

## **O perfil empreendedor das agências de turismo do município de Itatiaia/RJ.**

**Maxwel de Azevedo-Ferreira<sup>1</sup>**  
**Humberto Reis dos Santos Souza<sup>2</sup>**  
**Vinnícus Maia Jordan<sup>3</sup>**

### **Resumo**

Para este trabalho, tomou-se como premissas que o turismo é um setor de relevância econômica para o Brasil; que os empreendedores são agentes econômicos que podem causar impactos no setor que atuam, inclusive no turismo; que o perfil desses empreendedores está apresentando mudanças e que esses empreendedores utilizam redes de relacionamentos. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo geral: apresentar o perfil dos empreendedores de agência de turismo no mercado no município de Itatiaia/RJ. Itatiaia mostra-se uma região prolífica para o turismo devido sua localização estratégica (entre Rio de São Paulo na região do Pico das Agulhas Negras); sua história – pois abriga uma colônia finlandesa e; suas belezas naturais – pois contém em seu território o Parque Nacional do Itatiaia, o Parque Estadual da Pedra Selada e as Cachoeiras de Penedo. O ecoturismo e o turismo de aventura são segmentos fortes na região. Mas também estão presentes o turismo compras (Pequena Finlândia) e o turismo histórico-cultural. Os indicadores para traçar perfil empreendedor foram: idade, formação, estado civil, experiência com empreendedorismo, participação em cursos de gestão ou turismo, se empreenderam por necessidade ou oportunidade, estrutura organizacional e física, familiares na empresa, planejamento ao abrir a empresa e planos relacionados ao marketing, gestão de pessoas e rede de relacionamento. No método, foi realizada a busca no CADASTUR pelas agências cadastradas no Ministério do Turismo. Depois foram realizadas as entrevistas e análise de conteúdo. Ao todo foram encontradas quatro agências, uma não foi possível contato e a outra foi descartada por não trabalhar como agência de turismo. Como resultados e conclusões, pode-se destacar que os perfis das agências são formados por núcleos familiares. Os empreendedores não compreendem a necessidade de planejamento das suas ações, pois, mesmo o empreendedor que possui cursos complementares na área de gestão, não faz uso das ferramentas administrativas. Assim, os elementos encontrados na pesquisa fornecem indícios de que sejam necessárias ações de incentivo e conscientização para que os empreendedores locais possam se qualificar. Os empreendedores utilizaram recursos próprios para empreender e empreenderam inicialmente por necessidade. Ao comparar as agências, pode-se observar que ambas oferecem tipos de serviços diferentes, mas ambas

<sup>1</sup> Mestre em Administração. Instituto Federal do Rio de Janeiro. <http://lattes.cnpq.br/7883337588358594>. maxwel.ferreira@ifrj.edu.br

<sup>2</sup> Mestre em Administração. Instituto Federal do Rio de Janeiro. <http://lattes.cnpq.br/6775201952289195>. humberto.souza@ifrj.edu.br

<sup>3</sup> Cursando Técnico em Guia de Turismo. Instituto Federal do Rio de Janeiro. <http://lattes.cnpq.br/6215218120895990>. velismaster@hotmail.com

as agências atuam com turismo de aventura e no ecoturismo, o que é justificável pelas características regionais. Com relação ao marketing das empresas, observa-se a necessidade de profissionalização, uma vez que os próprios empreendedores manuseiam suas redes sociais de forma empírica, sem buscar profissionais especializados na área ou qualificação para atuarem como gestores de suas próprias redes sociais. Em relação à rede de relacionamentos, a agência A contém mais conexões com instituições especializadas capazes de dar suporte informacional sobre gestão e turismo. Além disso, também conta com empreendedores locais. Ao contrário de Agência B, que prefere uma rede mais frágil, contemplando amigos, colegas, familiares e empreendedores locais. Pode-se destacar que o desafio comum às agências é a informalidade de outras empresas no setor de turismo. Dessa forma, pode-se concluir que este trabalho atingiu seu objetivo geral. Como limitação, destaca-se a dificuldade de encontrar os empreendedores durante a pandemia do COVID-19. Por fim, sugere-se ampliar este estudo para outros segmentos do turismo.

**Palavras-chave:** perfil empreendedor; turismo; agência de turismo; empreendedorismo; Itatiaia.