formatação diferenciada do produto turístico convencional ou de massa, uma vez que é planejado como turismo especializado, em geral praticado em pequena escala.

A apropriação do espaço rural para satisfazer as necessidades de ócio e lazer da sociedade urbana tem potencializado enormemente as suas aptidões turísticas, não para prática do turismo massificado, mas de formas alternativas de turismo, de baixa densidade, adaptadas às características do espaço rural (RODRIGUES. 2001. p. 136).

O Turismo Rural é um caminho interessante tanto para agricultores/empresários brasileiros como para o governo, sem falar, é claro, na população urbana, que usufrui desses serviços, pois alia preservação de patrimônios históricos culturais, com uma nova alternativa de renda para uma população receptora que já não encontrava mais na agricultura sua forma de sustento. No entanto, a atividade agrícola não deve deixar de ser exercida, pois ela ainda é à base de nossa economia, além é claro, de ser um importante fator histórico na cultura brasileira.

2.2 Empreendedorismo

O empreendedor, em geral, é motivado pela auto-realização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente, tem uma grande necessidade de se realizar, de inovar, de vencer os obstáculos e de alcançar objetivos com seu próprio esforço. Para ele, são irresistíveis os novos empreendimentos, procuram sempre propor idéias criativas, seguidas de ação.

A essência do espírito empreendedor torna-se bastante oportuna no contexto atual, em razão das constantes mudanças referentes à empregabilidade que vêm sendo presenciadas no Brasil e em todos os países.

DOLABELA (1999, p.43) afirma:

O empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Segundo DORNELAS (2001, p.27) “A palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo”. Ser empreendedor é ser capaz de identificar oportunidades, desenvolver uma visão geral do ambiente; ser capaz de contagiar e motivar pessoas com suas idéias; é estar pronto para assumir riscos calculados e aprender com os erros; é ser um profundo conhecedor do todo e não só de algumas partes; é, dentre outros atributos, ser capaz de usar essas informações para seu próprio aperfeiçoamento.

Para SCHUMPETER (1949) apud DORNELAS (2001, p. 37),

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Empreendedores são pessoas que fazem a diferença, que realizam, que fazem acontecer, que desenvolvem sua capacidade de superar limites com seus próprios esforços, sobretudo nos dias atuais com a necessidade cada vez maior de gerar empregos, devido às mudanças serem cada vez mais intensas e rápidas no cenário empresarial.

Geralmente, o empreendedor percebe uma necessidade e então reúne e coordena pessoas, materiais e capital necessários para satisfazê-las. Ele cria uma nova organização como um meio de oferecer algo novo para os clientes, empregados ou outros parceiros. DRUCKER (1987) afirma que o empreendedor está relacionado com a mudança e sempre responde a ela e a explora como uma verdadeira oportunidade.

O empreendedor ao implantar seu negócio visa alcançar o mais breve possível a rentabilidade necessária para o ressarcimento do capital investido, porém, o conhecimento de todo o mecanismo empresarial deve ser levado em consideração, para que não se criem expectativas em demasia, quanto à lucratividade, e se deve ter consciência de que o resultado não é tão imediato.

O empreendedor de sucesso é alguém que desenvolve uma visão sobre determinado produto ou serviço e agrega valor ao seu negócio sempre primando pela inovação, sendo esta a palavra-chave do empreendedorismo, pela qual se busca a qualidade dos serviços que aglutinam clientes satisfeitos, ou seja, o empreendedorismo deve apresentar algo novo que traga satisfação àqueles que usam esses serviços e garantam a permanência do empreendedor no mercado altamente competitivo.

Sobre características empreendedoras, DORNELAS (2001, p.30) afirma:

O empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados as características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa.

Ainda sobre as características dos empreendedores de sucesso, o referido autor as relaciona da seguinte forma:

a)São visionários; b)Sabem tomar decisões; c)São indivíduos que fazem a diferença; d)Sabem explorar ao máximo as oportunidades; e)São determinados e dinâmicos; f)São dedicados; g)São otimistas e apaixonados pelo que fazem; h)São independentes e constroem o próprio destino; i)São líderes e formadores de equipes; j)São bem relacionados; l)São organizados; m)Planejam; n)Possuem conhecimento; o)Assumem riscos calculados; p)criam valor para a sociedade. (DORNELAS (2001, p. 31)).

2.2.1 Empreendedorismo Rural

A administração das propriedades rurais brasileiras, até bem pouco tempo, era organizada em um sistema fechado, com quase nenhum relacionamento com o ambiente externo. Com a evolução do ambiente de negócios, as técnicas administrativas empregadas também sofreram uma transformação.

Para acompanhar essa evolução, o empresário rural deve buscar constantemente informações atualizadas, para auxiliarem nas suas tomadas de decisões referentes a receitas complementares, pois o negócio agropecuário, atualmente, tem a mesma dinâmica dos demais setores e, para ser bem gerenciado, é necessário um perfeito conhecimento do que ocorre dentro da propriedade rural e do ambiente no qual ela está inserida.

O empresário moderno deve estar atento a todas as mudanças, ou seja, estar atualizado, pois as diferenças podem se dar nos produtos ou serviços oferecidos, no atendimento ao cliente, nas diferentes formas de comunicação, na qualificação e envolvimento

dos clientes ou colaboradores internos (funcionários) ou ainda na personalização dos produtos e serviços oferecidos para atrair os consumidores.

O conhecimento das condições de novos mercados, inclusive de lazer em espaço rural e da utilização dos recursos naturais disponíveis, dá ao produtor rural os elementos básicos para o crescimento de atividades econômicas que serão implantadas em sua propriedade, transformando-as em atividades promissoras e atrativas com um bom gerenciamento do negócio, preocupado com a qualidade dos serviços prestados.

O empreendedor, portanto, é alguém com a capacidade de identificar uma boa oportunidade, correr riscos calculados, enfrentar os infortúnios e conseguir conduzir seu negócio ao sucesso. A obtenção do perfil do empreendedor resulta da aquisição de determinadas características que formam esse perfil, como, a inovação e a percepção de novas oportunidades, a criatividade, e a flexibilidade, e o empresário que focaliza a área de turismo rural pode desenvolver de forma inovadora um restaurante rural, um hotel fazenda, uma pousada, entre outras atividades em áreas rurais, onde se percebe o crescimento de negócios diferentes e a utilização de idéias novas.

3 METODOLOGIA

3.1 Modelo de Estudo

Esta pesquisa é de natureza descritiva e bibliográfica. A pesquisa bibliográfica foi feita em materiais já existentes, como, livros, jornais e revistas selecionadas de autores que tratam o tema. Sobre pesquisa bibliográfica, LAKATOS e MARCONI, (2001, p.44) afirmam:

Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto, com o objetivo de permitir ao cientista o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulação de suas informações.

O modelo de estudo utilizado foi o exploratório descritivo. Para SILVA (2003, p. 65),

a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, para torná-lo mais explícito ou para construir hipóteses.

Foi escolhido, como método de investigação, o estudo de caso.

Conforme VERGARA (2003, p. 49), o estudo de caso é

O circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo um país. Tem caráter de profundidade e detalhamento.

3.2 Técnica para Coleta de Dados

A técnica escolhida para a realização do levantamento dos dados foi a do questionário, universo a ser pesquisado foi os proprietários de estabelecimentos comerciais ligados ao turismo rural na microrregião de Feira de Santana, no total de 03 empresários devidamente regulamentados na atividade.

Para SILVA (2003, p. 66),

Questionário é um conjunto ordenado e consistente de perguntas a respeito de variáveis e situações que se deseja medir ou descrever.

O levantamento das informações através do questionário previamente elaborado foi efetuado no período de 17 a 20 de fevereiro de 2006.

Não houve identificação pessoal dos empresários entrevistados.

3.3 Caracterização da microrregião

O estudo foi feito na Microrregião de Feira de Santana, da qual fazem parte 24 municípios, incluídos no Polígono das

Secas, e onde a atividade econômica que mais ocupa a população economicamente ativa está no ramo da agropecuária. Percebe-se, na microrregião, uma queda crescente da ocupação e da renda agropecuária e de suas atividades tradicionais. Estudos demonstram ainda que a renda propiciada por essas atividades é cada vez mais insuficiente para manter o produtor ocupado em tempo integral.

A população estimada da região é de 865 073 habitantes, numa área de 12 646 80 Km². (ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE FEIRA DE SANTANA, 1998) Os municípios que a constituem são: Água Fria; Anguera; Antônio Cardoso; Conceição da Feira; Conceição do Jacuípe; Coração de Maria; Elísio Medrado; Feira de Santana; Ipecaetá; Ipirá; Irará; Itatim; Ouriçangas; Pedrão; Pintadas; Rafael Jambeiro; Santa Bárbara; Santa Teresinha; Santanópolis; Santo Estêvão; São Gonçalo dos Campos; Serra Preta; Tanquinho e Teodoro Sampaio. (ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE FEIRA DE SANTANA, 1998) Desses municípios, apenas Conceição do Jacuípe com população estimada, em 2005, de 28 255 habitantes e área da unidade territorial com 116 Km² (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE) e São Gonçalo dos Campos, com população estimada, em 2005, de 28 699 habitantes e com área da unidade territorial de 294 Km² (IBGE) atuam no Turismo Rural efetivamente, segundo informações da Secretaria da Cultura e Turismo do Estado da Bahia (SCT).

3.4 População

A população considerada foi a de empresários atuantes no segmento de serviços turísticos em fazendas localizadas na microrregião de Feira de Santana. Foi feito o levantamento de dados entre os 03 empresários dos empreendimentos turísticos em espaço rural nos municípios de Conceição do Jacuípe (01) e São Gonçalo dos Campos (02), localidades com atuação efetiva e regulamentada nesse segmento, na referida microrregião, segundo informações da SCT - seção Turismo Rural.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os dados foram levantados a partir da aplicação de um questionário, que consiste num instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, no período de 17 a 20 de fevereiro de 2006.

Utilizou-se o procedimento de estatística descritiva, com a tabulação manual dos dados e, conseqüentemente, construíram-se tabelas em frequência simples, que têm como características principais a facilidade de visualização das informações levantadas.

Os empresários que atuam no Turismo Rural na Microrregião de Feira de Santana (BA) apresentaram o seguinte perfil: 66,7% dos empresários encontram-se na faixa etária entre os 41 a 50 anos, e o restante, ou seja, 33,3%, está na faixa de acima de 51 anos, e no tocante ao sexo dos entrevistados, 66,7% são do sexo feminino e 33,3%, do sexo masculino, dados que demonstram a predominância feminina à frente dos negócios deste segmento. Pode-se observar, referente ao grau de escolaridade, que a totalidade de empresários possui nível superior, dentre os quais, 66,7% fizeram graduações (filosofia e administração) e 33,3%, pós-graduação (Hotelaria), demonstrando conhecimentos acadêmicos e profissionais no ramo de atividade que escolheram, e pessoas com experiência na vida prática.

Os dados levantados mostraram que 100% dos empresários identificam os motivos que os levaram a atuar nesse segmento, e 100% falaram de seu entendimento sobre empresa empreendedora.

- Motivos pelos quais começaram a atuar no turismo:

“Gostar do ramo de hotelaria e experiência como gerente de hotel”.

“Criar clube para cavaleiros e ser um lazer para a família”.

“Envolvimento com o setor de educação e hotelaria”.

-Entendimento pelos empresários do que é uma empresa empreendedora:

“Empresa empreendedora é aquela que muda de forma sempre, procurando novas técnicas de amadurecimento, crescimento e evolução constante para não ficar para trás no mercado”.

“É a empresa que quer investir em um negócio e ter lucro no segmento que escolheu”.

“Uma empresa que acredita no que faz e faz com profissionalismo, buscando realizar algo novo e diferente. Mesmo sabendo de dificuldades encontradas, realiza o seu papel buscando a qualidade dos seus serviços”.

Os relatos sobre os motivos para começarem no segmento demonstram que 66,7% estavam envolvidos no setor de hotelaria e com boa experiência, e a outra parcela, 33,3% dos entrevistados, entrou no ramo sem planejamento sobre o assunto.

A respeito do entendimento dos empresários sobre empresa empreendedora, a investigação nos mostra um conhecimento parcial, uma vez que apenas 33,3% dos entrevistados disseram, de forma concreta, as características de uma empresa empreendedora, enquanto 66,7% não demonstram esse conhecimento.

Observou-se, também, que 33,3% dos entrevistados disseram perceber situações desagradáveis no ramo que escolheram, a outra parcela, 66,7% dos entrevistados, não percebeu nada que os desagradasse, por gostarem muito do que fazem e continuarem na luta diária dos seus negócios.

Situações desagradáveis citadas:

“Despreparo ou falta de costume de pessoas para se hospedarem em fazendas”

“Hóspedes muitas vezes causadores de prejuízos”

“Reclamações dos hóspedes sobre mosquitos (fato típico da roça)”

A investigação acerca do envolvimento dos familiares constatou que esses não se envolvem nos negócios dos empresários (66,7% dos entrevistados) sendo que 33,3% relataram que os familiares apoiaram e estimulam a gestão no empreendimento. Pelo percentual elevado de não-estímulo por parte dos familiares, pode ocorrer a não-valorização das escolhas dos empresários.

Tabela 1 - Objetivo da empresa, conhecimentos e experiências sobre o ramo escolhido pelos empresários - 2006

	Qtde.	%
Sim	3	100
Não		
Parcialmente		
TOTAL	3	100
ENVOLVIMENTO EM OUTRO EMPREENDIMENTO		
	Qtde.	%
Sim	2	66,7
Não	1	33,3
TOTAL	3	100
EXPERIÊNCIA NO RAMO ESCOLHIDO		
	Qtde.	%
Sim	1	33,3
Não	2	66,7
Parcialmente		
TOTAL	3	100
CONHECIMENTO NECESSÁRIO AO NEGÓCIO		
	Qtde.	%
Sim	3	100
Não		
Não pensei no assunto		
TOTAL	3	100

De acordo com Tabela 1, 100% dos empresários dizem saber com exatidão o verdadeiro objetivo da sua empresa, fato positivo para o desenvolvimento dos negócios. O percentual de 66,7% relata que já se envolveu em outro empreendimento próprio, dos quais, 33,3% não haviam trabalhado com seu próprio negócio. Apenas 33,3% dos empresários experimentaram trabalhar no ramo escolhido, enquanto 66,7% dos entrevistados não tinham qualquer experiência no ramo. 100% dos entrevistados declararam que o conhecimento necessário para gerir o negócio é dominado pelos mesmos, apesar de grande parte não ter trabalhado no ramo anteriormente.

Tabela 2 - Informação e atualização dos empresários na área em que mantém o negócio – 2006

	Qtde.	%
Sim	3	100
Não		
TOTAL	3	100
PARTICIPAÇÃO EM CURSO SOBRE GESTÃO DA EMPRESA RURAL		
	Qtde.	%
Sim	2	66,7
Não	1	33,3
TOTAL	3	100

Conforme a Tabela 2, 100% dos empresários cuidam de atualizar os conhecimentos sobre Turismo Rural através de literatura especializada e apenas 33,3% não participaram de curso sobre gestão de empresas rurais, e a maioria, ou seja, 66,7% relatam ter feito curso para gerir a empresa rural.

Tabela 3 - Qual a capacidade de liderança, rede de contatos dos empresários no ramo que atuam e qual motivo os empresários escolheram este segmento para atuar - 2006

	Qtde.	%
Sim	3	100
Não		
Parcialmente		
TOTAL	3	100
BOA REDE DE CONTATOS NO RAMO QUE ATUA		
	Qtde.	%
Sim	1	33,3
Não	2	66,7
Parcialmente		
TOTAL	3	100
MOTIVO DA ESCOLHA DO RAMO DE NEGÓCIO		
	Qtde.	%
Conhecimento do negócio	2	66,7
Lucratividade garantida		
Indução de terceiros		
Acaso	1	33,3
Outros		
TOTAL	3	100

Como mostra a Tabela 3, a capacidade de liderar pessoas foi confirmada por 100% dos empresários, que relataram ter grande poder de persuasão em momentos oportunos e cruciais para um bom gerenciamento dos seus negócios. No quesito estabelecer uma boa rede de contatos, apenas 33,3% confirmaram existir essa prática, os outros 66,7% disseram não ter preocupação com esses contatos. O conhecimento do negócio foi confirmado por 66,7% como o motivo pelo qual escolheram esse ramo específico de negócio, enquanto 33,3% relatam que foi o acaso que os fez abrir esse negócio. Nesse caso, a intenção era para lazer e criar um clube do cavaleiro, só que a procura por hospedagens foi ficando grande, e o envolvimento para abrir o negócio foi se concretizando.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apresentados e discutidos neste trabalho indicam que as atividades agropecuárias podem ganhar com a complementaridade dos serviços turísticos em área rural, apesar de ser um nicho de mercado ainda incipiente, há muito o que fazer no que se refere à articulação, sensibilização e conscientização, uma vez que muitos proprietários rurais não estão totalmente cientes dos benefícios que a atividade pode proporcionar aos seus negócios.

É necessário despertar nos produtores a motivação para descobrir que suas propriedades têm potencialidades ainda não-exploradas, que podem transformar-se em fonte de renda com o turismo, a exemplo de outras regiões.

Pode-se avaliar que os empresários envolvidos no segmento do Turismo Rural da microrregião de Feira de Santana (BA) não possuem um perfil empreendedor em sua totalidade, uma vez que se constatarem nos entrevistados poucas características empreendedoras.

Após muitos anos sem aproveitar seu imenso potencial, o Brasil está despertando para o desenvolvimento da modalidade turística no setor rural. Na microrregião de Feira de Santana, percebe-se que o quadro empresarial existente em termos de empreendimentos rurais dessa natureza ainda é muito pequeno

para a importância e a dimensão da região, a qual se sobressaía na atividade agropecuária baiana e é possuidora de uma população considerável.

Seria interessante a realização de pesquisas futuras com maior aprofundamento quanto aos motivos concretos de tão pequena parcela de empresários atuando nas atividades turísticas em áreas rurais. Espera-se que este trabalho venha estimular novas pesquisas direcionadas ao tema.

Os empresários entrevistados citaram algumas razões para não existirem poucos empreendimentos atuando no setor, como, falta de políticas públicas específicas para o setor, falta de incentivos financeiros estaduais e de programas de financiamentos com juros menores, necessários para impulsionar um setor tão importante para a geração de renda e empregos.

As iniciativas não devem partir apenas do Poder Público, mas, também, da iniciativa privada, ambos atuando conjuntamente na busca de soluções que poderão impulsionar o segmento.

PROFILE OF ENTERPRISERS WHO WORK IN RURAL TOURISM: A CASE STUDY IN THE MICROREGION OF FEIRA DE SANTANA (BA)

ABSTRACT — *This article approaches the behavior of enterprisers working with rural tourism in the microregion of Feira de Santana, within an area of twenty-four municipalities. There was a descriptive and exploratory research among rural enterprisers by means of questionnaires aiming to analyze the profile of rural enterprisers and their characteristics. The research was based on Tourism and Rural Enterprising literature which provided subsidies to understand this enterprising practice in relation to the characteristics and behavior of the owners of the establishments approached. It was found that there are few enterprising features in the behavior of the enterprisers approached by the research taking into account that just a small part of them adopt an enterprising posture. In spite of it, they have showed some concern related to setting up a network of relationships, communication and negotiation, with enterprising characteristics.*

KEY WORDS: *Rural tourism. Agricultural activities. Enterprising.*

6 REFERÊNCIAS

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DE FEIRA DE SANTANA v.1, 1998, Câmara de Diretores Lojistas de Feira de Santana – CDL.

CAVACO, C. Turismo Rural e Desenvolvimento Local. In: RODRIGUES, A. A. B. **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. 2. ed. São Paulo. Pioneira, 1987.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA - Cidades@, **O Brasil município por município**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/> acesso em 02 de março de 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MACHADO, A. **Ecoturismo: um produto viável: a experiência do Rio Grande do Sul**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2005.

RODRIGUES, A. B. **Turismo Rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001.

RUSCHMANN, D. V. de M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

SILVA, A.C. R. da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Atlas, 2003.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Site: [http://www.turismorural.org.br/ABRATURR/documentos/levantamento de propriedades](http://www.turismorural.org.br/ABRATURR/documentos/levantamento_de_propriedades)

Recebido em: 14/10/2008

Aprovado em: 06/11/2008