



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

## **Análise da contribuição socioeconômica gerada pelos empreendimentos turísticos no espaço rural<sup>1</sup>**

Daysa Andrade Oliveira<sup>2</sup>

Allaoua Saadi<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este trabalho pesquisou dezoito empreendimentos de prestação de serviços aos turistas/visitantes, localizados às margens ou próximos à BR 381, trecho de Ravena, distrito de Sabará, passando por Roças Novas, distrito de Caeté e seguindo em direção à zona rural de Nova União e Bom Jesus do Amparo, estes municípios situam-se na Região Central de Minas Gerais. O objetivo central da pesquisa foi analisar os impactos socioeconômicos proporcionados por essa atividade na localidade. Diagnosticou-se que são empreendimentos de diversas categorias, com características diferentes contribuindo de forma relevante no desenvolvimento da região. Porém, são estruturados de forma desarticulada, necessitando de planejamento para ordenar as ações empreendedoras, com intuito de promover um desenvolvimento rural local, beneficiando a todos os atores envolvidos: a comunidade local, os empreendedores e o poder público. Para alcançar os objetivos do trabalho, realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório-descritiva, com análises quantitativa e qualitativa.

**Palavras-chave:** desenvolvimento rural local; empreendimentos; turismo no espaço rural.

### **Introdução**

Minas Gerais, até meados do século passado, apresentava uma economia basicamente agrícola, o que fazia com que a população rural fosse predominante em relação à população urbana. Entretanto, fatos como a crise do café em 1929 e a implantação de indústrias no período pós-guerra intensificaram o processo migratório das populações rurais para os centros urbanos.

O que se observava no campo era a permanência de um pequeno grupo, grandes produtores rurais, que expandiram suas produções com auxílio das tecnologias agrícolas. O pequeno produtor, maior parcela da população rural, não possuía condições financeiras para

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT – Interfaces com a Gestão de Negócios do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

<sup>2</sup> Daysa Andrade Oliveira possui graduação em Turismo, especialista em Turismo e Desenvolvimento Sustentável e mestre em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais. Atualmente é coordenadora do curso de Turismo da Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira. Contato: daysaandrade@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Allaoua Saadi possui graduação e mestrado em Geografia, doutor em Geografia Física pela *Universite de Strasbourg*, França. Atualmente é professor titular do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Contato: allaoua.saadi@gmail.com



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

arcar com os custos da introdução da tecnologia em sua propriedade. Estes buscarem alternativas de renda, uma vez que não podiam depender somente da renda vinda do campo.

Ocorria uma constante diversificação de atividades não-agrícolas. Serviços relacionados às construções e à atividade doméstica eram as principais ocupações daquelas populações. Com o tempo, atividades ligadas ao lazer e ao turismo começaram a ganhar espaço no meio rural.

São diversos empreendimentos que surgem para atender aos turistas e, assim, o produtor rural passa a ser empreendedor e prestador de serviços. A relevância do turismo no espaço rural é quando a economia local é ativada pela diversificação de novas formas de trabalho no campo, contribuindo para o desenvolvimento da localidade.

Nas mediações da Rodovia BR 381, trecho de Ravena, distrito de Sabará, passando por Roças Novas, distrito de Caeté e seguindo em direção à zona rural de Nova União e Bom Jesus do Amparo / Minas Gerais, existem 18 empreendimentos, que variam desde pequenos estabelecimentos que apresentam como cardápio principal pão de queijo com lingüiça a complexos turísticos. Estes empreendimentos influenciam no desenvolvimento socioeconômico, na zona rural da região. Acredita-se, que são estruturados de uma forma desarticulada, isolada, sem ações capazes de proporcionar a construção de um desenvolvimento rural local.

A rodovia, em análise, é uma via de circulação de alto fluxo de veículos que permite acesso aos estados do Espírito Santo e da Bahia. Em Minas Gerais, a BR dá acesso a dois Circuitos Turísticos, ditos como principais, o Circuito do Ouro e Circuito do Parque Nacional da Serra do Cipó, além de uma parte do trecho fazer parte da Estrada Real.

Os municípios situam-se na Região Central de Minas Gerais, sendo que Sabará e Caeté fazem parte da Região Metropolitana de Belo Horizonte. É uma região que se formou por meio do ciclo do ouro. Parte do patrimônio histórico e arquitetônico erguido na época do ciclo, anteriormente citado, encontra-se conservado. A zona rural apresenta, ainda, características dos séculos XVIII e XIX, embora algumas construções civis estejam em estado de má conservação, por abandono de antigos produtores rurais. A maior parte dessa região nunca teve a agricultura como forte fator econômico por não apresentar condições físicas favoráveis, mas ainda assim, diversas fazendas são destacadas. Como atrativos naturais, apresentam rios com quedas d'águas, serras, matas nativas e pastagens.



Este trabalho tem como objetivo principal entender a dinâmica ligada à evolução quantitativa e qualitativa dos empreendimentos que servem de apoio aos turistas no trecho anteriormente citado, mediante a da investigação de suas trajetórias e características, além dos impactos socioeconômicos gerados sobre o entorno.

#### Metodologia da Pesquisa

De acordo com o paradigma adotado, optou-se por realizar uma pesquisa de caráter exploratório-descritiva, com estratégia quantitativa e qualitativa. O método de amostragem utilizado foi a não-probabilística intencional. O critério de acessibilidade e conveniência, também, foi adotado como variáveis de seleção de amostra.

Realizou-se o trabalho de campo com instrumentos de observação não-participante individual, entrevistas semi-estruturadas com proprietários e/ou gerentes e a aplicação de questionários com turistas e/ou visitantes que se encontravam no local. As entrevistas foram analisadas por meio de análise de discurso de conteúdo. A partir da categorização dos comportamentos verbais recolhidos, foi possível traduzir alguns fatos e sistematizá-los de maneira que a prática se relacione com a teoria. Por fim, os dados foram examinados e transformados em elementos para a conclusão da pesquisa.

#### **Caracterização do perfil da atividade desenvolvida pelos empreendimentos**

A pesquisa investigou 18 empreendimentos, aos quais pertencem serviços de alimentação, hospedagem, lazer e entretenimento e vendas de artesanato. A pesquisa revela as características dos empreendimentos tais como tempo de atividade, número, origem e grau de instrução dos funcionários, produtos e serviços ofertados, origem dos visitantes, origem dos produtos comercializados, relação com o turismo, relação com a comunidade regional, perspectivas de crescimento e dificuldades encontradas na atividade.

##### A. Mão-de-obra alocada nos empreendimentos

Os empreendimentos que prestam serviços aos turistas possuem uma grande variação no número de funcionários: 32% possuem de 02 a 04 funcionários; 17% de 05 a 09 funcionários; 17% de 10 a 14 funcionários; 11% entre 15 a 19 funcionários; 11% de 20 a 24 funcionários; 6% apresentam 35 funcionários e 6% 95 funcionários. Estes 18 empreendimentos analisados geram 270 empregos diretos na região.

De acordo com o número de funcionários, foi possível categorizar os empreendimentos como micro, pequeno, médio ou grande porte, com base na metodologia do



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. Constatou-se que 50% são microempresas, 6% pequenas empresas e 44% médias empresas e não existem grandes empresas. Para uma empresa ser considerada de grande porte deve possuir pelo menos 100 funcionários fixos.

Em geral, os funcionários residem nas proximidades onde os empreendimentos estão inseridos, ocupando cargos como recepcionista, balconista, faxineiro, cozinheiro, garçom, serviços gerais e auxiliar administrativo. Estes possuem grau de instrução que varia entre 1º grau incompleto a 2º grau completo. Os altos cargos, como gerências e diretorias, estão concentrados nas mãos de proprietários e familiares.

O salário médio dos funcionários é de aproximadamente um salário mínimo e meio. Associa-se ao baixo valor salarial a falta de qualificação dos funcionários. Poucos empreendimentos oferecem cursos de capacitação a seus funcionários, apenas 17%.

#### B. Principal atividade econômica

De todas as categorias existentes, observaram-se somente quatro atividades principais, tais como hospedagem, alimentação, lazer e entretenimento e pescaria. Sendo o setor de alimentação o mais expressivo, o que justifica esta tendência é que o local onde os empreendimentos estão inseridos é uma região de alto fluxo de pessoas por ser importante rodovia de acesso a locais de grande expressão turística como já apresentado anteriormente.

A segunda categoria mais expressiva é o serviço de hospedagens, com 22%, que corresponde a quatro empreendimentos. São representados pelos hotéis-fazendas e pousadas, entre eles, apenas um é propriedade rural ativa.

A pesquisa constatou que 75% dos meios de hospedagens foram construídos em função da demanda do mercado. Estes não possuem nenhum vínculo com o meio rural, na verdade tentam fazer um resgate mais sem uma originalidade. Destes estabelecimentos, 75% trabalham com uma alta taxa ocupacional em alta temporada e sofrem com a sazonalidade durante a semana. Ressalta-se que 25% dos meios de hospedagem apresentam dificuldades de ocupação, independente do período.

Com 17%, aparecem os empreendimentos cuja importante atividade econômica é o lazer e entretenimento. São locais aonde as pessoas vão para passar o dia, desfrutando de atividades de lazer, recreação e descanso. Oferecem também hospedagens, apesar de não serem categorizados como principal atividade econômica.



A última categoria analisada foi a pescaria por meio do pesque-pague, com 5% do total. Trata-se de um espaço cuja atividade ainda não é desenvolvida à luz de todo seu potencial, necessita de reformas no espaço e assessoria técnica na gestão do empreendimento.

#### C. Variedades de serviços oferecidos

Apesar de todos os empreendimentos oferecerem diversos serviços, há uma semelhança entre os produtos ofertados. Isso acontece em função de que nem todos têm condições de investir em uma oferta diferenciada.

Uma análise de todos os produtos ofertados permite afirmar que os serviços de alimentação envolvem bares, lanchonetes e restaurantes e estão presentes em mais de 80% dos estabelecimentos. Os que não oferecem tais serviços o fazem devido à proximidade e parceria com empreendimentos exclusivos em alimentação.

Em seguida, aparecem em maior porcentagem, com 72%, os serviços de alimentos caseiros, que são uma característica da região e a oportunidade dos proprietários rurais aumentarem sua produção e contribuir assim na geração de renda e empregos indiretos.

Os serviços de hospedagem figuram em 50% do total dos empreendimentos analisados. Por sua vez, a comercialização de produtos artesanais pode ser percebida em 33% do total. Esta é uma característica que vem sendo pouco explorada, uma vez que a região é propícia a tal atividade. Caso a região se firmasse como produtora artesanal, seria mais uma forma de incentivar a população local a divulgar sua cultura e, ao mesmo tempo, ter a oportunidade de adquirir uma nova fonte de renda.

Outros serviços, com características diversificadas são ofertados. Percebe-se menor incidência, dos mesmos encontrados apenas em alguns empreendimentos. Há produtos, como o artesanato e comidas típicas, que poderiam apresentar um raio de influência maior e contribuir numa maior geração de renda e empregos. Espaços para a realização de eventos estão se tornando uma boa oportunidade para os empreendimentos que oferecem meios de hospedagens. Em geral, durante os dias úteis da semana, são ocupados por empresas que realizam reuniões, cursos, seminários e treinamentos.

#### D. Origem do público

O público que frequenta os empreendimentos é definido de acordo com a principal atividade econômica dos empreendimentos pesquisados. Os que são categorizados como serviços de alimentação têm a origem de seu público bastante variada, constituindo-se de

peças que viajam a lazer para locais próximos, para outros estados ou trabalhadores pendulares que fazem ali suas paradas.

Os empreendimentos, categorizados como meios de hospedagem, recebem hóspedes provenientes da Grande Belo Horizonte e da região do Vale do Aço. Nos categorizados como lazer e entretenimento, a maioria de seus clientes é de origem da Grande Belo Horizonte e alguns das localidades próximas.

Por meio desta análise, constatou-se que a comunidade residente próxima aos empreendimentos frequenta pouco esses espaços, o que permite afirmar que são empreendimentos construídos para atenderem a um público externo, o que contribui para a exclusão social da população local.

#### E. Dificuldades para o desenvolvimento da atividade

Investigaram-se as principais dificuldades encontradas pelos proprietários quanto à manutenção e expansão dos empreendimentos. Foram apontadas, de acordo com sua maior incidência, tais dificuldades: péssimas condições da estrada; dificuldades no acesso ao financiamento por não terem conhecimento de como proceder e pelas altas taxas de juros; falta de apoio do poder público, podendo ser constatada sua indiferença nas reivindicações relativas à comunicação, sinalização e limpeza; falta de recursos próprios para investir em seus empreendimentos; falta de assessoria técnica para ajudá-los na condução e desenvolvimento de seus negócios; falta de mão-de-obra qualificada, capacitação e treinamento e reclamações sobre o reduzido número de clientes.

#### F. Perspectiva de expansão

Dos empreendimentos analisados, 17% não têm interesse em realizar nenhum tipo de expansão e citam duas principais razões: a crença de que a atual estrutura atende bem à demanda e o desinteresse em investir capital. Ao contrário disso, 83% dos empreendimentos querem expandir seus negócios. A expansão é de melhoria na atual estrutura, mas não há muita intenção em diversificar as ofertas ao mercado.

Os classificados como principal atividade econômica, na categoria de alimentos, desejam investir mais em produtos locais, tanto em alimentos como artesanato, ao passo que, um estabelecimento, que oferece hospedagem, deseja ampliar o número de quartos. Em geral, analisando todos os empreendimentos, que pretendem realizar expansões, há um desejo comum de ampliar suas instalações para que possam atender a um maior número de pessoas.

#### G. Relação quanto à atividade turística



É importante observar que a demanda, manutenção e expansão desses empreendimentos dão-se em função do turismo, mesmo em locais onde os turistas permanecem poucas horas. Contudo, muitos dos proprietários não conseguem reconhecer a importância do turismo para seu empreendimento, nem acreditam que sirva de apoio à atividade turística.

Analisando a percepção dos proprietários, gerentes e funcionários, é possível afirmar que apenas 43% têm ciência da importância do turismo para seus negócios, pois acreditam que o turismo proporciona um aumento da circulação de renda. Alguns mencionam que o contato com diferentes costumes e culturas proporcionam um crescimento pessoal. Em contraposição, alguns funcionários disseram que não gostam de receber turistas, pois são exigentes em questões de qualidade.

Contrapondo a isso, alguns empreendedores (11%) não acreditam que seu estabelecimento tenha qualquer vínculo com o turismo, e o mesmo percentual confessou não saber se possui ou não uma relação com a atividade.

Tais dados comprovam o desconhecimento da atividade turística como vetor de desenvolvimento local e, também, mostram a falta de apoio que esses proprietários têm recebido dos órgãos competentes.

Após esta caracterização de cada empreendimento, foi possível perceber a forma como eles se organizam e como ocorre a interferência de fatores externos que nem sempre são controláveis. Estes apresentam condições de contribuir no desenvolvimento endógeno da região, de acordo com sua incidência.

### **Trajetória de desenvolvimento dos empreendimentos e a relação socioeconômica com o entorno**

Neste momento, pretende-se compreender o processo de desenvolvimento e expansão dos empreendimentos em estudo, assim como o ponto de partida das atividades ligadas ao turismo e identificar os impactos socioculturais e econômicos que esses geram sobre a comunidade local.

#### **A. Trajetória de desenvolvimento e expansão**

Dos 18 estabelecimentos em análise, os quais, em sua maioria, não iniciaram suas atividades com a mesma estrutura existente atualmente, passaram por um processo de evolução. Começaram ofertando um determinado produto, perceberam a oportunidade de



mercado, e de um simples pão com lingüiça, passaram para um hotel fazenda; e assim foram se desenvolvendo. É possível afirmar que a demanda crescente em busca dos serviços ofertados proporcionou o desenvolvimento, permitindo chegar à estrutura atual.

O primeiro empreendimento surgiu em 1977, comercializava apenas lanches e refeições. Três anos depois, havia 03 empreendimentos, eram ambientes simples, mas conseguiam atender às necessidades dos visitantes. Na época, por se tratar de uma área rural, grande parte da população concentrava suas atividades na agropecuária e na extração mineral, atividade característica da região.

A década de 80 foi um período de forte crise financeira; todos os setores encontravam-se em dificuldades; foi um momento de retrocesso na economia brasileira. O pequeno produtor não conseguia sobreviver apenas com a renda vinda do campo, mas também não possuía recursos para investir em outra atividade. Devido a isso, em relação ao surgimento dos empreendimentos, durante todo este período, ocorreu uma estagnação no processo de implantação de novos empreendimentos.

No início dos anos 90, com a recuperação em parte da economia, os produtores cientes da necessidade de buscarem um complemento de renda, construíram estabelecimentos ofertando alimentos, lazer e entretenimento. Assim, muitos buscaram na prestação de serviços mais uma fonte de renda, que para muitos, tornou-se única. Portanto, ocorreu o surgimento de novos empreendimentos, totalizando 14, estes foram construídos, pelo menos um em cada ano seguinte. A partir daí, o trecho de Ravena a Bom Jesus do Amparo, na BR 381, tornou-se uma área conhecida pela sua oferta de alimentação, lazer e turismo.

#### B. Impactos socioeconômicos gerados pelos empreendimentos

A pesquisa procurou identificar as relações desses empreendimentos com o entorno, pontos positivos e negativos proporcionados à comunidade local/regional e mensurar as diferentes contribuições que micro, pequenos e médios empreendimentos proporcionam ao desenvolvimento na localidade.

Cabe ressaltar que os serviços com maior capacidade de agregação de valor e de maior efeito multiplicador sobre a comunidade local, são o de alimentação e de hospedagem, um importante triunfo que a localidade possui. Entretanto, é necessário planejar as ações para que os efeitos da multiplicação do turismo (aumento da renda, do emprego, dos produtos, das importações e das receitas públicas) possam realmente ocorrer.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

A partir das informações coletadas durante as pesquisas de campo, tornou-se clara a compreensão da forma de organização dos empreendimentos, mas também a relação com os demais empreendedores, com a comunidade e com os turistas. Detectou-se que os turistas, ditos como clientes, são atraídos pelos empreendimentos com auxílio dos aspectos naturais e regionais que a região oferece que, por sua vez, atraem empreendedores de outras regiões. A comunidade local torna-se empreendedora, em função do desejo e/ou necessidade de possuir uma atividade econômica. Os empreendimentos geram impactos socioeconômicos sobre a localidade e a movimentação gerada no entorno desperta a atenção de futuros empreendedores. As características regionais e os impactos gerados influenciam de forma espontânea na organização dos empreendimentos. Os empreendedores provenientes da localidade concorrem diretamente com aqueles de diferentes origens que vieram para a região com o objetivo de explorar a localidade em busca de lucratividade. Muitas vezes, os empreendedores locais são menos competitivos em relação aos de outras regiões, por possuírem menos capital de investimento e de giro, perdendo assim, um espaço no mercado.

O turismo apresenta impactos expressivos na geração de renda e emprego das famílias envolvidas. A pesquisa possibilitou a criação de uma metodologia para identificar o nível de contribuição de cada empreendimento no desenvolvimento local. Listaram-se todos os produtos consumidos pelos empreendimentos, o local de origem e o local de residência dos funcionários. O empreendimento que apresenta consumo de produtos e/ou contratação de funcionários da região, somava um ponto, quando o produto era adquirido em outras localidades, subtraía um ponto. No final do somatório, estes valores foram revertidos em valores relativos (porcentagem). Os empreendimentos com soma igual ou inferior a 30% foram classificados como empreendimentos que pouco contribuem. O somatório entre 31% a 69% gerou uma classificação de contribuição razoável. Finalmente, os empreendimentos, que muito contribuem, foram aqueles que apresentaram um valor de no mínimo 70%.

Observa-se que a maioria das microempresas pouco contribui no desenvolvimento pelo fato de gerar pouco emprego e renda. A menor parcela referente às micro e pequenas empresas proporcionam uma contribuição razoável. Por fim, a maior parte das pequenas empresas e a de médio porte geram importantes contribuições no desenvolvimento local por proporcionarem impactos socioeconômicos positivos.



Dentre os que geram pouca contribuição estão o Clube, Pousada e Pesque-pague Beira Rio; Bosque do Chalé; Pousada do Retiro; Restaurante e Lanchonete Posto 51; Restaurante e Lanchonete H 7 e Defumados Moreto.

O Clube, Pousada e Pesque-pague Beira Rio pouco contribui para o desenvolvimento social e econômico da localidade. As atividades são desenvolvidas por apenas quatro pessoas da família, mas não há uma rotina de um trabalho, como um local de prestação de serviços. É comum apenas duas pessoas estarem disponíveis para atender aos clientes, ou até mesmo uma, o que compromete a qualidade nos serviços oferecidos, pois a falta de funcionários inviabiliza a oferta dos serviços e produtos. A demanda do local é muito pequena, portanto, a movimentação de renda fica restrita, não circulando na sociedade.

O Bosque do Chalé possui dois funcionários de Ravena, que residem no próprio empreendimento. Não comercializam produtos caseiros e artesanais, os produtos alimentícios vendidos são industrializados, procedentes de grandes e distantes fábricas e distribuidoras. Embora de muitos frequentadores sejam da região, desenvolvendo o caráter social, pode-se dizer que é baixa a contribuição deste no desenvolvimento econômico regional. Os proprietários não residem na localidade.

A Pousada do Retiro possui três funcionários de Roças Novas, distrito de Caeté. Além da geração desses empregos na região e de renda pelos produtos que são comprados em Caeté para a manutenção da pousada, nada mais é possível afirmar. Por meio de propagandas, a pousada informa que se encontra em processo de construção de um hotel fazenda, porém não apresenta nenhuma originalidade com o meio rural.

O Restaurante e Lanchonete Posto 51 gera empregos diretos na região, de Nova União. O empreendimento não comercializa nenhum tipo de produto alimentício ou artesanato da localidade. Todos os produtos ofertados vêm de outras regiões, fato que permite afirmar que tal empreendimento contribui pouco no desenvolvimento social e econômico da localidade.

O Restaurante e Lanchonete Posto H 7 possui oito funcionários, todos de Nova União, devido à proximidade com o local. Comercializa vários produtos industrializados, como a goiabada, proveniente da Fazenda Boa Vista, localizada em Barão de Cocais; o leite que é da Fazenda José dos Reis, localizada em Nova União e o queijo é de origem de uma outra fazenda da mesma localidade, porém não-identificada, os únicos produzidos na região.



Defumados Moreto possui cinco funcionários, que residem em Bom Jesus do Amparo e Nova União. A especialidade do empreendimento são carnes defumadas, cuja matriz está localizada em Belo Horizonte. Comercializam alguns produtos da região, como biscoitos de Bom Jesus do Amparo, rosquinhas de Santa Luzia e produtos caseiros, em geral, provenientes da zona rural de Itabira. Não apresenta uma grande proximidade com a região e os faturamentos e lucros obtidos pouco ficam na localidade.

Os que proporcionam uma contribuição razoável, são os empreendimentos Capuã Chalés; Restaurante Km 30; Avalon Hotel Campestre; Emboabas; *Free Time* – Hotel Fazenda *Camping* e Clube e Restaurante Fogão Mineiro à Lenha.

O Capuã Chalés gera doze empregos diretos na região, oito de Ravena e quatro de Roças Novas. Quando é necessário contratar diaristas, geralmente são todos de Ravena. Para a preparação das refeições, os alimentos utilizados vêm da região, como o queijo e leite que são de uma fazenda próxima e a carne é adquirida em Caeté. Já os legumes são comprados nas Centrais de Abastecimentos - Ceasa. É possível afirmar a contribuição na geração de renda e emprego proporcionado por este, mas ainda é restrita.

O Restaurante Km 30 interfere de uma certa forma no desenvolvimento local, gerando dois empregos diretos. Os funcionários são de Ravena. O produto requeijão em barra é muito comercializado nesse local e é fabricado em um sítio próximo à propriedade. O requeijão é feito com 100 litros de leite por dia, gerando cerca de 13 requeijões. Para o consumidor, o produto sai a R\$ 6,00, o que gera uma receita bruta de R\$ 2.340,00 por mês. A demanda é superior à oferta, mas por falta de funcionários no sítio onde o requeijão é produzido não é possível aumentar a produção. A produtora do requeijão não tem interesse em contratar mão-de-obra que auxilie na produção devido às despesas com os funcionários, mesmo tendo ciência que isso aumentaria suas vendas. Acredita-se que as despesas com os funcionários serão superiores aos lucros obtidos na venda do produto. Na verdade, ao tornar a produção de requeijão em grande escala, perderia o aspecto cultural da localidade, que é o “saber-fazer”. O restaurante vende, também, artesanato (caixinha feita de folhas de bananeira). Os doces em barras e lingüiça também são comercializados, porém com origem de Belo Horizonte. O Restaurante Km 30 apresenta uma forte ligação com a localidade, pois os proprietários sempre residiram na localidade, porém, ressalta-se que o restaurante tem condições de produzir seus próprios produtos ou adquirir todos na região.



O Avalon Hotel Campestre possui três funcionários da região, dois de Ravena e um de Roças Novas. Os produtos utilizados na preparação dos alimentos têm origem em Caeté. Apesar de ser um empreendimento pequeno, gera uma circulação de renda para a localidade. Os proprietários não são da localidade, mas residem no próprio empreendimento desde que iniciaram as atividades de lazer e entretenimento no sítio.

Os doze funcionários do Emboabas são da região, uns, de Roças Novas e os outros, de Nova Aparecida. Muitos dos produtos comercializados são da região, tais como a Ravena Cachaça Artesanal de Minas produzida na Fazenda Córrego Bomba – Ravena / Sabará; a pimenta e pinga provenientes do Sítio Batatinha, localizado na região; a tradicional banana passa da Fazenda Vargem Grande – Roças Novas / Caeté; a rapadura de Caeté; Bombons Chocolândia, produzidos em Nova União e alimentos como farinha, conserva de legumes e tempero provenientes de Caeté. Mediante a comercialização de tais produtos, é possível perceber a relação do empreendimento com a localidade e o fluxo da relação econômica.

No total são trinta e cinco funcionários no *Free Time*, que residem em Roças Novas / Caeté, Nova Aparecida e Nova União. Comercializam produtos como biscoito de Bom Jesus do Amparo; pinga de Caeté; mel de Morro Dourado, distrito de Caeté; queijo de Ravena. Apenas os produtos defumados vêm de Belo Horizonte. Proporcionam à comunidade empregos e uma circulação de renda, porém a maior parte do faturamento não permanece nem é investido na localidade.

Os quatro funcionários do Fogão Mineiro à Lenha são de Nova União, em função da localização. Produtos, como a goiabada, de origem da Fazenda dos Motas em Nova União; o doce de leite é de outra fazenda do mesmo município, porém não identificado. Comercializam conserva de legumes, que é de produção própria, vinda da horta existente nos fundos da residência. É um pequeno empreendimento, mas gera contribuições para a localidade e a melhoria na qualidade de vida dos proprietários, bastante significativa.

Os principais empreendimentos para a região, pois geram mais benefícios sociais, culturais e econômicos são o Hotel Fazenda Recanto dos Fondas; Lanchonete Amigão; Hotel Fazenda Tauá; Lanchonete Gauchão; Restaurante e Pousada do Posto 65 e Restaurante e Lanchonete do Posto do Trevo I, representando 33,33% do total.

O Hotel Fazenda Recanto dos Fondas é uma propriedade rural ativa, mas a produção é toda para o consumo. Comercializam queijos, doces e geléias que são produzidos na própria fazenda. As frutas produzidas na fazenda nem sempre são suficientes para a fabricação de



doces, então, compram de outras fazendas da região. Todos os quinze funcionários são da região, por exigência do proprietário, pois este acredita que assim, contribui para o desenvolvimento socioeconômico da região. O hotel em questão possui autenticidade com o meio rural e o proprietário preocupa-se com as questões sociais, culturais e econômicas da localidade. Todos os itens ofertados são da própria região, proporcionando uma cadeia produtiva.

A Lanchonete Amigão possui funcionários de Roças Novas e de outros lugares da zona rural de Caeté. O principal produto comercializado são caldos. A maioria dos produtos utilizados nos caldos é da própria horta, como legumes e verduras. Demais produtos, como biscoitos, são de São Domingos da Prata e da Fazenda São José – Baldim; a Cachaça Saborea de Minas é produzida na Fazenda Campo Dourado – Região Pedra Brava – Jaboticatubas; uma outra bebida destilada é produzida na Fazenda Alegre em Roças Novas; a pimenta em conserva é de Caeté; a conserva de legumes e a farinha torrada de Ravena/ Caeté; o doce de leite de Nova União; a bananada de Bom Jesus do Amparo e a lingüiça da Fazenda Pedra Brava, em Caeté. Nesta lanchonete, a maioria dos produtos ofertados é produzida na região, gerando renda e diversos empregos indiretos, além dos diretos.

O maior empreendimento é o Hotel Fazenda Tauá. Possui noventa e cinco funcionários, que são de Roças Novas, Caeté, Nova União e Nova Aparecida. É notória a melhoria na qualidade de vida dos funcionários do hotel como a melhoria nas casas; aquisição de carros e motos; plano de saúde; ingresso em faculdades e melhor alimentação. Os administradores do hotel preferem funcionários da região por ser economicamente mais vantajoso, já que estão próximos ao local de trabalho. Antes das instalações do hotel, a economia de Roças Novas, local onde se situa o Hotel Fazenda Tauá, era em função da banana, tomate e carvão. Atualmente, cerca de 65%, da População Economicamente Ativa – PEA, trabalham de forma direta ou indireta para o Tauá. Alimentos como verduras são da própria horta do hotel ao passo que legumes são comprados no Ceasa e a carne vem de 03 frigoríficos: um de Caeté e os demais de Belo Horizonte. A população de Roças Novas afirma que um aspecto negativo do hotel é que este incentiva a todos os hóspedes a adquirirem somente produtos comercializados dentro do próprio hotel, mas reconhecem que são compensados pelas grandes vantagens econômicas que o mesmo possibilita. Afirma ainda que, se de repente o hotel fechasse, o distrito entraria numa depressão econômica. Ratifica-se que o contraste social é intenso, pois o hotel oferece serviços de altos custos, o que inviabiliza



a presença da população local como cliente. Em relação à economia, o aspecto negativo é que o distrito de Roças Novas apresenta grande dependência financeira do hotel.

São quinze funcionários na Lanchonete Gauchão, moradores da Zona Rural de Bom Jesus do Amparo. Os produtos que são comercializados na região, tais como a farinha, o licor e doces de compota, são provenientes de São Domingos da Prata. O polvilho com queijo é de São Gonçalo do Rio Abaixo enquanto o queijo vem de Bom Jesus do Amparo e outros da Fazenda Cachoeira, localizada entre Itabira e Barão de Cocais. As carnes de coelho e carneiro provêm da Fazenda de Caeté e de Antônio dos Saltos. Os demais produtos não são da região. Compram animais prontos para o abate de uma Fazenda em Rio Casca, utilizando a carne para fazer a lingüiça, principal produto da lanchonete. Comercializam diversos produtos artesanais, porém poucos são da região, a maioria é proveniente de locais bem distantes, não apresentando nenhuma característica com a localidade.

Os vinte e três funcionários do Restaurante e Pousada do Posto 65 são da Zona Rural de Bom Jesus do Amparo. Comercializam produtos da região, tais como, Cachaça da Fazenda da Ponte, de Itambé do Mato Dentro; Coluninha de Salinas; Itabira Carvalho de Itambé do Mato Dentro e cachaça da Fazenda Vista Alegre em Nova União. Na Fazenda Cachoeira, localizada na rodovia de Bom Jesus do Amparo, são produzidas conservas de legumes e queijos para serem vendidas no empreendimento. Vendem-se, em média, por semana, 60 queijos. Neste empreendimento, cerca de 90% de seus produtos são da própria localidade, proporcionando benefícios socioeconômicos.

O Restaurante e Lanchonete do Posto do Trevo I possui vinte funcionários providos da Zona Rural de Bom Jesus de Amparo. São diversos produtos comercializados da região como mel de Santa Bárbara; doces de compota cristalizados e rosquinhas da Fazenda Morro Grande de Bom Jesus do Amparo; bananada na palha da Fazenda Santana de Bom Jesus do Amparo; biscoito amanteigado da produção Vovó Olívia de Santa Bárbara; queijo e doce de leite da Fazenda João Coelho e a Cachaça da Fazenda da Ponte de Itambé. Sendo assim, identifica-se a relação socioeconômica na região.

A capacidade do setor como atividade econômica de gerar efeitos sensíveis em outras áreas da economia é inegável, tanto por trazer resultados quase imediatos, quanto por democratizar a distribuição de renda em razão da horizontalidade das suas atividades, considerando o efeito multiplicador do turismo. Os empreendimentos pesquisados beneficiam



diretamente 300 famílias aproximadamente contribuindo na alimentação, saúde, educação, lazer e nas demais necessidades básicas de qualquer cidadão.

### **Considerações finais**

Esta pesquisa, em síntese, apresentou alguns empreendimentos que surgiram em função da decadência que se encontravam as atividades relativas ao campo e outros aproveitaram as boas condições do mercado. A maioria são estruturas familiares, que empregam pessoas da região, comercializam produtos locais e a renda obtida fica na localidade, por meio da expansão e das reformas nos empreendimentos. Uns começaram com uma pequena lanchonete e, agora, são restaurantes, pousadas. Os recursos obtidos permitiram a manutenção de atividades rurais. Uma vez que os produtos são comercializados, é necessário que a produção esteja ativa e haja melhoria nas moradias, contribuindo, assim, para uma melhor da qualidade de vida.

A atividade turística no espaço rural pesquisado proporciona um contato próximo com suas características, ofertando serviços e produtos diversificados, como hospedagem, entretenimento, alimentação, produtos artesanais, frutas, ovos, queijos, frutas e legumes em compotas. Constata-se um ambiente favorável ao desenvolvimento e à propagação de empreendimentos turísticos em espaços rurais. Ao mesmo tempo, observou-se que alguns empreendimentos nem sempre têm promovido o desenvolvimento esperado, em função da ausência de empenho, de compromisso político na mobilização de recursos humanos, financeiros e sociais e até mesmo por desconhecer os meios que geram o desenvolvimento.

Novos atores surgiram neste espaço rural, com o intuito de ofertar os serviços, muitos sem planejamento e sem ciência da realidade da atividade a desenvolver. A pesquisa identificou três grupos de empreendedores do Turismo no Espaço Rural. O primeiro são antigos proprietários rurais que sempre residiram nas mediações e que abriram um empreendimento de apoio ao turismo sem um planejamento prévio, ou mesmo sem um entendimento do que vem a ser o turismo nas áreas rurais que, juntamente com seus familiares, administram e recepcionam os turistas. O segundo grupo são proprietários rurais residentes nos centros urbanos que transformaram suas propriedades as quais eram utilizadas como segunda residência em pousadas e em outros serviços de turismo e lazer e delegaram a administração a terceiros ou eles próprios assumiram a gestão. Como o primeiro grupo, muitos sem o conhecimento da atividade. O terceiro grupo são empreendedores do *trade*



turístico que fazem parte de redes de empreendimentos de lazer e turismo, que descobriram no local uma oportunidade de ampliar seus negócios e instalaram empreendimentos na região, como forma de expansão da empresa.

A atual organização destes empreendedores é um entrave que dificulta o desenvolvimento adequado da atividade, consistente na falta de visão, interesse e recursos financeiros para investir no empreendimento, em não saber utilizar os programas de financiamento e inexperiência para trabalhar em associações ou cooperativas. As iniciativas são individuais, raramente encontram-se sociedades com outras pessoas, são ações isoladas e desarticuladas.

São diversas as ações que dependem do próprio empreendedor e da mudança de perfil destes gestores, que são acostumados a tratar de assuntos diretamente relacionados com o seu negócio. Outro fator que interfere é que, na região, o turismo muitas vezes é promovido por interesses variados de pessoas de outras localidades. Assim, não se encontra totalmente estruturado de forma a satisfazer as necessidades locais, pois os benefícios gerados geralmente não permanecem na região.

Destaca-se, ainda, a limitada disponibilidade de estudos que revelam os efeitos do turismo para economia local, correlacionando-os com o contexto socioeconômico da região e a ausência de análises sobre a situação atual da área de estudo. Dificultam e interferem na expansão do setor, repercutindo no processo de fortalecimento da cadeia produtiva do turismo.

O papel do Estado na composição de políticas de turismo, que do ponto de vista econômico representa uma atividade multissetorial, deve ser o de determinar as prioridades, a criação de normas e a administração de recursos e estímulos. O governo, então, dará as diretrizes e proverá as facilidades, por meio das políticas públicas de turismo. A relação da administração pública com o setor privado e a comunidade é essencial, pois requer a execução de ações em diversos aspectos.

Compreende-se que as ações cabíveis ao Estado são mais amplas, não deve ser focada em um único empreendedor e/ou empreendimento, tais como: descentralizar a política de desenvolvimento do turismo, delegando poder e autonomia às esferas municipais. A comunidade tem que ter autonomia e responsabilidade na condução do planejamento do turismo em sua localidade, para que estabeleça uma legislação pertinente às necessidades locais; disponibilizar um profissional de turismo, para viabilizar o planejamento específico de



Organização do Turismo no Espaço Rural e técnicos dos órgãos de fomento para instruírem os proprietários em relação às formas de financiamento compatíveis com as condições e realidade de cada empreendimento; incentivar a criação de uma identidade única na região, para que os empreendimentos tornem-se fortes e ainda mais competitivos, para tal, será necessária a implantação de uma política que possa fiscalizar e coordenar as atividades e também estimular a comercialização de produtos específicos da região, como forma de propagar seus valores sociais e culturais do meio rural e ainda colaborar na geração de emprego direto/indireto; oferecer, por meio de empresas e programas competentes (Sebrae, Senac, Senar, Emater, Embrapa, Pronaf), capacitação, treinamento e instruções aos proprietários, auxiliando-os (estas ações devem ser desenvolvidas em parceria com os órgãos públicos e privados e com a participação da comunidade local); destinar recursos para a criação e/ou reestruturação de infra-estrutura básica e de apoio ao Turismo no Espaço Rural, pois é uma condição essencial para a atividade ocorrer; incentivar e fomentar estudos e pesquisas acadêmicas com foco no desenvolvimento pelo turismo para que possam compreender o universo empreendedor no meio rural.

O papel do poder público no turismo é fundamental. Além dos pontos mencionados, ele deve criar mecanismos favoráveis para os investimentos turísticos por meio de regulamentações, incentivos fiscais, subsídios, créditos, assessorias técnicas, taxas preferenciais, auxílio nos custos operacionais e recrutamento e treinamento de mão-de-obra.

Os dados da pesquisa revelam a ocorrência de empreendimento com projeção de referência, de acordo com a atual organização do empreendimento, espera-se uma tendência para o próprio empreendedor, como também para os demais envolvidos; e projeção desejável, de acordo com a expectativa do empreendedor. São fatos que geram uma preocupação na sustentabilidade dos mesmos, ao analisá-los sob a ótica de propagadores de desenvolvimento socioeconômico na região. Para tanto, sugerem-se algumas recomendações.

O Clube, Pousada e Pesque-pague Beira Rio, Bosque do Chalé e a Pousada do Retiro devem buscar auxílio de profissionais de diversas áreas para organizar a atividade, só assim, acredita-se que conseguirão superar algumas dificuldades. São empreendimentos, que possuem uma estrutura que não é aproveitada da forma mais adequada, divulgando atividades não-coerentes com a atual organização. Um trabalho com funcionários sobre a forma de conduzir suas atividades é um importante aliado ao melhor desenvolvimento dos mesmos.



Devem ter a preocupação e interesse em comercializar produtos locais que, na verdade, é mais um fator de atração de turistas, o que também contribuirá na geração de renda e empregos.

Os Restaurantes e Lanchonete Posto 51 e Posto H7 devem definir o verdadeiro público que desejam receber para melhor direcionar suas atividades. São empreendimentos que prestam serviços de alimentação a pessoas que estão realizando viagens, porém percebe-se o desejo de receber um público que vai até ao empreendimento em função do mesmo. Para isto, é necessário uma marca forte que pode ser por um prato típico da região ou mesmo de um artesanato. Comercializar artesanatos que representem a cultura da região é um interessante produto na complementação da renda dos empreendimentos.

Defumados Moreto, Lanchonete Gauchão, Restaurante e Pousada do Posto 65 e Restaurante e Lanchonete do Posto do Trevo I, entre os diversos produtos ofertados poderiam comercializar mais produtos da região. É uma forma de reconhecer e valorizar os espaços nos quais estão inseridos, uma vez que se observa grande quantidade de produtos tanto de alimentação como artesanato de outras localidades. Salienta-se que os dois últimos empreendimentos citados apresentam este fato em menor incidência e o primeiro encontra-se em uma situação menos favorável porque os lucros obtidos não permanecem na região por ser uma empresa de proprietário de outras localidades.

O Capuã Chalés, Avalon Hotel Campestre, *Free Time* – Hotel Fazenda *Camping* Clube e o Hotel Fazenda Tauá apresentam boas instalações, porém expressam pouco a cultura local. Recomenda-se a utilização de produtos locais, que façam analogia com o meio rural e que promovam atividades para os turistas com o intuito de divulgar os atrativos do entorno, uma forma de incentivar e cultivar os hábitos e as tradições locais. O último empreendimento citado deve realizar trabalhos com o intuito de minimizar a exclusão social e a dependência que gera no distrito onde está localizado, pois futuramente serão fatores que implicarão sua sustentabilidade.

O Restaurante Km 30 e o Fogão Mineiro à Lenha têm condições de promover uma melhoria na qualidade de vida dos proprietários, como também incentivar a geração de emprego e renda. É um empreendimento que tem condições de comercializar mais produtos locais.

Construir uma oferta de empreendimentos não-concentrados em pequenos grupos externos, priorizando-se o gerenciamento local e a personalidade do meio rural, esta é uma das formas de garantir uma maior probabilidade para que os impactos positivos gerados pelos



empreendimentos permaneçam na região e, ainda, evitar a exclusão dos pequenos grupos locais. Os produtores agrícolas das fazendas da região podem se unir e criar cooperativas e fornecer produtos diretamente aos empreendimentos que comercializam produtos alimentícios. Sugere-se ainda, a criação de um Roteiro dos Empreendimentos do Turismo no Espaço Rural.

Estas diretrizes são contribuições passíveis de serem executadas. Os empreendedores, com auxílio dos demais envolvidos nesta atividade, são peças fundamentais na concretização do tão almejado desenvolvimento rural local. Não é intenção deste trabalho, exaltar ou privilegiar determinados empreendimentos, e sim diagnosticar quais realmente interferem positivamente nos benefícios gerados na localidade.

Geralmente, no processo do planejamento do turismo em espaço rural, a parte mais interessada e que é afetada diretamente - a comunidade local - é consultada somente no final do plano. As ações são apenas apresentadas, não há um acordo nas negociações das mesmas. Dessa forma, ratifica-se a importância da inserção da comunidade local em todas as partes do processo, desde a tomada de decisões à contemplação dos lucros. A seguir são apresentadas as diretrizes pertinentes à comunidade local: promover um turismo organizado e administrado pela população rural com uma oferta de pequena escala, o que torna esta estratégia possível e permite que os benefícios econômicos do turismo tenham incidência na sociedade rural; oferecer cursos de capacitação para que tenham condições de serem competitivos no mercado; realizar um trabalho de apresentação e conscientização da importância cultural que a região possui. A partir do momento em que a comunidade conhece e valoriza seus costumes, estes tornam um importante aliado na captação de turistas motivados em conhecê-los.

Alguns aspectos ditos como importantes foram aqui trabalhados com o intuito de nortear as ações do poder público, dos empreendedores e da comunidade local e esclarecer a atual organização dos empreendimentos em relação ao território. Espera-se que empresários do setor e gestores públicos se conscientizem para o fato de que a proximidade física entre empresas e profissionais da mesma área que geram conhecimento e promovem economias de aglomerações, criam eficiência coletiva e estimulam o empreendedorismo. A presença de agentes que aplicam mudanças e inovações e que têm capacidade de identificar potencialidades de negócios, maximizam a utilização destas e expandem as fronteiras da atividade. Está demonstrada, por meio desta pesquisa, a necessidade de um ordenamento da



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

organização dos empreendimentos, o que implicará um melhor uso do espaço e uma melhor contribuição na construção de um turismo desenvolvido na zona rural.

### **Referências bibliográficas**

OLIVEIRA, D. A. *Do “pão com lingüiça” ao “hotel fazenda”. Trajetória isolada ou caminho para a construção de um desenvolvimento do espaço turístico em zona rural?* Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: IGC / UFMG, 2006. 142 f.