

AGROTURISMO NA REGIÃO SERRANA DO ESPÍRITO SANTO E A DÚVIDA DE ALGUNS AGRICULTORES: RECEBER TURISTAS E VENDER SEUS PRODUTOS OU VENDER APENAS FORA DA PROPRIEDADE.

Ronaldo A. Marques
ronaldomarques22@gmail.com
FESV

Maria Luiza de Lima Marques
mluizamarques@gmail.com
PMV

Resumo: Este artigo tem como objetivo identificar por qual motivo alguns produtores rurais, associados ou não da Associação dos Agricultores do Agroturismo do município de Venda Nova do Imigrante ES, preferem vender seus produtos no varejo do município e ou na região metropolitana de Vitória ES, em vez de abrir as suas propriedades rurais para receberem visitantes e comercializarem seus produtos. Trata-se de uma pesquisa descritiva com um estudo de caso no circuito do Agroturismo na cidade capixaba de Venda Nova do Imigrante na região de montanha do Estado. Foi realizada uma pesquisa de campo com uma amostra de quinze agricultores que atuam no circuito ou a partir do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante. Pelas análises realizadas fica claro que os agricultores que não abrem as suas propriedades aos visitantes o fazem pela burocracia de conseguir empréstimos para investirem em suas propriedades, pela necessidade de investimento para receberem turistas, pela sua falta de visão de planejamento perpetuação do negócio, por se sentirem discriminados pelas famílias tradicionais que se destacam no Agroturismo e eventos da região, pela sua baixa formação escolar inicial e de dificuldade de

aprendizagem nos cursos ofertados para atuarem no Agroturismo. Apesar dessas limitações encontram na onda do Agroturismo a sua sobrevivência sem se preocuparem com a perpetuação de suas atividades de forma planejada.

Palavras Chave: Agroturismo - agricultores - propriedades rurais - produtos - turistas

1. INTRODUÇÃO

O turismo, apesar de ser um fenômeno praticado pelas civilizações antigas, só mais recentemente passou a ser uma preocupação dos estudiosos. Enquanto uma atividade econômica que se constitui, na atualidade, no principal setor em termos de geração e renda e empregos, sendo sua organização um fato mais recente.

Segundo Zimmermann e Castro (1996) o turismo rural é um produto que atende à demanda de uma clientela turística atraída pela produção e consumo de bens e serviços no ambiente rural e produtivo. Araújo (2000), ainda que o meio rural tem perdido sua importância relativa quando comparado com as atividades desenvolvidas no meio urbano e industrial, não só tendo, cada vez mais, sua renda reduzida e principalmente a dos agricultores mas, também, vem reduzindo sua participação na composição de renda do país. Por outro lado, esse processo contribuiu para que as rendas de comercialização de atividades não agrícolas, que puxavam para cima a renda média das pessoas que viviam no meio rural, migrasse das atividades de agropecuária para outras atividades como a agroindústria e o turismo rural, incrementando as atividades do meio rural.

O turismo rural é uma oferta de atividades recreativas, alojamentos e serviços, que tem como base o meio rural, dirigidas especialmente aos habitantes das cidades que buscam gozar suas horas de lazer, descanso ou férias, em contato com a natureza e junto à população local. O que é fundamental entender é que o mundo rural está criando outro tipo de riqueza, com base nos bens e serviços ofertados, está contribuindo para combater o êxodo rural e se apresenta para o desenvolvimento local e regional, gerando renda, emprego e mantendo o homem rural em seu habitat (ARAÚJO, 2000).

Segundo Alves (2006, p.13) “o ambiente rural deixou de ser um espaço exclusivamente agrícola, com novas atividades econômicas emergindo deste espaço. Nesse contexto, o agricultor desempenha múltiplos papéis, combinando a atividade agrícola com a não agrícola para complementar a renda familiar e gerar ocupação para membros familiares”.

Todavia, essa pesquisa tem outro foco que vai mais além do turismo rural. Iremos abordar outra atividade que ocorre no meio rural, mas que tem fundamentos diferentes, o Agroturismo.

O Agroturismo por sua vez, pode ser entendido como a modalidade de turismo em espaço rural praticada dentro das propriedades, de modo que o turista e ou excursionista (aquela pessoa que não passa mais de 24 horas fora do seu domicílio habitual) entra, mesmo que por curto período de tempo, em contato com a atmosfera da vida na fazenda, integrando-se de alguma forma aos hábitos locais (PORTUGUEZ, 1998)

De acordo com Carnielli (s.a), o Agroturismo é uma das diferentes modalidades de turismo no meio rural praticada por famílias de agricultores dispostos a compartilhar seu modo de vida com os habitantes do meio urbano. Além de excelente atrativo turístico, os costumes e hábitos de determinada região ou local podem ser, segundo Araújo (2000), um elemento importante para o marketing da propriedade.

De acordo com Marum (2001) o produto deve satisfazer ao consumidor, sendo útil e necessário. Nesse momento surge a seguinte pergunta: o que as pessoas compram; produto ou satisfação ou necessidade? As pessoas compram produtos não pelo que possam fazer por elas,



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

mas pelo que elas querem que façam, isto é, espera sempre dos produtos algum benefício extra, como por exemplo, qualidade, liberdade, sofisticação.

Para que isso ocorra sem maiores problemas é preciso investir em planejamento. Araújo (2000) corrobora acrescentando que é necessário elaborar um planejamento definindo os objetivos, ordenando os recursos materiais e humanos, determinando os métodos e formas de organização, estabelecer as medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e de outras especificações necessárias para canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou grupo. O planejamento contribui para que as tarefas sejam bem realizadas e os objetivos sejam mais facilmente atingidos, por pessoas e organizações. Quando planejamos estamos desenvolvendo estratégias que permitem a uma organização comercial visualizar oportunidades de lucro de determinado segmento de mercado, ou seja, estamos determinando os objetivos de trabalho, método e técnicas aplicáveis, estabelecendo as formas de organização e expondo, com precisão, todas as especificações necessárias para que a conduta da pessoa ou do grupo de pessoas, que atuarão na execução dos trabalhos, seja racionalmente direcionada para alcançar os resultados pretendidos. Entender esses fundamentos de planejamento e de marketing exigiu dos agricultores se capacitarem para operar no Agroturismo. Muitos entenderam e freqüentaram os cursos oferecidos pela Associação dos Agricultores (AGROTUR) em parceria com o SEBRAE ES. Entender por que outros não seguiram esse caminho, torna-se um desafio para essa pesquisa.

Assim, a questão que norteia essa pesquisa é: por que vários agricultores do circuito do Agroturismo da cidade capixaba de Venda Nova do imigrante preferem vender seus produtos na loja da Associação dos Agricultores ou no varejo local ou da região metropolitana de Vitória ES e não abrir as suas propriedades para visitas e comercialização de produtos?

O objetivo geral é identificar por qual motivo vários agricultores preferem vender seus produtos na AGROTUR, varejo local e região metropolitana de Vitória ES e não abrir suas propriedades para visitação e comercialização de produtos. De forma específica procurar entender a importância do turismo rural para desenvolvimento de uma região, como ocorreu à implantação do Agroturismo na cidade de Venda Nova do Imigrante ES; verificar o papel da família no Agroturismo e compreender algumas inquietações provenientes desse modelo de turismo rural.

Vários são os motivos para realizar essa pesquisa. Muitas propriedades se prepararam para abrir para venda e visitação às dependências da propriedade sem receio de receber desconhecidos. Por outro lado outros proprietários preferem ofertar seus produtos para venda somente na loja da AGROTUR ou fora dela. Os associados que são empreendedores do Agroturismo se caracterizam pelo bem receber da família rural, transformando-se em um dos maiores atrativos locais, recebendo o visitante em suas casas e propriedades, mostrando o que há de melhor e de peculiar em seu universo rural. Todavia percebe-se que vários associados preferem vender seus produtos na Loja da Associação, a AGROTUR e não receber visitantes em suas propriedades. Esse detalhe abre uma oportunidade para realizarmos inferências junto ao Agroturismo para entendermos os reais motivos dessa opção de venda de produtos.

Em relação à metodologia utilizada da pesquisa, trata-se de uma pesquisa descritiva. De acordo com Gil (1991) a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de



técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento.

O método proposto para a elaboração desse artigo será o estudo de caso, que segundo Gil (2002) consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento. Será realizada uma pesquisa no circuito do Agroturismo na cidade capixaba de Venda Nova do Imigrante na região de montanha do estado do Espírito Santo. A pesquisa de campo contempla uma amostra de quinze agricultores que atuam no circuito do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante. Os dados serão coletados através de entrevistas com os agricultores selecionados na amostra com auxílio do instrumento questionário. Como algumas entrevistas serão realizadas fora da propriedade rural, optou-se por empregar a técnica de entrevistas informais que segundo Marconi e Lakatos (2001, p. 107) “são consideradas um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência; são, também, na obtenção de seus propósitos. Correspondem, portanto, à parte prática de coleta de dados”. Os dados serão analisados de forma quali-quantitativa, e sua interpretação irão justificar posteriormente o propósito desse artigo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O TURISMO COMO VETOR DE DESENVOLVIMENTO

Durante muitos anos o turismo foi encarado como atividade exclusiva de classes mais afortunadas. Porém, a partir da segunda da década de 50 o turismo passou a galgar novos degraus na escala de valores sociais. O turismo hoje segundo Portuguez (1998) caracteriza-se por crescente massificação, mas também vem sendo planejado para atender a um público cada dia mais diversificado e exigente, com oferta de modalidades mais diversas. E por ter alcançado esse desenvolvimento, logicamente como fruto de sua inclusão artificial no prol das necessidades humanas, pressuposto para sua massificação, o turismo despertou o interesse de gestores públicos, que nele vislumbravam a oportunidade de grandes conquistas financeiras. Assim, inúmeros projetos foram implantados em diversos países do mundo, transformando o desejo tornado coletivo pelas estratégias de marketing em realidade concreta, espacialmente materializada.

Todavia, Araujo (2000) chama a atenção que para implantar um negócio que seja realmente rentável, precisamos quantificar o volume de capital a ser investido e determinar em quanto tempo obteremos o retorno sobre o capital investido. Incluem-se nessas despesas, os custos fixos com bens, imóveis que permitem o funcionamento da empresa e que são medidos a partir dos seguintes desembolsos: construções, infra-estruturas, instalações, máquinas e equipamentos, capacitação de recursos humanos, processo de legalização, lançamento de produto e imagem da empresa. Já os custos variáveis de produção incluem despesas como: impostos, comissões, honorários de contador, folha de pagamento, manutenção, conservação, depreciação, divulgação, alimentação da equipe de trabalho, aluguel, etc.

Outro aspecto fundamental destacado por Araújo (2000) é o capital de giro, ou seja, o fluxo de entrada e saída de dinheiro, em certo período de tempo, que assegura à empresa o desempenho norma de suas atividades, desde o início do ciclo operacional, até o seu final, que é o recebimento das vendas. O montante do capital de giro atende às necessidades de compra de mercadorias e dos demais custos da empresa até o momento em que ela concretizar o recebimento das suas vendas e reiniciar o ciclo operacional. Sem capital de giro é praticamente



de se operar, pois sem liquidez o poder de endividamento diminui e chegará um momento em que as contas a pagar superarão a previsão de receitas, levando-o a dependerem de compras a prazo.

Também é importante elaborar a construção da imagem do negócio. Uma imagem bem elaborada inspira confiança quanto à qualidade de serviço prestado, atrai os consumidores indecisos, bem como contribui para vender o produto por si mesmo. Araújo (2000) destaca um mecanismo poderoso para iniciar essa divulgação que é promover sempre um bom atendimento aos seus clientes, pois é a primeira impressão é a que fica. A manutenção de clientes é a sobrevivência do negócio. Se o objetivo é consolidar um destino turístico, tudo passa pela qualidade dos serviços prestados a cada turista.

Alves (2006, p. 57-58) relatou bem essa demanda. Para atuar na atividade do Agroturismo, os produtores tiveram que realizar mudanças nas propriedades. No início eles contaram com a ajuda dos vizinhos para a implantação do Agroturismo, e depois obtiveram apoio do INCAPAER, do SEBRAE, e incentivo da mídia (TV e jornais), do Alpes Hotel, e Prefeitura Municipal. Nas propriedades aconteceram mudanças no processo produtivo, readequação de espaços de produção, área para manipulação de alimentos, implantação de agroindústrias, em função das exigências da Vigilância Sanitária. Os produtores também realizaram reestruturação das instalações e no ambiente físico das suas propriedades, para receber o turista, com construção de lojinha, banheiros, área para degustação de produtos e bate-papo, e pequenas intervenções no paisagismo – algumas por sugestão dos turistas, e outras por iniciativa dos próprios produtores.

Porém na exploração desse negócio, o processo competitivo deve ser de “ganha-ganha” e não do “ganha-perde”. Todos os envolvidos na exploração turística de uma região devem ter as mesmas oportunidades, pois esse tipo de prestação de serviço permite a diversidade de ação. A união, a cooperação faz a força. Assim, participar de uma associação, buscar uma parceria, é palavra chave para se ter sucesso empresarial (ARAÚJO, 2000).

2.2 AGROTURISMO DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE ES

É conhecido que os agricultores, que oferecem serviços de qualidade, valorizam e respeitam como ninguém o meio ambiente e obviamente a ruralidade, assim como, a cultural local ou tradicional. Assim, neste tipo de turismo, perante os órgãos oficiais e governamentais dos respectivos países, comprometem-se a dar aos seus hóspedes esse estar e saber.

Portuguez (1998) afirma que a prática turística veio como uma forma de estimular a geração de renda em atividades agrícolas, em que os visitantes entrariam por algum tempo no processo produtivo, até mesmo auxiliando na colheita, entre muitas outras atividades típicas do meio agrário.

O Agroturismo ajuda a estabilizar a economia local, criando empregos nas atividades indiretamente ligadas à atividade agrícola e ao próprio turismo, como comércio de mercadorias, serviços auxiliares, construção civil, entre outras, além de abrir oportunidades de negócios diretos, como hospedagem, lazer e recreação. Com relação aos benefícios ambientais, pode-se mencionar o estímulo à conservação ambiental e à multiplicação de espécies de plantas e animais, entre outros, pelo aumento da demanda turística.

Economicamente, pode-se mencionar como exemplo de vantagens associadas ao Agroturismo, a possibilidade de agregar valor aos produtos agrícolas do estabelecimento e a instalação de indústrias artesanais, por exemplo para a produção de alimentos regionais típicos.



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

Além disso, desperta a atenção para o manejo, conservação e recuperação de áreas degradadas e da vegetação florestal e natural.

Carnielli (s.a) sinaliza que segundo a ABRATUR (Associação Brasileira de Turismo Rural), a cidade de Venda Nova do Imigrante, distante a 100 km da capital Vitória, se emancipou do município de Conceição do Castelo ES em 1988 e teve um considerável desenvolvimento nos últimos anos.

Hoje, o Agroturismo de venda Nova do imigrante é destaque na rota turística do Mar e da Montanha em terras capixabas é referência em todo o País como o berço do Agroturismo Muitos vieram conhecer como funcionava o Agroturismo. Outros municípios solicitaram informações e palestras para implantarem o modelo em suas cidades. Hoje o Agroturismo é uma marca do Estado do Espírito Santo, por ser o primeiro estado a praticar esta modalidade no Brasil.

O Agroturismo, surgido por um grupo de agricultores no início dos anos 90, teve como espelho o Agriturismo da Itália, onde a abertura das propriedades rurais para recebimento de turistas e venda de produtos caseiros, visava além do turismo rural, gerar emprego e renda para seus participantes.

De acordo com Carnielli (s.a) a criação da associação do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante (AGROTUR) em 1993 somou força e deu legitimidade para atuar em prol da atividade que veio como uma alternativa de geração de ocupação e renda para o produtor rural.

No entanto, Portuguesez (1998) chama a atenção se no início a AGROTUR buscava congregiar os produtores rurais de Venda Nova e dos municípios vizinhos, bem como instituições e órgãos de interesse setor, para juntos buscarem as melhores formas de operacionalizar essa modalidade de turismo. Atualmente, a sede instalada em Venda Nova do Imigrante não serve mais de referência para os novos produtores das cidades vizinhas interessados em aderir ao programa, pois dirigiu sua atenção exclusivamente para o município que o sedia, desvinculando-se de seus objetivos iniciais, permitindo assim que “na onda do Agroturismo” qualquer interessado possa participar e atuar no setor agro turístico sem a ele estar vinculado, fato esse que resultou da descaracterização dos objetivos iniciais do programa.

Nas visitas ao circuito do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante percebe-se claramente que do universo de propriedades cadastradas no Agroturismo (mais de quarenta) segundo a Secretaria Municipal de Turismo da Prefeitura Municipal, existe uma grande visibilidade de algumas propriedades tradicionais em peças de mídia e de visitação de turistas de forma livre ou através de operadoras de turismo. O fato é que existem várias outras propriedades nesse entorno e que não aceitam receber turistas, mas não abrem mão de aproveitar esse mercado para sobreviverem além de suas atividades agrícolas, abrindo assim um processo de melhor entendimento desse comportamento.

Alves (2006) já demonstrava as atividades exercidas pelos associados da AGROTUR em suas pesquisas: nove propriedades executam trabalhos manuais e artesanato, a maioria na área urbana (*biscuit*, madeira, camisas, chaveiros, bombons, etc.) mas não recebem turistas. Quinze fabricam produtos artesanais, a maioria na área urbana (geléias, biscoitos, licores, vinhos, tomate seco, goiabada, bordados) e também não recebem turistas em suas propriedades, totalizando portanto vinte e quatro propriedades que não recebiam turistas naquela época. Uma propriedade rural trabalha com biscoitos e massas. Uma propriedade rural trabalha com (artesanato de galhos



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

de café, biscoitos, trabalhos manuais). Oito propriedades rurais trabalhando com (café, leite, cachaça, fubá, milho, *socol*, etc.) e três propriedades rurais com pousada, área de lazer (pesque-pague), restaurante, totalizando assim treze propriedades que recebem turistas regularmente.

Se por um lado, nas propriedades maiores os visitantes podem experimentar uma série de oportunidades de entretenimento, as pequenas propriedades acabam reduzindo a atividade agroturística a apenas a venda de produtos, ante a falta de estrutura que possibilite uma prática mais diversificada. Assim, para aqueles que não se sentem preparados é melhor nem abrir suas propriedades à visitação. Portuguez (1998) destaca que em algumas propriedades menores ocorre o chamado "Agrocomércio", ou seja, propriedades que estão comercializando não só produtos que produzem, mas outros vindos de propriedades próximas, gerando lucros com essa prática, mas uma subversão ao Agroturismo protagonizado e difundido na região.

Um dos resultados mais criticáveis dessa tendência é a conseqüente desvinculação dos produtores com o cultivo da terra, provocando a substituição das atividades agrárias pela comercial. Assim, muitos proprietários aproveitaram a nova tendência do mercado para agregar rendimento às suas propriedades, aderiram na realidade ao "modismo Agroturismo" e não ao Programa do Agroturismo (PORTUGUEZ, 1998).

Através do Decreto Municipal de numero 412/94 de 08/09/1994 foi criado o Selo de Inspeção Municipal (SIM) para atestar a qualidade dos produtos de origem animal e vegetal com aprovação da Secretaria de Saúde Municipal de Venda Nova do Imigrante.

Porém, alguns pequenos proprietários fabricam seus produtos e os comercializam nas feiras da grande vitória sem esse selo que virou marca registrada e atesta a qualidade dos produtos do circuito do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante.

Segundo Carnielli (s.d) o número de visitantes foi crescendo e a cidade passou a ficar conhecida através da imprensa, governantes e turistas de diversas locais. Isto despertou interesse na região. O associativismo foi fundamental no sucesso do Agroturismo.

Outras associações fundadas na região de Venda Nova do Imigrante foram fundamentais para alavancar e contribuir para o sucesso do Agroturismo, como a das Voluntárias do Hospital Padre Máximo, a Associação do Conselho de Desenvolvimento entre outros.

O Agroturismo nasceu de experiências de trabalho. A maioria dos associados tem ligação com os voluntários. A atividade do Agroturismo é encarada como um negócio, mas a AGROTUR nasceu para profissionalizar o trabalho comunitário e voluntariado. Segundo Carnielli (s.d), no Agroturismo a união faz a força.

A seguir é apresentado o mapa do circuito do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante ES divulgado e distribuído pela Secretaria Municipal de Turismo da Prefeitura municipal.



Figura 1: Mapa do circuito do Agroturismo de Venda Nova do Imigrante
Fonte: PMVNI – Secretaria Municipal de Turismo 2005.

2.3 O PAPEL DA FAMÍLIA DO AGROTURISMO DE VENDA NOVA DO IMIGRANTE

A família ocupa o lugar central no Agroturismo. Ela desenvolve e faz gerar a atividade. Apesar de perder a privacidade, muitos agricultores que abriram suas propriedades para receber turistas e comercializar seus produtos foi de grande valia e envolveu toda a família. Se antes ganhavam dinheiro uma vez por ano com a colheita de café agora descobriram uma nova fonte de renda.

Iniciaram no Agroturismo não porque gostavam, mas por necessidade mesmo. Se no início foi difícil por falta de capacitação, com o tempo os envolvidos na atividade foram se soltando e realizando os cursos disponibilizados pelo SEBRAE ES e nas reuniões da AGROTUR.



A origem italiana da maioria das famílias contribuiu bastante para o sucesso do Agroturismo. A colonização das terras os imigrantes trouxeram cultura, tradição, afazeres cotidianos que os tornam um grupo homogêneo e diferenciado. Para essas famílias, Carnielli (s.d) afirma que o Agroturismo abriu as mentes e os horizontes.

Parte do sucesso do Agroturismo esta na percepção desde o início que atender bem e com personalidade era o segredo de sucesso. Tudo que se tem na propriedade é atrativo e explorar esses elementos foi fator chave. Nas propriedades quem recebe o turista é o dono, assim torna-se necessário que ele more e trabalhe na propriedade e que esteja preparado para receber visitantes.

Porém, conforme aponta Portuguez (1998), apesar dos esforços empreendidos e muita vontade política, o Programa de Agroturismo ainda não alcançou os objetivos almejados, não representando para a população envolvida em geral uma alternativa satisfatória no sentido de uma melhoria significativa na qualidade de vida.

2.4 ALGUMAS INQUIETAÇÕES

Verificou-se que, quando o grupo cresce, aumentam as dificuldades de coordenação e do alinhamento de interesses. Para Alves (2006), os aspectos comuns e os aspectos divergentes de interesses podem ser associados a momentos históricos diferentes. Os aspectos comuns podem ser associados à situação inicial em que houve um aumento na capacidade de coordenação e conseqüentemente na eficiência da atividade econômica do Agroturismo no município de Venda Nova do Imigrante, devido aos laços culturais entre os membros fundadores. Já os aspectos divergentes podem ser associados ao momento em que se identifica o aumento da complexidade e dificuldade de coordenação da atividade. Assim, a linha de desenvolvimento da atividade econômica do Agroturismo indica que as instituições privadas que aumentaram a capacidade de coordenação e eficiência no passado já não são as mais eficientes para a coordenação atual.

É notório perceber que alguns cresceram muito e hoje se encaixam no perfil de Agroindústria, mas não abre mão de utilizar o Agroturismo como bandeira. Esquecem que existe uma grande diferença entre ser um grande/médio agricultor e ser um pequeno agricultor. Estes mesmos agricultores “monopolizaram” a cultura local, estando presentes, em associações diversas, corais de igreja, festas tradicionais, etc. Os pequenos, como poderá ser observado na seção três dessa pesquisa, ficaram a margem desse processo. Gostam de se envolver com as “coisas” do município, mas se sentem inferiorizados pelo maior poder de influência das famílias tradicionais.

Esse fator tem correlação direta com problema dessa pesquisa. Por se sentirem acudados, acabam repensando se vale mesmo a pena mesmo abrirem suas propriedades em função dessa desigualdade. Alguns como veremos, preferem aproveitar a onda do Agroturismo, produzir artesanalmente doces, licores, biscoitos, embutidos, fubá, café, feijão, etc., e comercializar seus produtos no varejo local ou em feiras da região metropolitana da grande Vitória.

Segundo Versiani (1999) a atividade turística em um ambiente rural tem o intuito de desenvolver outras formas rentáveis para complementar a atividade agrícola, além disso, existe um importante interesse em conservar os patrimônios naturais e culturais deste local. Porém, fica claro que a agricultura não pode ser a única base econômica para o desenvolvimento do meio rural a longo prazo. A maioria dos agricultores tem outras fontes de rendimento.



Hoje em dia, não se admite mais improvisação e amadorismo nos negócios, ressalta Araújo (2000). Ser amador em qualquer empreendimento é ser um perdedor ou um empresário falido. Se quiser ser um empreendedor de sucesso, devemos procurar nos capacitarmos, buscar ajuda para planejar e administrar o negócio se desejarmos sobreviver em função de efeitos decorrentes das pessoas, dos clientes, influência do meio ambiente, etc.

De acordo com Portuguese (1998), uma das maiores inquietações do proprietariado da região diz respeito às dificuldades de financiamento de seus empreendimentos. Demonstram todo o seu repúdio em relação às agências de fomento e apoio logístico das quais devem destacar o Banco de Desenvolvimento Econômico do Estado do Espírito Santo S.A (BANDES). A burocracia existente para contrair empréstimos, taxas de juros e condições de pagamento fazem com que muitos se desmotivem e busquem outras formas de alavancar seus negócios.

Para os entrevistados no tocante ao Agroturismo segundo a pesquisa de Alves (2006, p.61) “há uns quatro anos atrás deu uma parada, e não se sabe o porquê [...] presume-se que falta diversidade? Que faltam pessoas para atender? Falta de pousadas/restaurantes?”. Os produtores entrevistados ressaltam que outros produtores têm um ciúme muito grande da propriedade, pois ficam presos no seu mundo, e têm medo de inovar, desenvolver.

Atribuem isso a uma questão cultural. Vale ressaltar que as preocupações dos agricultores durante a pesquisa de Alves (2006) reportam ao ano de 2002. Portanto, passados onze anos os problemas não desapareceram, pelo contrário, continuam a existir e a provocar a mudança de estratégia de agricultores da região para sobreviverem no mercado.

3. ANÁLISE DE DADOS

Nessa seção serão analisadas as questões discutidas com os proprietários rurais durante a pesquisa de campo. Algumas entrevistas ocorreram *in loco*, ou seja, nas propriedades do município de Venda Nova do Imigrante e outras na capital Vitória durante comercialização de produtos em feiras de produtos orgânicos e da terra. Porém todos eles são provenientes da cidade de Venda Nova do Imigrante ES.

Da amostra de quinze agricultores entrevistados, nove recebem turistas em suas propriedades e seis não o fazem. Nove proprietários rurais que recebem turistas, afirmaram que fazem parte da AGROTUR. Dos seis agricultores que não recebem turistas, três afirmaram que já participaram da associação e hoje não mais. Portanto dessa amostra, três agricultores nunca participaram da associação e não recebem turistas em suas propriedades.

Isso reforça o pensamento de Alves (2006), quando afirma que no início houve um aumento na capacidade de coordenação e conseqüentemente na eficiência da atividade econômica do Agroturismo no município de Venda Nova do Imigrante. Porém, os aspectos divergentes podem ser associados ao momento em que se identifica o aumento da complexidade e dificuldade de coordenação da atividade. Assim, a linha de desenvolvimento da atividade econômica do Agroturismo indica que as instituições privadas que aumentaram a capacidade de coordenação e eficiência no passado já não são as mais eficientes para a coordenação atual. Houve de fato um desalinhamento entre os objetivos de alguns agricultores e da associação que defende seus interesses. Preferem produzir seus produtos sem marca e comercializá-los em feiras de rua.

Questionados os motivos de participar ou não do Agroturismo, todos os agricultores sinalizaram que vislumbraram uma grande oportunidade de diversificar as suas atividades



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

agrícolas. O Agroturismo seria de início uma complementação de renda, indo ao encontro do pensamento de Versiani (1999) que sinaliza que a maioria dos agricultores tem outras fontes de rendimento e também de Alves (2006) ao afirmar que o ambiente rural deixou de ser um espaço exclusivamente agrícola onde o agricultor desempenha múltiplos papéis, combinando a atividade agrícola com a não agrícola para complementar a renda familiar e gerar ocupação para membros familiares”.

Quando perguntados se tiveram problemas em abrir as suas propriedades, os que recebem turistas indicaram que na maioria dos casos os turistas ficam encantados com a vida da fazenda ou do sítio, mas ocorreram pequenas subtrações, fato este que exigiu maior atenção na exposição de produtos ou peças com valor sentimental.

Da amostra selecionada, nove agricultores afirmaram que o Agroturismo trouxe com o passar do tempo aumento de renda. No início tiveram que acreditar, ter coragem para prosseguir, pois tudo era novo. Tiveram que efetuar vários investimentos para receber os turistas, mas valeu a pena, confirmando o pensamento de Alves (2006) que para atuar na atividade do Agroturismo, os produtores tiveram que realizar diversas mudanças no processo produtivo como readequação de espaços de produção, área para manipulação de alimentos, implantação de agroindústrias, em função das exigências da Vigilância Sanitária. Os produtores também realizaram reestruturação das instalações e no ambiente físico das suas propriedades, para receber o turista, com construção de lojinha, banheiros, área para degustação de produtos e bate-papo, e pequenas intervenções no paisagismo – algumas por sugestão dos turistas, e também se outras por iniciativa dos próprios produtores. Seis agricultores nunca abriram as suas propriedades, mas sentiram que a fabricação de produtos caseiros como biscoitos, embutidos, café, fubá, feijão realmente geraram complemento de renda para a família além dos produtos agrícolas cultivados na propriedade.

Foi perguntado se recolhem impostos sobre os produtos comercializados. Aqui uma surpresa, somente cinco dos quinze entrevistados afirmaram que recolhem ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias). Portanto, os outros dez agricultores nunca recolheram qualquer tipo de imposto, caracterizando uma sonegação de impostos que os órgãos públicos fecham os olhos. Esse montante poderia ser aplicado na infraestrutura do Agroturismo como pavimentação, placas, educação e saúde dos moradores da região. Percebeu-se durante as entrevistas um grande lamento para contrair empréstimos para investimentos em suas propriedades. A burocracia, as taxas de juros e condições de pagamento fazem com que muitos se desmotivem e busquem outras formas de alavancar seus negócios, indo de encontro ao pensamento de Portuguez (1998) que sinaliza que uma das maiores inquietações do proprietariado da região diz respeito às dificuldades de financiamento de seus empreendimentos. Por outro lado, é interessante perceber que ao mesmo tempo em que sonegam impostos descaradamente reclamam da dificuldade para obterem linhas de crédito e apoio do poder público.

Quando perguntados se houve necessidade de contratação de pessoal para as atividades relacionadas ao Agroturismo, quatro agricultores sinalizaram que realizam contratações de terceiros ou contratos de parceria de forma sazonal, ou seja, quando precisam fazer a colheita de café, por exemplo, carro chefe da maioria das propriedades ou produzir uma quantidade maior de alguma plantação, buscando parceiros na região. O que ficou bem evidenciado é que contrata muito pouco, toda a família é que de fato se envolve em todas as atividades de produção e comercialização dos produtos da propriedade, reforçando o pensamento de Carnielli (s.a) que afirma que a família ocupa o lugar central no Agroturismo, ela desenvolve e faz gerar a atividade.



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

No início alguns tentaram conciliar empregos na região com as atividades do campo, mas com o aumento do fluxo de turistas foram obrigados a se dedicarem 100% do seu tempo em sua propriedade. Praticamente todos os membros da família esta envolvida nas atividades da propriedade. Mas isso cansa e uma grande produtora de embutidos afirmou que encontram dificuldade de contratação de mão de obra. Hoje, segundo ela, em função das oportunidades existentes na grande cidade preferem não ficar no campo.

Foi questionado se prepararam para atender turistas em suas propriedades. Todos afirmaram que pelo menos um membro da família participou dos cursos ofertados pela Agrotur em parceria com o SEBRAE ES. Algumas propriedades inscreveram principalmente aqueles que iriam ter contato direto com os turistas. Pensam que esses cursos ajudaram muito na insegurança que possuíam no início. Dos três que nunca abriram as suas propriedades e não fazem parte da AGROTUR, sinalizaram que não sentem vontade de fazer esses cursos, mas acha importante fazê-lo.

Perguntados se são afiliados da AGROTUR, onze afirmaram que participaram ativamente das reuniões e diretrizes geradas entre os seus membros, mas hoje essas atividades são raras. O Agroturismo já atingiu maturidade segundo eles e caminha por si. Três agricultores nunca participaram da associação ou de suas reuniões.

Questionados se comercializam outros produtos além dos que são produzidos na propriedade, onze disseram que sim, confirmando o que Portuguese (1998) denominou de "Agrocomércio". Perguntado o motivo, disseram que os turistas pediam para não ter que voltar a propriedade visitada anteriormente. Os outros quatro afirmaram que comercializam somente aquilo que produzem.

Perguntado se considera os custos fixos e variáveis para a precificação dos seus produtos, uma surpresa: somente três proprietários afirmaram que fazem esse controle. Uma, por motivos óbvios, já que se transformou em uma Agroindústria precisa ter esse controle pela sua complexidade. Essa resposta contraria o pensamento de Araújo (2000) que sinaliza que as empresas precisam considerar quantificar o volume de capital a ser investido e determinar em quanto tempo obteremos o retorno sobre o capital investido, incluindo aí os custos fixos, variáveis e capital de giro. Somente uma pequena proprietária rural, com sua proprietária economista por formação, afirmou que tem tudo controlado e sabe exatamente os custos do seu processo. Todos os outros precificam observando a concorrência, o que não é errado, mas encobre a sua ineficiência operacional em alguns casos. Chama a atenção que alguns desses proprietários são considerados o carro-chefe do Agroturismo da região.

Como o Agroturismo criou o Selo de Inspeção Municipal (SIM) para garantir a qualidade de produção dos alimentos quando a propriedade fosse auditada pela Vigilância Sanitária, percebeu-se que onze proprietários comercializam seus produtos com esse selo, atendendo às determinações da Secretaria Municipal de Saúde e da vigilância sanitária, mas quatro proprietários comercializam seus produtos em feiras da região ou de Vitória como produtos "da roça" e não encontram qualquer problema com essa prática.

Das onze propriedades que recebem turistas, percebeu-se que estas não fazem nenhuma atividade de marketing. Afirmam que o bom atendimento provoca o "boca a boca" e assim a propriedade sempre recebe turista. Araújo (2000) destaca um mecanismo poderoso para iniciar



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

essa divulgação que é promover sempre um bom atendimento aos seus clientes, pois é a primeira impressão é a que fica.

Quando perguntados se envolvem com festas do município que ajudam a destacar ainda mais Venda Nova como capital do Agroturismo e a colonização italiana no Espírito Santo, todos concordaram que todos os eventos realmente reforçam e destacam o município, porém, seis agricultores entrevistados, apesar de já terem participado das festas se afastaram, pois consideram que algumas famílias monopolizaram os eventos. Um agricultor afirmou que antes existiam dois corais de igreja no município, mas que pela força dos descendentes na mídia, o outro grupo que coordenava o outro coral acabou por determinar o fechamento do coral que este participava. E assim, segundo ele, outros eventos sempre têm as mesmas pessoas como destaque. Os agricultores e ou habitantes mais simples perdem a força, apesar do Agroturismo reforçar o sentido de pertencimento e união, o que este afirma que não existe. Cada um sobrevive como pode e ele acredita que esse é um dos motivos fortes para alguns agricultores não serem afiliados a AGROTUR e nem queiram participar dos eventos municipais.

Tais argumentos reforçam a visão de Portuguez (1998), pois apesar dos esforços empreendidos e muita vontade política, o Programa de Agroturismo ainda não alcançou os objetivos almejados, não representando para a população envolvida em geral uma alternativa satisfatória no sentido de uma melhoria significativa na qualidade de vida.

Foi perguntado também se preocupam com a perpetuação do seu negócio e como trabalham para isso. Todos os entrevistados afirmaram que se preocupam, pois é através do seu trabalho que sobrevive e garantem a educação dos seus filhos. Aqueles que recebem turistas afirmaram que ao ouvir os clientes, fazer inovações e lançar novos produtos, estão mais atentos, abertos e as coisas vão caminhando bem, reforçando o pensamento de Araújo (2000) que afirma que hoje em dia, não se admite mais improvisação e amadorismo nos negócios.

Em relação à educação dos filhos, muitos custeiam os estudos dos filhos em faculdades de outros municípios, mas um dos maiores agricultores demonstrou preocupação, pois seus filhos ao conhecerem a capital Vitória onde estudam passaram a ser resistentes em continuar os negócios na roça, onde a vida tem outra dinâmica. Apenas uma filha de um agricultor estudou fora e retornou para assumir a frente dos negócios da família e reinventou a propriedade, demonstrando dessa forma que os conhecimentos adquiridos foram fundamentais para isso. Disse que “não troca Venda Nova por nada desse mundo”. Causou muita preocupação a postura daqueles proprietários que não recebem turistas. Segundo eles, os filhos são sua continuidade e já estão integrados no negócio dos pais. Acham que a educação é importante, mas faculdade não é prioridade, indicando assim uma visão míope sobre a importância do conhecimento como diferencial para a inovação de seu negócio. Na prática seguem na onda do Agroturismo e de outras propriedades sem se preocuparem em criar algo novo de fato, reforçando o pensamento de Portuguez (1998) que sinalizou que muitos proprietários aproveitaram a nova tendência do mercado para agregar rendimento às suas propriedades, aderiram na realidade ao “modismo Agroturismo” e não ao Programa do Agroturismo.



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mundo rural esta criando outro tipo de riqueza, com base nos bens e serviços ofertados, esta contribuindo para combater o êxodo rural e se apresenta para o desenvolvimento local e regional, gerando renda, emprego e mantendo o homem rural em seu habitat. Os turistas que compram produtos, não pelo que possam fazer por eles, mas pelo que eles querem que façam, isto é, espera sempre dos produtos algum benefício extra, como por exemplo, qualidade, liberdade, sofisticação, se encantam com a vida do campo e de seus atrativos naturais. A região serrana do Estado do Espírito Santo, mais precisamente o município de Venda Nova do Imigrante, contemplado nessa pesquisa é destaque a nível nacional pela implantação do Agroturismo em seu espaço geográfico.

Porém, para uma maior integração e coordenação de vários atores e não somente de uma minoria que detém maior poder econômico e influência na região, é necessário elaborar um planejamento definindo os objetivos, ordenando os recursos materiais e humanos, determinando os métodos e formas de organização, estabelecer as medidas de tempo, quantidade e qualidade, na localização espacial das atividades e de outras especificações necessárias para canalizar racionalmente a conduta de uma pessoa ou grupo. Todavia, entender esses fundamentos de planejamento, exigiu dos agricultores muito empenho e dedicação para reinventarem suas propriedades e se capacitarem para operar no Agroturismo. Muitos entenderam e frequentaram os cursos oferecidos pela Associação dos Agricultores em parceria com o SEBRAE ES, porém, entender por que outros não seguiram esse caminho foi o foco dessa pesquisa.

O problema e objetivo da pesquisa que foi identificar os motivos pelos quais vários agricultores preferem vender seus produtos na associação dos agricultores ou no varejo local ou da região metropolitana de Vitória ES e não abrir suas propriedades para visitas e comercialização de produtos, pode ser assim respondido: a pesquisa revelou que o Agroturismo de fato causou um grande incremento na dinâmica de Venda Nova do Imigrante desde o início. Após sua emancipação em 1988 do município de Conceição de Castelo, chama a atenção para o lado empreendedor de várias pessoas que enxergaram um grande nicho a ser explorado na região. A inspiração no Agriturismo da região da toscana na Itália foi determinante para criarem um modelo para a região, o chamado Agroturismo. Percebeu-se que no início, a criação da AGROTUR agregou valor ao modelo e foi muito importante para catalisar ações diversas para difusão de ideias, preparo dos seus integrantes e de suas propriedades.

Porém, com o passar dos anos esse modelo foi criando deformações diversas. Enquanto algumas propriedades recebem poucos turistas até hoje, outras sofrem com a saturação de visitantes, gerando sobrecarga física e emocional na família. Se o retorno financeiro obtido e em parte sonogado pelo não recolhimento de impostos, as visitas forma bem vindas e elevaram a qualidade de vida da família, mas por outro lado, principalmente para as propriedades menores e de empreendedores com baixa qualificação, o resultado deixou a desejar.

Estes se sentem discriminados, tem complexo de inferioridade por não conseguirem o mesmo destaque que algumas propriedades mais visitadas e preferem abandonar a sua associação e sobreviverem na onda do modelo do Agroturismo que projetou Venda Nova do Imigrante a nível nacional. Se sentem pequenos nas festas municipais ao perceberem o maior destaque das famílias tradicionais nesses eventos.



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

O circuito do Agroturismo do município aponta diversas propriedades para visita de turistas, mas percebe-se um destaque maior para no máximo quinze destas desde o início da criação do modelo em meados da década de noventa. Percebe-se claramente que as pequenas propriedades não receberam o devido destaque ou atenção na medida da grandeza dos seus proprietários, com baixo nível de escolaridade e que, segundo alguns entrevistados, não entendiam a linguagem dos instrutores do SEBRAE nas palestras ministradas aos agricultores no Alpes Hotel. Saiam do evento achando que era importante participar, desanimavam com a burocracia para obterem empréstimos para alavancarem as modificações em suas propriedades. Continuaram a trabalhar, mas precisavam encontrar outros meios de ganharem dinheiro além das atividades agrícolas tradicionais, como café, milho, feijão, manejo de gado, etc.

Perceberam por influência de alguns dissidentes da AGROTUR que existia mercado para produtos caseiros como café, fubá, embutidos, biscoitos, feijão, etc., fora da loja da associação, nas feiras locais e na região metropolitana de Vitória ES. Assim, construíram um caminho alternativo e preferiram não receber turistas e nem investir em mudanças físicas, contratação e capacitação de pessoas, que para eles gerariam custos pesados. O Agroturismo sobrevive sem os pequenos, mas não abre mão das propriedades e suas tradicionais famílias descendentes de italianos, seja praticando o "Agrocomércio" ou escondendo a sua verdadeira grandeza de Agroindústria para enfatizar o seu pertencimento ao Agroturismo, que como exposto, são coisas bem distintas e de poder econômico diferentes.

Porém, como demonstrado nessa pesquisa, apesar dos esforços empreendidos e muita vontade política, o Programa de Agroturismo ainda não alcançou os objetivos almejados, não representando para a população envolvida em geral uma alternativa satisfatória no sentido de uma melhoria significativa na qualidade de vida, abrindo assim oportunidades para outras pesquisas para identificar o (s) motivo (s) dos gargalos existentes no Agroturismo de Venda Nova do Imigrante na região serrana do estado do Espírito Santo.

REFERÊNCIAS

ALVES, Jazan Mageski. **instituições e desenvolvimento econômico local: o caso do Agroturismo na região centro-serrana do espírito santo**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), Vitória ES, 2006.

ARAÚJO, José Fernandes de. **ABC do turismo rural**. Viçosa, MG: Aprenda Fácil, 2000.

CARNIELLI, Leandro. **Agroturismo: os primeiros passos de uma comunidade rural da montanha capixaba**. Família Carnielli, rod. Pedro Cola Km 4,5, Venda Nova do Imigrante, s.n; s.d.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projetos e relatórios, publicações e trabalhos científicos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARUM, Miguel. **Marketing no turismo**. Rio de Janeiro, Livraria e Editora Infobok Ltda: IBPI Press, 2001.

SEBRAE - ES. Vitória. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresa, Espírito Santo. Disponível em: <http://www.sebraees.com.br>. [Acesso em: 20 abril 2013]

SECRETARIA MUNICIPAL TURISMO. **Guia de Informações Turísticas**.

Venda Nova do Imigrante, Ano 3 n°. 3, 2005.



Gestão e Tecnologia para a Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Turismo e desenvolvimento socio espacial:** reflexões sobre a experiência do Agroturismo no estado do Espírito Santo. 1998. 169 f. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

VENDA NOVA DO IMIGRANTE - ES. Venda Nova do Imigrante: Prefeitura

Municipal, 2007. **Apresenta informações referentes à cidade e ao Agroturismo.** Disponível em: <http://www.vendanova.com.br>. [Acesso em 10 de março 2013].

VERSIANI, I. **Maioria dos agricultores tem outras fontes de rendimento.** Folha

de São Paulo, 17/dez. 1999. p 2-8.

ZIMMERMANN, Adônis; CASTRO, Isis Câmara de. **Turismo rural. Um modelo brasileiro.** Florianópolis: Editora do Autor, 1996.