

Michelle Oliveira do Espírito Santo Corsino
Milton Augusto Pasquotto Mariani

EMPRETER:

um instrumento
de autoanálise
do perfil empreendedor
para o Turismo
no Espaço Rural

Michelle Oliveira do Espírito Santo Corsino
Milton Augusto Pasquotto Mariani

EMPRETER:

um instrumento
de autoanálise
do perfil empreendedor
para o Turismo
no Espaço Rural

| São Paulo | 2021 |



Copyright © Pimenta Cultural, alguns direitos reservados.

Copyright do texto © 2021 o autor e a autora.

Copyright da edição © 2021 Pimenta Cultural.

Esta obra é licenciada por uma Licença Creative Commons: Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional - CC BY-NC (CC BY-NC-ND). Os termos desta licença estão disponíveis em: <<https://creativecommons.org/licenses/>>. Direitos para esta edição cedidos à Pimenta Cultural. O conteúdo publicado não representa a posição oficial da Pimenta Cultural.

CONSELHO EDITORIAL CIENTÍFICO

Doutores e Doutoradas

Airton Carlos Batistela
Universidade Católica do Paraná, Brasil

Alaim Souza Neto
Universidade do Estado de Santa Catarina, Brasil

Alessandra Regina Müller Germani
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Alexandre Antonio Timbane
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Alexandre Silva Santos Filho
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Aline Daiane Nunes Mascarenhas
Universidade Estadual da Bahia, Brasil

Aline Pires de Moraes
Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil

Aline Wendpap Nunes de Siqueira
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Ana Carolina Machado Ferrari
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Andre Luiz Alvarenga de Souza
Emill Brunner World University, Estados Unidos

Andreza Regina Lopes da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Antonio Henrique Coutelo de Moraes
Universidade Católica de Pernambuco, Brasil

Arthur Vianna Ferreira
Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Bárbara Amaral da Silva
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Beatriz Braga Bezerra
Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Bernadette Beber
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Breno de Oliveira Ferreira
Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Carla Wanessa Caffagni
Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Adriano Martins
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Caroline Chioquetta Lorensen
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Cláudia Samuel Kessler
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Daniel Nascimento e Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Daniela Susana Segre Guertzenstein
Universidade de São Paulo, Brasil

Danielle Aparecida Nascimento dos Santos
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Delton Aparecido Felipe
Universidade Estadual de Maringá, Brasil

Dorame de Miranda Carvalho
Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Doris Roncareli
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Elena Maria Mallmann
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Emanoel Cesar Pires Assis
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Erika Viviane Costa Vieira
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Brasil

Everly Pegoraro
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Fábio Santos de Andrade
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil

Fauston Negreiros

Universidade Federal do Ceará, Brasil

Felipe Henrique Monteiro Oliveira

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Fernando Barcellos Razuck

Universidade de Brasília, Brasil

Francisca de Assiz Carvalho

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Gabriela da Cunha Barbosa Saldanha

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Gabrielle da Silva Forster

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Guilherme do Val Toledo Prado

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Hebert Elias Lobo Sosa

Universidad de Los Andes, Venezuela

Helciclever Barros da Silva Vitoriano

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

Anísio Teixeira, Brasil

Helen de Oliveira Faria

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Heloisa Candello

IBM e University of Brighton, Inglaterra

Heloisa Juncklaus Preis Moraes

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Ismael Montero Fernández,

Universidade Federal de Roraima, Brasil

Jeronimo Becker Flores

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Jorge Eschriqui Vieira Pinto

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Jorge Luís de Oliveira Pinto Filho

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

José Luís Giovanoni Fornos Pontifícia

Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Josué Antunes de Macêdo

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Júlia Carolina da Costa Santos

Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Juliana de Oliveira Vicentini

Universidade de São Paulo, Brasil

Juliana Tiburcio Silveira-Fossaluzza

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Julierme Sebastião Morais Souza

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Karlla Christine Araújo Souza

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Laionel Vieira da Silva

Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Leandro Fabricio Campelo

Universidade de São Paulo, Brasil

Leonardo Jose Leite da Rocha Vaz

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Leonardo Pinheiro Mozdzenski

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Lidia Oliveira

Universidade de Aveiro, Portugal

Luan Gomes dos Santos de Oliveira

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Luciano Carlos Mendes Freitas Filho

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Lucila Romano Tragtenberg

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Lucimara Rett

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Marceli Cherchiglia Aquino

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Marcia Raika Silva Lima

Universidade Federal do Piauí, Brasil

Marcos Uzel Pereira da Silva

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Marcus Fernando da Silva Praxedes

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Brasil

Margareth de Souza Freitas Thomopoulos

Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Maria Angelica Penatti Pipitone

Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Maria Cristina Giorgi

Centro Federal de Educação Tecnológica

Celso Suckow da Fonseca, Brasil

Maria de Fátima Scaffo

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Maria Isabel Imbroni

Universidade de São Paulo, Brasil

Maria Luzia da Silva Santana

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

Maria Sandra Montenegro Silva Leão

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Michele Marcelo Silva Bortolai

Universidade de São Paulo, Brasil

Miguel Rodrigues Netto

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Nara Oliveira Salles

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Neli Maria Mengalli

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Patricia Biegging

Universidade de São Paulo, Brasil

Patrícia Helena dos Santos Carneiro
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
 Patrícia Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal
 Patricia Mara de Carvalho Costa Leite
Universidade Federal de São João del-Rei, Brasil
 Paulo Augusto Tamanini
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
 Priscilla Stuart da Silva
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
 Radamés Mesquita Rogério
Universidade Federal do Ceará, Brasil
 Ramofly Bicalho Dos Santos
Universidade de Campinas, Brasil
 Ramon Taniguchi Piretti Brandao
Universidade Federal de Goiás, Brasil
 Rarielle Rodrigues Lima
Universidade Federal do Maranhão, Brasil
 Raul Inácio Busarello
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
 Renatto Cesar Marcondes
Universidade de São Paulo, Brasil
 Ricardo Luiz de Bittencourt
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
 Rita Oliveira
Universidade de Aveiro, Portugal
 Robson Teles Gomes
Universidade Federal da Paraíba, Brasil
 Rodiney Marcelo Braga dos Santos
Universidade Federal de Roraima, Brasil
 Rodrigo Amancio de Assis
Universidade Federal de Mato Grosso, Brasil
 Rodrigo Sarruge Molina
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil
 Rosane de Fatima Antunes Obregon
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Sebastião Silva Soares
Universidade Federal do Tocantins, Brasil
 Simone Alves de Carvalho
Universidade de São Paulo, Brasil
 Stela Maris Vaucher Farias
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
 Tadeu João Ribeiro Baptista
Universidade Federal de Goiás, Brasil
 Tania Micheline Miorando
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
 Tarcísio Vanzin
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
 Thiago Barbosa Soares
Universidade Federal de São Carlos, Brasil
 Thiago Camargo Iwamoto
Universidade de Brasília, Brasil
 Thyana Farias Galvão
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil
 Valdir Lamim Guedes Junior
Universidade de São Paulo, Brasil
 Valeska Maria Fortes de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
 Vanessa Elisabete Raue Rodrigues
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil
 Vania Ribas Ulbricht
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
 Wagner Corsino Enedino
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil
 Wanderson Souza Rabello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil
 Washington Sales do Monte
Universidade Federal de Sergipe, Brasil
 Wellington Furtado Ramos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Brasil

PARECERISTAS E REVISORES(AS) POR PARES

Avaliadores e avaliadoras Ad-Hoc

Adailson Wagner Sousa de Vasconcelos
Universidade Federal da Paraíba, Brasil
 Adilson Cristiano Habowski
Universidade La Salle - Canoas, Brasil
 Adriana Flavia Neu
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Aguiário Pimentel Silva
Instituto Federal de Alagoas, Brasil
 Alessandra Dale Giacomini Terra
Universidade Federal Fluminense, Brasil
 Alessandra Figueiró Thornton
Universidade Luterana do Brasil, Brasil

Alessandro Pinto Ribeiro
Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Alexandre João Appio
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Corso
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Aline Marques Marino
Centro Universitário Salesiano de São Paulo, Brasil

Aline Patricia Campos de Tolentino Lima
Centro Universitário Moura Lacerda, Brasil

Ana Emidia Sousa Rocha
Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Ana Iara Silva Deus
Universidade de Passo Fundo, Brasil

Ana Julia Bonzanini Bernardi
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Ana Rosa Gonçalves De Paula Guimarães
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

André Gobbo
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Andressa Antonio de Oliveira
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Andressa Wiebusch
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Angela Maria Farah
Universidade de São Paulo, Brasil

Anísio Batista Pereira
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Anne Karynne da Silva Barbosa
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

Antônia de Jesus Alves dos Santos
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Antonio Edson Alves da Silva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Ariane Maria Peronio Maria Fortes
Universidade de Passo Fundo, Brasil

Ary Albuquerque Cavalcanti Junior
Universidade do Estado da Bahia, Brasil

Bianca Gabrieli Ferreira Silva
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Bianka de Abreu Severo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Bruna Carolina de Lima Siqueira dos Santos
Universidade do Vale do Itajaí, Brasil

Bruna Donato Reche
Universidade Estadual de Londrina, Brasil

Bruno Rafael Silva Nogueira Barbosa
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Camila Amaral Pereira
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Carlos Eduardo Damian Leite
Universidade de São Paulo, Brasil

Carlos Jordan Lapa Alves
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Carolina Fontana da Silva
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Carolina Fragoso Gonçalves
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Cássio Michel dos Santos Camargo
Universidade Federal do Rio Grande do Sul-Faced, Brasil

Cecília Machado Henriques
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Cintia Morales Camillo
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Claudia Dourado de Salces
Universidade Estadual de Campinas, Brasil

Cleonice de Fátima Martins
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Cristiane Silva Fontes
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Cristiano das Neves Vilela
Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Daniele Cristine Rodrigues
Universidade de São Paulo, Brasil

Daniella de Jesus Lima
Universidade Tiradentes, Brasil

Dayara Rosa Silva Vieira
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Rodrigues dos Santos
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Dayse Sampaio Lopes Borges
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Deborah Susane Sampaio Sousa Lima
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Diego Pizarro
Instituto Federal de Brasília, Brasil

Diogo Luiz Lima Augusto
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Ederson Silveira
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Elaine Santana de Souza
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Eleonora das Neves Simões
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Elias Theodoro Mateus
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Elisiene Borges Leal
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elizabeth de Paula Pacheco
Universidade Federal de Uberlândia, Brasil

Elizânia Sousa do Nascimento
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Elton Simomukay
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Elvira Rodrigues de Santana
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Emanuella Silveira Vasconcelos
Universidade Estadual de Roraima, Brasil

Érika Catarina de Melo Alves
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Everton Boff
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Fabiana Aparecida Vilaça
Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

Fabiano Antonio Melo
Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Fabricia Lopes Pinheiro
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Fabício Nascimento da Cruz
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Francisco Geová Goveia Silva Júnior
Universidade Potiguar, Brasil

Francisco Isaac Dantas de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Francisco Jeimes de Oliveira Paiva
Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Gabriella Eldereti Machado
Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Gean Breda Queiros
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Germano Ehler Pollnow
Universidade Federal de Pelotas, Brasil

Glauco Martins da Silva Bandeira
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Graciele Martins Lourenço
Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Handherson Leylton Costa Damasceno
Universidade Federal da Bahia, Brasil

Helena Azevedo Paulo de Almeida
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Heliton Diego Lau
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil

Hendy Barbosa Santos
Faculdade de Artes do Paraná, Brasil

Inara Antunes Vieira Willerding
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Ivan Farias Barreto
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Jacqueline de Castro Rimá
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Jeanne Carla Oliveira de Melo
Universidade Federal do Maranhão, Brasil

João Eudes Portela de Sousa
Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

João Henriques de Sousa Junior
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Joelson Alves Onofre
Universidade Estadual de Santa Cruz, Brasil

Juliana da Silva Paiva
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Junior César Ferreira de Castro
Universidade Federal de Goiás, Brasil

Lais Braga Costa
Universidade de Cruz Alta, Brasil

Leia Mayer Eyny
Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil

Manoel Augusto Polastrelli Barbosa
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Marcio Bernardino Sirino
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Marcos dos Reis Batista
Universidade Federal do Pará, Brasil

Maria Edith Maroca de Avelar Rivelli de Oliveira
Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil

Michele de Oliveira Sampaio
Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

Miriam Leite Farias
Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Natália de Borba Pugens
Universidade La Salle, Brasil

Patricia Flavia Mota
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Raick de Jesus Souza
Fundação Oswaldo Cruz, Brasil

Railson Pereira Souza
Universidade Federal do Piauí, Brasil

Rogério Rauber
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Samuel André Pompeo
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Simoni Urnau Bonfiglio
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

Tayson Ribeiro Teles
Universidade Federal do Acre, Brasil

Valdemar Valente Júnior
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Wallace da Silva Mello
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Brasil

Wellton da Silva de Fátima
Universidade Federal Fluminense, Brasil

Weyber Rodrigues de Souza
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Brasil

Wilder Kleber Fernandes de Santana
Universidade Federal da Paraíba, Brasil

PARECER E REVISÃO POR PARES

Os textos que compõem esta obra foram submetidos para avaliação do Conselho Editorial da Pimenta Cultural, bem como revisados por pares, sendo indicados para a publicação.

Direção editorial	Patricia Biegging Raul Inácio Busarello
Diretor de sistemas	Marcelo Eyng
Editora executiva	Patricia Biegging
Assistente editorial	Landressa Schiefelbein
Diretor de criação	Raul Inácio Busarello
Assistente de arte	Ligia Andrade Machado
Editoração eletrônica	Peter Valmorbida
Imagens da capa	Biancoblue - Freepik.com
Revisão	Marlene Durigan
Autores	Michelle Oliveira do Espírito Santo Corsino Milton Augusto Pasquotto Mariani

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C826e Corsino, Michelle Oliveira do Espírito Santo -
EMPRETER: um instrumento de autoanálise do perfil
empreendedor para o Turismo no Espaço Rural. Michelle
Oliveira do Espírito Santo Corsino, Milton Augusto Pasquotto
Mariani. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021. 287p..

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-5939-190-5 (brochura)

978-65-5939-191-2 (eBook)

1. Empreendedorismo. 2. Turismo. 3. Espaço Rural.
4. Sustentabilidade. 5. Desenvolvimento Sustentável.
I. Corsino, Michelle Oliveira do Espírito Santo. II. Mariani, Milton
Augusto Pasquotto. III. Título.

CDU: 658

CDD: 106

DOI: 10.31560/pimentacultural/2021.912

PIMENTA CULTURAL

São Paulo - SP

Telefone: +55 (11) 96766 2200

livro@pimentacultural.com

www.pimentacultural.com



2 0 2 1

AGRADECEMOS

A Deus, aos nossos familiares e amigos

Ao Prof. Dr. Wagner Corsino e à Prof. Dra. Marlene Durigan

Aos especialistas e aos gestores que participaram deste estudo

À Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

À Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



EMPRETER

À Rosa de Oliveira, *in memoriam*

À Helena

Ao meu parceiro, além dessa vida, Wagner Corsino

SUMÁRIO

Apresentação.....	14
--------------------------	-----------

Mauro José Ferreira Cury

Prefácio	17
-----------------------	-----------

Introdução.....	19
------------------------	-----------

Capítulo 1

Empreendedorismo, turismo no espaço rural e sustentabilidade.....	24
--	-----------

1.1 Empreendedorismo e Perfil

Empreendedor: construtos no contexto da Teoria Econômica.....	25
--	----

1.1.1 Delineamento histórico do Empreendedorismo	25
---	----

1.1.2 Vertentes teóricas: conhecendo o indivíduo empreendedor.....	29
---	----

1.1.3 A Teoria Comportamental de David McClelland	38
--	----

1.2 Turismo no Espaço Rural	45
--	-----------

1.2.1 Contextualizando o Turismo e o Turismo no Espaço Rural	45
---	----

1.2.2 Caracterizando o Espaço Rural e o TER brasileiro.....	54
--	----

1.2.3 Gestores Rurais no Contexto do TER Brasileiro	64
--	----

1.3 Turismo no Espaço Rural, Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável.....	71
---	-----------

Capítulo 2

EMPRETER: caminhos metodológicos.....	86
2.1 Linhas metodológicas gerais.....	87
2.2 A construção do EMPRETER.....	96
2.2.1 Etapas 1, 2 e 3: definição da dimensionalidade, conceituação dos construtos e definição constitutiva	99
2.2.2 Etapas 4 e 5: definição operacional (como o construto será medido) e definição da sua operacionalização	102
2.2.3 Etapa 6: fontes dos itens – testes semelhantes já relatados na literatura e entrevistas com a população-alvo.....	113
2.2.3.1 <i>Personal Entrepreneurial Characteristics (PECs)</i>	114
2.2.3.2 <i>General Enterprising Tendency (GET)</i>	118
2.3 Procedimentos para aplicação do EMPRETER (versão preliminar)	124

Capítulo 3

Validação do EMPRETER:	
o percurso empírico	126
3.1 Fase 1: apresentação dos resultados das avaliações dos especialistas	127
3.2 Análise e Interpretação dos Resultados das Avaliações dos Especialistas.....	138
3.2.1 Variável Conteúdo	139
3.2.2 Variável Layout	172
3.2.3 Variável Abrangência.....	196
3.2.4 Variável Sugestões Gerais	202
3.3 EMPRETER: Versão Final.....	206

3.4 Procedimento para aplicação da versão final do EMPRETER.....	216
3.5 Fase 2: Teste-piloto e entrevistas com os gestores de TER	217
3.5.1 Seleção da amostra	218
3.5.2 Interpretação e análise do Teste-piloto e entrevistas com os gestores de TER	223
Considerações finais	248
Referências	255
Apêndice – formulário EMPRETER (versão final).....	269
EMPRETER: folha-gabarito	273
EMPRETER: semáforo de autoanálise.....	276
Sobre a autora e o autor	284
Índice remissivo.....	285

APRESENTAÇÃO

Materializar uma pesquisa sobre o fenômeno do Turismo, em pleno século XXI, torna-se um dos grandes desafios científicos que emergem na contemporaneidade; seja por estar ligado, intrinsecamente, à diversidade de destinos; seja pelo interesse sistemático acerca da compreensão de áreas naturais (protegidas ou não), de espaços urbanos e, mais especificamente, da configuração do espaço rural brasileiro, espaço que é alvo da pesquisa contemplada nesta obra.

Ao abordar pesquisas cujo *corpus* é o Turismo, torna-se necessário um entendimento do(a) pesquisador(a) acerca da perspectiva teórica/metodológica que esta ciência requer, a qual, muitas vezes, precisa estar amparada à luz da interdisciplinaridade e multidisciplinaridade. Tais abordagens apresentam-se, *stricto sensu*, como fatores seminais para uma compreensão acurada do complexo fenômeno do Turismo no Espaço Rural.

De autoria de Michelle Oliveira Espírito Santo Corsino e Milton Augusto Pasquotto Mariani, a obra “EMPRETER: um instrumento de autoanálise do perfil empreendedor para o turismo no espaço rural”, contribui, de forma indelével e inovadora, com os aspectos que circunscrevem este campo científico; trazendo, para os (as) leitores (as), um hercúleo resgate conceitual que envolve o fenômeno do Turismo em áreas rurais. Embora, em território nacional, haja esparsos estudos sobre empreendedorismo no espaço rural, o presente estudo revela, a cada página, um instigante e necessário manancial de informações (teórica-crítica-analítica), as quais corroboram com estudiosos, pesquisadores e gestores que atuam com planejamento turístico no espaço rural.

O método apresentado pelos autores se revela um instigante e primoroso estudo que constitui a “Alma” desta obra. O instrumento denominado EMPRETER (Empreendedores de Turismo no Espaço Rural), resultado da metodologia empregada por Corsino e Mariani, considera, sobretudo, traços de personalidade, atitudes, crenças, interesses, valores, autoconceito, capacidade, padrões emocionais, entre outros e visa ao desenvolvimento e à potencialização de atitudes dinâmicas, proativas, sustentáveis e inovadoras nos gestores de Turismo no espaço rural.

Por conseguinte, ao apresentarem a atividade empreendedora do Turismo no espaço rural brasileiro, é notável o (novo) olhar prático e singular que os autores enunciam o instrumento (EMPRETER) para organizar a gestão do lócus. A (re)leitura e o avanço nos/dos conceitos e métodos são expostos de forma crítica e técnica.

Partindo do pressuposto que as pesquisas em Turismo possuem uma complexidade de natureza interdisciplinar, cumpre destacar que esta vertente epistemológica se aproxima, consideravelmente, das questões ambientais, sociais, culturais, econômicas e políticas. Dessa forma, não é forçoso ponderar que a sustentabilidade, bem como a conservação do espaço rural para as gerações futuras, destacam-se como fatores indispensáveis para a manutenção do Patrimônio cultural da ruralidade brasileira.

Com efeito, ao justificarem a metodologia empregada na obra, aliada à profundidade de análise e gestão, os autores expõem, de forma clara e objetiva, pertinentes reflexões para o entendimento e organização do espaço rural pelo viés do Empreendedorismo. Assim, o grande mérito de Michelle Oliveira Espírito Santo Corsino e Milton Augusto Pasquotto Mariani é fornecer, para o público interessado, um modelo de aplicabilidade que não se limita apenas ao microcosmo de

determinada localidade, mas que alcança qualquer estabelecimento de Turismo no espaço rural no Brasil.

Prof. Dr. Mauro José Ferreira Cury

Universidade Estadual do Oeste do Paraná;

Campus de Foz do Iguaçu

Outono de 2021

PREFÁCIO

Este livro traz a proposta de um instrumento científico qualitativo, cujo objetivo é promover a autoanálise do perfil empreendedor por gestores de Turismo no Espaço Rural brasileiro.

Partindo da premissa que analisar as características empreendedoras dos indivíduos é relevante para a compreensão dos fatores que garantem a sustentabilidade de um empreendimento; da reflexão consolidada na literatura acerca do perfil empreendedor como impulsionador do processo de criação de oportunidades, sendo promotor de transformação e inovação; do papel do Turismo no Espaço Rural como fator catalisador do desenvolvimento local; e, da necessidade de desenvolver e potencializar características empreendedoras nos gestores desse segmento, o instrumento proposto apresenta-se como um avanço no estudo científico acerca do empreendedorismo em áreas rurais.

Validado por especialistas atuantes em diversas áreas, nas diferentes regiões brasileiras e aplicado a gestores de atividades de Turismo no Espaço Rural (TER) em Mato Grosso do Sul, o instrumento científico proposto é inovador, uma vez que não se limita à dimensão “indivíduo”, sendo permeado por um princípio fundamental no processo de gestão de empreendimentos rurais: a sustentabilidade.

Sob a denominação EMPRETER (Empreendedores de Turismo no Espaço Rural), a versão final do instrumento é, portanto, composta por duas dimensões: a primeira, INDIVÍDUO, reúne características empreendedoras pessoais; a segunda, SUSTENTABILIDADE, mobiliza características empreendedoras voltadas ao desenvolvimento sustentável.

Alicerçado nessas duas dimensões, o EMPRETER visa proporcionar aos gestores de TER o autoconhecimento do seu perfil empreendedor e sua motivação ao desenvolvimento de comportamentos criativos na utilização dos recursos disponíveis, à inovação, à identificação e tratamento de riscos, a práticas cotidianas sustentáveis, entre outros, que poderão resultar na transformação do ambiente social e econômico dos locais onde os empreendimentos estão inseridos.

A leitura da obra torna-se indispensável aos interessados em empreendedorismo e práticas sustentáveis, sobretudo no âmbito do Turismo no Espaço Rural.

Os autores

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo desempenha relevante papel social na promoção do desenvolvimento e fortalecimento das economias nacionais: além de gerar oportunidades de trabalho, propiciando ocupação e renda, constitui-se como uma fonte de provisão da inovação, ativada ou mobilizada por sujeitos empreendedores.

Um indivíduo com perfil empreendedor exerce influência na melhoria da performance social e econômica dos empreendimentos e, conseqüentemente, da região onde estão inseridos. Isso porque o empreendedor é o responsável pela criação de oportunidades em cenários inimagináveis, bem como pela arte de mudar, de conquistar e inovar (EVANGELISTA et al., 2012).

Quando se trata de nichos ou aspectos catalisadores do desenvolvimento local, merece destaque o turismo, à medida que fomenta melhorias contínuas em negócios voltados à alimentação, ao transporte, ao entretenimento, agregados ao resgate e promoção do patrimônio cultural ou natural da comunidade e à manutenção das especificidades locais, em geral valorizadas pelos turistas (ARRUDA et al., 2013).

No Brasil, segundo dados apresentados pela *Oxford Economic para o Conselho Mundial de Viagens e Turismo* (WTTC, 2018), a contribuição do turismo para o PIB Nacional é de 7,9%, chegando a US\$ 163 bilhões, e, quanto à geração de empregos, o setor é responsável por 6,59 milhões de postos de trabalho.

No interior desse grande domínio, o Turismo no Espaço Rural tem sido apontado como estratégia de desenvolvimento local, desde os anos 1950, em vários países europeus; nos anos 1970, essa visão

chegou aos Estados Unidos, seguidos, nos anos 1980, por países como a Argentina e o Uruguai, alcançando, a partir dos anos 1990, o continente africano, a Oceania, o Japão e o Brasil (IICA, 2013).

Esse tipo de turismo, exercido ou praticado em espaços ou áreas rurais, compreende as chácaras de lazer, os pesqueiros, os hotéis-fazenda e outros, ligados ou não a atividades agropecuárias (TULIK, 2010).

Uma avaliação do contexto histórico dessas práticas no Brasil evidencia que se trata de uma atividade de complexa administração e que os gestores (proprietários e administradores) dos empreendimentos ainda têm um longo caminho a percorrer para garantir-lhes a sustentabilidade e melhorar sua performance ambiental, social e econômica. Entre os desafios a serem superados, podem ser citadas, por exemplo, a rentabilidade, a competitividade e a sustentabilidade (SO-LHA, 2019), aspectos direta e estreitamente ligados à figura do gestor e ao seu papel como empreendedor.

É relevante considerar que, em um universo empresarial globalizado e competitivo, os gestores dessa modalidade de turismo necessitam dispor de uma série de habilidades e competências, tais como: visão de longo prazo; compreensão de que o retorno do investimento pode ser demorado; capacidade para coletar, associar e analisar informações; visão para investimentos; carisma e hospitalidade; disponibilidade para atendimento ao turista 24 horas, entre outras (OLIVEIRA, 2004).

Em outras palavras, os gestores necessitam desenvolver ou potencializar características do comportamento empreendedor, o que desencadeia a relevância, senão necessidade, de identificar, analisar e avaliar tais características para evidenciar se esses gestores são (ou podem vir a ser) bem-sucedidos na gestão de determinados empreendimentos.

É com essa proposta e na linha da abordagem comportamentalista adotada por McClelland (1961, 1972, 1987) que este livro assume a estreita correlação entre desenvolvimento socioeconômico e comportamento empreendedor e propõe um instrumento qualitativo de autoanálise de perfil empreendedor. Um instrumento que permite a identificação de gestores capazes de atender às especificidades de empreendimentos do Turismo no Espaço Rural (TER) e garantir-lhes a sustentabilidade, o que envolve a “autenticidade cultural, a inclusão social, a conservação do meio ambiente, a qualidade dos serviços e a capacidade de gestão local como condições fundamentais para a viabilidade da atividade turística a longo prazo” (BRASIL, 2007, p. 22).

Para elaboração desse instrumento, foi realizada uma revisão sistemática da literatura produzida sobre o tema de 2014 a 2019, com o intuito de identificar os principais testes que estão sendo utilizados (em âmbito nacional e internacional) para identificação e análise de perfil empreendedor. Foram consultados periódicos nacionais e internacionais que constam das bases de dados *Web of Science*, *Scopus* (Elsevier) e *Science Direct*, constatando-se que as características mais relevantes apresentadas pelos pioneiros no estudo do Empreendedorismo estão presentes em todos os 17 artigos científicos identificados, a saber: “propensão a riscos”, “visualização de oportunidades”, “inovação”, “necessidade de realização” e “impulso e determinação”.

O instrumento criado – denominado EMPRETER (Empreendedores de Turismo no Espaço Rural) – considera traços de personalidade, atitudes, crenças, interesses, valores, autoconceito, capacidade, padrões emocionais, entre outros e visa ao desenvolvimento e à potencialização de atitudes dinâmicas, proativas, sustentáveis e inovadoras nos gestores de TER.

Para tanto, está alicerçado em duas dimensões: *indivíduo* – que abarca necessidade de sucesso, criatividade e inovação, propensão a riscos calculados e visualização de oportunidades – e *sustentabilidade*

– que reúne atenção à sazonalidade da demanda, preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais e preocupação com o desenvolvimento local.

Em relação à primeira dimensão, a formulação das proposições ocorreu a partir de uma revisão sistemática da literatura que identificou dois testes pertinentes para a análise do perfil empreendedor em indivíduos: o *Personal Entrepreneurial Characteristics* (PECs), um modelo com 10 características, organizadas em três grupos (realização, planejamento e poder) com o objetivo de identificar, analisar e desenvolver comportamento empreendedor em indivíduos no ambiente empresarial, e o *General Enterprising Tendency* (GET), que foi desenvolvido em 1988¹ pelos professores Sally Caird e Cliff Johnson, na Unidade de Formação Industrial da *Durham University Business School* – Durham, Inglaterra (CAIRD, 2013). Segundo os idealizadores do GET, o indivíduo, para ser empreendedor, precisa apresentar determinadas características empreendedoras em seu comportamento (necessidade de sucesso, necessidade de autonomia/independência, tendência criativa, propensão a riscos, impulso/determinação). Além dos dois referidos instrumentos, foram consultados os estudos de Cantillon (1755), Say (1803), Knight (1921), Schumpeter (1934) e Kirzner (1979).

No que tange à construção das proposições que compõem a segunda dimensão, foram considerados os estudos de Graziano da Silva (1998), Roque e Vivian (1999), Graziano da Silva, Del Grossi (2002), Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008), Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019), Solha (2019); Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Silva (2008); Amorim (2009).

1 CAIRD, Sally. *Report on the Development and Validation of a Measure of General Enterprising Tendency*. Unpublished paper, Durham University Business School (DUBS): Inglaterra, 1988.

Assim delineado e sob a ótica da pluriatividade e multifuncionalidade, típicas do “novo rural” brasileiro (GRAZIANO DA SILVA, 2002), certamente sua aplicação trará contribuições ao processo de reconfiguração da dinâmica socioeconômica do espaço rural, especialmente no Brasil, além de fomentar reflexões sobre o turismo sustentável nesse espaço.

Nesse contexto, o primeiro capítulo contextualiza os construtos relevantes da temática em foco: Empreendedorismo, Turismo no Espaço Rural e Sustentabilidade. O segundo, apresenta a metodologia geral aplicada para construção do EMPRETER. O terceiro capítulo descreve os resultados da pesquisa de campo, englobando avaliações realizadas por especialistas de diversas áreas; o resultado do Teste-piloto do EMPRETER; e, a análise das entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores de TER no Estado de Mato Grosso do Sul. E, por fim, são apresentadas as considerações finais da pesquisa, destacando suas contribuições para a evolução do pensamento científico acerca da conexão entre Empreendedorismo e Sustentabilidade, no segmento de Turismo no Espaço Rural.

1

**EMPREENDEDORISMO,
TURISMO
NO ESPAÇO RURAL
E SUSTENTABILIDADE**

1.1 EMPREENDEDORISMO E PERFIL EMPREENDEDOR: CONSTRUTOS NO CONTEXTO DA TEORIA ECONÔMICA

Este tópico aborda o percurso histórico do Empreendedorismo dentro da Teoria Econômica e a construção do conceito de perfil empreendedor. Apresenta, também, o resultado de uma revisão sistemática da literatura (2015-2019), que identifica os principais instrumentos que estão sendo utilizados, nacional e internacionalmente, para identificação e análise de perfil empreendedor. Por fim, traz a Teoria Comportamental de David McClelland, adotada como base para a construção deste estudo.

1.1.1 Delineamento histórico do Empreendedorismo

O estudo acerca da temática do empreendedorismo surge em 1755, no século XVIII, quando o termo francês *entreprendre* (empreender) aparece na obra *Essai Sur La Nature Du Commerce En Général*, introduzido na Teoria Econômica por Richard Cantillon. Nesse segmento, o termo designava alguém que comprava matéria-prima e a transformava em um produto, a fim de revendê-lo por um preço maior. Em síntese, o termo remetia a alguém que assumia riscos e aproveitava oportunidades, com o objetivo de obter ganhos adicionais. Nesse cenário, Cantillon antecipou também a crença de que o empreendedor traz equilíbrio para um mercado ao prever corretamente as preferências do consumidor.

No século XIX, mais precisamente em 1803, o economista francês Jean Baptiste Say, com sua obra *Traité d'économie politique*, apresenta o termo *entrepreneur*, traduzido como “empresário”, para

designar o indivíduo que, com base no conhecimento disponibilizado pela ciência, combinava diferentes meios de produção para criar produtos úteis. Com efeito, *entrepreneur* era aquele que transferia recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior ganho financeiro.

Dessa forma, compreende-se que Richard Cantillon (1755) e Jean Baptiste Say (1803) foram os pioneiros na construção da teoria sobre o empreendedorismo: o primeiro enfatiza a questão de saber lidar com os riscos; o segundo destaca o papel do empreendedor como agente estratégico na Economia. Esses estudiosos receberam muita influência dos pressupostos que circunscrevem o pensamento iluminista francês, sendo, com frequência, associados aos ideais de liberalismo, racionalismo e individualismo.

A partir do século XX, os conceitos desenvolvidos por Richard Cantillon e Jean Baptiste Say influenciaram o pensamento do relevante economista e pesquisador americano Frank Hyneman Knight, professor da Universidade de Chicago. Em sua obra *Risk, Uncertainty And Profit* (1921/1964), Knight descreve o papel do empreendedor na vida econômica, concebendo-o como alguém que atua como captador de oportunidades, as quais não são descobertas, nem tampouco criadas, mas imaginadas por esse agente da estratégia.

Knight diferencia, pela primeira vez, na literatura, os conceitos de risco e incerteza. Nesse direcionamento analítico, compreende-se por “risco” uma situação em que a probabilidade de determinado resultado pode ser medida, sendo possível assegurar-se contra ele. Já o conceito “incerteza” refere-se a uma situação em que não é possível medir a probabilidade de certo resultado (EMMETT, 2000).

Seguindo no século XX, a escola austríaca, ancorando-se nas linhas de vertente neoclássica, retomou a temática do empreendedorismo com o economista e cientista político Joseph Alois Schumpeter.

Em 1934, com a obra *The Theory of Economic*, Schumpeter estabelece uma aproximação entre a ação empreendedora e a criação de novos mercados mediante a inovação. Para o estudioso, os empreendedores são os líderes e os maiores contribuintes do processo de “destruição criativa” como um fato essencial para o capitalismo.

De acordo com Joseph Schumpeter, o empreendedorismo está na percepção e aproveitamento de novas oportunidades de negócios criadas a partir do desenvolvimento de novas formas de utilização dos recursos disponíveis. Assim, para Schumpeter, os empreendedores são responsáveis por estimular a demanda de mercado, criando um desequilíbrio adicional ao sistema econômico. O termo não se limita, no entanto, ao indivíduo que vê e explora as oportunidades; abarca também aquele que cria oportunidades e as explora (MASIERO, 2009).

Ainda no século XX, destacam-se os estudos do psicólogo David McClelland, adotados como teoria de base para esta pesquisa. McClelland (1961, 1972, 1987) parte da premissa de que a motivação humana contribui para o crescimento econômico de uma nação e relaciona o fenômeno do empreendedorismo com a existência de indivíduos impulsionados pela necessidade de realização. Segundo o autor, o indivíduo empreendedor é um agente autônomo e o único responsável por seu sucesso ou fracasso, de modo que a motivação pelo alcance do sucesso move suas ações. Em seus estudos, a motivação humana abrange três necessidades predominantes: a necessidade de realização, a necessidade de afiliação e a necessidade de poder. (MCCLELLAND, 1972)

No que concerne ao século XXI, a temática do Empreendedorismo é discutida por vários autores, com destaque aos estudos de Peter Gordon Klein (2008, 2015), conjugando a Teoria da Firma com o Empreendedorismo.

Segundo Klein (2008), o empreendedorismo é indissociável do gerenciamento de ativos e do controle de recursos. O autor afirma que os empreendedores desempenham a função de organizar bens de capital que são heterogêneos. Dessa forma, apresenta uma nova perspectiva, colocando o empreendedor como elemento de destaque nos processos do mercado.

Em seu estudo *Opportunity Discovery, Entrepreneurial Action, and Economic Organization*, o autor traz uma profícua reflexão de que o papel do empreendedor deve ser modelado e incorporado em conformidade com as teorias econômicas e estratégicas. (KLEIN, 2008)

Na obra *O Capitalista e o Empreendedor* (KLEIN, 2015), o pesquisador procura abordar as relações que se estabelecem entre o capitalista (como tomador de decisões e poupador) e o empreendedor (como o responsável pela atividade empresarial) que está o tempo todo atento às oportunidades, colaborando com a organização espontânea de mercado.

Cumprе desatacar que, na esteira de Shane (2000) – *A General Theory of Entrepreneurship* –, Klein (2015) assevera que a identificação de oportunidades envolve não somente habilidades técnicas, como análise financeira e pesquisa de mercado, mas também formas mais intangíveis de criatividade, construção de equipes, resolução de problemas e liderança. Dessa forma, o valor pode ser criado não somente pelo início de novas atividades, mas também pelo melhoramento da operação de atividades existentes, que podem incluir: a criação de uma nova firma, o início de um novo acordo de negócios, a introdução de um novo produto ou serviço, ou o desenvolvimento de um novo método de produção.

Nessa linha, pode-se inferir que o empreendedorismo no século XXI ainda está em processo de construção. De acordo com os pressupostos de Salim e Silva (2010), o empreendedorismo vem

sendo reconhecido pelo seu valor como agente do desenvolvimento econômico dos países, uma vez que gera empregos, cria produtos inovadores, atua na busca de soluções para questões sociais, além de angariar espaço em programas governamentais com o objetivo de materializar o desenvolvimento local e regional.

1.1.2 Vertentes teóricas: conhecendo o indivíduo empreendedor

Nas perspectivas teóricas mais estruturadas sobre o tema, o empreendedor pode ser entendido como um indivíduo com perfil diferenciado. Para uma maior compreensão, Vale (2014) destaca cinco vertentes relevantes na construção do conceito de empreendedor: a da Economia; a da Inovação; a da Psicologia; a da Sociologia; e, a da Sociologia Econômica.

Na vertente econômica, Cantillon (1755) esforçou-se para identificar quem era o indivíduo empreendedor. No contexto da Revolução Industrial, apontou o posicionamento do empreendedor com respeito ao risco das oscilações de oferta e procura. Assim, o empreendedor poderia ser tanto o comerciante quanto o artesão/ produtor de manufatura ou o colono agricultor. Esse economista “fez uma separação estrutural entre o empreendedor e o assalariado, descrevendo este primeiro como um indivíduo que se arrisca por empreender negócios incertos” (SOUZA, 2014, p. 22).

Ainda na perspectiva econômica, Say (1803) considera que o empreendedor é o empresário, que se apresenta no centro do processo econômico para equilibrá-lo, pois assume o papel de intermediário entre as classes de produtores e entre os produtores e os consumidores. Segundo o economista, esse empresário (empreendedor), inicialmente por ele chamado de “‘aventureiro’ dos negócios”, administra a obra da

produção, sendo visualizado como o eixo de várias relações e como alguém essencial ao desenvolvimento econômico de uma sociedade. (SOUZA, 2014, p. 22)

Nessa mesma direção analítica, Knight (1921) pondera que a verdadeira função do empreendedor não é, precisamente, a de realizar a arbitragem, e sim a de lidar com a incerteza. Para o autor, a marca do perfil empreendedor é a capacidade de agir no contexto de incerteza, introduzindo melhorias em termos tecnológicos e de organização de negócios, abrindo caminho para o crescimento econômico.

Kirzner (1979), por seu turno, posiciona o empreendedor no centro do processo do mercado e afirma que deve ser analisado segundo a perspectiva econômica. Em seus estudos, deixa patente que o traço marcante do perfil empreendedor é a capacidade de estar atento para descobrir e explorar novas oportunidades lucrativas de negócios.

Já Foss e Klein (2007) descrevem o empreendedor como captador das oportunidades e discutem as organizações econômicas e o empreendedor com base na visão mobilizada pela teoria do capital heterogêneo da Escola Austríaca. Nessa linha, os pesquisadores mostram como a Teoria do Capital permite um elo entre as bases teóricas do empreendedorismo e a Teoria da Firma.

Na vertente da Inovação, Schumpeter (1934) desponta como o autor mais relevante. De acordo com seus postulados, o empreendedor é uma pessoa que destrói a ordem econômica existente, introduzindo novos produtos e serviços, criando novas formas de organização e explorando novos materiais. Schumpeter considera que os empreendedores são os perturbadores do mercado, os agentes de desequilíbrio criativo. Para o autor, inovação é a utilização de recursos existentes de novas maneiras, e o empreendedor é, portanto, o sujeito inovador que impulsiona o desenvolvimento econômico e social por intermédio da mudança nos padrões de produção.

Ainda nessa vertente, Baumol (2010) considera o empreendedor como um agente capaz de ampliar as fronteiras das possibilidades de produção de uma dada economia, graças à sua capacidade de inovação.

No que diz respeito à vertente da Psicologia, McClelland (1961, 1972, 1987) pode ser considerado o pioneiro na utilização das teorias da ciência comportamental para realizar estudos (de caráter empírico) sobre a motivação para empreender. Para o estudioso, são os fatores internos ou endógenos, os valores e motivações humanas que impulsionam o indivíduo a explorar oportunidades, a usufruir de condições favoráveis de negócios e a promover o progresso econômico. Por extensão, McClelland (1987) caracteriza os empreendedores como possuidores de uma alta “necessidade de realização”, “capacidade de assumir riscos ou propensão à inovação” e “necessidade de novidade”. Em sua ótica, são essas características que alavancam as ações desses indivíduos com perfil diferenciado.

Na vertente da Sociologia, Hoselitz (1959, p. 38) concebe o empreendedor como o indivíduo

[...] dotado de uma posição ambígua sob um ponto de vista cultural, étnico ou social e, devido a isso, fortemente motivado a realizar ajustes criativos em situação de mudança ou, eventualmente, no curso desse processo, desenvolver inovações genuínas no comportamento social.

Não obstante, ressalta que o processo de crescimento e desenvolvimento econômico de uma sociedade apenas se verifica quando a função do empreendedorismo se encontra devidamente institucionalizada (HOSELITZ, 1959).

Para Max Weber (1958), o empreendedor é fruto do Capitalismo e surge, dentro desse contexto, como uma pessoa dotada de características especiais. Em sua obra *The protestant ethic and the spirit of capitalism*, publicada em 1904, o sociólogo recorreu

aos sistemas de valores e ações econômicas, buscou respostas nos traços pessoais e nas atitudes dos indivíduos, recorrendo aos sistemas de valores e ações econômicas para explicar a submissão ao trabalho e o “espírito empreendedor”, por ele entendido como o “espírito do capitalismo”. Nesse direcionamento, Vale (2014, p. 881) destaca que o homem de negócios que Weber vislumbrou “[...]” como o empreendedor moderno, surge na esteira da ética protestante e vai mudar, radicalmente, a rotina tranquila e confortável de sua época”.

Ainda com base na vertente da Sociologia, Simmel (1955) analisa a natureza das interações e a geometria da vida social, concebendo o empreendedor como um ator excluído da sociedade. Na perspectiva desse estudioso, o empreendedor deve ser aproximado do contexto do indivíduo estrangeiro, que, por ser desprovido de muitos laços e contatos com a sociedade na qual se insere, torna-se relevante peça para a realização de atividades diferenciadas.

Na linha da Sociologia Econômica, Granovetter (1973, 1985, 2003) apresenta significativas contribuições. Segundo o estudioso, o empreendedor necessita não apenas estar inserido em uma sociedade heterogênea, com conexões entre redes e grupos distintos, mas também ser dotado de certos atributos pessoais que o predisponham ao empreendedorismo. A maioria dos recursos necessários à construção dos empreendimentos está enraizada no interior de distintas estruturas de relacionamentos. Nesse cenário de caráter analítico e partindo dos laços estabelecidos com distintos grupos sociais, importa destacar que os “[...]” empreendedores são capazes de obter informações sobre oportunidades de negócios; identificar possibilidades de parcerias; acessar recursos valiosos; chegar a novos clientes e mercados; usufruir de solidariedade, apoio etc.”. (VALE, 2014, p. 883).

Partindo dos pressupostos que amparam a perspectiva da Sociologia Econômica, as pesquisas de Burt (1992) associam

o empreendedor a um ator que pode ser tanto individual como coletivo (empresa).

Diante do posicionamento de alguns autores do século XXI acerca do perfil empreendedor, emergem as contribuições de Hisrich e Peters (2004). Em termos de características e história, existe, na avaliação dos autores, um perfil exato do empreendedor, em que se articulam e se imbricam fatores como controle, independência, propensão a correr riscos, motivação, habilidades e histórico familiar, educacional e ocupacional.

Driessen (2005), por sua vez, realiza um estudo centrado na identificação das competências empreendedoras, ou seja: características e habilidades para se tornar um empreendedor de sucesso. Como resultado de sua pesquisa, foram identificadas dez competências: necessidade de autonomia, necessidade de poder, orientação social, autoeficácia, resistência, propensão para assumir riscos, conscientização do mercado, criatividade e flexibilidade.

Schmidt e Bohnenberger (2009) procuram ampliar a base conceitual sobre o perfil empreendedor por meio das diversas definições encontradas na literatura especializada, extraindo características atitudinais comuns. Os autores identificaram dez características: autoeficaz; capaz de assumir riscos calculados; planejador; capaz de detectar oportunidades; persistente; sociável; inovador e líder.

Já Marinho (2016) aponta que as características empreendedoras contribuem para que o empreendedor seja um ator social dinâmico quanto ao seu comportamento.

Observa-se, portanto, que, desde os primórdios da construção do conceito de empreendedor, determinadas características estão constantemente presentes em seu perfil. Dessa forma, na abordagem dos mais diversos autores, são encontradas: propensão a riscos

(CANTILLON, 1755; KNIGHT, 1921), visualização de oportunidades (SAY, 1803; KIRZNER, 1979; FOSS e KLEIN, 2007), inovação (SCHUMPETER, 1934; WEBER, 1958); necessidade de realização (MCCLELLAND, 1961, 1972, 1987), construção de redes (GRANOVETTER, 1973), impulso e determinação (CAIRD, 2013).

Souza (2014) já corroborava essa informação, ressaltando em sua tese que, nas últimas décadas, o perfil empreendedor continua sendo um relevante objeto de análise no campo das Ciências Sociais:

Diversas pesquisas recentes, em todo o mundo, têm discutido o “perfil empreendedor” sob um prisma individual, isto é, uma série de características comportamentais intrínsecas ao indivíduo que o tornam empreendedor (p.ex., GELDEREN et al., 2008; WU, 2008; SANTOS et al., 2009; SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009; NASCIMENTO et al., 2010; OBSCHONKA; SILBEREISEN; SCHMITT-RODERMUND, 2010; MORAES; HASHIMOTO; ALBERTINE, 2013; TAJEDDINI; ELG; TRUEMAN, 2013; ROXAS; CHADEE, 2013). Mais especificamente, a ação de empreender está diretamente ligada a traços disposicionais do indivíduo, de ordem imaterial, subsidiados por aspectos da personalidade [desenvolvimento cognitivo, adaptação, traços, interesses, impulsos, valores, autoconceito, capacidade e padrões emocionais] e dos valores humanos [orientação das ações e expressão cognitiva das necessidades básicas] (LITTUNEN, 2000; MINER, 2000; KRISTIANSEN; INDARTI, 2004; SANTOS, 2008; ALVES; BORNIA, 2011; ABEBE, 2012; KARABEY, 2012; MINELLO; SCHERER, 2012; MATHIEU; ST-JEAN, 2013). (SOUZA, 2014, p. 23).

Considerando, ainda, as contribuições de Souza (2014), o Quadro 1 apresenta estudos relevantes sobre o perfil empreendedor realizados no século XXI:

Quadro 1 – Características relevantes no Perfil Empreendedor.

Estudos	Contribuições Relevantes
Paulino e Rossi (2003)	Evidenciaram em empreendedores características relacionadas a objetividade, persistência, honestidade, sociabilidade e comunicação.
Bygrave (2004)	Destaca 10 fatores concernentes ao comportamento empreendedor, chamados de os “10 Ds” ² do empreendedor social: Decidido; Fazedor (aquele que faz); Determinado; Dedicado; Devoto; Detalhista; Destinado; Ambicioso (quer dinheiro); Distribuidor (vende ou comercializa)].
Friedman e Schustack (2004)	Afirmam que traços empreendedores tendem a predizer questões relacionadas ao trabalho e à carreira profissional.
Hisrich e Peters (2004)	Definem o empreendedor como alguém que cria algo novo, com um valor agregado, e que, portanto, enfrenta riscos financeiros, sociais e psíquicos, com o objetivo de chegar a uma determinada recompensa, manifesta em um formato de satisfação e independência econômica e social.
Ciavarella et al. (2004) e Zhao e Seibert (2006)	Indicam que o principal traço de personalidade associado ao comportamento do empreendedor é a Conscienciosidade. Esse traço de personalidade inclui comportamentos relativos ao controle da própria vontade, englobando baixa impulsividade, objetividade, organização e execução de obrigações e deveres.
Rauch e Frese (2007)	Constatam que o indivíduo nasce para ser empreendedor. Isso porque traços de personalidade em comum são encontrados entre empreendedores.

2 Não existem palavras correspondentes, em português, para todos os “10 Ds”. As originais são apresentadas em inglês: 1) Dream (Sonhadores); 2) Decisiveness (Decididos); 3) Doers (Ativos); 4) Determination (Determinados); 5) Dedication (Dedicados); 6) Devotion (Devotados); 7) Details (Minuciosos); 8) Destiny (Destinados); 9) Dollars (Buscam Dinheiro); 10) Distribute (Partilham). Fonte: Dees, J.G. (2001). The meaning of “social entrepreneurship”. Available at http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf

Santos (2008, p 65-66)	Conceitua o empreendedor como aquele que sente necessidade de criar novos produtos e serviços para atender as demandas da sociedade ou para inovar, melhorando o que já existe.
Lezana e Tonelli (2004) e Santos (2008)	Apontam que os traços de personalidade têm um papel central no processo pelo qual um indivíduo opta ao iniciar um negócio.
Schmidt e Bohnenberger (2009)	Definem o empreendedor com base em características atitudinais: (1) autoeficaz, (2) detecta oportunidades, (3) planeja, (4) assume riscos calculados, (5) é sociável, (6) é líder, (7) é inovador e (8) é persistente.
Brandstätter (2011)	Levanta resultados que evidenciam altas correlações entre a intenção de empreender e traços disposicionais relacionados a inovação, proatividade, autoeficácia, tolerância a estresse, necessidade de autonomia, locus de controle.
Mathieu e St-Jean (2013)	Incluíram o narcisismo como um traço da personalidade de empreendedores, relatando altas correlações positivas entre o narcisismo e os seguintes constructos: autoeficácia, locus de controle e propensão ao risco.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Souza (2014, p. 24-26).

Do exposto, pode-se constatar que muitos pesquisadores dos séculos XX e XXI têm estudado o empreendedor como um indivíduo típico de empreendimentos urbanos, o que concorre para demonstrar a originalidade desta obra: a proposta de estudar as características do indivíduo empreendedor em um contexto de empreendimentos rurais.

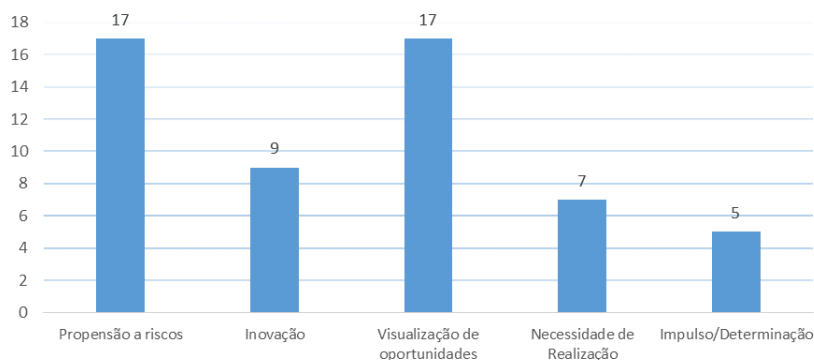
Por considerar relevante identificar as especificidades desse indivíduo que está inserido no espaço rural e que possui traços singulares de comportamento empreendedor, a presente pesquisa

aponta alguns desses traços singulares e propõe um instrumento de autoanálise do perfil desses empreendedores do espaço rural, utilizando como campo empírico o Turismo no Espaço Rural brasileiro.

Para elaboração desse instrumento, foi realizada uma Revisão Sistemática da Literatura produzida sobre o tema de 2014 a 2019, com o intuito de identificar os principais testes que estão sendo utilizados (em âmbito nacional e internacional) para identificação e análise de perfil empreendedor. Foram consultados periódicos nacionais e internacionais que constam das bases de dados *Web of Science*, *Scopus* (Elsevier) e *Science Direct*.

Os resultados encontrados nos 17 artigos selecionados são convergentes com o apontado na literatura em relação às características psicológicas, sociológicas e comportamentais que constituem o perfil empreendedor, dispostas no Gráfico a seguir.

Gráfico 1 – Características identificadas no perfil empreendedor (2015-2019).



Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme pode ser observado no Gráfico 1, as características mais relevantes apresentadas pelos pioneiros no estudo do Empreendedorismo estão presentes em todos os artigos: “propensão a riscos” (CANTILLON, 1755; KNIGHT, 1921) e “visualização de oportunidades” (SAY, 1803; KIRZNER, 1979; FOSS e KLEIN, 2007); seguidas de “inovação” (SCHUMPETER, 1934; WEBER, 1958; BAUMOL, 2010), “necessidade de realização” (MCCLELLAND, 1961, 1972, 1987) e “impulso e determinação” (CAIRD, 2013).

1.1.3 A Teoria Comportamental de David McClelland

As pesquisas científicas que objetivam analisar o comportamento empreendedor dos indivíduos buscam identificar e mensurar atitudes e ações que diferenciem o ser humano “comum” daquele que deseja trabalhar por conta própria, estruturando características e traços pessoais de sucesso que norteiam este último. De fato, o número de estudos realizados na tentativa de compreender as forças psicológicas e sociológicas que movem o empreendedor de sucesso é crescente (ALLEMAND, 2007).

Neste estudo, adota-se, portanto, como aporte teórico principal, a Teoria Comportamental de David McClelland, uma vez que é um dos autores de maior reconhecimento na vertente psicológica do empreendedorismo. Esse autor dedicou-se por muitos anos “ao estudo específico das características comportamentais empreendedoras, tendo levantado suas conclusões após amplo trabalho de campo realizado em muitos países” (LIMA FILHO, 2013, p. 48).

De acordo com Marinho (2016), partindo da premissa da assunção de riscos e da percepção de oportunidades, McClelland

classificou a sociedade em dois grupos: os indivíduos que apresentam predisposição para empreender (minoria da população) e os que não se dispõem a correr riscos de tal natureza (maioria da população). O estudo das características dos indivíduos predispostos a empreender permitiu a McClelland traçar um perfil característico para esse grupo, baseado na constante busca de realização profissional e pessoal.

Segundo o *Harvard Psychology Department* (2019), David Clarence McClelland (20/05/1917 a 27/03/1998) foi um relevante psicólogo norte-americano. Em 1941, tornou-se Doutor em Psicologia Experimental pela *Yale University*, em New Haven, Connecticut (EUA). Publicou, entre os anos 1950 e 1990, uma série de trabalhos acerca do comportamento humano e motivação, com foco na necessidade de realização. Ingressou no corpo docente da Universidade de Harvard em 1956, onde trabalhou por 30 anos, atuando também como presidente do Departamento de Psicologia e Relações Sociais (1962-1967).

Em 1986, McClelland aposentou-se de Harvard, tornando-se professor emérito. Um de seus legados mais relevantes foi o desenvolvimento de um sistema de pontuação amplamente utilizado para o Teste de Apercepção Temática (TAT), um teste projetivo criado na década de 1930 por Henry Murray e Christiana Morgan, psicólogos de Harvard. O TAT ainda é muito usado atualmente para uma variedade de propósitos, dentre os quais a seleção de funcionários em empresas (HARVARD PSYCHOLOGY DEPARTMENT, 2019).

Krüger et al. (2017) apontam uma ordem cronológica da obra de McClelland, conforme descrito no Quadro 2:

Quadro 2 – Cronologia da obra de David McClelland.

Autor/Ano	Obra	Descrição
MCCLELLAND, D. C.; ATKINSON, J. W.; CLARK, R. A.; LOWELL, E. L. (1953)	The Achievement Motive	Apresenta um resumo da pesquisa sobre motivação, realizada na Universidade de Wesleyan, de janeiro de 1947 a janeiro de 1952. McClelland e os outros pesquisadores desenvolveram um método capaz de medir uma das mais importantes motivações humanas: a realização. O método pode ser aplicado a outras motivações com igual êxito.
MCCLELLAND, D. C.; BALDWIN, A. L.; BRONFENBRENNER, U.; STRODTBECK, F. L. (1958)	Talent and Society: New perspectives in the identification of talento	Os autores apresentam material de pesquisa de vários estudos independentes. Os resultados sugerem diferenças na composição da personalidade entre as pessoas sensíveis a pessoas do mesmo sexo, e as pessoas mais sensíveis a pessoas do sexo oposto. O estudo comparou a realização, medida pelo status de mobilidade, de subgrupos judeus versus italianos, e relatou os valores e interações familiares inerentes a esses grupos. Verificou-se que, à época, os estudos de McClelland estavam atrelados à personalidade e à motivação para realização.

MCCLELLAND, D. C. (1961) lançado no Brasil em (1972)	The achieving society. A Sociedade Competitiva	McClelland faz relação entre a motivação e o desenvolvimento econômico, especialmente a motivação para realização. McClelland (1972, p. 69), em sua teoria, afirma que a “motivação humana compreende três necessidades, sendo: Realização, Afiliação e Poder”. A necessidade de realização é ressaltada por McClelland (1972, p. 253), que relaciona o desenvolvimento econômico das nações à alta necessidade de realização dos empresários, tendo em vista que “uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido”. Na obra <i>Sociedade competitiva</i>, McClelland traz o resultado de suas pesquisas com jovens, bem como a relação entre a necessidade de motivação e a iniciativa de empreender. O estudo apontou que 83% dos avaliados com alta necessidade de realização ocupavam posições de natureza empreendedora em variadas profissões. Portanto, McClelland (1972) desenvolveu o teste psicológico “Conheça suas características comportamentais” objetivando a avaliação de competências. Esse teste seria uma alternativa à aplicação de testes de inteligência que não mensuram a capacidade empreendedora, mas apenas o sucesso do desempenho.
---	---	--

MCCLELLAND, D. C.; 1978	Managing motivation to expand human freedom	McClelland afirma que todo ser humano possui um perfil predominante de necessidade, seja de realização, planejamento ou poder, que, em maior ou menor amplitude, influencia suas rotinas. Os indivíduos com maior necessidade de realização são mais predispostos a empreender, e o desenvolvimento das capacidades analíticas indispensáveis para o sucesso empresarial pode acontecer de forma espontânea (LIMA FILHO, 2013). Em contrapartida, essas competências podem ser desenvolvidas e estimuladas por meio de programas específicos, o que pode promover o mesmo sucesso daqueles que as obtiveram de forma inata. A partir dessas conclusões, o autor desenvolveu um arcabouço teórico-base para a elaboração de um instrumento que mensura as características do comportamento empreendedor.
MCCLELLAND, D. C.; 1987	Characteristics of Successful Entrepreneurs.	McClelland publicou a evolução de suas pesquisas, as quais desenvolveu à frente da consultoria <i>McBer & Company</i> com o auxílio da USAID e MSI. Nesse projeto, pesquisou a fundo, em diferentes países, quais características pessoais os empreendedores de sucesso demonstravam possuir. Para a consecução de seu objetivo, desenvolveu medidas de mensuração para testar as diversas características dos empreendedores, tendo como ponto de partida sua Teoria Comportamental (necessidade de realização, afiliação e poder)

MANSFIELD, R. S.; MCCLELLAND, D. C.; SPENCER, J. L. M.; SANTIAGO, J. (1987)	The identification and assessment of competences and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries.	Os autores desenvolveram um questionário para mensuração das Características do Comportamen- to Empreendedor, identificadas nos estudos de McClelland (1987).
--	---	---

Fonte: Elaborada com base nos estudos de Krüger
et al. (2017) e Lima Filho (2013).

De acordo com McClelland (1987), seus estudos iniciais resultaram em 20 características comportamentais empreendedoras, agrupadas em três grupos: realização, afiliação e poder. Krüger e Minello (2018) explicam o caminho percorrido até a redução para as dez características que compõem atualmente o PECs:

[...] no final de 1986 e início de 1990, as características foram reduzidas para dez características comportamentais empreendedoras (MSI, 1990). Essas características foram escolhidas por meio de um processo realizado em quatro etapas. Inicialmente, fora realizada uma revisão minuciosa da literatura, [...]. Esta investigação produziu uma lista inicial de 20 características, que fora modificada para quinze e posteriormente reduzidas para dez (MSI, 1990). A redução das características ocorreu por meio da formatação de uma nova nomenclatura e subdivisão de grupos, foram feitos novos módulos e exercícios, posteriormente, testados em campo, incorporando-os em programas existentes no Quênia, no Senegal, no Inglaterra e nos Estados Unidos. [...] novas revisões foram realizadas a partir desta experiência e o pacote final completo das dez características comportamentais empreendedoras foi montado para uma aplicação teste no Malawi, em julho de 1986 (MSI, 1990). As características comportamentais empreendedoras foram reagrupadas em três categorias de competências pessoais diferentes: realização, planejamento e poder. (KRÜGER; MINELLO, 2018, p.7-8)

A partir do exposto, compreende-se que a consultoria norte-americana *Management Systems International* (MSI), com base nas pesquisas conduzidas por McClelland, definiu 10 características

comuns aos empreendedores de sucesso, às quais denominou, em inglês, *Personal Entrepreneurial Characteristics* (PECs). (MATIAS, 2010).

Segundo Grossmann (2005), as PECs foram testadas em um programa-piloto e, após os testes, a *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), por meio do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), promoveu a disseminação da metodologia realizando convênios com países em desenvolvimento, entre eles o Brasil. O projeto recebeu o nome de Empretec e foi lançado oficialmente em 1988, na Argentina.

No Brasil, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é o responsável oficial pela disseminação da metodologia do Empretec em parceria com o PNUD e o Governo Federal. Essa metodologia objetiva fomentar o desenvolvimento de empresários mediante o estímulo de competências-chave, traduzidas nas 10 características empreendedoras (MATIAS, 2010).

Assim, depreende-se que, na área acadêmica, McClelland é um dos autores mais relevantes no estabelecimento da conexão entre as características do comportamento empreendedor e o desenvolvimento socioeconômico. McClelland (1972, p. 253) afirma que “[...] uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido”.

A partir dessa afirmação, os empresários/empreendedores são destacados como a mola propulsora do desenvolvimento socioeconômico de um país, visto que possuem uma elevada necessidade de realização quando comparados aos demais cidadãos.

Com o intuito de reforçar seus pressupostos iniciais, McClelland (1987, p. 232) assevera que:

Não tem uma forma melhor de prover a base para o rápido crescimento econômico do que incrementar dramaticamente o número de empreendedores ativos na sociedade. Eles representam um segmento pequeno da população, mas seu impacto é crucial, pois obtém recursos para produzir bens e serviços, criar empregos e diminuir a dependência do governo.

Nesse segmento, a consistente teoria do professor David McClelland, baseada na personalidade e na motivação humana, pode ser reconhecida como um forte alicerce, a ser utilizado na elaboração de qualquer instrumento científico que vise à análise do perfil e comportamento empreendedor de indivíduos.

1.2 TURISMO NO ESPAÇO RURAL

Este tópico apresenta a contextualização do Turismo, destacando o Turismo no Espaço Rural, nacional e internacionalmente; caracteriza o espaço rural e o Turismo no Espaço Rural brasileiro, apresentando suas subdivisões; e, por fim, conceitua o empreendedor rural, demonstrando as categorias de gestores/empreendedores que serão exploradas neste estudo.

1.2.1 Contextualizando o Turismo e o Turismo no Espaço Rural

O turismo é uma atividade econômica que passa por inovações e mudanças constantes, como forma de buscar adequação a um mercado consumidor cada vez mais segmentado e bem informado. Trata-se de uma atividade propulsora de desenvolvimento socioeconômico, que contribui para a geração de empregos e renda, além de agir como um mecanismo distribuidor de riquezas e qualidade de vida

às sociedades. Atualmente, a velocidade da informação e a competitividade acirrada têm impulsionado o surgimento e o aperfeiçoamento de novas formas de empreender essa atividade.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT³, 2001, p. 38), o turismo compreende um conjunto de atividades que os indivíduos “[...] realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. Na esteira de Beni (2003), essa definição elucida a existência dos diversos tipos e perfis de turismo, que perpassam desde o turismo no espaço rural, o turismo cultural, o turismo de eventos e o turismo de negócios até o turismo científico, entre várias outras modalidades emergentes que concorrem para a compreensão da dinamicidade da atividade turística.

No Brasil, a valorização do turismo ocorreu a partir da década de 1990, considerando fatores como: o aumento da relevância econômica do setor de serviços no mundo, em que está inserido o turismo; a potencialidade turística do país; a disponibilização de capitais estrangeiros para financiamento de projetos e a posição favorável dos setores público e privado quanto ao desenvolvimento da atividade (SOUZA, 2013).

Nesse segmento, cumpre destacar que o Estado brasileiro reconhece o Turismo como fator de desenvolvimento do país (SEBRAE, 2013), uma vez que a Constituição de 1988 determina a promoção e o incentivo da atividade pelas três esferas de Governo. Segundo informações apresentadas no Plano Nacional de Turismo 2013-2016, tal atividade econômica representa 3,7% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro.

3 Organização Mundial do Turismo - É um órgão consultor oficial da Organização das Nações Unidas e tem o objetivo de promover e desenvolver o turismo no mundo (GOELDNER; BRENT; MCINTOSHI, 2002). A OMT é representada por mais de 138 países e 350 filiações (governos, associações, grupos hoteleiros, operadores, instituições educacionais, entre outros)

Convém ressaltar, no entanto, que, mesmo o Turismo estando presente na Constituição Federal, a atividade só foi regulamentada juridicamente no Brasil 20 anos mais tarde, em 17 de setembro de 2008, por meio da Lei 11.771 (Lei Geral do Turismo), que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo, definindo as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico no país.

No atual cenário, os empreendimentos voltados para o turismo precisam buscar a especialização de seus produtos e serviços para atender mercados cada vez mais segmentados e demandas cada vez mais específicas. Essas especificidades exercem influência direta no surgimento de novos tipos de turismo, dentre os quais o Turismo no Espaço Rural (TER).

De acordo com Lane (2014), o TER teve seus primeiros registros nas vilas romanas expandidas pela Europa e, posteriormente, nos séculos XVIII e XIX, nas mansões rurais, até estabelecer-se como atividade econômica no século XXI.

Candiotto (2010) acrescenta que a popularização mundial da prática do TER ocorreu a partir do período pós-guerra. Conforme o autor, ao final da Segunda Guerra Mundial, o desenvolvimento econômico promovido pela industrialização e pelas conquistas trabalhistas (férias, redução da jornada de trabalho e décimo terceiro salário), nos países europeus, impulsionou a expansão do TER no continente, transformando-o em uma atividade econômica promissora e com vários incentivos em países como França, Espanha e Itália.

Santos, A. (2008) afirma que o TER surgiu no contexto mundial como forma de renovar as atividades econômicas do meio rural. Segundo a autora, a partir de 1950, foi implementado nos países da Europa Central e do Norte e, em anos posteriores, por volta de 1970, em países do sul da Europa e América do Norte. Somente na década

de 1980 surgem as primeiras atividades de TER no Brasil, sob forte influência da experiência europeia e norte-americana. No entanto, apenas a partir dos anos 1990 o TER despertou o interesse do poder público, que começou a incentivar os empreendimentos rurais a ofertar produtos turísticos no espaço rural.

Importa ressaltar que, mesmo com as diferenças observadas em relação às características socioeconômicas, culturais e da estrutura agrária, os empreendimentos de TER, no restante do mundo, seguiram os modelos de países europeus, com destaque para França, Espanha, Itália e Portugal (TULIK, 2010).

Na França, o TER foi oficializado em 1950, mas somente a partir de 1970 ganhou notoriedade por meio do processo de retorno ao campo, denominado neorruralismo. De acordo com Giuliani (1990), o neorruralismo apresenta-se com a concepção de que uma série de valores típicos do antigo mundo rural passa por um revigoramento e começa a ser valorizado por pessoas da cidade. Nessa linha, Santos, A. (2008, p. 44) afirma que a França é pioneira nos estudos e discussões sobre o TER na Europa, considerando o declive que as áreas rurais sofreram após a Segunda Guerra Mundial, bem como a “necessidade de conservação dos recursos naturais”.

Em relação ao pioneirismo da França na promoção do TER, Graça (2001) destaca que:

[...] a filosofia do TER europeu inspirou-se no modelo francês bem expresso no *Manifeste de Tourisme en Espace Rural*, publicado em 1972, um ano depois de ter sido criada a Associação *Tourisme en Espace Rural* - a primeira no gênero. Esse manifesto preconizava a complementaridade entre a agricultura, o turismo e o artesanato; a necessidade de contribuir para a proteção do ambiente e para a conservação do patrimônio histórico, arquitetônico e cultural; a promoção da cooperação de base local; a animação local assentada na autenticidade rural e a comercialização de produtos específicos sujeitos a uma imagem de marca. (GRAÇA, 2001, p. 38-40).

Na Espanha, o desenvolvimento do TER partiu da própria comunidade, por volta da década de 1970, período em que a agricultura estava desordenada e sem diversificação. As iniciativas de TER foram denominadas de TARS (Turismo em Áreas Rurais). Desenvolveram-se diversos complexos hoteleiros destinados ao lazer, estética e negócios nas áreas rurais, sendo poucas as propriedades produtivas envolvidas nesse ramo de atividade (SANTOS, A., 2008).

Ainda de acordo com Santos, A. (2008), na Itália o TER começou a desenvolver-se na década de 1960, quando teve início a recessão agrícola, caracterizada por um grande número de propriedades ociosas no meio rural. Os proprietários rurais começaram, então, a receber turistas em sua propriedade como forma de complementação de renda.

Em Portugal, o TER consolidou-se nos anos 1980, quando a crise do setor agrícola se tornou insustentável com a obsolescência da infraestrutura, a falta de inovação tecnológica, o envelhecimento dos produtores agrícolas e a ausência de sucessão familiar. O TER, cujos principais objetivos foram “melhorar o nível de vida da população, proteger e valorizar o patrimônio cultural, corrigir as diferenças regionais e conservar o equilíbrio do meio rural” (SANTOS, A., 2008, p.49), fortaleceu-se como alternativa para complementar a renda e salvar a pequena agricultura familiar.

De acordo com Tulik (2003), durante a década de 1980, em decorrência dos problemas estruturais nas propriedades rurais, como os baixos preços dos produtos agrários e a redução do protecionismo, houve um incremento do turismo no espaço rural europeu, passando a ser visto como uma alternativa de renda.

Segundo Candiottto (2010), a Europa começa a incentivar o turismo no meio rural a partir de políticas públicas da União Europeia na década de 1990, com base na preocupação com o futuro do espaço rural e no interesse pela expansão do segmento do TER.

Nesse contexto, destacam-se as iniciativas LEADER⁴ I (1991-1994), LEADER II (1995-1999), e LEADER+ (2000-2006), lançadas pela União Europeia e coordenadas pela Direção Geral de Agricultura. Candiotto (2010, p. 7) ressalta que:

Procurando diversificar as economias rurais, a União Europeia passa a direcionar recursos para atividades agrícolas e não agrícolas em seu espaço rural. Desta forma, aspectos como a ênfase nas múltiplas funções do espaço rural (produção agropecuária e agroindustrial; segurança alimentar; conservação ambiental, paisagística e cultural; manutenção do tecido social rural); o enfoque multidisciplinar do território para além do setorial (agrícola/rural) que valoriza o uso integrado dos recursos e a diversificação das economias locais; e, a participação da população no planejamento e gestão de base local, são elementos que passam a fundamentar as políticas públicas de desenvolvimento rural na Europa, a partir da década de 1990.

Dessa forma, o espaço rural europeu teve sua diversificação econômica impulsionada pela implantação das iniciativas LEADER. A partir daí, o turismo começou a ser visto como uma ferramenta de revitalização do interior e das comunidades rurais, fator que promoveu o desenvolvimento do turismo rural europeu (VERBOLE, 2002).

Essa experiência europeia, bem-sucedida, incentivou a promoção do turismo como uma atividade econômica viável para o meio rural em diversos países. A partir da década de 1990 – período em que o fenômeno da pluriatividade cresceu no espaço rural –, firmou-se a concepção de multifuncionalidade do agricultor e da agricultura e aumentou o interesse dos agentes turísticos e da população urbana pelo rural ou pelas ruralidades. Assim, o TER passou a ser considerado

4 O Programa LEADER (Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural), destinado a promover o desenvolvimento de zonas rurais deprimidas dos Estados-membros da União Europeia, tem um programa de Turismo Rural em que se inserem o Turismo Cultural, o Turismo de Aventura e o Ecoturismo. (Caderno Leader, nº3, 1995). Definição apresentada em Tulik (2003, p. 5).

“uma alternativa de emprego, renda e de desenvolvimento para o espaço rural” (CANDIOTTO, 2010, p. 7).

O mesmo autor afirma ainda que:

Além das dificuldades econômicas dos agricultores e da agricultura em todo o mundo, o apelo ambiental de usos menos degradadores dos recursos naturais e do desenvolvimento sustentável, popularizado no início da década de 1990, contribuíram para a consolidação da ideologia do turismo rural (do ecoturismo e de outras modalidades) como atividades potencialmente promotoras do desenvolvimento sustentável. O interesse da sociedade urbana pelo ambiente e pela cultura rural também se apresenta como um dos grandes argumentos para o crescimento do turismo rural, e, conseqüentemente, para a revitalização do espaço rural (CANDIOTTO, 2010, p. 7).

Na América do Norte, os Estados Unidos (EUA) são um exemplo da grande influência das experiências europeias na implementação do TER. Na década de 1970, o TER iniciou-se com os fazendeiros que ofereciam hospedagem em seus ranchos para os caçadores e pescadores que chegavam à região durante a temporada desses esportes. Tais ranchos estavam “situados em lugares distantes, sem infraestrutura, mas com caça e pesca abundante e de qualidade” (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1998, p. 116⁵).

Aos poucos, a demanda por esse tipo de hospedagem intensificou-se, e os rancheiros começaram a ofertar uma variedade de serviços, tornando-se uma atividade geradora de lucro e renda para as localidades. Nesse contexto, sob a denominação de *farm-houses* e *country resorts*, os empreendimentos ofereciam hospedagem, alimentação e atividades de lazer na área rural, além dos *country spas*, voltados para saúde e bem-estar (SANTOS, A., 2008).

5 Versão revisada do trabalho apresentado no Congresso Internacional sobre “Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável”, realizado em Santa Maria (RS) de 27 a 29 de maio de 1998. Versão original publicada em ALMEIDA, J.; FROEHLICH, J.; RIEDL, M., orgs. *Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável*. Santa Maria, FAPERGS/CNPq/CAPES/SETUR, p. 11-48.

No que concerne à nomenclatura, Turismo Rural (TR) é muitas vezes empregado como sinônimo de Turismo no Espaço Rural (TER) ou Turismo nas Áreas Rurais (TAR), expressões muito utilizadas nos países europeus. Alguns autores afirmam, no entanto, que o TR é apenas uma tipologia dentro do TER, enquanto o TER abarca todos os tipos de atividades turísticas desenvolvidas no espaço rural (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 2000; TULIK, 2003, 2010).

Nessa linha, torna-se mais apropriado utilizar a expressão Turismo no Espaço Rural para referir-se à totalidade dos movimentos turísticos desenvolvidos no espaço rural ou em áreas rurais e utilizar a expressão Turismo Rural para designar atividades que “em maior medida se identificam com as especificidades da vida rural, seu habitat, sua economia e sua cultura” (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1998, p. 114).

No Brasil, a partir de 2004, o Governo Federal adotou o conceito de Turismo no Espaço Rural. Segundo Candiottto (2010), por meio de um documento do *Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar*, o Governo brasileiro estabeleceu que o TER englobaria todos “os equipamentos localizados na área rural que desenvolvem atividades de lazer, recreação, esportivas, de eventos, não apresentando, necessariamente, vínculo com a produção agropecuária e a cultura rural”. (BRASIL, 2004, p. 7). Na presente pesquisa, adota-se a denominação Turismo no Espaço Rural (TER), abarcando todos os tipos de turismo desenvolvidos em espaço rural brasileiro, ligados ou não a atividades agropecuárias.

Posteriormente, no documento *Turismo Rural: Orientações Básicas* (MIT, 2010, p.17), foi apresentado o conceito de Turismo no Espaço Rural, no meio ou em áreas rurais, que foi adotado por esta pesquisa, em que o TER é compreendido como:

Todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades

definidas com base na oferta: Turismo Rural, Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, atividades estas que se complementam ou não.

O documento afirma ainda que o espaço rural pode ser entendido como um recorte geográfico no qual o Turismo Rural está inserido. Dessa forma, várias atividades turísticas que ocorrem nesse meio “não são, necessariamente, Turismo Rural, e sim atividades de lazer, esportivas, ou ócio de cidadãos, que ocorrem alheias ao meio em que estão inseridas” (MIT, 2010, p.17).

Segundo o documento *Retrato do Turismo Rural* (SEBRAE, 2013), o Turismo no Espaço Rural surgiu oficialmente, no Brasil, no município de Lages-SC, no ano de 1993, quando da reunião da Comissão Municipal de Turismo de Lages, cujo objetivo foi impulsionar atividades de complementação de renda nas propriedades rurais, considerando a crise no setor agrícola. O grande marco regulatório da atividade no Brasil data de 1998, no I Congresso Internacional de Turismo Rural, realizado em Santa Maria (RS). O Congresso deu origem à Carta de Santa Maria, que “tem o mérito de reconhecer o Turismo no Espaço Rural como atividade socioeconômica relevante para os produtores rurais e aponta a necessidade de normatização específica, de capacitação e de associações e parcerias” (SEBRAE, 2013, p.13).

Em seu estudo *El Turismo Rural en lãs Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio*, apresentado em Assunção, no Paraguai, no ano de 2003, a OMT descreve o Turismo no Espaço Rural como um segmento turístico em ascensão, com grande potencial de contribuição para o desenvolvimento socioeconômico dos países. Segundo estatísticas do referido estudo, cerca de 3% dos turistas do mundo, à época, orientavam suas viagens para o TER; além disso, o segmento apresentava um crescimento anual de 6%, fato que, desde lá, fazia o Turismo no Espaço Rural despontar como uma nova tendência global.

De acordo com as *Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural* (BRASIL, 2003), o caráter dinâmico da atividade turística, associado à necessidade de promoção do desenvolvimento socioeconômico, concorre para o surgimento de novos segmentos turísticos e, nesse contexto, o TER vem despontando de forma promissora e com grande potencial em vários países. No Brasil, é relevante o número de propriedades rurais que têm incorporado atividades turísticas em suas rotinas, trazendo à baila o TER como promotor de benefícios, tanto para o turista, que encontra nele uma opção de lazer, como para o empreendedor rural, que o reconhece como uma significativa e viável oportunidade para complementação da sua renda.

1.2.2 Caracterizando o *Espaço Rural* e o TER brasileiro

Nos últimos anos, o espaço rural brasileiro vem passando por profundas mudanças, impulsionadas pela modernização agrícola e pela implementação de novas atividades econômicas em seu interior.

Em relação à demanda por essas novas atividades, Solha (2019, p. 629) afirma que “não se trata somente de um movimento de retorno daqueles que de alguma forma viveram ou tem profundas relações com o campo, mas de moradores urbanos na busca de um estilo de vida saudável e equilibrado”. Assim, esse novo cenário rural brasileiro abarca o que alguns pesquisadores classificam como “novas ruralidades” (GRAZIANO DA SILVA, 2002; CARNEIRO et al., 2004).

Por ruralidades, entende-se:

[...] valor que a sociedade contemporânea concebe ao rural e que contempla as características mais gerais do meio rural: a produção territorializada de qualidade, a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificados pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza (MIT, 2010, p.17).

Dessa forma, o espaço rural brasileiro, contemporaneamente, não pode ser reduzido unicamente à produção de mercadorias agrárias e oferta de mão de obra. Graziano da Silva (2002, p. 28) ressalta que, além de o espaço rural “poder oferecer ar, água, turismo, lazer, bens de saúde, [...]”, oferece a possibilidade de, no espaço local-regional, combinar postos de trabalho com pequenas e médias empresas”.

Constata-se, então, uma grande potencialidade do espaço rural na promoção do desenvolvimento local e regional por meio da geração de emprego e renda. Nessa linha, emerge o conceito de “pluriatividade”, que possibilita a junção das atividades agrícolas com outras que gerem ganhos monetários e não monetários, independentemente de serem internos ou externos à exploração agropecuária (GRAZIANO DA SILVA; DEL GROSSI, 2002).

Seguindo essa ótica, Graziano da Silva (2002, p. ix) aponta quatro grandes grupos de atividades que constituem o que atualmente pode ser denominado como “Novo Rural” brasileiro:

- a) uma agropecuária moderna, baseada em *commodities* e intimamente ligada às agroindústrias, que vem sendo chamada de o *agribusiness* brasileiro;
- b) um conjunto de atividades de subsistência que gira em torno da agricultura rudimentar e da criação de pequenos animais, que visa primordialmente manter relativa superpopulação no meio rural e um exército de trabalhadores rurais sem-terra, sem emprego fixo, sem qualificação, os *sem-sem* [...], que foram excluídos pelo mesmo processo de modernização que gerou o nosso *agrobusiness*;
- c) um conjunto de atividades não-agrícolas, ligadas à moradia, ao lazer e a várias atividades industriais e de prestação de serviços; e
- d) um conjunto de “novas” atividades agropecuárias, localizadas em nichos específicos de mercados.

Nesse contexto, o TER enquadra-se no grupo “c” das atividades acima descritas. Segundo o documento *Turismo Rural: Orientações Básicas* (MIT, 2010), as atividades turísticas no espaço rural são, de modo geral, constituídas pela oferta de serviços, equipamentos e produtos turísticos de hospedagem, alimentação, agenciamento, transporte, recepção à visitação em propriedades rurais, recreação, entretenimento e atividades pedagógicas voltadas ao contexto rural, além de eventos e outras atividades que emergem da visitação.

Convém ressaltar que o fenômeno do “novo rural”, caracterizado, sobretudo, pela pluriatividade, está sendo responsável pela reestruturação da agricultura. A pluriatividade faz que a agricultura seja convertida em uma atividade de tempo parcial, tendo em vista que as propriedades rurais têm diversificado suas fontes de renda por meio da combinação de atividades agrícolas e não agrícolas. Marafon e Ribeiro (2006, p. 117) ratificam essa afirmação, apontando que a pluriatividade pode ser compreendida como uma estratégia de sobrevivência do espaço rural brasileiro, que o transforma em uma “unidade produtiva multidimensional, onde se pratica a agricultura e outras atividades, tanto dentro como fora da propriedade, pelas quais são recebidos diferentes tipos de remuneração”.

Nesse contexto, constata-se que o espaço rural brasileiro começou a ganhar novas dinâmicas econômicas a partir da década de 1990, pois, além das atividades agropecuárias e agroindustriais, foram incorporadas novas funções e tipos de ocupações. Graziano da Silva (2002) aponta algumas dessas transformações: proliferação dos pesque-pague, hotéis-fazenda e chácaras de fim de semana; surgimento dos condomínios rurais fechados habitados por um segmento crescente da classe média alta; desenvolvimento de atividades de preservação e conservação do meio ambiente (ecoturismo, parques estaduais e estações ecológicas) e propagação de profissões tipicamente urbanas em função da urbanização do trabalho rural.

Nessa ótica, o TER vai ao encontro da necessidade de atendimento de demandas específicas de um determinado segmento de consumidores. Beni (2007, p. 471) assim define as características do Turismo no Espaço Rural no Brasil:

Em termos de permanência e de utilização de equipamentos, tanto pode apresentar instalações de hospedagem em casas de antigas colônias de trabalhadores e imigrantes dos distintos períodos agrários do Brasil, bem como em sedes de fazendas e casa de engenho dos ciclos do café e da cana -de-açúcar, que tipificam o patrimônio histórico-arquitetônico e étnico-cultural de muitos estados brasileiros, quanto também em propriedades modernas, complexos turísticos e hotéis-fazenda, particularmente voltados aos turistas que buscam lazer e recreação em atividades agropastoris.

Em um estudo realizado no final dos anos 1990, Roque e Vivian apresentaram particularidades pertinentes à implantação das atividades turísticas no espaço rural brasileiro. Os autores descreveram algumas características de estados nos quais essa modalidade de Turismo despontou:

No Rio Grande do Sul, encontramos nos municípios da “Quarta Colônia”, uma região rica em tradição e cultura, com uma programação de lazer ligada à natureza e às áreas rurais. Na região Sudeste, todos os Estados participantes tem características adequadas para a implantação de atividades do turismo no espaço rural. O Estado de São Paulo apresenta-se com seu interior rico e próspero para atividades turísticas, possuindo cidades como, Amparo, São José do Barreiro, Mococa (com belas e antigas fazendas), além de outras, que permitem que este seja um dos Estados que apresentam maiores aptidões para a implantação desta atividade. Minas Gerais demonstra peculiar vocação para as rotas do “Agroturismo”, como as rotas da cachaça, do queijo, das flores, valorizando sua riqueza rural, juntamente à grandes empreendimentos empresariais voltados para hotéis-fazendas que utilizam como estratégia de ativação, os valores históricos e arquitetônicos que muitas propriedades ainda mantém *[sic]*. O Espírito Santo vem demonstrando um grande desenvolvimento do turismo no

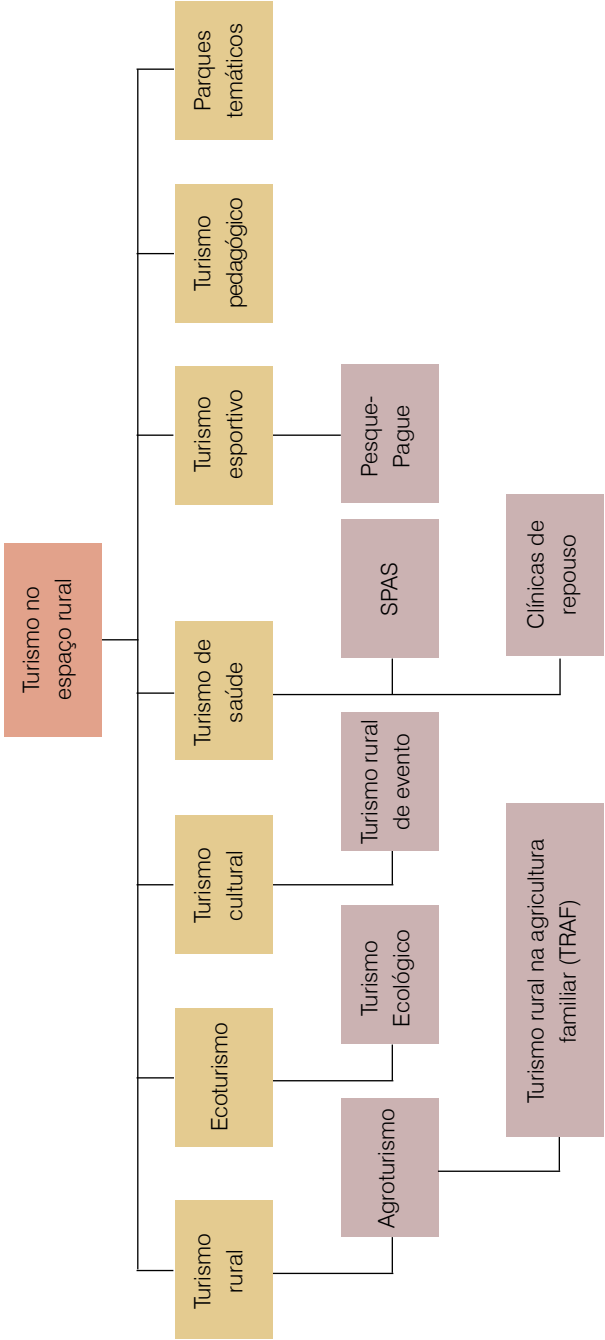
espaço rural, principalmente na região de montanha, como na cidade de Afonso Cláudio, Venda Nova do Imigrante e região. Este Estado prima pela vocação das propriedades adeptas ao “Agroturismo”, sem a implementação da hospedagem no ambiente rural. No Rio de Janeiro, encontramos a “Rota do Café” na região de Vassouras, com seus casarios coloniais de forte apelo histórico e a “Rota da Truta” nas regiões serranas. No Mato Grosso do Sul e Mato Grosso, verifica-se o “Ecoturismo”, “Hotéis-Fazendas” e “Pousadas-Rurais”, nas regiões do Pantanal. Na Bahia observa-se a ‘Rota do Cacau’, que consorcia grandes fazendas cacauzeiras com atividades turísticas e, em Pernambuco, identifica-se o ‘Roteiro dos Engenhos’ (ROQUE; VIVIAN, 1999, p. 4-5).

A partir dessas observações, Roque e Vivian (1999, p. 5) constataram que a peculiaridade do Turismo no Espaço Rural brasileiro pode ser entendida como a “procura pela preservação e conservação do ambiente rural, desenvolvendo as bases locais e valorizando a cultura e o regionalismo, permitindo a integração do visitante com a história local”, que pode ocorrer pela arquitetura, pelas atividades do campo, pelas comidas e objetos típicos, pelas fotografias, entre outros.

Dessa forma, o TER, em solo brasileiro, representa um segmento turístico que engloba todas as atividades de lazer praticadas no meio não urbano, podendo assumir várias formas: Turismo Ecológico ou Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Saúde, Turismo Cultural, Turismo Esportivo, Turismo Rural, entre outros (GRAZIANO DA SILVA, 1998).

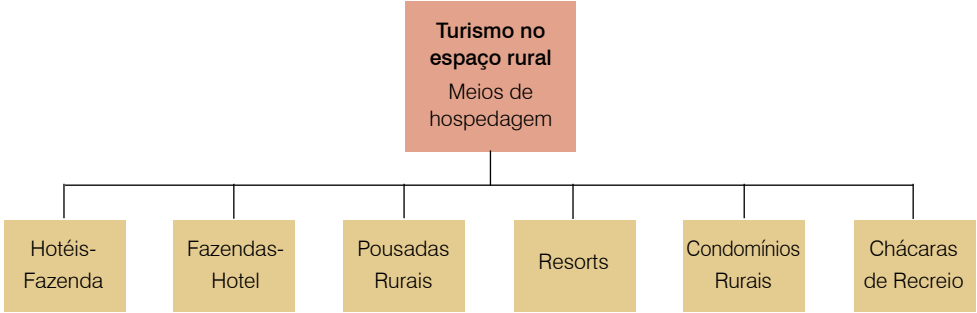
A Figura 1 apresenta a divisão geral do TER adotada nesta pesquisa:

Figura 1 – Tipologias de Turismo no Espaço Rural brasileiro.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Ansarah (2005), Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998); Roque e Vivian (1999), BRASIL (2010); Soares, (2007); Brizolla, (2006,2008); Graziano da Silva; Del Grossi (2002).

Figura 2 – Tipologias do Turismo no Espaço Rural – Meios de Hospedagem.



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998); Roque e Vivian (1999); Soares (2007); Pellegrini Filho (2000).

No Quadro 3, são apresentadas algumas descrições encontradas na literatura acerca das tipologias de TER retratadas na Figura 1:

Quadro 3 – Definições dos tipos de TER encontradas na literatura.

Tipologias	Definições encontradas na literatura
Turismo Rural	“[...] é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (MIT, 2010, p.18)
Ecoturismo	“[...] é oferecido como base cultural e ecologicamente sustentável, preservando, neste caso especificamente, os recursos naturais. Ressalta-se a possibilidade de incremento na renda da propriedade e, ao mesmo tempo, a conscientização sobre o meio ambiente, tanto por parte do empresário rural, como do visitante, pois percebem a importância da conservação das áreas”. (ROQUE; VIVIAN, 1999, p. 5)
Turismo Cultural	“[...] aquele que abarca o pitoresco e os atrativos locais, os vestígios de vida no processo de extinção. Existe no turismo cultural interesse pela comunidade no que se refere a sua cultura popular, a sua arte e a sua arquitetura, assim como os seus museus e locais históricos, enfim conhecer seus diferentes aspectos culturais” (SOARES, 2007, p. 94)

Turismo de saúde	“[...] constitui-se das atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, terapêuticos e estéticos.” (BRIZOLLA, 2006, p. 53). De acordo com Dorneles et al. (2009, p.1), essa modalidade é considerada “[...] uma das mais antigas atividades turísticas que as pessoas realizam à procura de meios de manutenção ou aquisição do bom funcionamento e da sanidade do seu físico e do seu psiquismo”.
Turismo Pedagógico	“[...] trata-se de uma atividade extraclasse, organizada pelas escolas com colaboração de empresas especializadas, e vivenciada pelos alunos como forma de complemento de um conhecimento abordado em sala de aula, envolvendo deslocamentos e/ou viagens de maneira prazerosa” (ANSARAH, 2005, p. 294). Conforme Graziano da Silva e Del Grossi (2002, p. 35), “[...] o uso do espaço rural para aulas sobre ecologia, conhecimento e observação da fauna e da flora, não somente dos parques nacionais, mas também de reservas particulares, ou de espaços preparados para atividades pedagógicas, tem grande potencial de exploração comercial em todo o País”.
Turismo Esportivo	“[...] compreende as atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas” (BRIZOLLA, 2006, p. 23). Trata-se de uma das modalidades mais antigas de turismo surgida “na Antiguidade Clássica, quando os europeus viajavam para participar dos Jogos Olímpicos na cidade grega de Olímpia ou para prestigiar os espetáculos atléticos em Roma” (SOUSA COLANTUONO, 2019, p. 49). Destacam-se na atualidade os Pesque-pague que compreendem empreendimentos de pesca amadora destinados ao lazer, normalmente localizados em chácaras e sítios de fácil acesso (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 1998)
Parques temáticos	Os parques nacionais, estaduais ou municipais são unidades de conservação que têm por objetivo preservar os ecossistemas naturais de relevância ecológica e beleza cênica (SOARES, 2007, p.129)

Fonte: elaborado pelos autores com base em Roque e Vivian (1999), Graziano da Silva e Del Grossi (2002), Ansarah (2005), Brizolla (2006, 2008), Soares (2007), Dorneles et al. (2009), BRASIL (2007, 2010), Sousa Colantuono (2019).

No que concerne aos empreendimentos de TER atuantes no segmento de meios de hospedagem (Figura 2), são encontradas, na literatura, algumas definições, que são apresentadas no Quadro 4:

Quadro 4 – Tipologias do Turismo no Espaço Rural – Meios de Hospedagem.

Tipologias	Definições encontradas na literatura
Hotéis-fazendas	Propriedades inseridas no espaço rural, relacionadas ou não comatividades agropecuárias, que podem ser caracterizadas pela sua estratégia de ação quanto ao grande investimento financeiro inicial para a adaptação ou construção de suas instalações voltadas para o turismo rural com pernoite. Além disso, nota-se a presença de pessoal qualificado, consciente de seu papel de prestadores de serviço. Outro fator observado é o interesse por determinados nichos de mercado, mantendo atendimento diferenciado à grupos de idosos, ou, em alguns casos, grupos de jovens, excursões, recebimento de pequenos grupos, grupos empresariais e famílias (ROQUE; VIVIAN, 1999, p. 5)
Fazendas Hotéis	Propriedades rurais que mantêm as atividades relacionadas com o campo em seu cotidiano, mas que utilizam como estratégia de ativação, a adaptação parcial de sua estrutura para receber o turista e oferecer acomodações, sem perder suas características naturais, permitindo ao turista vivenciar e conviver, mesmo que só parcialmente, no ambiente da “roça”. Utiliza-se a gastronomia regionalizada como uma das atrações oferecidas, além do churrasco, da conversa de prosa na fogueira, entre outras, dependendo diretamente da realidade regional em que está inserida a propriedade (ROQUE; VIVIAN, 1999, p. 5)
Pousadas Rurais	Representam a versão contemporânea daquelas hospedarias do passado em que se podem conjugar “o aconchego de um lar e a isenção de tarefas domésticas proporcionadas pelos hotéis. [...] É um meio de hospedagem mais acessível, sem que isso signifique ausência de conforto ou charme” (SOARES, 2007, p.173).

Resorts	Tipo de hotel destinado a turistas em férias, portanto, de lazer, "geralmente localizado junto a um atrativo da natureza. Procura valorizar o descanso e a distração mediante a associação de seu equipamento convencional com a oferta diferencial representada por bens do meio ambiente (cachoeira, ar puro, bosque, fonte de água, praias, esportes aquáticos etc.). Assim, é um tipo de estabelecimento hoteleiro que oferece atrativos além do chamado in-door: atrativos da natureza". (PELLEGRINI FILHO, 2000, p. 129)
Condomínios Rurais e Chácaras de Recreio	Pequenas áreas de terra destinadas ao lazer de famílias de classe média urbana, geralmente inferiores a 2 hectares (o ha é o menor módulo rural), localizadas nas periferias dos grandes centros urbanos, na orla marítima ainda não densamente povoada ou em áreas próximas a rios, lagos, represas ou reservas florestais, e com fácil acesso através das principais rodovias asfaltadas do País (GRAZIANO DA SILVA, VILARINHO E DALE, 1998, p. 135-136)

Fonte: elaborado pelos autores com base em Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (1998); Roque e Vivian (1999); Soares (2007); Pellegrini Filho (2000).

Analisando as tipologias de turismo que podem ser desenvolvidas no espaço rural, percebe-se a variedade de oportunidades que podem ser exploradas pelos gestores de TER, no entanto, no Brasil, muitas são as limitações que ainda impedem gestores de aproveitar essas oportunidades e garantir a sustentabilidade do negócio. Mendonça et al. (2002) destacam algumas, como a falta de planejamento e gestão, a baixa capacidade econômica da população e a dificuldade de acesso a informações.

Nesse segmento, torna-se necessário o desenvolvimento de novos instrumentos de análise para serem utilizados pelos gestores de TER no Brasil, com o intuito de promover a autoavaliação de suas fragilidades ou o desenvolvimento e potencialização de seu perfil empreendedor, além de impulsionar o fomento de políticas públicas voltadas à capacitação profissional desse público, respeitando suas peculiaridades.

Esse processo pode ocorrer com êxito no espaço rural desde que os gestores rurais utilizem sua criatividade, capacidade inovadora e determinação para explorar as oportunidades que se apresentam, particularmente no segmento do turismo, e não tenham medo de assumir riscos calculados. Dessa forma, poderão implementar estratégias que promovam o aumento da renda e a geração de emprego, contribuindo com o desenvolvimento socioeconômico das regiões onde estão inseridos.

1.2.3 Gestores Rurais no Contexto do TER Brasileiro

No contexto das transformações ocorridas no espaço rural nos últimos anos, decorrentes do fenômeno da pluriatividade, torna-se fundamental que gestores de empreendimentos rurais, particularmente os do TER, sujeitos desta pesquisa, desenvolvam e aprimorem características do perfil empreendedor.

Dessa forma, o novo rural, construído a partir das experiências da oferta de novos produtos e serviços aos consumidores, desperta a necessidade da presença de indivíduos com perfil diferenciado, que não tenham medo de correr riscos calculados (CANTILLON, 1755; KNIGHT, 1921; CAIRD, 2013), que visualizem oportunidades (SAY, 1803; KIRZNER, 1979; FOSS; KLEIN, 2007), que apresentem necessidade de realização (MCCLELLAND, 1961, 1972, 1987), impulso e determinação para empreender (CAIRD, 2013), entre outras características comuns aos empreendedores de sucesso, que, na maioria das vezes, somente são analisadas e incentivadas em espaço urbano.

De acordo com Arnold (2011, p. 17):

O empreendedorismo rural pode ser considerado como uma das alternativas para a agropecuária. A situação que se busca é contar com empresas “comerciais” no campo, ou seja, aquela

que pratica a compra e venda de produtos e serviços, através do ato de comércio e tendo por objetivo o lucro. Para tanto, o produtor rural precisa desenvolver as necessárias competências empresariais e desenvolver características empreendedoras. A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores, modo de pensar e agir.

Assim, constata-se que o espírito empreendedor não é algo exclusivo do espaço urbano ou de grandes centros econômicos; apresenta-se cada vez mais presente no espaço rural contemporâneo, apesar do pensamento enganoso a respeito da economia rural: esta se restringiria à agropecuária ou, em casos de sucesso, ao agronegócio.

Convém destacar que o espaço rural brasileiro vem recebendo tanta importância no processo de desenvolvimento socioeconômico das regiões, que “hoje vários gestores brasileiros acreditam que a solução para muitos problemas sociais brasileiros (desemprego, inclusão social, habitação, melhorias na qualidade de vida) pode estar no meio rural” (ARNOLD, 2011, p.29).

Nessa linha, Schneider (2003) afirma que as novas atividades rurais têm contribuído com o desenvolvimento do empreendedorismo rural, pois a pluriatividade tem favorecido o reconhecimento das atividades não agrícolas como fatores relevantes para o aumento da renda e a geração de emprego no espaço rural. Dentre essas atividades não agrícolas, destaca-se o turismo, que se vem tornando uma estratégia altamente positiva para a manutenção das famílias rurais no campo, promovendo a sustentabilidade de seus empreendimentos.

A esse respeito, Arnold (2011, p. 29) assevera que:

Hoje o Brasil rural precisa ser visto de maneira diferente, não apenas como aquele espaço voltado à atividade agropecuária, mas como uma nova dimensão socioeconômica, cuja principal inovação ocorre pela oferta de bens considerados como não tangíveis de novos produtos. Essas mudanças trazem consigo um conjunto de exigências sobre o agente no

processo de decisão-ação, quer seja na condução do negócio agropecuário, quer na exploração de novas oportunidades que surgem a partir de uma nova dinâmica nas relações cidade-campo e campo-cidade.

Nessa nova dinâmica do Espaço Rural brasileiro, alguns grupos de Gestores de empreendimentos de TER podem ser identificados⁶:

1. Os agricultores familiares que incorporaram o TER às atividades agropecuárias de suas propriedades com o intuito de aumentar a renda da família. Graziano (2002) classifica esse grupo como famílias pluriativas, pois combinam atividades agrícolas e não agrícolas na ocupação de seus membros.

A Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, assim descreve esse grupo:

Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos: I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; [...] III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo; (Redação dada pela Lei nº 12.512, de 2011); IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

Nesse primeiro grupo, o empreendimento é geralmente gerenciado por um membro da própria família.

2. Produtores rurais não enquadrados na classificação de agricultor familiar, que decidem investir em atividades não

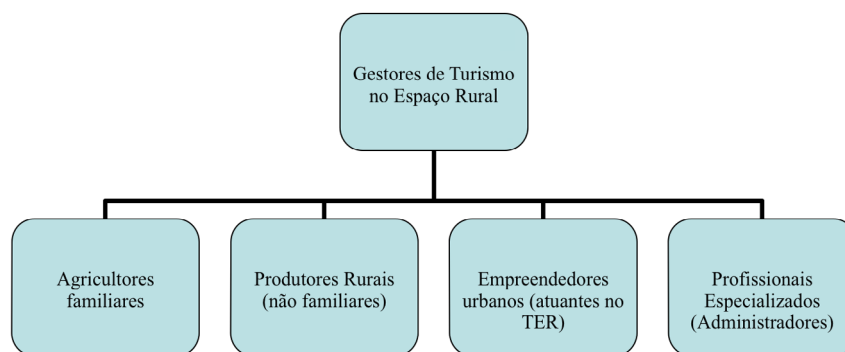
⁶ Agricultor Familiar/Famílias Pluriativas (GRAZIANO, 2002); Produtores rurais (não familiares) (SCHNEIDER, 2003; MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2012); Empreendedores Urbanos (IDESTUR, 2011).

agrícolas para diversificar sua oferta de produtos e serviços ao mercado consumidor, com o objetivo de aumentar o lucro da propriedade e ocupar infraestrutura e demais equipamentos que estejam ociosos. Nessa linha, Schneider (2003) confirma que a pluriatividade possibilita novas funções aos espaços por vezes ociosos nas propriedades e ainda agrega valor aos seus produtos. Nesse grupo, a gestão do empreendimento não necessariamente precisa ser exercida pelo produtor ou alguém da família; pode ser delegada a um profissional especializado.

3. Os empreendedores urbanos que visualizam uma oportunidade e constituem um empreendimento de Turismo no Espaço Rural, fazendo o gerenciamento ou delegando essa atividade a um profissional especializado (administrador).
4. Profissional especializado⁷ que aceita o desafio de exercer sua profissão no espaço rural.

Dessa forma, os Gestores de TER foram tipificados conforme demonstrado na Figura 3:

Figura 3 – Alguns grupos de Gestores de TER no Brasil.



Fonte: elaborada pelos autores.

⁷ IBGE, 2018.

Nessa perspectiva, os *agricultores familiares* caracterizam-se como o grupo de agricultores que praticam o Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF). Segundo Graziano da Silva (2002), o TRAF é uma atividade que ocorre no interior da propriedade rural e tem como principais atores os agricultores familiares que sobrevivem das atividades agropecuárias típicas do campo, que se mostram dispostos a valorizar, respeitar e compartilhar seu modo de vida, o patrimônio cultural e natural, oferecendo produtos e serviços de qualidade, proporcionando, assim, bem-estar aos turistas que se deslocam do meio urbano para vivenciarem essas experiências.

Com efeito, a pesquisa desenvolvida por Silva et al. (2010, p. 24) aponta que o TRAF está em fase de expansão, especialmente por dois fatores:

O primeiro [...] é a necessidade de que o agricultor, dono de terras e dos meios de produção, tem de diversificar a fonte de renda e adicionar valor aos seus produtos. A segunda razão é a aspiração que muitas pessoas das grandes cidades têm de reencontrar suas procedências e ficar mais perto da natureza, convivendo, apreciando e conhecendo a vida “fleuma e sossegada” do campo, seus hábitos, tradições e costumes.

O grupo dos *produtores rurais (não familiares)* caracteriza-se por pequenos, médios e grandes empreendimentos agropecuários. Para essa classificação, foram utilizados os critérios estabelecidos pela Resolução n. 4174, de 27 de dezembro de 2012 (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2012), que dispõe sobre a classificação de produtores rurais e sobre critérios para a apuração de saldos e para a fiscalização de financiamentos rurais. Conforme o Artigo 1º dessa Resolução, a classificação é feita de acordo com a Receita Bruta Agropecuária Anual (RBA) auferida ou, na falta dessa ou em caso de expansão da atividade, com a receita estimada (D.O.U., 28/12/2012 - Seção 1). Dessa forma, tem-se a seguinte classificação:

I - pequeno produtor: até R\$160.000,00 (cento e sessenta mil reais);

II - médio produtor: acima de R\$160.000,00 (cento e sessenta mil reais) até R\$800.000,00 (oitocentos mil reais);

III - grande produtor: acima de R\$800.000,00 (oitocentos mil reais) (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2012).

Na sequência, o Artigo 1º ainda faz algumas especificações:

§ 1º Para os efeitos da classificação prevista neste artigo:

I - a RBA deve corresponder ao somatório das receitas provenientes de todas as atividades rurais exploradas pelo produtor, observado o disposto no § 3º;

II - entende-se por atividade rural a exploração agropecuária e extrativista vegetal e animal, bem como os serviços afins prestados pelo produtor, de acordo com as disposições legais em vigor;

III - a RBA deve ser representativa de um ano civil de produção normal, a critério da instituição financeira, verificada entre os três últimos anos;

[...]

V - é considerado médio produtor rural o beneficiário que for enquadrado nas condições do Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural (Pronamp), [...];

VI - é considerado grande produtor rural o beneficiário cujos rendimentos provenientes de atividades não rurais representem mais de 20% (vinte por cento) de sua receita bruta total, independentemente do montante de suas receitas e sem prejuízo da observância das normas estabelecidas nos incisos IV e V deste § 1º (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2012).

No grupo 3, estão contemplados os *empreendedores urbanos* que, até pouco tempo, desenvolviam suas atividades econômicas somente em espaço urbano, mas que, com a popularização do TER,

nas últimas décadas, decidiram investir em empreendimentos desse ramo, por reconhecerem que se trata de um segmento em fase de expansão, fomentador de várias oportunidades de novos negócios. De acordo com o documento *Panorama Empresarial do Turismo Rural*, assim podem ser descritos esses empreendedores:

[...] pessoas que já conquistaram sua estabilidade nos centros urbanos; retornaram ao meio rural, e construíram pousadas charmosas, que, associadas ao profissionalismo adquirido ao longo dos anos na metrópole, recebem o visitante com a naturalidade rural, inerente ao produto, porém, com mais qualidade no atendimento. (IDESTUR, 2011, p. 5)

No grupo 4, encontram-se os profissionais especializados, conceituados nesta pesquisa como administradores. De acordo com o Censo Agropecuário 2017 (IBGE, 2018, p. 18), os administradores são os indivíduos que assumem “a responsabilidade da gestão do estabelecimento agropecuário em nome do produtor”. Dessa forma, são responsáveis pelas decisões na utilização dos recursos e exercem o controle administrativo das operações que envolvem a exploração dos estabelecimentos agropecuários.

Nesse contexto, o EMPRETER tomou como sujeitos, durante o seu processo de elaboração, esses quatro grupos de gestores atuantes no TER brasileiro.

Convém ressaltar que o espaço rural brasileiro tem assumido, cada vez mais, uma nova dimensão socioeconômica, cuja principal inovação ocorre com a oferta de bens considerados como não tangíveis e de novos produtos. Diante desse cenário de transformações, verifica-se o surgimento de um conjunto de exigências voltadas aos gestores rurais, seja na condução do negócio agropecuário, seja na exploração das novas oportunidades que emergem a partir dessa nova dinâmica rural-urbana (GAFFURI, 2005).

1.3 TURISMO NO ESPAÇO RURAL, SUSTENTABILIDADE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O Turismo no Espaço Rural deve estar intrinsecamente conectado aos conceitos de Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável, pois a perenidade dos empreendimentos desse setor depende, necessariamente, da preservação e conservação dos recursos naturais e bens culturais. Segundo Pires (2002, p.117):

O conceito de sustentabilidade é introduzido no turismo como um modelo de desenvolvimento turístico planejado no sentido assegurar sua permanência por longo prazo, integrando as comunidades locais e buscando a rentabilidade por meio da gestão e otimização dos recursos, em contraposição ao turismo tradicional de sol e praia, cujas premissas de funcionamento são as de maximização da rentabilidade no espaço e no tempo, exploração intensiva dos recursos e marginalização das comunidades locais.

Nesse segmento, a percepção de que o uso indiscriminado dos recursos naturais ultrapassou a capacidade natural de regeneração do meio ambiente e transformou a temática da Sustentabilidade numa questão de relevância internacional. Pires (2002) enfatiza que o turismo sustentável está fundamentado no próprio princípio universal de sustentabilidade.

Convém ressaltar que, embora os conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável possam parecer sinônimos, algumas diferenças podem ser reconhecidas. Segundo Machado (2015, p. 61) o “[...] desenvolvimento sustentável é uma locução verbal em que se ligam dois conceitos. O conceito de sustentabilidade passa a qualificar ou caracterizar o desenvolvimento”. Nessa linha, o “Desenvolvimento Sustentável é o objetivo a ser alcançado e a sustentabilidade é o

processo para atingir o Desenvolvimento Sustentável” (SARTORI; LATRÔNICO; CAMPOS, 2012, p. 2).

Concentrando-se, portanto, no objetivo a ser alcançado, que é o Desenvolvimento Sustentável, o Turismo no Espaço Rural precisa implementar o processo de sustentabilidade em suas práticas cotidianas, a fim de ser considerado um Turismo Sustentável. De acordo com Pires (2002, p.118):

A Organização dos Estados Americanos (OEA), em documento preparado para o XVII Congresso Interamericano de Turismo, realizado em 1997 na Costa Rica, considera que o desenvolvimento do turismo sustentável significa atingir o crescimento de tal forma que não esgote o meio ambiente natural e humano e preserve a cultura da comunidade local. Isso implica *usar*, mas não *esgotar*, os recursos locais naturais e físicos; implica também que deverá ser feito o possível para preservar e enriquecer o patrimônio cultural local.

Nessa linha, a preocupação com a preservação dos recursos naturais levou ao surgimento de vários movimentos ambientalistas e conferências a partir da década de 1970, com o intuito de promover a reflexão internacional acerca dos problemas ambientais. Segundo Sachs⁸ (2009), no ano de 1972, em Estocolmo, na Suécia, foi realizada a Conferência das Nações Unidas Sobre o Ambiente Humano. Essa Conferência foi a primeira grande reunião organizada pelas Nações Unidas a concentrar-se em questões ambientais, sendo extremamente relevante, pois:

[...] colocou a dimensão do meio ambiente na agenda internacional. Ela foi precedida pelo encontro FOUNEX, de 1971, implementado pelos organizadores da Conferência de

8 Sachs é um polonês naturalizado francês que viveu no Brasil durante muitos anos. Tem imensa propriedade para apresentar reflexões acerca do desenvolvimento sustentável, pois foi um dos consultores do grupo que assessorou o secretário-geral da Conferência das Nações Unidas de Estocolmo (1972) e da do Rio de Janeiro (1992), além de participar de importantes encontros internacionais sobre o tema, como Founex e Cocoyoc, que precederam essas Conferências (SACHS, 2009, p.89 -91).

Estocolmo para discutir, pela primeira vez, as dependências entre o desenvolvimento e o meio ambiente, e foi seguida de uma série de encontros e relatórios internacionais que culminaram, 20 anos depois, com o Encontro da Terra no Rio de Janeiro (SACHS, 2009, p. 48).

Ainda segundo o autor, durante a preparação para a Conferência de Estocolmo, dois grupos assumiram posições opostas: de um lado os *the cornucopians*, que previam abundância; do outro, os *doomasayers*, que previam a catástrofe. O primeiro grupo era composto pelos otimistas, que consideravam exageradas as preocupações com o meio ambiente, pois elas poderiam inibir o processo de industrialização e o crescimento econômico dos países em desenvolvimento, além de desacelerar o ritmo de crescimento dos países desenvolvidos. Já o segundo, formado por pessimistas, antecipava o apocalipse caso o crescimento demográfico e o econômico não fossem paralisados (SACHS, 2009).

No entanto, de acordo com Sachs (2009), para realização do encontro de Founex (1971) e, posteriormente, da Conferência de Estocolmo (1972), essas duas posições extremas foram desconsideradas. Tornou-se necessário encontrar o *caminho do meio*, entre o “economicismo arrogante” e o “fundamentalismo ecológico”. Dessa forma:

O crescimento econômico ainda se fazia necessário. Mas ele deveria ser socialmente receptivo e implementado por métodos favoráveis ao meio ambiente, em vez de favorecer a incorporação predatória do capital da natureza ao PIB” (SACHS, 2009, p. 52)

Nesse cenário, o paradigma do *caminho do meio* inspirou a Declaração de Cocoyoc (1974) e o relatório *What Now?* (1975), além de diversos outros eventos e documentos que aprofundaram a necessidade de harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos (SACHS, 2009). Esse *caminho do meio* recebeu, posteriormente, a denominação de Desenvolvimento Sustentável.

Assim, o conceito de Desenvolvimento Sustentável foi apresentado no Relatório de Brundtland de 1987, documento emitido pela Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento (CMMA). Segundo Silva (2009, p. 82), o referido relatório define o Desenvolvimento Sustentável como “o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem prejudicar a capacidade das futuras gerações de atender as suas próprias necessidades”.

O Quadro 5 apresenta a ordem cronológica de como o debate acerca da sustentabilidade foi sendo realizado a partir da década de 1970 em encontros internacionais, propiciando a criação de comissões, relatórios e documentos, com o objetivo de orientar a humanidade para o desenvolvimento sustentável:

Quadro 5 – Evolução do debate acerca da Sustentabilidade.

Ano	Evento Realizado	Documentos e Relatórios
1971	Encontro de Founex (Suíça)	Relatório de Founex – identificou os principais pontos relacionados ao binômio meio ambiente – desenvolvimento (SACHS, 2009, p.48)
1972	Conferência das Nações Unidas Sobre o Ambiente Humano (Estocolmo, Suécia)	Relatório Limites do Crescimento – “[...] também conhecido como <i>The limits to growth</i> [...], que investigou sobre a dinâmica da expansão humana, o crescimento econômico, o avanço tecnológico e a conservação da natureza, defendendo a necessidade de se conquistar um equilíbrio global baseado em limites ao crescimento da população, no desenvolvimento econômico dos países menos desenvolvidos e em uma atenção aos problemas ambientais” (AMORIM, 2009, p. 34)
1974	Simpósio de Cocoyoc (México)	Declaração de Cocoyoc – “[...] um duro manifesto a favor de um desenvolvimento centrado no homem e nas suas necessidades” (LAGO, 2006, p. 204)

1975		Relatório <i>What Now?</i> – “[...] trata de um <i>outro desenvolvimento</i> , endógeno (em oposição à transposição mimética de paradigmas alienígenas), auto-suficiente (em vez de dependente), orientado para as necessidades (em lugar de direcionado pelo mercado), em harmonia com a natureza e aberto às mudanças institucionais” (SACHS, 2009, p. 53-54)
1983	Criação da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento	
1987		Protocolo de Montreal – “[...] Proteção da Camada de Ozônio [...]” (LAGO, 2006, p.60); Relatório de Brundtland (Nosso Futuro Comum) – “[...] introduziu, igualmente, novos enfoques e cunhou o conceito de desenvolvimento sustentável, objetivo que exige equilíbrio entre “três pilares”: as dimensões econômica, social e ambiental” (LAGO, 2006, p.18)
1989	Criação do IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change)	
1992	Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e o Desenvolvimento - Cúpula da Terra – Rio-92 (Rio de Janeiro, Brasil)	Agenda 21 – “[...] instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica” ⁹ .

9 Disponível em: <https://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global.html>. Acesso em: 25 Out. 2020.

1997	Conferência Rio +5 (EUA)	Protocolo de Quioto (Japão) – “[...]constitui um tratado complementar à Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, definindo metas de redução de emissões para os países desenvolvidos e os que, à época, apresentavam economia em transição para o capitalismo, considerados os responsáveis históricos pela mudança atual do clima” ¹⁰ .
2000	Cúpula do Milênio das Nações Unidas (Nova York, EUA)	Declaração do Milênio com os oito objetivos do Milênio – “[...] a ONU – Organização das Nações Unidas, ao analisar os maiores problemas mundiais, estabeleceu 8 Objetivos do Milênio – ODM, que no Brasil são chamados de 8 Jeitos de Mudar o Mundo. 1 - Erradicar a extrema pobreza e a fome. 2 - Atingir o ensino básico universal. 3 - Promover a igualdade de gênero e a autonomia das mulheres. 4 - Reduzir a mortalidade infantil. 5 - Melhorar a saúde materna. 6 -Combater o HIV/AIDS, a malária e outras doenças. 7 - Garantir a sustentabilidade ambiental. 8 -Estabelecer uma parceria mundial para o desenvolvimento” (AMORIM, 2009, p.149)
2002	Cúpula Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável – Rio +10 (Johanesburgo, África do Sul)	Declaração de Joanesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável ¹¹
2012	Conferência Rio +20 (Brasil)	Documento <i>O Futuro que Queremos</i> ¹²

10 Disponível em:<https://www.mma.gov.br/clima/convencao-das-nacoes-unidas/protocolo-de-quioto.html>. Acesso em: 25 Out. 2020.

11 Disponível em: <www.mma.gov.br> estruturas > _arquivos > decpol>. Acesso em: 25 Out. 2020.

12 Disponível em: http://www.rio20.gov.br/documentos/documentos-da-conferencia/o-futuro-que-queremos/at_download/the-future-we-want.pdf. Acesso em: 25 Out. 2020.

2015	Assembleia Geral da ONU em 2015	- <i>Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável</i> . A Agenda 2030 é composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) integrados e indivisíveis, que mesclam, de forma equilibrada, as dimensões do desenvolvimento sustentável: a econômica, a social e a ambiental. Consistem em uma lista de tarefas a serem cumpridas pelos governos, a sociedade civil, o setor privado e todos os cidadãos na jornada coletiva para um 2030 sustentável. ¹³
	Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2015	- <i>Acordo de Paris (COP21)</i> . Esse acordo foi adotado pelas 196 partes da Convenção-Quadro da ONU sobre as Alterações Climáticas (UNFCCC) na Conferência da ONU sobre as Alterações Climáticas, a 12 de dezembro de 2015, em Paris. Nele, todos os países concordaram em trabalhar para limitar o aumento da temperatura global bem abaixo dos 2º C, esforçando-se para que se limite a 1,5º C ¹⁴ .

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Kahlau (2014, p.28).

Nesse contexto, Pires (2002) enfatiza que o Turismo precisa estar conectado com os princípios da Sustentabilidade, pois o futuro do turismo como atividade econômica, perene e viável reside em adotar a filosofia do desenvolvimento sustentável. De acordo com Silva (2008, p. 17), o cerne dessa filosofia compreende a avaliação de “como os recursos são utilizados (ambiental), como se transformaram (econômico) e como os ganhos são distribuídos (social)”.

Nessa linha, a sustentabilidade pode ser entendida como o equilíbrio entre esses três pilares – ambiental, econômico e social –, denominados por John Elkington (1994) como *Triple Bottom Line*.

13 Disponível em: <<http://www.agenda2030.org.br/sobre/>>. Acesso em: 29 Mar. 2021.

14 Disponível em: <<https://unric.org/pt/acordo-de-paris-sobre-as-alteracoes-climaticas-visa-estabilidade-ambiental-no-longo-prazo/>>. Acesso em: 29 Mar. 2021.

De acordo com John Elkington, em seu livro *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*, publicado no ano de 1997, as empresas do século XXI precisariam realizar um processo de transição do modelo de negócios tradicional – focado apenas em fatores econômicos – para um novo modelo que considerasse, também, a performance social e econômica do empreendimento, a fim de alcançarem o desenvolvimento sustentável (ELKINGTON, 1997).

Nesse contexto, emerge a necessidade de considerar as variáveis meio ambiente e sociedade, na busca por novas formas de produção:

A constatação de que os recursos naturais não são inesgotáveis e que não é possível continuar com o crescimento econômico sem considerar as variáveis meio ambiente e sociedade abre frente para a busca de novas soluções alternativas para o sistema produtivo (AMORIM, 2009, p.13).

Sachs (2009) ressalta que, para materialização do desenvolvimento sustentável, não basta promover, somente, a preservação ambiental, sem estar em conjunto com a promoção social. Nessa perspectiva, torna-se necessário compreender que as bases estruturais do sistema de produção capitalista favorecem as desigualdades sociais e que a realidade de exploração e dominação social, arraigada na essência do Capitalismo, precisa ser alterada para abrir espaço aos princípios da sustentabilidade. Sachs (2009, p. 53) aponta:

O objetivo deveria ser o do estabelecimento de um aproveitamento racional e ecologicamente sustentável da natureza em benefício das populações locais, levando-as a incorporar a preocupação com a conservação da biodiversidade aos seus próprios interesses, como um componente de estratégia de desenvolvimento. Daí a necessidade de se adotar padrões negociados e contratuais de gestão da biodiversidade.

Nesse contexto, Ignacy Sachs apresenta alguns critérios de Sustentabilidade que vão além do *Triple Bottom Line*. O autor oferece

uma concepção alternativa aos dois extremos: crescimento econômico irresponsável *versus* fundamentalismo ecológico. A proposta desse caminho intermediário foi por ele explicitada em oito dimensões, apresentadas no Quadro 6:

Quadro 6 – Dimensões da Sustentabilidade.

Dimensões	Descrição
Dimensão Social	Alcance de um patamar razoável de homogeneidade social, com distribuição de renda justa; emprego pleno e/ou autônomo com qualidade de vida decente; igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais.
Dimensão Cultural	Mudanças no interior da continuidade (equilíbrio entre respeito à tradição e inovação); capacidade de autonomia para elaboração de um projeto nacional integrado e endógeno (em oposição às cópias servis dos modelos alienígenas); autoconfiança, combinada com abertura para o mundo.
Dimensão Ecológica	Preservação do potencial do capital natural na sua produção de recursos renováveis e limitação do uso dos recursos não renováveis.
Dimensão Ambiental	Respeito e realce à capacidade de autodepuração dos ecossistemas naturais.
Dimensão Territorial	Balanceamento das configurações urbanas e rurais (eliminação das inclinações urbanas nas alocações do investimento público); melhoria do ambiente urbano; superação das disparidades inter-regionais; estratégias de desenvolvimento ambientalmente seguras para áreas ecologicamente frágeis.
Dimensão Econômica	Desenvolvimento econômico intersetorial equilibrado; com segurança alimentar; capacidade de modernização contínua dos instrumentos de produção, razoável nível de autonomia na pesquisa científica e tecnológica; inserção soberana na economia internacional.

Dimensão Política Nacional	Democracia definida em termos de apropriação universal dos direitos humanos; desenvolvimento da capacidade do Estado para implementar o projeto nacional, em parceria com todos os empreendedores; um nível razoável de coesão social.
Dimensão Política Internacional	Eficácia do sistema de prevenção de guerras da ONU, na garantia da paz e na promoção da cooperação internacional; um pacote Norte-Sul de codesenvolvimento, baseado no princípio da igualdade (regras do jogo e compartilhamento da responsabilidade de favorecimento do parceiro mais fraco); controle institucional efetivo do sistema internacional financeiro e de negócios; controle institucional efetivo da aplicação do Princípio da Precaução na gestão do meio ambiente e dos recursos naturais, prevenção das mudanças globais negativas, proteção da diversidade biológica (e cultural), gestão do patrimônio global, como herança comum da humanidade; sistema efetivo de cooperação científica e tecnológica internacional e eliminação parcial do caráter <i>commodity</i> da ciência e tecnologia, também como propriedade da herança comum da humanidade.

Fonte: Sachs (2009, p. 85-88).

A partir dessas dimensões, Sachs (2009) demonstra o que seria, na prática, o *caminho do meio*, defendido por ele como uma estratégia alternativa à atual ordem econômica internacional.

Nessa perspectiva, o desenvolvimento do turismo, enquanto atividade econômica realizada no Espaço Rural, precisa fundamentar-se nessas oito dimensões da sustentabilidade para garantir a perenidade dos empreendimentos. Pires (2002, p.118) apresenta alguns pontos relevantes da “Carta de Lanzarote”¹⁵ que corroboram essa afirmação em relação ao desenvolvimento turístico:

¹⁵ “Carta de Lanzarote”, produzida na Conferência Mundial de Turismo Sustentável realizada em Lanzarote, Canárias, em abril de 1995.

[...] há de ser suportável ecologicamente a longo prazo, viável economicamente e equitativo sob uma perspectiva ética e social para as comunidades locais. [...] Sendo o turismo um potente instrumento de desenvolvimento, pode e deve participar ativamente na estratégia do desenvolvimento sustentável. Uma boa gestão do turismo exige garantir a sustentabilidade dos recursos dos quais ele depende.

Dessa forma, o desafio de garantir a sustentabilidade dos recursos dos quais o empreendimento depende para continuar existindo é uma tarefa árdua a ser executada cotidianamente pelos gestores de TER, o que exige desses indivíduos um comportamento empreendedor (criatividade, predisposição a riscos calculados, determinação, visualização de oportunidades, entre outras características).

De acordo com Pires (2002, p.121), a OEA aponta alguns elementos-chave que precisam ser observados, nesse processo de gestão, para promoção da sustentabilidade do turismo:

- preservar a base atual dos recursos para as gerações futuras;
- manter a produtividade da base de recursos;
- manter a biodiversidade e evitar alterações ecológicas irreversíveis;
- assegurar a equidade dentro das gerações e entre elas;
- [...] manter e proteger o patrimônio cultural (e histórico) da zona, região ou nação.

Nessa linha, o Quadro 7 apresenta algumas formas concretas de implementação das dimensões da sustentabilidade, que podem ser aplicadas a qualquer processo de gestão do micro ao macro:

Quadro 7 – Formas de implementação das Dimensões da Sustentabilidade.

Dimensões	Descrição	Componentes principais	Objetivos
Dimensão Social	Objetiva maior equidade na distribuição da renda, de modo a melhorar substancialmente os direitos e as condições da população; prevê a ampliação da homogeneidade social; engloba a possibilidade de um emprego que assegure qualidade de vida às pessoas e igualdade no acesso aos recursos e serviços sociais.	Criação de postos de trabalho que permitam a obtenção de renda individual adequada (à melhor condição de vida, à melhor qualificação profissional); Produção de bens dirigida prioritariamente às necessidades básicas sociais.	Redução das desigualdades sociais.
Dimensão Cultural	Ressalta o respeito à cultura de cada local, garantindo continuidade e equilíbrio entre a tradição e a inovação.	Soluções adaptadas a cada ecossistema; Respeito à formação cultural comunitária.	Prevenção a conflitos culturais com potencial regressivo.
Dimensão Ecológica/ Ambiental	Prevê: a preservação dos recursos naturais na produção de recursos renováveis e na limitação de uso dos recursos não renováveis; a limitação do consumo de combustíveis fósseis e de outros recursos esgotáveis ou ambientalmente prejudiciais, substituindo-os por recursos renováveis e inofensivos; a redução do volume de resíduos e de poluição, por meio de conservação e reciclagem; a autolimitação do consumo material; a utilização de tecnologias limpas; a definição de regras para proteção ambiental	Produção que respeite os ciclos ecológicos dos ecossistemas; Prudência no uso de recursos naturais não renováveis; Prioridade à produção de biomassa e à industrialização dos insumos naturais renováveis; Redução da intensidade energética e aumento da conservação de energia; Tecnologias e processos produtivos de baixo índice de resíduos; Cuidados ambientais.	Melhoria da qualidade do meio ambiente e preservação das fontes de recursos energéticos e naturais para as próximas gerações.

Dimensão Territorial	Busca: equilíbrio na configuração rural-urbana e melhor distribuição territorial dos assentamentos humanos e atividades econômicas; melhorias no ambiente urbano; superação das disparidades inter-regionais e elaboração de estratégias ambientalmente seguras para áreas ecologicamente frágeis a fim de garantir a conservação da biodiversidade e do ecodesenvolvimento.	Desconcentração espacial (de atividades e população); Desconcentração/democratização do poder local e regional; Relação cidade/campo equilibrada (benefícios centrípetos).	Prevenção a excesso de aglomerações.
Dimensão Econômica	Eficácia econômica avaliada em termos macro-sociais e não apenas na lucratividade empresarial, desenvolvimento econômico intersetorial equilibrado; capacidade de modernização contínua dos instrumentos de produção; razoável nível de autonomia na pesquisa científica e tecnológica; inserção soberana na economia internacional	Fluxo permanente de investimentos públicos e privados (estes últimos com especial destaque para o cooperativismo); Manejo eficiente dos recursos; Absorção, pela empresa, dos custos ambientais; Endogeneização: contar com suas próprias forças.	Aumento da produção e da riqueza social, sem dependência externa.
Dimensão Política Nacional	No âmbito nacional, baseia-se na democracia, apropriação universal dos direitos humanos; desenvolvimento da capacidade do Estado para implementar o projeto nacional em parceria com empreendedores e em coesão social.	Promoção da efetiva atuação da população e também das empresas nas decisões políticas que envolvam os problemas ambientais de seus territórios, bem como na busca de soluções.	Participação e cooperação de todas as pessoas.

Dimensão Política Internacional	No aspecto internacional, tem sua eficácia na prevenção de guerras, na garantia da paz, na promoção da cooperação internacional e na aplicação do princípio da precaução na gestão do meio ambiente e dos recursos naturais; prevenção da biodiversidade e da diversidade cultural; gestão do patrimônio global como herança da humanidade; cooperação científica e tecnológica internacional.	Atendimento às necessidades ambientais em âmbito global, sendo imprescindível a cooperação mútua entre todas as nações.	Engajamento das nações em ações efetivas de sustentabilidade.
---------------------------------------	--	---	---

Fonte: Adaptado de Sachs (1993, p. 25-27); Montibeller (1993, p. 133-134); Mendes (2009, p. 51 -52).

No caso específico do TER, essas dimensões são primordiais para construção de um turismo sustentável, que assegure a longevidade dos empreendimentos, “integrando, para tanto, as comunidades locais e buscando a gestão sustentada dos recursos naturais e culturais para que estejam disponíveis às gerações futuras” (PIRES, 2002, p. 137).

Nessa perspectiva, o Ministério do Turismo (2007) aponta que se tornou urgente encontrar um modelo de desenvolvimento que não degrade os recursos (naturais, culturais e outros), pois eles constituem a base do turismo. Assim:

O desenvolvimento de uma região, sem o devido planejamento, pode levar, rapidamente, ao esgotamento dos recursos naturais, à descaracterização do patrimônio cultural e à desestruturação social. E, em consequência disso, a uma diminuição drástica da demanda turística da localidade, fazendo com que seu interesse turístico seja reduzido. A atividade turística, quando é desenvolvida para buscar apenas o lucro rápido a curto prazo, sem considerar as consequências desse modelo de desenvolvimento, compromete todo o processo e isso encurta seu ciclo de vida num determinado local (BRASIL, 2007, p. 21).

Portanto, foi a partir da reflexão acerca dessas dimensões voltadas, sobretudo, à preservação dos recursos naturais e bens culturais (PIRES, 2002), bem como da preocupação com o bem-estar da população local que foram desenvolvidas as proposições da Dimensão Sustentabilidade do instrumento proposto na presente pesquisa.

2

**EMPRETER:
CAMINHOS
METODOLÓGICOS**

2.1 LINHAS METODOLÓGICAS GERAIS

A abordagem metodológica utilizada nesta pesquisa foi predominantemente qualitativa, com a utilização de algumas técnicas quantitativas de tratamento de dados.

De acordo com Flick (2009, p.16):

[...] a pesquisa qualitativa usa o texto como material empírico (em vez de números), parte da noção da construção social das realidades em estudo, está interessada nas perspectivas dos participantes, em suas práticas do dia a dia e em seu conhecimento cotidiano relativo à questão em estudo. Os métodos devem ser adequados àquela questão e devem ser abertos o suficiente para permitir um entendimento de um processo ou relação.

Nessa perspectiva, a abordagem qualitativa considera o ambiente natural como a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador como instrumento-chave. Nela, os dados são analisados indutivamente, e o processo e seu significado são os focos principais (GIL, 2008). Tal abordagem proporcionou uma resposta adequada ao problema proposto na pesquisa em tela, pois o perfil dos gestores de TER constitui o principal objeto de análise.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa descritiva, que, de acordo com Gil (2008), tem como objetivo principal descrever características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Triviños (1987) ressalta que o estudo descritivo exige do investigador uma série de informações sobre os fatos e fenômenos que deseja pesquisar. Esse tipo de pesquisa atendeu à proposta do presente estudo, qual seja: propor um instrumento científico que possibilite a autoanálise das características que compõem o perfil empreendedor de uma determinada população; no caso, gestores de empreendimentos de Turismo no Espaço Rural.

Quanto aos procedimentos adotados para o desenvolvimento do estudo, houve uma subdivisão em três etapas:

- a. Revisão da Literatura;
- b. Construção do EMPRETER;
- c. Estudo de Campo.

Para operacionalização da primeira etapa, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, com a utilização da técnica de revisão sistemática da literatura. Segundo Lakatos e Marconi (2010, p.166):

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

Nesse segmento, para construção teórica do presente estudo foram consultadas fontes secundárias (livros, teses, dissertações, artigos nacionais e internacionais), utilizando, sobretudo, as bases de dados *Web of Science*, *Science Direct* e *Scopus* (Elsevier).

A revisão sistemática da literatura foi utilizada para verificar quais foram os instrumentos utilizados (nacional e internacionalmente), no período de janeiro de 2015 a junho de 2019, na identificação e análise de perfil empreendedor em indivíduos. Para tanto, o material analisado foi coletado com o aporte tecnológico do Software *Start* (*State of the Art through Systematic Review*).

De acordo com Mancini e Sampaio (2007, p. 84), a revisão sistemática consiste em:

[...] uma forma de pesquisa que utiliza como fonte de dados a literatura sobre determinado tema. Esse tipo de investigação disponibiliza um resumo das evidências relacionadas a uma estratégia de intervenção específica, mediante a aplicação de métodos explícitos e sistematizados de busca, apreciação crítica e síntese da informação selecionada.

O Start é um software gratuito, desenvolvido no LaPES (Laboratório de Pesquisa em Engenharia de Software) da UFSCAR (Universidade Federal de São Carlos) e está disponível no endereço <http://lapes.dc.ufscar.br/ferramentas/start-tool>. Importa destacar que a ferramenta contempla as três etapas fundamentais da revisão sistemática (RS): planejamento, execução e sumarização. Por extensão, engloba os processos de filtragem, extração de conteúdo e algumas análises quantitativas das publicações, em forma de gráficos e diagramas.

A segunda etapa teve início a partir dos resultados da revisão sistemática da literatura, que identificou as bases para a construção do EMPRETER. A revisão demonstrou os quatro principais testes encontrados em pesquisas científicas (nacionais e internacionais), a partir de 2015, para estudo do perfil empreendedor, conforme o Quadro 8:

Quadro 8 – Testes para o estudo do perfil empreendedor em indivíduos.

Teste	Objetivo principal do Teste
Características Empreendedoras Pessoais (PECs)	Medir 10 características pessoais que são altamente desejáveis que o empreendedor possua ou desenvolva.
Tendência Empreendedora Geral (GET)	Determinar o perfil empreendedor de indivíduos a partir da análise de cinco (5) características comumente encontradas no perfil de empreendedores de sucesso.
"Gamer Freezer"	Descrever as características empreendedoras dos indivíduos com base em seu planejamento de atividades durante um jogo virtual.

Inventário de Personalidade de Dispositivos Empresariais (EDPI)	Medir as disposições de personalidade que podem ter uma associação com o comportamento empreendedor; relacionar os traços de personalidade empreendedora com os indicadores de funcionamento da empresa.
---	--

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após a verificação dos objetivos dos quatro testes, os pesquisadores optaram pela utilização dos pressupostos do Teste *GET* e do *PECs* devido à acessibilidade das informações, à relevância de ambos no universo científico e ao fato de os outros dois testes não atenderem a proposta deste estudo. O *Gamer Freezer* é um teste desenvolvido em forma de *game* para ser aplicado exclusivamente em um ambiente virtual, antagônico a esta pesquisa, que visa estudar as características empreendedoras no ambiente real; e o *Inventário de Personalidade de Dispositivos Empresariais (EDPI)* mede as disposições da personalidade empreendedora dos indivíduos e relaciona-as com indicadores de funcionamento da empresa, ao contrário desta pesquisa, que visa à análise comportamental, independente de indicadores da empresa.

A terceira etapa compreendeu a coleta de dados primários para validação do instrumento construído na etapa anterior. Para tanto, foi adotado o procedimento de Estudo de Campo, que procura “muito mais o aprofundamento das questões propostas do que a distribuição das características da população segundo determinadas variáveis”. (GIL, 2008, p. 57). Convém ressaltar que, antes do início dessa etapa, a proposta foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP/UFMS), via Plataforma Brasil, sendo aprovada por meio do parecer 4.164.624/2020¹⁶:

Por meio do Estudo de Campo, foi possível realizar a etapa empírica da pesquisa, a qual foi subdividida em duas fases:

16 Disponível em: <https://plataformabrasil.saude.gov.br>. Acesso em: 20 jul. 2020.

- **Fase 1:** avaliação da versão preliminar do EMPRETER por especialistas das áreas específicas e correlatas de Turismo, Empreendedorismo e Sustentabilidade, para validação do conteúdo, formato e metodologia de desenvolvimento do instrumento, com o intuito de prover maior confiabilidade. Esse processo de avaliação abarcou alguns procedimentos semelhantes ao método Delphi, que pode ser descrito como:

[...] uma técnica para busca de um consenso de opiniões de um grupo de especialistas em relação a eventos futuros. [...] A técnica baseia-se no uso estruturado do conhecimento, da experiência e da criatividade de um painel de especialistas, pressupondo-se que o julgamento coletivo, quando organizado adequadamente, é melhor do que a opinião de um só indivíduo (WRIGHT; GIOVINAZZO, 2000, p.1).

Seguindo os princípios preconizados pela técnica Delphi, foi construída, neste trabalho, uma metodologia específica para efetivação do processo de avaliação realizado pelos especialistas, considerando, como o fator primordial para validação do instrumento criado, a relevância do julgamento coletivo por profissionais experientes nas suas respectivas áreas.

Convém ressaltar que a técnica Delphi não foi utilizada na sua forma original e integral, seja pela necessidade de o debate ser mais enriquecido por diálogos virtuais entre os pesquisadores e os especialistas (abandonando a exigência de anonimato da Delphi), seja pelo fato de abandonar o tratamento estritamente quantitativo das respostas, preconizando uma análise mais qualitativa para as correções e adequações apontadas pelos especialistas.

- **Fase 2:** aplicação do teste piloto do EMPRETER, juntamente com a realização de entrevistas semiestruturadas com os gestores de TER para uma maior aproximação dos pesquisadores com a realidade dos sujeitos pesquisados.

Em relação às entrevistas semiestruturadas, Minayo (2010, p. 261) afirma que se trata do tipo de entrevista que “combina perguntas fechadas e abertas em que o entrevistado tem a possibilidade de discordar sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada”. Dessa forma, tal modalidade de entrevista permitiu que aos pesquisadores utilizassem um roteiro de perguntas, garantindo que os pressupostos levantados ao longo das outras fases da pesquisa fossem todos cobertos.

Para análise dos dados coletados na *Fase 1*, foram utilizadas, primeiramente, duas técnicas estatísticas: Porcentagem de Concordância e Coeficiente *Kappa*.

De acordo com Alexandre e Coluci (2011, p. 3065), a Porcentagem de Concordância é um método:

[...] empregado para calcular a porcentagem de concordância entre os juízes. É a medida mais simples de concordância interobservadores. [...] As vantagens desse procedimento é *[sic]* proporcionar informações úteis que são facilmente calculadas. No entanto, apresenta limitações que restringem sua utilização. Autores têm usado esse método na fase inicial para auxiliar na determinação dos itens. Ao usar esse método, deve-se considerar como uma taxa aceitável de concordância de 90% entre os membros do comitê.

Esse método foi muito relevante para identificação inicial das proposições que necessitavam de correções e alterações na versão preliminar do EMPRETER.

Já o Coeficiente *Kappa* contribuiu para ampliar a confiabilidade, uma vez que permite corrigir a concordância decorrente do acaso, conforme esclarecem Alexandre e Coluci (2011, p. 3066):

O coeficiente de kappa de concordância é a razão da proporção de vezes que os juízes concordam (corrigido por concordância devido ao acaso) com a proporção máxima de vezes que os

juízes poderiam concordar (corrigida por concordância devido ao acaso). É um índice útil quando vários avaliadores categorizam cada grupo de objetos ou sujeitos em categorias nominais. Dessa forma, é aplicável quando os dados são categóricos e estão em uma escala nominal. Os valores de kappa variam de -1 (ausência total de concordância) a 1 (concordância total).

Ressalta-se que, para o tratamento e a análise dos dados coletados nas duas fases da etapa empírica, foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo, que consiste em:

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 48).

Ainda de acordo com a autora (BARDIN, 2011), essa metodologia divide-se em:

1. **Pré-análise:** compreende a leitura geral do material escolhido para análise (documentos, artigos, revistas, entrevistas, entre outros), seguida pela preparação, organização e sistematização de um *corpus* de análise;
2. **Exploração do material:** fase em que os textos são recortados em unidades de registro (palavras, frases, parágrafos etc.) e em que são definidas as regras para enumeração e agregação das informações textuais que irão representar as características do conteúdo do texto analisado. Após o recorte em unidades de registro, procede-se o agrupamento em categorias temáticas iniciais, que, por sua vez serão agrupadas em categorias intermediárias, e estas em categorias finais. Para formulação das categorias, Bardin (2011, p. 149-150) sugere que sejam considerados os seguintes critérios:

- a. **exclusão mútua:** “[...] cada elemento não pode existir em mais de uma categoria”;
- b. **homogeneidade:** “[...] em um mesmo conjunto categorial só se pode funcionar com um registro e com uma dimensão da análise. Diferentes níveis de análise devem ser separados em outras tantas análises sucessivas”;
- c. **pertinência:** “O sistema de categorias deve refletir as intenções da investigação, as questões do analista e/ou corresponder às características das mensagens”;
- d. **objetividade e fidelidade:** “As diferentes partes de um mesmo material, ao qual se aplica a mesma grade categorial, devem ser codificadas da mesma maneira, mesmo quando submetidas a várias análises”;
- a. **produtividade:** “Um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis: em índices de inferências, em hipóteses novas e em dados exatos”. A correta definição das categorias facilita a próxima etapa: o processo indutivo e inferencial que leva à descoberta do sentido e da significação contidos no *corpus* analisado;
- 3. **Tratamento dos resultados, inferências e interpretações:** é a fase que “[...] consiste em captar os conteúdos manifestos e latentes contidos em todo o material coletado (entrevistas, documentos e observação)” (FOSSÁ; SILVA, 2015, p. 4). De acordo com Laurence Bardin:

[...] a tentativa do analista é dupla: compreender o sentido da comunicação (como se fosse o receptor normal), mas também, e principalmente, desviar o olhar para outra significação, outra mensagem entrevista por meio ou ao lado da mensagem primeira. A leitura efetuada pelo analista, do conteúdo das comunicações, não é, ou não é unicamente,

uma leitura “à letra”, mas antes o realçar de um sentido que figura em segundo plano. Não se trata de atravessar significantes, para atingir significados, à semelhança da decifração normal, mas atingir através de significantes, ou de significados (BARDIN, 2011, p. 47).

Assim, os resultados brutos deverão ser tratados de forma que se tornem significativos (“falantes”) e válidos. Para tanto, nessa fase deverão ser utilizadas operações estatísticas simples (percentagens), ou mais complexas (análise fatorial), a critério do pesquisador, que permitam “estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos, os quais condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise”. (BARDIN, 2011, p. 131).

Vale mencionar que a etapa empírica deste estudo foi organizada conforme Quadro 9.

Quadro 9 – Fases da etapa empírica da pesquisa.

Fases	Amostra	Instrumentos de Coleta dos Dados	Técnica de Análise dos Dados
1- Avaliação da versão preliminar do EMPRETER	20 Especialistas da Academia e do Mercado, das áreas de Turismo e Empreendedorismo, no Brasil.	Roteiro estruturado para avaliação dos Especialistas; Formulário EMPRETER – versão preliminar.	Porcentagem de Concordância, Coeficiente Kappa (FLEISS, 1981) e Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011)
2- Teste-piloto do EMPRETER e entrevistas semiestruturadas	10 Gestores de empreendimentos de TER	Roteiro de entrevista semiestruturada; Formulário EMPRETER – versão final.	Estatística descritiva básica; Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011)

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Nesta pesquisa, para uma operacionalização mais eficiente da Análise de Conteúdo, aplicada nas duas fases descritas no Quadro 9, foi usado o *software* de Análise de Dados Qualitativos MAXQDA, versão 2020, uma ferramenta registrada pela VERBI Software - Berlim/Alemanha. O MAXQDA permite organizar, avaliar e interpretar os dados coletados, além de facilitar a criação de relatórios que podem ser compartilhados com outros pesquisadores. Entre os dados que podem ser importados para o software, estão os resultados de entrevistas, de grupos focais, de questionários online, além de páginas da internet, imagens e arquivos de áudio e vídeo. (MAXQDA, 2020).

A interface do *Software* é dividida em quatro (4) janelas, que refletem os principais passos da técnica de Análise de Conteúdo. A primeira contém a lista de todos os documentos, imagens, arquivos PDF e vídeos utilizados no projeto; a segunda mostra a estrutura elaborada de categorias e códigos; a terceira janela é utilizada para a leitura, codificação e edição dos documentos selecionados; e, por fim, a quarta visa à recuperação e verificação dos segmentos codificados. (MAXQDA, 2020).

Convém mencionar que o processo de codificação é feito pelo próprio pesquisador, que tem total autonomia para criar e organizar categorias da forma que melhor atenda aos seus objetivos de estudo. Além disso, o MAXQDA é bem didático, pois permite que as informações relevantes sejam destacadas com cores, símbolos e até mesmo *emoticons*, que transcendem os limites da linguagem verbal.

2.2 A CONSTRUÇÃO DO EMPRETER

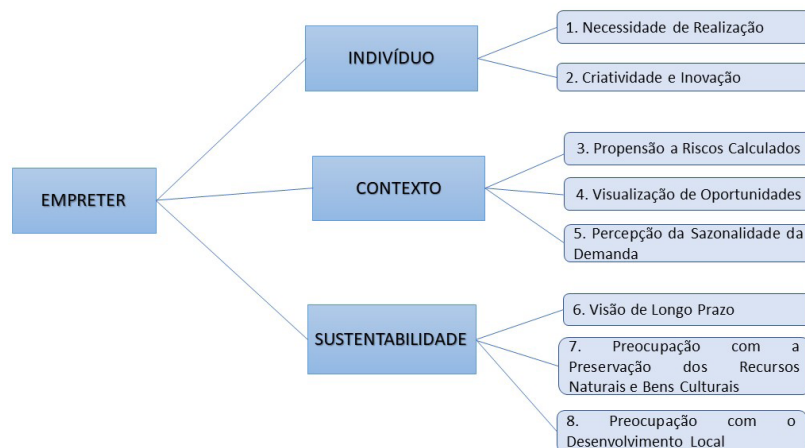
A partir das características empreendedoras que auxiliam na identificação e análise do perfil empreendedor em indivíduos,

consolidadas na literatura, sobretudo nos Testes PECs (MCCLELLAND, 1987) e GET (CAIRD, 1988), bem como de estudos voltados à área do Turismo no Espaço Rural (GRAZIANO DA SILVA, 1998; ROQUE e VIVIAN, 1999; GRAZIANO DA SILVA; DEL GROSSI, 2002; ANSARAH, 2005; BRIZOLLA, 2006; 2008; BENI, 2007; SOARES, 2007; DORNELES et al., 2009; BRASIL, 2010; SOUSA COLANTUONO, 2019, SOLHA, 2019) e de trabalhos voltados à Sustentabilidade e Turismo Sustentável (SACHS, 1993, 2009; ELKINGTON, 1997; PIRES, 2002; LAGO, 2006; BRASIL, 2007; SILVA, 2008; AMORIM, 2009), os pesquisadores construíram um instrumento científico com o intuito de promover a autoanálise do perfil empreendedor dos gestores de empreendimentos de Turismo no Espaço Rural. O instrumento foi denominado de EMPRETER (Empreendedores de Turismo no Espaço Rural).

O objetivo do EMPRETER não é analisar o empreendedorismo pela ótica da criação de uma nova empresa, mas sim do comportamento do indivíduo que faz a gestão do empreendimento. Não propõe uma análise puramente econômica, mas sim comportamental, desse indivíduo que atua como gestor do TER, considerando os pressupostos da Teoria Comportamental de David McClelland (1961, 1972, 1987).

O EMPRETER foi composto, preliminarmente, por três dimensões: Indivíduo, Contexto e Sustentabilidade. Cada dimensão abarcava características do perfil empreendedor sedimentadas na literatura, sendo algumas testadas empiricamente em estudos nacionais e internacionais pelos modelos GET e PECs. Na dimensão *Indivíduo*, figuravam as características que balizam a relação do indivíduo consigo mesmo; na dimensão *Contexto*, concentravam-se as características comportamentais resultantes da relação indivíduo-mercado; na dimensão *Sustentabilidade*, relacionavam-se as características da relação indivíduo-cultura-meio ambiente. As três dimensões preliminares com suas respectivas características estão representadas na Figura 4:

Figura 4 – Dimensões preliminares do EMPRETER e respectivas características.



Fonte: elaborada pelos autores.

Para a construção da versão preliminar do EMPRETER, foram utilizadas algumas recomendações de Pasquali (1998):

1. Definição da dimensionalidade dos construtos;
2. Conceptualização dos construtos;
3. Definição constitutiva – definir o que representa o construto;
4. Definição operacional – definir como o construto será medido;
4. Definição da operacionalização do construto;

Fontes dos Itens – testes semelhantes já relatados na literatura e entrevistas com a população-alvo.

Nas subseções seguintes, cada etapa será apresentada de forma detalhada cada etapa.

2.2.1 Etapas 1, 2 e 3: Definição da dimensionalidade, conceituação dos construtos e definição constitutiva

De acordo com Pasquali (1998), a dimensionalidade refere-se à estrutura interna do construto e sua semântica. Nesse sentido, é necessário definir se o construto é uni ou multifatorial, ou seja, se é composto por um ou vários atributos. Nesta pesquisa, optou-se por construtos multifatoriais, considerando que cada característica empreendedora engloba variadas atitudes e comportamentos do indivíduo. Já a “análise semântica tem como objetivo principal verificar se todos os itens são compreensíveis para todos os membros da população à qual o instrumento se destina” (PASQUALI, 1998, p.11). Essa informação pôde ser confirmada após o teste-piloto com os gestores.

Na sequência da decisão da dimensionalidade, tem-se a conceituação dos construtos. Nessa etapa, com base na literatura pertinente, devem ser apresentadas as características que compõem cada construto (PASQUALI, 1998).

Apresentadas as características, procede-se à definição constitutiva de cada uma. Essa etapa é extremamente relevante para a construção do instrumento, porque situa o construto, exata e precisamente, dentro da teoria-base, dando, portanto, as balizas e os limites que ele possui (PASQUALI, 1998).

O Quadro 10 apresenta a sintetização do desenvolvimento das etapas 1, 2 e 3 nesta pesquisa:

Quadro 10 – Definição da dimensionalidade e conceituação dos construtos.

	Construtos/ Características	Conceituação
Indivíduo	Necessidade de realização (MCCLELLAND, 1961, 1972, 1987; CAIRD, 1988, 1991, 2013)	Autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência, Independência, inquietação, persistência, responsabilidade, comprometimento, otimismo, liderança, responsabilidade, determinação, foco nos objetivos, orientação para o futuro.
	Criatividade e Inovação (SCHUMPETER, 1934; WEBER, 1958; MCCLELLAND, 1987; CAIRD, 1988, 1991, 2013, BAUMOL, 2010)	Aversão a rotinas, orientação para mudança, versatilidade, proatividade, flexibilidade, novas ideias, orientação para mudança, curiosidade, alta capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos, imaginação.
Contexto	Propensão a riscos calculados (CANTILLON, 1755; KNIGHT, 1921; MCCLELLAND, 1987; CAIRD, 1988, 1991, 2013)	Calculista, mobilidade, ambição em um nível adequado, capacidade de tomar decisões com informações incompletas, gosto por desafios, não se acomoda, analítico (custo x benefício), coragem.
	Visualização de oportunidades (SAY, 1803; KIRZNER, 1979; FOSS e KLEIN, 2007)	Articulador, visionário, observação de cenários, redes de contatos, planejamento, gosto pela novidade, captação de oportunidades, persuasão.
	Atenção à sazonalidade da demanda (GRAZIANO DA SILVA, 1998; SANTOS, 2008)	Preocupação com aumento da carteira de clientes, percepção acurada de mercado, preocupação com a opinião do cliente/turista, controle financeiro, estratégia, observação, capacidade de adequação, realização de comunicação eficaz com o mercado.

Sustentabilidade	Visão de longo prazo (ROQUE; VIVIAN, 1999; MIT, 2007)	Busca de avanço no nível de instrução, estabelecimento de metas, planejamento de grandes projetos, preocupação com o futuro, planejamento de longo prazo, preocupação com resultados positivos no longo prazo, esforço, busca de conhecimento.
	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais (SACHS, 1993, 2009; PIRES, 2002; BRIZOLLA, 2006, 2008; SOARES, 2007; CANDIOTTO, 2010; MIT, 2007, 2010)	Consciência ambiental, equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental, responsabilidade no uso dos recursos naturais, compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural, valorização cultural, observação dos sinais de saturação ambiental, compartilhamento de responsabilidades, compreensão sistêmica do tripé economia - sociedade - meio ambiente.
	Preocupação com o desenvolvimento local (SACHS, 1993, 2009; MONTIBELLER, 1993; GRAZIANO DA SILVA, 1998; PIRES, 2002; SOARES, 2007; MIT, 2007, 2010; SOUSA COLANTUONO, 2019; SOLHA, 2019)	Geração de novos postos de trabalho, avaliação do ambiente, preocupação com a população local, participação na construção de políticas públicas, estabelecimento de redes comerciais, preocupação com as demandas locais, conhecimento de políticas públicas para o setor, contribuição eficaz com o aumento da renda local.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Cantillon (1755); Say (1803), Knight (1921), Schumpeter (1934), Kirzner (1979), McClelland (1961, 1972, 1987), Caird (1988, 1991, 2013), Graziano da Silva (1998); Roque e Vivian (1999); Graziano da Silva; Del Grossi (2002); Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008); Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019) e Solha (2019); Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Silva (2008); Amorim (2009).

2.2.2 Etapas 4 e 5: Definição operacional (como o construto será medido) e definição da sua operacionalização

Essas etapas correspondem à passagem do conceito abstrato, descrito até o momento, para o concreto. De acordo com Pasquali (1998, p. 6):

[...] para uma melhor cobertura do construto, as definições operacionais deverão especificar e elencar aquelas categorias de comportamentos, que seriam a representação comportamental do construto. Quanto melhor e mais completa for esta especificação, melhor será a garantia de que o instrumento que resultar para a medida do construto será válido e útil.

Dessa forma, para organização das proposições que compuseram as dimensões *Indivíduo* e *Contexto*, foram utilizados os modelos PECs (1987) e GET (1988), com base também em Cantillon (1755); Say (1803), Knight (1921), Schumpeter (1934), Kirzner (1979), McClelland (1961, 1972, 1987), Caird (1988, 1991, 2013). Para a construção das proposições relacionadas à *Sustentabilidade*, foram utilizados os pressupostos de Graziano da Silva (1998); Roque e Vivian (1999); Graziano da Silva; Del Grossi (2002); Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008); Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019) e Solha (2019), bem como trabalhos voltados à Sustentabilidade e Turismo Sustentável: Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Brasil (2007); Silva (2008); Amorim (2009).

O Quadro 11 apresenta, concretamente, as proposições que compuseram a versão preliminar do EMPRETER, bem como as pontuações correspondentes:

Quadro 11 – Formulário de autoavaliação – EMPRETER.

Dimensões	Características		Perfil Empreendedor	Pontos
		Proposições		
DIMENSÃO 1: INDIVÍDUO	Necessidade de realização	Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom.	Falso	F= +1 V= 0
		Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe a assumir a responsabilidade sozinho.	Falso	F= +1 V= 0
		Se encontro problemas com uma tarefa, deixo-a e passo a fazer outra.	Falso	F= +1 V= 0
		O sucesso não acontece se não se estiver no lugar apropriado e no momento certo.	Falso	F= +1 V= 0
		Quando enfrento um desafio, penso mais nas consequências do sucesso do que nas do fracasso.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Prefiro os desafios que põem à prova minhas habilidades às coisas que faço com facilidade.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		A maioria das pessoas pensam que sou teimoso.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Gosto de pensar no futuro.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	Criatividade e Inovação	Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente.	Falso	F= +1 V= 0
		Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida.	Falso	F= +1 V= 0
		Raramente sonho acordado	Falso	F= +1 V= 0
		Considero-me mais reativo que proativo	Falso	F= +1 V= 0
		Gosto de descobrir coisas novas, embora para isso deva enfrentar alguns desafios.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Os outros pensam que faço muitas perguntas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Posso fazer muitas coisas de uma vez	Verdadeiro	V= +1 F= 0

DIMENSÃO 2: CONTEXTO	Propensão a riscos calculados	Normalmente é melhor aquilo a que estamos acostumados do que aquilo que nos resulta do desconhecido.	Falso	F= +1 V= 0
		Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro a ter um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho.	Falso	F= +1 V= 0
		Antes de tomar uma decisão, prefiro ter todos os fatos esclarecidos, embora demande muito tempo.	Falso	F= +1 V= 0
		Esforço-me para realizar somente as coisas que devem ser feitas.	Falso	F= +1 V= 0
		Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem de 50%.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a coisas melhores, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Quando tenho que fixar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	Visualização de oportunidades	Não perco muito tempo com análise de mercado	Falso	F= +1 V= 0
		Não preciso ter rede de relações, pois sou capaz de resolver sozinho os problemas do empreendimento que gerencio	Falso	F= +1 V= 0
		Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas demandas diárias	Falso	F= +1 V= 0
		Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios	Falso	F= +1 V= 0
		As pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Consigo formular estratégias para capitalizar novas oportunidades visualizadas	Verdadeiro	V= +1 F= 0

DIMENSÃO 2: CONTEXTO	Atenção à sazonalidade da demanda	Não costumo me preocupar com a captação de novos clientes/turistas.	Falso	F= +1 V= 0
		Demoro a perceber quedas significativas de demanda	Falso	F= +1 V= 0
		Não costumo realizar contato posterior com o cliente/turista para mensurar o nível de satisfação com o meu empreendimento.	Falso	F= +1 V= 0
		Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado.	Falso	F= +1 V= 0
		Fico atento às estratégias dos meus concorrentes.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Invisto em comunicação direta com os turistas/clientes	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda	Verdadeiro	V= +1 F= 0
DIMENSÃO 3: SUSTENTABILIDADE	Visão de longo prazo	Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER	Falso	F= +1 V= 0
		Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã	Falso	F= +1 V= 0
		Procuro projetar metas que aumentem a probabilidade de ganhos reais no curto prazo.	Falso	F= +1 V= 0
		Tenho preferência por investir tempo e dinheiro em negócios que apresentem resultados imediatos	Falso	F= +1 V= 0
		Sacrifico a minha felicidade agora para poder conquistar o que quero no futuro.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Procuro obter sempre mais conhecimento sobre a área em que atuo	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Sou capaz de determinar metas em longo prazo claras e específicas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Eu gosto de olhar ao longe, no horizonte, para a frente.	Verdadeiro	V= +1 F= 0

DIMENSÃO 3: SUSTENTABILIDADE	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	Não acredito que as mudanças climáticas possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER	Falso	F= +1 V= 0
		Acredito que a preservação da fauna e da flora nativa é responsabilidade do poder público.	Falso	F= +1 V= 0
		Para não desagradar o turista/cliente, prefiro não insistir na cobrança de atitudes sustentáveis no Espaço Rural.	Falso	F= +1 V= 0
		Coloco sempre em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir.	Falso	F= +1 V= 0
		Considero importante desenvolver ações que combatam o uso indiscriminado dos recursos naturais	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Considero que a exploração da atividade turística seja uma oportunidade de revitalizar o Espaço Rural.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Preocupo-me com a preservação e manutenção da originalidade e da identidade cultural local.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Deixo de oferecer determinados produtos e serviços se constato que estão degradando o meio ambiente, o patrimônio histórico ou a cultura tradicional local.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	Preocupação com o desenvolvimento local	É o bastante meu empreendimento trazer ganhos financeiros para mim e minha família	Falso	F= +1 V= 0
		Não dou muita atenção aos impactos externos do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas.	Falso	F= +1 V= 0
		Em minhas estratégias de desenvolvimento do TER, não costumo considerar os interesses da população local	Falso	F= +1 V= 0
		Acredito que o desenvolvimento local deve ser promovido de cima pra baixo, iniciando-se com ações do poder público.	Falso	F= +1 V= 0
		Busco inserção em redes comerciais locais do TER	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Reivindico políticas públicas locais para o TER	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Tenho satisfação em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		Considero o TER uma promissora fonte de renda	Verdadeiro	V= +1 F= 0

Fonte: Elaborado pelos autores a partir das proposições teóricas de Cantillon (1755); Say (1803), Knight (1921), Schumpeter (1934), Kirzner (1979), McClelland (1961, 1972, 1987); Caird (1988, 1991, 2013 Graziano da Silva (1998); Roque e Vivian (1999); Graziano da Silva; Del Grossi (2002); Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008); Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019) e Solha (2019); Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Brasil (2007); Silva (2008); Amorim (2009).

Conforme apresentado, o EMPRETER era composto, preliminarmente, por três dimensões, que contemplavam oito (8) características cada uma. Para fins de operacionalização, foram atribuídas oito (8) proposições a cada característica que compunha o EMPRETER, sendo quatro (4) verdadeiras e quatro (4) falsas. No teste-piloto aplicado aos gestores de TER, essas proposições foram dispostas de maneira aleatória para garantir a imparcialidade e validade das respostas. Convém ressaltar que todas as proposições são resultado do aporte teórico desta pesquisa no que tange ao perfil empreendedor, ao Turismo no Espaço Rural e à Sustentabilidade.

Ao final, a pontuação máxima preliminar eram 64 pontos, considerando que as três dimensões juntas somavam oito (8) características e que cada característica possuía oito (8) proposições a serem assinaladas como verdadeiras ou falsas.

Para análise da pontuação obtida, o intuito era aplicar algumas técnicas da estatística descritiva básica. Dessa forma, a média aritmética do teste indicaria em qual classificação o gestor poderia ser enquadrado, promovendo a autoanálise do seu perfil. Em cada característica, seria relevante que o gestor alcançasse, no mínimo, a pontuação quatro (4). E, no resultado geral, o esperado era que os gestores alcançassem, no mínimo, a média simples, que eram 32 pontos.

A média foi utilizada por se tratar da medida de posição mais importante de uma variável, pois constitui uma medida de posição central dos dados (SWEENEY et al., 2014).

Dessa forma, para a realização da autoanálise, as médias obtidas pelos gestores participantes deveriam ser comparadas com as médias dispostas no Quadro 12:

Quadro 12 – Classificação das médias obtidas - EMPRETER.

Baixo: 0 – 16 (muito distante do requerido) Ausência de perfil empreendedor. O gestor não apresenta nenhum traço de comportamento empreendedor.
Médio baixo: 17 – 31 (abaixo do requerido) Potencial favorável ao desenvolvimento de perfil empreendedor. O gestor não possui um número significativo de características empreendedoras, no entanto existe a pré-disposição a desenvolvê-las.
Média: 32 – 48 (atende o requerido) Presença moderada de perfil empreendedor. O gestor possui características empreendedoras latentes que precisam ser desenvolvidas e potencializadas.
Médio alto: 49 – 63 (acima do requerido) Presença acentuada de perfil empreendedor. O gestor possui um número significativo de características comuns aos empreendedores de sucesso.
TOP: 64 (muito acima do requerido) Perfil Empreendedor por excelência. O gestor, em sua autoavaliação, dispõe de todas as características comportamentais necessárias a um empreendedor de sucesso.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Convém ressaltar que o EMPRETER, na sua origem, não priorizou a análise estatística dos dados, a exemplo dos mais variados testes positivistas encontrados no mercado. Ao contrário, balizou-se na interpretação subjetiva da realidade dos sujeitos investigados, conforme preconizado pelas técnicas da corrente fenomenológica.

A corrente fenomenológica, segundo Creswell (2007, p.188), é pautada na identificação da “essência” das experiências humanas relativas a um fenômeno (no caso, perfil empreendedor), como será descrito pelos participantes do estudo. Ressalta-se que a compreensão das “experiências vividas” identifica a fenomenologia como um método, cujo procedimento envolve o estudo de um pequeno número de sujeitos (no caso, gestores de empreendimentos de Turismo no Espaço Rural), por meio de um envolvimento profundo para desenvolver padrões e relações de significado (CRESWELL, 2007).

Nesse sentido, o EMPRETER foi idealizado para fomentar a reflexão do gestor de TER acerca do seu perfil empreendedor, conduzindo-o a uma autoanálise comportamental. O principal intuito, considerando a versão preliminar do instrumento, era incentivar esse gestor a retirar o seu foco da correria do dia a dia e proporcionar-lhe um momento de autorreflexão de suas características empreendedoras na condição de *indivíduo* inserido em um *contexto* no qual é responsável por garantir a *sustentabilidade* de um empreendimento.

A seguir são apresentadas as 64 proposições do EMPRETER (versão preliminar) com as respectivas dimensões e características, ancoradas na literatura.

Quadro 13 – Dimensões, características e proposições do EMPRETER.

Dimensão	Características	Item	Proposições	Comportamentos e atitudes
Indivíduo	Necessidade de Realização	1	Prefiro os desafios que põem à prova minhas habilidades às coisas que faço com facilidade.	Autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência
		2	Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom.	Independência, inquietação
		3	Se encontro problemas com uma tarefa, deixo-a e passo a fazer outra.	Persistência
		4	O sucesso não acontece se não se estiver no lugar apropriado e no momento certo.	Responsabilidade, comprometimento
		5	Quando enfrento um desafio, penso mais nas consequências do sucesso do que nas do fracasso.	Otimismo
		6	Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe, a assumir a responsabilidade sozinho.	Liderança
		7	A maioria das pessoas pensam que sou teimoso.	Determinação, foco nos objetivos
		8	Gosto de pensar no futuro.	Orientação para o futuro.

Indivíduo	Criatividade e inovação	9	Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente.	Aversão a rotinas
		10	Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida.	Orientação para mudança
		11	Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa.	Versatilidade
		12	Considero-me mais reativo que proativo	Proatividade
		13	Posso fazer muitas coisas de uma vez	Flexibilidade
		14	Gosto de descobrir coisas novas, embora para isso deva enfrentar alguns desafios.	Novas ideias, orientação para mudança
		15	Os outros pensam que faço muitas perguntas	Curiosidade, alta capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos
		16	Raramente sonho acordado	Imaginação
Contexto	Propensão a riscos calculados	17	Normalmente é melhor aquilo a que estamos acostumados do que aquilo que nos resulta do desconhecido.	Calculista
		18	Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro, a um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho	Mobilidade
		19	Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem no mínimo de 50%	Ambição em um nível adequado
		20	Antes de tomar uma decisão, prefiro ter todos os fatos esclarecidos, embora demande muito tempo.	Capacidade de tomar decisões com informações incompletas
		21	Quando tenho que fixar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis.	Gosto por desafios
		22	Esforço-me para realizar somente as coisas que devem ser feitas	Não se acomoda
		23	Considero cuidadosamente as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	Análítico (custo x benefício).
		24	Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a coisas melhores, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão	Coragem

Contexto	Visualização de oportunidades	25	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	Articulador
		26	Consigo formular estratégias para capitalizar novas oportunidades visualizadas	Visionário
		27	Não perco muito tempo com análise de mercado	Observação de cenários
		28	Não preciso ter rede de relações, pois sou capaz de resolver sozinho os problemas do empreendimento que gerencio	Redes de contatos
		29	Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio pois prefiro focar nas demandas diárias	Planejamento
		30	Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios	Gosto pela novidade
		31	As pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	Captação de oportunidades
		32	Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	Persuasão
	Atenção à sazonalidade da demanda	33	Não costumo me preocupar com a captação de novos clientes/turistas.	Preocupação com aumento da carteira de clientes
		34	Demoro a perceber quedas significativas de demanda	Percepção acurada de mercado
		35	Não costumo realizar contato posterior com o cliente/turista para mensurar o nível de satisfação com o meu empreendimento.	Preocupação com a opinião do cliente/turista
		36	Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda	Controle financeiro
		37	Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado.	Estratégia
		38	Fico atento às estratégias dos meus concorrentes.	Observação
		39	Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda.	Capacidade de adequação
		40	Invisto em comunicação direta com os turistas/clientes	Realiza uma comunicação eficaz com o mercado

Sustentabilidade	Visão de longo prazo	41	Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER	Busca de avanço no nível de instrução
		42	Sou capaz de determinar metas em longo prazo, claras e específicas	Estabelecimento de metas
		43	Eu gosto de olhar ao longe, no horizonte, para a frente.	Planejamento de grandes projetos
		44	Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã	Preocupação com o futuro
		45	Procuro projetar metas que aumentem a probabilidade de ganhos reais no curto prazo.	Planejamento de longo prazo
		46	Tenho preferência por investir tempo e dinheiro em negócios que apresentem resultados imediatos	Preocupação com resultados positivos no longo prazo
		47	Sacrifício a minha felicidade agora para poder conquistar o que quero no futuro.	Esforço
		48	Procuro obter sempre mais conhecimento sobre a área que atuo	Busca de conhecimento
	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	49	Para não desagradar o turista/cliente, prefiro não insistir na cobrança de atitudes sustentáveis no Espaço Rural.	Consciência ambiental
		50	Coloco sempre em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir.	Equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental
		51	Considero importante desenvolver ações que combatam o uso indiscriminado dos recursos naturais	Responsabilidade no uso dos recursos naturais
		52	Considero que a exploração da atividade turística seja uma oportunidade de revitalizar o Espaço Rural.	Compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural
		53	Preocupo-me com a preservação e manutenção da originalidade e identidade cultural local.	Valorização cultural
		54	Não acredito que as mudanças climáticas possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER	Observação dos sinais de saturação ambiental
		55	Acredito que a preservação da fauna e da flora nativa é responsabilidade do poder público.	Compartilhamento de responsabilidades
		56	Deixo de oferecer determinados produtos e serviços se constato que estão degradando o meio ambiente, o patrimônio histórico ou a cultura tradicional local.	Compreensão sistêmica do tripé economia - sociedade - meio ambiente

Sustentabilidade	Preocupação com o desenvolvimento local	57	Tenho satisfação em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades	Geração de novos postos de trabalho
		58	Não dou muita atenção aos impactos externos do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas.	Avaliação do ambiente
		59	Em minhas estratégias de desenvolvimento do TER, não costumo considerar os interesses da população local	Preocupação com a população local
		60	Acredito que o desenvolvimento local deve ser promovido de cima pra baixo, iniciando-se com ações do poder público.	Participação na construção de políticas públicas
		61	Busco inserção em redes comerciais locais do TER	Estabelecimento de redes comerciais
		62	É o bastante meu empreendimento trazer ganhos financeiros para mim e minha família	Preocupação com as demandas locais
		63	Reivindico Políticas Públicas locais para o TER	Conhecimento de políticas públicas para o setor.
		64	Considero o TER uma promissora fonte de renda	Contribuição eficaz com o aumento da renda local

Fonte: Graziano da Silva (1998); Roque e Vivian (1999); Graziano da Silva; Del Grossi (2002); Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008); Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019) e Solha (2019); e trabalhos voltados à Sustentabilidade e Turismo Sustentável Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Brasil (2007); Silva (2008); Amorim (2009).

2.2.3 Etapa 6: Fontes dos Itens – testes semelhantes já relatados na literatura e entrevistas com a população-alvo.

As proposições relacionadas às características Necessidade de Realização, Criatividade e Inovação, Propensão a Riscos e Visualização de Oportunidades, que compuseram a versão preliminar do EMPRETER, foram ancoradas em dois instrumentos já consolidados e testados empiricamente: o modelo PECs, desenvolvido em 1987 a partir dos estudos de David McClelland, nos EUA, e o modelo GET,

desenvolvido em 1988 pelos professores Sally Caird e Cliff Johnson, na Unidade de Formação Industrial da *Durham University Business School* – Durham, Inglaterra. Ambos os modelos partem do princípio de que os indivíduos empreendedores apresentam uma série de características em comum que não são encontradas no restante da população. E essas características que os diferenciam dos demais, se bem exploradas, podem levar esses indivíduos a contribuir sobremaneira com o desenvolvimento socioeconômico das sociedades em que estiverem inseridos.

As demais proposições relacionadas ao contexto e à sustentabilidade do empreendimento, voltadas especificamente para o gestores do TER, tiveram como base conceitual o aporte teórico acerca do TER, balizado, sobretudo, nos estudos de Graziano da Silva (1998), Roque e Vivian (1999); Graziano da Silva; Del Grossi (2002); Ansarah (2005), Brizolla (2006; 2008); Beni (2007), Soares (2007), Dorneles et al. (2009); BRASIL (2007, 2010); Sousa Colantuono (2019) e Solha (2019); e trabalhos voltados à Sustentabilidade e Turismo Sustentável Sachs (1993, 2009); Elkington (1997); Pires (2002); Lago (2006); Brasil (2007); Silva (2008); Amorim (2009).

2.2.3.1 *Personal Entrepreneurial Characteristics (PECs)*

O Teste *Personal Entrepreneurial Characteristics* (PECs), ou, em português, Características Empreendedoras Pessoais, foi desenvolvido nos Estados Unidos, na década de 1980, a partir do aprimoramento dos estudos de McClelland, por meio de uma parceria entre a *United States Agency for International Development* (USAID), a *Management Systems International* (MSI) e a *McBeer e Company*, empresa de consultoria de McClelland (KRÜGER; MINELLO, 2018).

De acordo com Mainardes et al. (2017), as dez características do comportamento empreendedor que compõem o Teste PECs foram agrupadas em três grupos de necessidades conforme o Quadro 14:

Quadro 14 – Comportamentos básicos de empreendedores identificados por McClelland.

Grupos	Comportamentos	Características
Realização	Busca de oportunidades e iniciativas	Examina novos espaços de atuação, produtos e serviços a fim de ampliar seu empreendimento; desfruta de oportunidades para iniciar um novo negócio, conquistar financiamentos, equipamentos, espaços ou assistência.
	Persistência	Atua à frente de obstáculos; enfrenta desafios ou dificuldades; responsabiliza-se pela realização dos objetivos determinados; deve ter competência para examinar resultados e aprender com seus erros.
	Correr riscos calculados	Verifica e avalia as opções; atua para minimizar riscos ou monitorar resultados; atua em situações de riscos moderados, desde que sejam calculados, nas quais as chances de sucesso superam as de fracasso.
	Exigência de qualidade e eficiência	Desempenha a melhor maneira, mais rapidamente ou com menor custo; concede a forma que atende ou ultrapassa os padrões de excelência; responsabiliza-se pelo cumprimento do prazo determinado.
	Comprometimento	Esforça-se para terminar uma tarefa contratada, priorizando a satisfação dos clientes; dá preferência à boa vontade em longo prazo em vez de lucro em curto prazo.
Planejamento	Busca de informações	Procura informações sobre clientes, fornecedores e concorrentes; examina o modo de fabricar o produto ou de demonstrar o serviço; requer assessoria técnica ou comercial para executar estratégias racionais.
	Estabelecimento de metas	Estabelece objetivos que representam significados pessoais; determina metas em longo prazo claras e específicas e metas de curto prazo mensuráveis.
	Planejamento e monitoramento sistemáticos	Planeja grandes projetos; conduz e confere seus planos; guarda registros financeiros e os aproveita para tomar decisões.

Poder	Independência e autoconfiança	Procura obter autonomia em diversos grupos; preserva seus pensamentos e decisões, mesmo com a discordância de outros; revela confiança em si próprio para conduzir uma tarefa.
	Persuasão e rede de contatos	Estabelece estratégias para induzir e influenciar os demais; atua para crescer e atender relações comerciais.

Fonte: Greatti e Senhorini, 2000 (apud MAINARDES et al., 2017, p. 76).

Nessa perspectiva, McClelland e sua equipe elaboraram, em 1987, um questionário composto por 55 afirmações, objetivando mensurar essas dez características do comportamento empreendedor (MSI, 1990).

O instrumento foi elaborado para ser respondido pelo pesquisado, considerando sua percepção diante de cada uma das 55 assertivas que compõem o questionário. As respostas são materializadas por meio de uma escala Likert de 5 pontos, compreendendo a seguinte gradação: 1 = nunca; 2 = raras vezes; 3 = as vezes; 4 = frequentemente; e 5 = sempre (KRÜGER; MINELLO, 2018).

Conforme demonstrado no Quadro 15, cada questão tem sua respectiva correspondência com uma das dez características do comportamento empreendedor.

Quadro 15 – Características e Questões do teste PECs.

CCE	QUESTÕES					
Busca de oportunidades e iniciativa	Q1	Q12	Q23	Q34*	Q45	FC
Persistência	Q2	Q13	Q24	Q35*	Q46	FC
Comprometimento	Q3	Q14	Q25	Q36	Q47*	FC
Exigência de qualidade e eficiência	Q4	Q15	Q26	Q37	Q48	-

Correr riscos calculados	Q5	Q16	Q27	Q38*	Q49	FC
Estabelecimento de Metas	Q6	Q17*	Q28	Q39	Q50	FC
Busca de informações	Q7	Q18	Q29*	Q40	Q51	FC
Planejamento e monitoramento sistemáticos	Q8	Q19	Q30	Q41*	Q52	FC
Persuasão e redes de contato	Q9	Q20*	Q31	Q42	Q53	FC
Independência e autoconfiança	Q10	Q21*	Q32	Q43	Q54	FC

Fonte: Adaptado de Mansfield et al. (1987 apud KRÜGER; MINELLO, 2018, p. 11).

O (*) do Quadro 15 sinaliza as questões negativas, que devem ter sua pontuação subtraída do resultado da característica correspondente, devendo-se acrescentar 6 (seis) pontos ao final do somatório (MANSFIELD et al., 1987). As questões de número 11, 22, 33, 44 e 55¹⁷ foram retiradas do quadro porque “correspondem ao ‘Fator de Correção’, utilizado para evitar que, muitas vezes de modo inconsciente, o respondente apresente uma autoimagem excessivamente favorável” (KRÜGER; MINELLO, 2018, p. 11-12).

Segundo Mansfield et al. (1987), para encontrar a pontuação de cada característica, o pesquisador deve somar as respectivas assertivas, subtrair as questões negativas e acrescentar 6 (seis) pontos ao final do somatório. Caso o valor final seja maior que 20 (vinte), será necessário aplicar o Fator de Correção, subtraindo os respectivos valores de todas as características, conforme Quadro 16:

17 Questão 11: Não importa com quem fale, sempre escuto atentamente; Questão 22: Aborreço-me quando não consigo o que quero; Questão 33: Tive fracassos no passado; Questão 44: Em algumas ocasiões obtive vantagens de outras pessoas; Questão 55: Quando desconheço algo, não hesito em admiti-lo.

Quadro 16 – Fator de Correção para as PECs

Se a pontuação do Fator de Correção é	Subtraia o seguinte número de correção da pontuação total de cada competência
24 ou 25	7
22 ou 23	5
20 ou 21	3
19 ou menos	0

Fonte: Elaborado por Krüger e Minello (2018, p. 12) com base em Mansfield *et al.* (1987).

2.2.3.2 General Enterprising Tendency (GET)

O teste General Enterprising Tendency (GET) ou, em português, Tendência Empreendedora Geral (TEG), foi desenvolvido em 1988, na Unidade de Formação Industrial da Durham University School – Durham, Inglaterra. Por seu potencial como ferramenta educacional e de pesquisa, atualmente tem gerado grande interesse entre os acadêmicos e pesquisadores que trabalham em instituições de ensino superior e universidades, bem como consultorias de desenvolvimento das várias partes do mundo, especificamente nas áreas de empreendedorismo e inovação (CAIRD, 2013).

O teste GET original foi desenvolvido para ser aplicado em sala de aula como uma ferramenta de pesquisa. Posteriormente, foi adaptado para uso por *Training Enterprise Companies* (TEC) na forma de um sistema baseado em conhecimento para contribuir com o treinamento de proprietários-gerentes de negócios. A abordagem adotada para elaboração do GET envolveu a identificação das principais características dos indivíduos empreendedores associadas ao comportamento empreendedor e ao próprio empreendedorismo.

Nos últimos 30 anos, houve um interesse mundial pelo GET, e este começou a ser aplicado em vários países, na educação, pesquisa, desenvolvimento e treinamento no ensino superior, educação continuada e em contextos escolares. Diante desse interesse mundial, os autores Sally Caird e C. Johnson o disponibilizaram *online*, gratuitamente, para pessoas que desejam testar sua tendência empreendedora, ou para fins educacionais e de pesquisa (CAIRD, 2013).

De acordo com Caird (2013), todos os indivíduos apresentam uma ou outra característica empreendedora em seu perfil comportamental. Assim, conhecer a quantidade e o grau das características empreendedoras apresentadas é uma forma de identificar se o indivíduo possui ou não um comportamento empreendedor.

Segundo os mencionados idealizadores do teste, o indivíduo empreendedor precisa apresentar determinadas características empreendedoras, entre as quais se destacam (como principais): forte motivação, caracterizada por uma grande necessidade de realização e autonomia; tendência criativa; tomada de risco calculada; e um lócus interno de controle (crença de que você tem controle sobre o próprio destino e faz sua própria “sorte”). As pessoas montam uma empresa porque são altamente motivadas (a realizar algo por si mesmas) por uma boa ideia e porque gerenciam riscos (GET2, 2019).

No Brasil, a partir de 1991, o GET começou a ser utilizado em vários estudos nos contextos acadêmico e empresarial, como um instrumento relevante para diagnosticar e fortalecer as áreas de empreendedorismo e inovação (FERREIRA; ARANHA, 2008). O Quadro 17 destaca alguns:

Quadro 17 – Estudos utilizando o GET no Brasil.

Foco	Pesquisas
Perfil de estudantes de Administração	Pantzier, 1999; Espírito Santo, 2011; Simão, 2012; Flores e Santos, 2014; Gaião, Lira, Queiroz, 2009 e Iizuka, Moraes, 2014.
Perfil de estudantes de Ciências Contábeis	Niveiros, Almeida, Arenhardt, 2008; Bilac et. al, 2016.
Perfil de estudantes de Engenharia	Lira, Lira Morais, 2005; Peloggia, 2001; Ferreira e Aranha, 2008; Araújo e Dantas, 2009
Perfil de estudantes da área da saúde	Carreiro, Coutinho e Coutinho, 2010; Carreiro, Coutinho, Melo, 2010.
Perfil de estudantes de diversos cursos	Vedoin, Garcia, 2010; Rosa, Rosa, Berto e Duarte, 2011;
Perfil de servidores públicos	Leal et al. 2011; Espírito Santo, 2015
Perfil de trabalhadores de ocupações gerais	Uriarte, 1999; Souza, Silveira, Nascimento, Santo, 2014; Hahn et al., 2017.
Perfil de profissionais gerentes	Russo e Sbragia, 2007; Guerbali, Oliveira, Silveira, 2013.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O GET permite identificar se o indivíduo possui traços do comportamento empreendedor, pois, segundo Caird (2013), existe uma série de tendências pessoais que comumente estão associadas com o indivíduo empreendedor. Essas tendências incluem-se nas cinco categorias dispostas no Quadro 18.

Quadro 18 – Características empreendedoras e tendências pessoais.

Características	Tendências Pessoais
Necessidade de Sucesso	-Orientação para o futuro; -Autoconfiança; -Perspectiva mais otimista do que pessimista; - Forte orientação para tarefas; -Abordagem eficaz para gerenciamento de tempo; -Orientação para resultados, que se aplica a si e aos outros; -Inquietação, com um forte impulso e altos níveis de energia; -Prontidão para defender ideias e pontos de vista; -Determinação para garantir que os objetivos sejam alcançados, mesmo quando surgirem dificuldades; -Responsabilidade e persistência na busca de objetivos; -Orientação a objetivos, estabelecendo objetivos desafiadores, mas realistas; -Disposição para trabalhar por muito tempo quando for necessário para concluir tarefas.
Necessidade de autonomia/ independência	-Independência, preferindo trabalhar sozinho, especialmente se não puder ser o melhor; -Autoexpressão forte, sentindo a necessidade de fazer o que quer do seu jeito, em vez de trabalhar nas iniciativas de outras pessoas; -Individualismo, capacidade de se manter sozinho, mesmo quando pressionado por pessoas e grupos; -Orientação para liderança, preferindo estar no comando e não gostando de receber ordens; -Não convencionalismo, estando preparado para se destacar como sendo diferente dos outros; -Opinião e capacidade de dizer o que pensa sobre questões; -Determinação, sendo obstinado e obstinado sobre seus interesses.
Tendência Criativa	-Imaginação, com uma tendência inventiva ou inovadora de apresentar novas ideias; -Intuição, capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos e de fazer boas suposições quando necessário; -Orientado à mudança, preferindo novidade, mudança e desafio, com uma aversão a estar preso às rotinas; -Versatilidade, poder contar com recursos pessoais para projetos ou solução de problemas; -Curiosidade com interesse em novas ideias.

Propensão a riscos	-Decisivo, capaz de agir com informações incompletas e bom em julgar quando informações incompletas são suficientes para agir; -Autoconsciência da capacidade de avaliar com precisão sua própria capacidade; -Analítico, sendo bom em avaliar os prováveis benefícios em relação aos prováveis custos das ações; -Orientado a objetivos, estabelecendo objetivos desafiadores, mas atingíveis; -Gerenciamento eficaz de informações, usando informações para calcular a probabilidade de sucesso.
Impulso/ Determinação	-Oportunista, buscando e aproveitando oportunidades; -Autoconfiante na crença de que tem controle sobre seu destino e faz sua própria sorte, em vez de ser controlado pelo destino; -Proativo, assumindo a responsabilidade pessoal de navegar pelos problemas que surgem para obter sucesso em seus termos; -Determinado, expressando vontade forte e esforço para controlar sua vida; -Autoconfiante, equiparando os resultados alcançados com o esforço realizado.

Fonte: elaborado pelos autores com base em Caird (1988, 1991, 1992, 2006, 2013).

O teste GET é composto por 54 (cinquenta e quatro) afirmações, para as quais os acadêmicos devem expressar suas reações de Concordo (C), ou Não Concordo (N). Todas as questões são direcionadas para corresponder às cinco (5) características identificadas no perfil empreendedor. Desse modo, seis questões estão relacionadas à característica Necessidade de Autonomia; as outras quatro características, Necessidade de Sucesso, Tendência Criativa, Propensão a Riscos e Impulso/Determinação, compreendem doze questões cada (VEDOIN, 2010).

O método para tabulação dos dados coletados com o GET comporta as seguintes etapas (CAIRD, 2013):

1. O quadro de respostas é composto por áreas sombreadas e não sombreadas. Deve-se anotar 1 ponto para cada N assinalado nas casas sombreadas e 1 ponto para cada C assinalado nas casas não sombreadas.
2. A pontuação deve ser somada por linha e anotada.
3. Em seguida, deverá ser feito o lançamento dessa pontuação por linha em uma tabela com duas colunas, sendo uma com o número da linha e outra com a pontuação obtida, para facilitar a visualização.
4. Agora os pontos obtidos nas linhas serão somados e atribuídos às suas respectivas características, conforme se visualiza no próximo Quadro:

Quadro 19 – Metodologia de Tabulação do GET.

Linhas	Características
1 + 6	Necessidade de Sucesso
3	Necessidade de Autonomia
5 + 8	Tendência Criativa
2 + 9	Propensão a Riscos
4 + 7	Impulso e Determinação

Fonte: Adaptado de Peloggia (2001, p. 45-46).

Os dados obtidos no teste de cada respondente devem ser compilados em uma planilha e submetidos ao somatório da pontuação para, posteriormente, ser determinada a média aritmética simples em cada uma das cinco características (CAIRD, 2013).

Como parâmetros para análise das médias obtidas com a aplicação do GET, Ferreira e Aranha (2008) apresentam as médias

propostas por GET (1988), sendo, de um lado, a pontuação máxima do teste e, de outro, a média esperada, de acordo com o Quadro 20.

Quadro 20 – Metodologia para análise da média das cinco características do perfil empreendedor.

Característica	Pontuação Máxima	Média Esperada
Necessidade de Sucesso (S)	12	9
Necessidade de Autonomia Independência (AI)	6	4
Tendência Criativa (TC)	12	8
Propensão a Riscos (PR)	12	8
Impulso e Determinação (ID)	12	8

Fonte: Adaptado de Ferreira; Aranha (2008, p. 5).

O Teste GET assume extrema relevância, pois possibilita a identificação e mensuração do perfil empreendedor de indivíduos das mais variadas áreas, tornando possível afirmar, analisando as cinco características apresentadas, até que ponto uma determinada pessoa possui ou não tendências específicas de comportamento empreendedor (CAIRD, 1991).

2.3 PROCEDIMENTOS PARA APLICAÇÃO DO EMPRETER (VERSÃO PRELIMINAR)

O EMPRETER é destinado, especificamente, para aplicação junto aos gestores de TER no Brasil, podendo ocorrer internamente (nos empreendimentos de TER) ou em programas de treinamento externos. A seguir, descreve-se o passo a passo para aplicação da versão preliminar desse instrumento:

- **Passo 1:** o aplicador entrega o formulário com as proposições e explana as instruções de preenchimento;
- **Passo 2:** o aplicador informa o tempo de 20min para análise das 64 proposições e atribuição de Verdadeira ou Falsa a cada uma;
- **Passo 3:** o aplicador entrega a folha-gabarito para que cada participante compare suas respostas e calcule a média alcançada; para essa etapa, deve ser atribuído o tempo de 10min.
- **Passo 4:** o aplicador entrega a folha com a “Classificação do Perfil Empreendedor” para que cada participante identifique, a partir da média alcançada, em qual intervalo seu perfil está enquadrado; nessa etapa, o aplicador motiva a autoanálise dos participantes em relação ao perfil empreendedor identificado. Para essa autoanálise e reflexão, deve ser atribuído o tempo de 20min;
- **Passo 5:** A experiência de autoanálise do perfil empreendedor a partir do EMPRETER poderá ser compartilhada com os outros participantes, caso o grupo todo esteja de acordo. Para essa etapa, a atribuição de tempo fica livre, de acordo com a quantidade de participantes e a disponibilidade do grupo.

A versão final do EMPRETER será apresentada no Capítulo seguinte, após o tratamento e a análise dos dados do Estudo de Campo.

3

**VALIDAÇÃO
DO EMPRETER:
O PERCURSO
EMPÍRICO**

Este Capítulo apresenta os dados empíricos coletados no Estudo de Campo, bem como as análises realizadas. Aqui são demonstrados, primeiramente, os resultados da *Fase 1*, que corresponde às avaliações do EMPRETER realizadas pelos especialistas que contribuíram com a construção da versão final do referido instrumento. Posteriormente, os resultados da *Fase 2*, que compreende o Teste-piloto realizado com gestores de TER, no estado de Mato Grosso do Sul, região Centro Oeste do Brasil, e os resultados das entrevistas semiestruturadas realizadas com esses mesmos gestores.

O Teste-piloto foi extremamente relevante, pois permitiu a aproximação dos conceitos encontrados na literatura e nas avaliações dos especialistas à realidade do público-alvo da pesquisa.

Ressalta-se que, antes do início da *Fase 2* do Estudo de Campo, a pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMS, pois o Teste-piloto e as entrevistas semiestruturadas envolveram intervenções diretas junto aos gestores de TER participantes.

3.1 FASE 1: APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES DOS ESPECIALISTAS

Os pesquisadores selecionaram 40 profissionais das áreas de Turismo, Empreendedorismo e áreas correlatas (Gestão de Negócios, Gestão Ambiental, Sustentabilidade, Turismo no Espaço Rural, Geografia, Desenvolvimento Local e Regional, entre outras). Nesse grupo, foram contemplados especialistas da área acadêmica, que atuam como docentes e pesquisadores em universidades e institutos federais de ensino superior, e também profissionais que atuam no mercado, nas referidas áreas.

Foi realizado, em um primeiro momento, o contato via telefone e *Whatsapp* para verificar a disponibilidade de cada especialista em participar do processo de avaliação do formulário. Ao final dessa primeira etapa, 20 especialistas aceitaram contribuir com a pesquisa e se dispuseram a realizar a avaliação do EMPRETER.

Em um segundo momento, foi encaminhado, para cada especialista, um *e-mail* contendo um resumo da pesquisa (objetivos, metodologia, resultados esperados), um roteiro de avaliação e a versão preliminar do EMPRETER. Esses documentos visaram possibilitar a avaliação pelo respectivo especialista, que foi orientado a devolver a avaliação preenchida, por *e-mail*, ou realizá-la via vídeo chamada (*Skype*, *Google Meet*, *Whatsapp*, ou outra ferramenta tecnológica de áudio e vídeo). Ressalta-se que foram utilizados esses recursos digitais para realização das avaliações em decorrência das medidas sanitárias adotadas no Brasil, a partir de março de 2020, para controle da pandemia da COVID-19.

No período de abril a junho de 2020, os especialistas retornaram a avaliação, sendo 16 por *e-mail*, 03 via *Skype* e 01 via *Google Meet*. O Quadro 21 apresenta algumas informações referentes aos 20 avaliadores. Para garantir o anonimato dos especialistas na publicação dos dados da avaliação, adotou-se a nomenclatura E01, E02..., sucessivamente até E20.

Quadro 21 – Informações referentes aos Especialistas Avaliadores.

Identificação	Titulação	Proveniência	Área de atuação	Instituição
E01 (Skype)	Mestre	Academia	Turismo e gestão ambiental	IFPA/Campus Bragança
E02 (E-mail)	Doutor	Academia	Gestão de Pequenas Empresas	UFMS/Campus de Três Lagoas
E03 (E-mail)	Doutor	Academia	Ciências Contábeis	UFMS/Campus de Três Lagoas

E04 (E-mail)	Doutor	Academia	Políticas públicas de Turismo	UEMS/Campo Grande
E05 (E-mail)	Doutora	Academia	Turismo e Desenvolvimento Regional	UEMS/Campo Grande
E06 (E-mail)	Doutor	Academia	Economia do Turismo e Desenvolvimento Local/Regional	CEFET/RJ (Campus Valença)
E07 (E-mail)	Doutor	Academia	Geografia Humana e Turismo	UFGD/Dourados
E08 (Google Meet)	Mestre	Mercado	Gestão do Turismo e Desenvolvimento Local	Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul
E09 (E-mail)	Doutor	Academia	Engenharia Florestal e Ecologia de Ecossistemas	Instituto Florestal-SP/ UNICAMP/UNESP
E10 (E-mail)	Especialista	Mercado	Desenvolvimento territorial/ setorial	PROJECT MS – Projeto, Consultoria e Marketing Ltda.
E11 (E-mail)	Doutora	Academia	Turismo, Gestão de Recursos Naturais e Sustentabilidade	UFMS/Campus de Aquidauana
E12 (Skype)	Especialista	Mercado	Turismo e Gestão Ambiental	NB Consultoria Empresarial
E13 (E-mail)	Doutora	Academia	Turismo, Meio Ambiente e Gestão de Recursos Hídricos	UFMS/Campus de Aquidauana
E14 (Skype)	Doutor	Academia	Ciências econômicas	UFMS/Campus de Três Lagoas
E15 (E-mail)	Mestre	Mercado	Turismo e Desenvolvimento Regional Sustentável	Instituto de Pesquisas Ecológicas da Amazônia
E16 (E-mail)	Doutor	Academia	Meio Ambiente e Desenvolvimento	UEL-Universidade Estadual de Londrina
E17 (Skype)	Doutor	Academia	Ecoturismo, Turismo no Espaço Rural e Educação Ambiental	ESALQ/Universidade de São Paulo
E18 (E-mail)	Doutor	Academia	Ciências Humanas e Turismo	Universidade Federal do Rio Grande do Norte

E19 (E-mail)	Doutora	Academia	Turismo e Meio Ambiente	Universidade do Estado do Amazonas
E20 (E-mail)	Doutor	Academia	Governança na gestão de território, turismo e meio ambiente e educação ambiental	Universidade Federal de Pernambuco

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No formulário de avaliação, os especialistas foram convidados a analisar as 64 proposições preliminares do EMPRETER, considerando os critérios de: *C/C* (Proposição Clara/Compreensível), *RC* (Proposição Representativa do Conceito explorado) e *R* (Proposição Relevante para a análise). As respostas obtidas foram lançadas em uma planilha do Microsoft Excel.

Na referida planilha, os pesquisadores atribuíram 1 (um) ponto às proposições que atenderam aos três requisitos do quadro avaliativo (clara/compreensível, representatividade do conceito e relevante para análise) e 0 (zero) para as que não atenderam a pelo menos um desses critérios. Dessa forma, foi possível encontrar o percentual de concordância, entre os especialistas, em relação a cada uma das 64 proposições preliminares do EMPRETER. Nessa etapa, para realização de um tratamento quantitativo dos dados, foi utilizado o Método de Porcentagem de Concordância.

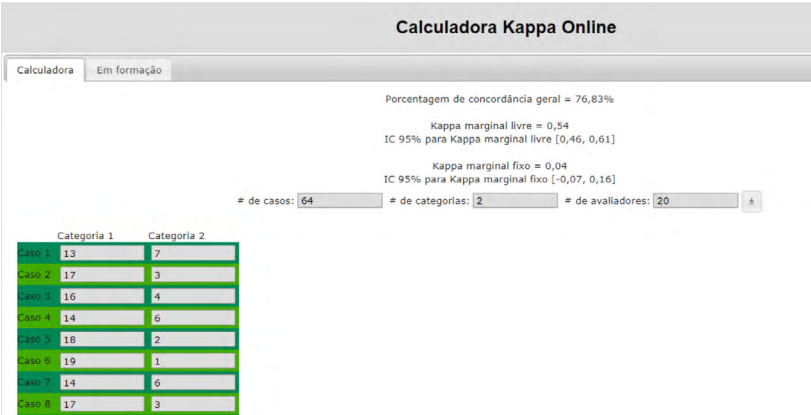
O referido método, aplicado a essa primeira fase do tratamento de dados, apontou que 33 das 64 proposições alcançaram resultado superior a 90% de concordância entre os 20 especialistas. O cálculo da Porcentagem de Concordância correspondeu ao total de especialistas que concordaram com determinada proposição avaliada, dividido pelo total geral de especialistas e multiplicado por 100, conforme a seguinte representação, baseada em Alexandre e Coluci (2011, p. 3065):

$$\% \text{ de concordância} = \frac{\text{n}^{\circ} \text{ de especialistas que aprovaram a proposição}}{\text{n}^{\circ} \text{ total de especialistas consultados}} \times 100$$

Seguindo as instruções indicadas pelo método, os pesquisadores reavaliaram todas as proposições, em especial as que não obtiveram índice superior a 90% de concordância entre os especialistas. Na versão final do EMPRETER, foram realizadas as devidas correções, alterações e supressões, conforme as sugestões contidas no instrumento de avaliação respondido.

Na sequência, procurou-se identificar o percentual total de concordância dos especialistas em relação ao instrumento EMPRETER de forma geral, considerando a maneira como foi apresentado preliminarmente. Nessa segunda fase, recorreu-se ao coeficiente de Kappa de concordância, mediante uso da ferramenta Online Kappa Calculator¹⁸, conforme Figura 5.

Figura 5 – Cálculo do Coeficiente de Kappa de Concordância entre os 20 especialistas.



Fonte: <http://justusrandolph.net/kappa/>.

18 Randolph, JJ (2008). Calculadora Kappa Online [Software]. Obtido em <http://justusrandolph.name/kappa>. Acesso em: 01/07/2020.

Onde:

- O número de casos corresponde ao número de proposições avaliadas: 64 (sessenta e quatro);
- O número de categorias corresponde à concordância com a proposição (abrangente, representativa e relevante) e não concordância (quando faltou um dos três requisitos): 2 (dois);
- O número de avaliadores corresponde aos especialistas convidados: 20 (vinte);

Assim, foi lançado, na primeira coluna do *Online Kappa Calculator*, o número de especialistas que concordaram com determinada proposição (observando os três critérios: abrangente, representativa e relevante) e, na segunda coluna, o número de especialistas que não concordaram (ausência de pelo menos um dos três critérios).

No que concerne à interpretação dos resultados do *Kappa*, Fleiss (1981) aponta que a proporção de concordância entre os avaliadores varia de -1 a 1 (sendo -1 a ausência total de concordância e 1 a completa concordância). No Quadro 22, são apresentados os valores de referência.

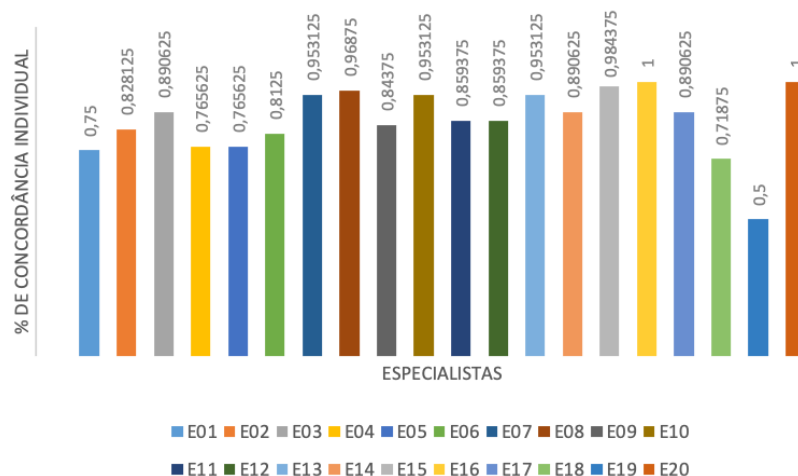
Quadro 22 – Valores de referência do Coeficiente de Kappa.

Valor de Kappa	Concordância
<0,40	Fraca
0,40 – 0,75	Intermediária – Boa
≥ 0,75	Excelente

Fonte: Adaptado de Fleiss (1981).

Nessa fase, com o lançamento dos dados no *Online Kappa Calculator*, obteve-se um percentual total geral de concordância entre os especialistas de 76,83%, o que pode ser considerado, conforme valores de referência de Fleiss (1981), como um grau excelente de concordância ($\geq 0,75$). O Gráfico 2 apresenta, ilustrativamente, os resultados por especialista.

Gráfico 2 – Resultados da concordância com as proposições por especialista.

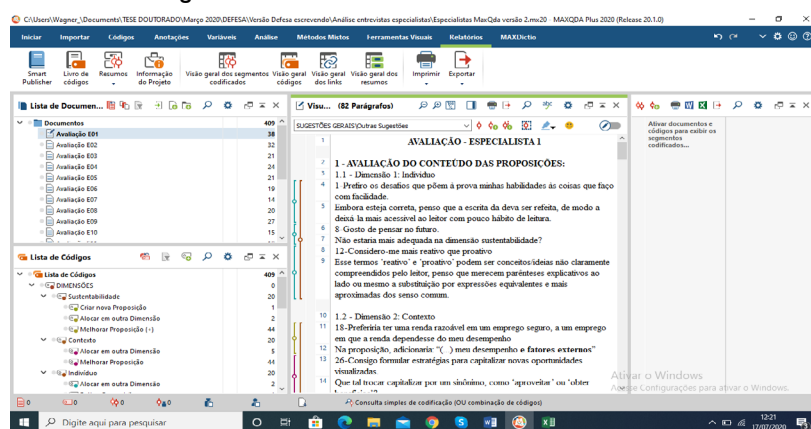


Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Após concluídos esses testes matemáticos para validação das avaliações, procedeu-se ao tratamento qualitativo dos dados por meio da técnica de Análise de Conteúdo.

A pré-análise iniciou-se com a leitura das 20 avaliações realizadas pelos especialistas. Essa leitura possibilitou a constituição de um *corpus* de análise, que foi organizado em 20 arquivos digitais (cada um correspondendo à avaliação de um especialista), em documento Word, para inserção no MAXQDA. A Figura 6 representa como esses arquivos ficaram dispostos no referido software.

Figura 6 – Interface de documentos no MAXQDA.



Fonte: MAXQDA (2020).

A Figura 6 demonstra que os arquivos em Word com a avaliação dos especialistas estão dispostos, no MAXQDA, no lado superior esquerdo, na aba nomeada pelo software como *Lista de Documentos*. Na parte central, é possível visualizar o conteúdo de cada uma das avaliações, ao serem clicadas na Lista. Terminada essa inserção e organização dos dados no software, foi realizada a leitura de todos os arquivos para realização posterior do processo de codificação. A relação de códigos e subcódigos é apresentada na parte inferior esquerda do MAXQDA, intitulada *Lista de Códigos*.

Após a conclusão dessa primeira fase, procedeu-se à *exploração do material*. A partir do referencial teórico da pesquisa, foram estabelecidas quatro (4) variáveis para serem estudadas. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 137):

[...] uma variável pode ser considerada como uma classificação ou medida; uma quantidade que varia; um conceito operacional, que contém ou apresenta valores; aspecto, propriedade ou fator, discernível em um objeto de estudo e passível de mensuração. Os valores que são adicionados ao

conceito operacional, para transformá-lo em variável, podem ser quantidades, qualidades, características, magnitudes, traços etc., que se alteram em cada caso particular e são totalmente abrangentes e mutuamente exclusivos. Por sua vez, o conceito operacional pode ser um objeto, processo, agente, fenômeno, problema etc.

Para análise de cada variável, foram criadas categorias *a priori*, conforme preconizado por King (2004), com o intuito de estabelecer, posteriormente, uma matriz hierárquica de categorização, com base na codificação dos dados contidos nas 20 avaliações. Bardin (2011, p. 147) afirma que “As categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos”.

Ressalta-se que o estabelecimento de categorias *a priori* também é preconizado pela autora:

O quadro de categorias pode ser elaborado *a priori*, com base numa teoria ou a partir do senso comum: foi o caso da maioria dos dicionários oriundos do General Inquirer. Ou então, e isto deu origem a um debate anglo-saxônico de metodologia, as categorias podem emergir diretamente do texto, por reagrupamento em aglomerados (clustering), como no sistema Words (Iker, 1975) sobre entrevistas de psicoterapia. Seja como for, é sempre possível antever uma lista de previsão ou reunir categorias ou subcategorias suplementares (BARDIN, 2011, p.179).

Convém mencionar que, no MAXQDA, categorias e subcategorias são definidas como Códigos, e o seu conjunto é denominado Matriz ou Sistema de Códigos.

Nesse segmento, as quatro variáveis que compuseram a Matriz de códigos são apresentadas no Quadro 23.

Quadro 23 – Descrição das variáveis analisadas.

VARIÁVEIS	DESCRIÇÃO
CONTEÚDO	Compreende a análise da avaliação realizada pelos especialistas nas três dimensões constitutivas do EMPRETER (Indivíduo, Contexto e Sustentabilidade), considerando os conceitos de clareza, representatividade e relevância.
LAYOUT	Abarca a análise da avaliação dos especialistas no que concerne aos elementos estéticos do instrumento: o título, o formato, as instruções, a disposição das proposições, e o escore do instrumento (cálculo e classificação).
ABRANGÊNCIA	Contempla a análise do parecer dos especialistas referente à possibilidade de o EMPRETER ser aplicado em qualquer região do Brasil, considerando sua abrangência de conteúdo.
SUGESTÕES GERAIS	Compreende a análise das sugestões apresentadas pelos especialistas para melhoria do EMPRETER em seu aspecto geral.

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

A partir da inserção dessas quatro variáveis no MAXQDA, foi possível organizar o conteúdo das avaliações em parágrafos numerados e realizar a codificação de todos os documentos, associando cada trecho a um código estabelecido pelos pesquisadores. Ressalta-se que, no referido *software*, o Sistema de Códigos corresponde às categorias e subcategorias preconizadas pelo método de análise de conteúdo. Dessa forma, dentro de cada variável foram estabelecidos códigos e subcódigos, gerando um Sistema de Códigos ou uma Árvore de Códigos, permitindo um ordenamento hierárquico, conforme Quadro 24.

Quadro 24 – Visão geral dos códigos, subcódigos e suas frequências.

Lista de Códigos	Frequência
Lista de Códigos	412
CONTEÚDO	0
Indivíduo	20
Alocar em outra Dimensão	2
Retirar Proposição	1
Melhorar Proposição	30
Contexto	20
Alocar em outra Dimensão	5
Melhorar Proposição	43
Sustentabilidade	20
Criar nova Proposição	7
Alocar em outra Dimensão	2
Melhorar Proposição	37
LAYOUT	0
Estética Geral	16
Escore	24
Melhoria no Escore	4
Alterar Escore	13
Manter Escore	7
Instruções	20
Melhoria nas Instruções	8
Instruções Claras e Compreensíveis	12
Formato	20
Alterar Formato	8
Manter Formato	12
Título	20
Alterar Título	6
Manter Título	14

ABRANGÊNCIA	0
Melhorias para abrangência	6
Abrangente e tem potencialidade	14
SUGESTÕES GERAIS	0
Proposições e Características	4
Conteúdo Geral	8
Outras Sugestões	9

Fonte: Dados de pesquisa (MAXQDA, 2020).

A categorização dos resultados das avaliações dos especialistas foi agrupada de acordo com os objetivos da presente pesquisa. Foram identificadas quatro (4) variáveis, com um total de 13 categorias, 17 subcategorias e 412 segmentos codificados com o uso do *software* MAXQDA, que otimizou a organização e visualização dos dados.

3.2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES DOS ESPECIALISTAS

Neste subtópico, são apresentadas a interpretação e a análise dos dados empíricos, obtidos por meio das avaliações realizadas pelos Especialistas. Trata-se da terceira fase da Análise de Conteúdo. Seguindo os pressupostos de Bardin (2011), optou-se por realizar uma análise temática do conteúdo das avaliações. Segundo a autora, “[...] o tema é a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura” (BARDIN, 2011, p.135).

Dessa forma, a análise temática de conteúdo foi fundamental para a compreensão das sugestões, correções e críticas apresentadas pelos especialistas nas avaliações da versão preliminar do EMPRETER e para a construção da versão final do Instrumento. De acordo com o exposto por Bardin (2011, p.135): “Fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido”.

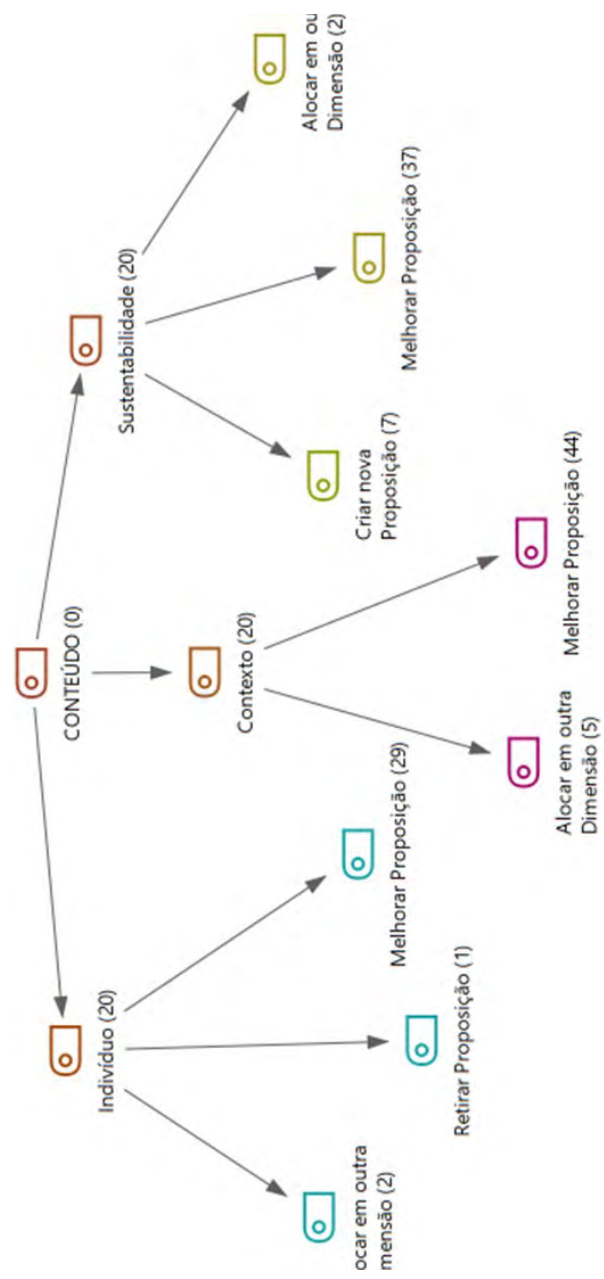
Ressalta-se que a descoberta dos “núcleos de sentido” em cada uma das 20 avaliações possibilitou a interpretação dos resultados empíricos à luz da revisão da literatura, atendendo aos objetivos propostos neste estudo.

A seguir são apresentadas as análises e interpretações referentes a cada uma das quatro (4) variáveis estabelecidas para validação do EMPRETER pelos especialistas consultados.

3.2.1 Variável Conteúdo

A variável *Conteúdo* abarcou 3 categorias: *Indivíduo*, *Contexto* e *Sustentabilidade*, cada uma composta por subcategorias. As subcategorias *Melhorar Proposição* e *Alocar em Outra Dimensão* foram comuns às três (3) categorias, porém *Melhorar Proposição* concentrou as maiores frequências de registros, conforme pode ser observado na Figura 7:

Figura 7 – Categorias e subcategorias da variável Conteúdo.

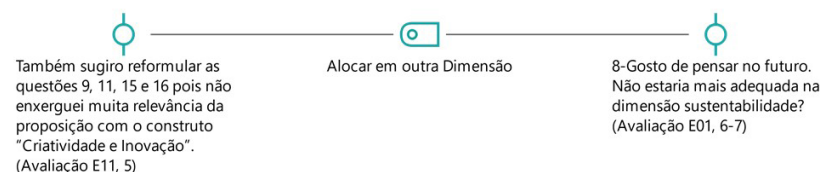


Fonte: Dados da pesquisa (MAXQDA, 2020).

Na categoria *Indivíduo*, os especialistas avaliaram as proposições relacionadas às características *Necessidade de Realização* e *Criatividade e Inovação*, as quais compõem a Dimensão 1 na versão preliminar do EMPRETER. A partir das avaliações, emergiram três (3) subcategorias: *Alocar em Outra Dimensão*, *Retirar Proposição* e *Melhorar proposição*.

A subcategoria *Alocar em Outra Dimensão* apresentou dois (2) registros, conforme se representa na Figura 8.

Figura 8 – Registros emergentes na subcategoria Alocar em Outra Dimensão.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

O Especialista E01 sugeriu que a proposição 8 (Gosto de pensar no futuro) fosse alocada na Dimensão 3 (Sustentabilidade), porém os pesquisadores, com base na literatura, decidiram suprimir a referida proposição, pois a característica avaliada, que é "preocupação com o futuro", poderá ser encontrada na característica *Visualização de Oportunidades*, na proposição "Tenho preferência por investir tempo e dinheiro em negócios que apresentem resultados imediatos".

Acredita-se, portanto, que a questão "pensar no futuro" esteja intrinsicamente ligada ao estabelecimento de metas para o alcance de objetivos em médio e longo prazos, e, no caso do indivíduo com perfil empreendedor, existe a clara definição de aonde pretende chegar. Segundo os estudos de David McClelland, o estabelecimento de metas encontra-se no grupo das características de *Planejamento*. Nesse aspecto, o indivíduo com perfil empreendedor: "Estabelece

objetivos que representam significados pessoais; determina metas em longo prazo claras e específicas e metas de curto prazo mensuráveis" (MAINARDES et al., 2017, p. 76).

Já as proposições avaliadas pelo Especialista E11 como inadequadas para a Dimensão 1 (Indivíduo), na característica *Criatividade e Inovação*, serão mantidas nessa Dimensão. São elas:

9 - Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente.

11- Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa.

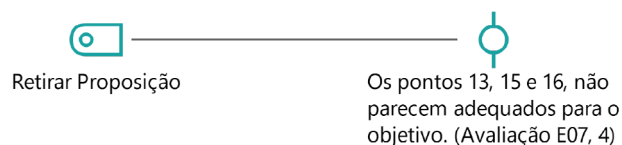
15- Os outros pensam que faço muitas perguntas.

16- Raramente sonho acordado

Tal decisão dos pesquisadores justifica-se pelo fato de as referidas proposições terem sido testadas e validadas, com êxito, no instrumento GET (CAIRD, 2013), como elementos da característica *Tendência Criativa*. Essas quatro proposições contribuem para a autorreflexão do gestor de TER acerca da aversão a rotinas, versatilidade, curiosidade, imaginação e alta capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos, que estão situadas na característica *Criatividade e Inovação*.

A subcategoria *Retirar proposição* apresenta uma (1) unidade de registro, decorrente da avaliação do Especialista E07, conforme Figura 9:

Figura 9 – Registros emergentes na subcategoria Retirar proposição.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

As proposições 15 e 16 foram justificadas na subcategoria *Alocar em outra Dimensão*. Em relação à proposição 13 (Posso fazer muitas coisas de uma vez), trata-se da mesma justificativa. Essa proposição foi testada e validada pelo instrumento GET (CAIRD, 2013), também como elemento da característica *Tendência Criativa* e contribui para a autorreflexão do gestor acerca de sua flexibilidade diante dos desafios da gestão de um empreendimento de TER. Dessa forma, nenhuma das três proposições indicadas pelo especialista E07 serão retiradas do EMPRETER.

Na categoria *Melhorar proposição*, foram codificados 30 segmentos, dos quais se destacam alguns, comentados na sequência.

As proposições 15 e 16, mencionadas pelos especialistas E03, E04, E09, E13, E14, E17 e E18, foram justificadas na subcategoria *Alocar em outra Dimensão*.

No que concerne à proposição 1 (Prefiro os desafios que põem à prova minhas habilidades às coisas que faço com facilidade), os especialistas E01 e E08 sugeriram uma melhoria na redação para que se tornasse mais clara e compreensível aos gestores de TER. Dessa forma, a proposição 1 foi reescrita na versão final do EMPRETER: “Prefiro os desafios que testam minhas habilidades às coisas que faço com facilidade”.

Sobre a proposição 3 (Se encontro problemas com uma tarefa, deixo-a e passo a fazer outra), os especialistas E03 e E18 apresentaram alguns questionamentos:

3 - Esse deixar (deixo-a) é no sentido temporário ou definitivo? Refletir na necessidade de detalhar. (E03, 2020)

3-Se encontro problemas com uma tarefa, deixo-a e passo a fazer outra. Há níveis diferentes de problemas que costumam motivar o abandono da tarefa, normalmente aqueles que exigem mais raciocínio e/ou criatividade. Contudo, a forma como se apresenta o texto induz à qualquer tipo de problema. Isso pode gerar um falso resultado: a maioria dos entrevistados tenderá a dizer que não abandona a tarefa. (E18, 2020)

A proposição 3 convida o gestor de TER a fazer a autorreflexão do seu nível de persistência. Essa característica compõe o grupo da *Necessidade de Realização* na proposta de McClelland. De acordo com MSI (1990, p. 80-81), o indivíduo com perfil empreendedor “age repetidamente ou muda de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e, faz um sacrifício pessoal ou desenvolve um esforço extraordinário para completar uma tarefa”. Na versão final do EMPRETER, foi necessária a reescrita da proposição: “Se encontro problemas com uma tarefa, paro de executá-la e começo a fazer outra”.

No que se refere à proposição 4 (O sucesso não acontece se não se estiver no lugar apropriado e no momento certo), quatro especialistas sugeriram melhorias:

Quadro 25 – Registros referentes à melhoria da proposição 4.

Identificação	Código/Categoria	Segmento da Avaliação
Avaliação E02	DIMENSÕES>Indivíduo >Melhorar Proposição	Proposição 4-O sucesso não acontece se não se estiver no lugar apropriado e no momento certo (o que se espera medir?) [...]
Avaliação E09	DIMENSÕES>Indivíduo >Melhorar Proposição	4- O sucesso não acontece se não se estiver no lugar apropriado e no momento certo. O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo. As proposições são todas individuais.
Avaliação E13	DIMENSÕES>Indivíduo >Melhorar Proposição	A pergunta 4 não considero muito clara, minha sugestão é que fosse afirmativa e não negativa, acho que ficaria mais clara.
Avaliação E17	DIMENSÕES>Indivíduo >Melhorar Proposição	Proposição 4: Eu não acho que ela está exatamente bem colocada... Ela não está muito clara... eu acho que precisa formular de um jeito mais claro.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Ressalta-se que a proposição 4 está relacionada ao impulso e determinação do indivíduo com perfil empreendedor que não acredita em sorte e predestinação, mas no esforço pessoal, para alcançar seus objetivos. Segundo Caird (2013), o empreendedor é alguém determinado, que expressa forte vontade e esforço para controlar sua vida. É autoconfiante, nivelando os resultados alcançados com o esforço realizado.

De acordo com McClelland, essa proposição abarca o grupo de características de *Poder*, promovendo a autorreflexão do gestor sobre a Independência e autoconfiança (MSI, 1990).

Os pesquisadores optaram, então, por reescrever a proposição 4 para melhorar a clareza, conforme apontado pelos 4 especialistas. Foi utilizada então a proposta do E09: “O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo”.

A proposição 7 (A maioria das pessoas pensam que sou teimoso) foi apontada por quatro especialistas (E03, E09, E14 e E18) como uma proposição confusa e que induz a um entendimento negativo acerca do conceito de teimosia. O especialista E14, por exemplo, sugere: “Eu fiquei com dúvida nessa 7. “As pessoas pensam que sou teimoso”. Será que o termo é “teimoso” ou persistente? O teimoso, às vezes, você olha como negativo.” (E14, 2020)

Optou-se, no entanto, por manter a palavra “teimoso”, pois, nesse caso, o conceito de teimosia visa proporcionar uma autorreflexão do gestor acerca da sua necessidade de autonomia e independência (CAIRD, 2013). Na teoria de McClelland, esse conceito encontra-se no grupo de *Necessidade de Poder* e preconiza a busca de autonomia em relação às normas e controle dos outros (MSI, 1990).

A proposição 8 (Gosto de pensar no futuro) foi destacada pelos especialistas E04 e E08. O especialista E04 acredita que deve ficar claro que se trata do contexto profissional, e não de sonhos

e organização da vida pessoal. Já E08 acredita que a proposição esteja muito aberta, que precisa ser nivelada, sempre considerando os níveis culturais diferentes dos gestores de TER. Conforme exposto anteriormente, a proposição 08 foi suprimida da versão final do EMPRETER, considerando também esses apontamentos.

No que concerne à proposição 9 (Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente), três especialistas solicitaram sua melhoria. O E04 ressaltou mais uma vez a necessidade de deixar claro que se trata do contexto pessoal. Já o E17 afirma:

[...] O cara que prefere a segurança... ele pode também ter essa característica de “querer a segurança” e, ao mesmo tempo, querer inovações. Uma coisa não anula a outra. Claro que ele vai, possivelmente, procurar uma inovação que lhe dê uma margem de segurança. (E17, 2020)

Segundo Caird (2013), a opção pela inovação e criatividade afasta um pouco o indivíduo de muitas de suas “seguranças”. Na característica *Tendência Criativa* que compõe o teste GET, os autores esclarecem que o indivíduo com perfil empreendedor é orientado à mudança, preferindo novidade, mudança e desafio, com uma aversão a estar preso às rotinas. Desse modo, a proposição 9 visa promover a autorreflexão do gestor de TER em relação à sua capacidade de inovação e aversão a rotinas que trazem uma sensação de “segurança”.

O E18, por sua vez, apresenta alguns questionamentos em relação à proposição 9:

Pode gerar muitas interpretações no leitor: não gosta de desafios e prefere o cotidiano ao inesperado? Se for isso, deveria estar no item anterior. É uma pessoa metódica que traça todos os seus passos? Se for isso, está correto, mas poderia ficar mais claro para não induzir ao erro.

Ressalta-se que a intenção da proposição 9 é exatamente promover a autoanálise do gestor de TER na relação antagônica entre

gostar de desafios e preferir a rotina cotidiana. Schumpeter (1934) foi um dos pioneiros a delinear a relação intrínseca existente entre o perfil empreendedor e a inovação. Para o autor, a inovação consiste em criar uma nova forma de uso dos recursos disponíveis, de modo que eles sejam deslocados da sua utilização tradicional e sujeitos a novas combinações para gerar maiores resultados positivos. Isso implica ter “gosto por desafios”, característica esperada no perfil de um empreendedor bem-sucedido.

O especialista E09 sugeriu uma nova redação para a proposição 17:

17- Normalmente é melhor aquilo a que estamos acostumados do que aquilo que nos resulta do desconhecido. Prefiro lidar com aquilo a que estou acostumado do que com aquilo que resulta do desconhecido. Todas as proposições devem ser individuais (E09, 2020).

A sugestão foi seguida pelos pesquisadores, considerando a maior clareza da proposição com a nova redação, sendo corrigido somente o erro gramatical: “Prefiro lidar com aquilo a que estou acostumado a lidar com o desconhecido”.

Na proposição 10 (Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida), foi apontada, pelo especialista E11, a necessidade de correção conforme segue: “na proposição 10, ao invés de perguntar ‘se gosta ou não de mudanças repentinas’, não seria melhor perguntar: Busco encontrar oportunidades nas mudanças repentinas que ocorrem em minha vida?” (E11, 2020).

Tal correção não foi procedente, considerando que a característica que está sendo analisada com a proposição 10 é *Criatividade e Inovação*, que envolve a autorreflexão do gestor de TER acerca da sua “orientação para mudança”, e não para “busca de oportunidades”.

A proposição 11 (Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa) foi destacada pelo especialista E17:

[...] É claro que a pessoa... o profissional tem que ser hoje, realmente... eu falo muito isso para os meus alunos... tem que chutar para todos os lados, tem que ter versatilidade, ser multifuncional? Tá claro isso. Também tem, por outro lado, [...] que a pessoa tem que ser boa em pelo menos em uma coisa só. Tem que ser especialista. É aquele paradigma do cartesiano ou transdisciplinar [...]. (E17, 2020)

Os estudos de Caird (2013) situam essa proposição na característica *Criatividade e Inovação* para análise da versatilidade que é comum aos indivíduos com perfil empreendedor. De acordo com a autora, o empreendedor precisa “ser bom em várias coisas”, o que o E17 classifica como transdisciplinar. Ressalta-se que a proposição não foi alterada.

Em relação à proposição 12 (Considero-me mais reativo que proativo), os especialistas E01 e E18 avaliam que os conceitos de reativo e proativo podem não ser claramente compreendidos pelos gestores de TER, por não se tratar de termos muito populares. Dessa forma, os pesquisadores optaram por substituir os referidos termos por expressões equivalentes, porém facilmente compreensíveis pelos gestores. Tais expressões remetem ao conceito de proatividade, relacionado à capacidade de tomar a iniciativa no processo de gestão sem ficar esperando pelos outros.

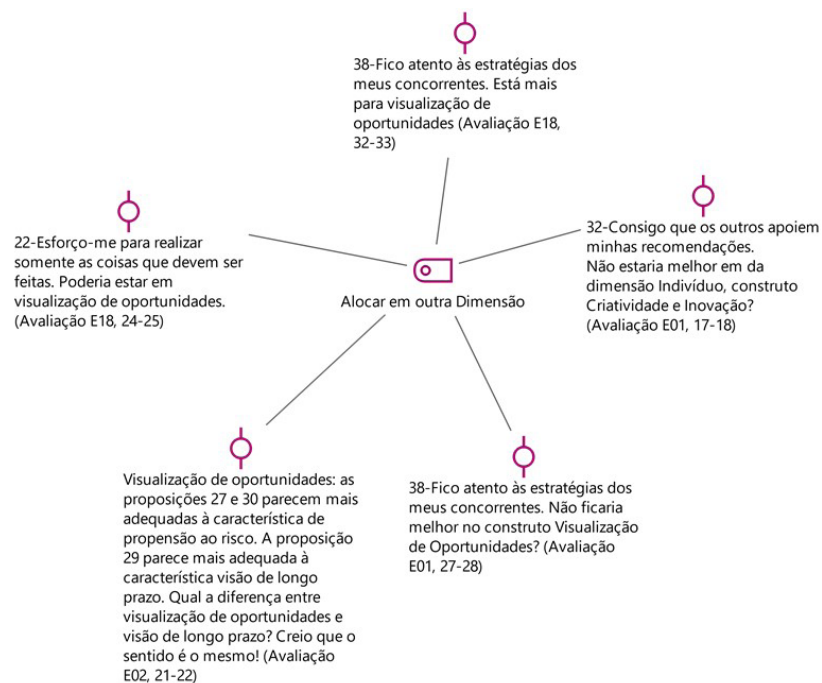
A proposição 13 (Posso fazer muitas coisas de uma vez), segundo o especialista E18, precisa de uma melhoria na redação “para deixar mais claro que se trata de várias atividades de trabalho feitas simultânea ou concomitantemente” (E18, 2020). A redação final ficou da seguinte forma: “Posso fazer muitas tarefas ao mesmo tempo”.

Na categoria *Contexto*, os especialistas avaliaram as proposições relacionadas às características *Propensão a Riscos Calculados*, *Visualização de Oportunidades* e *Atenção à Sazonalidade da Demanda*.

Para tanto, foram estabelecidas duas subcategorias: *Alocar em outra dimensão* e *melhorar proposição*.

A subcategoria *Alocar em outra característica* apresentou cinco (5) registros, conforme se visualiza na Figura 10:

Figura 10 – Registros na subcategoria Alocar em outra característica.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Destaca-se, nessa subcategoria, a proposição 38 (Fico atento às estratégias dos meus concorrentes), que, segundo os especialistas E01 e E18, deveria estar alocada na característica *Visualização de Oportunidades*, e não na *Atenção à Sazonalidade da Demanda*. A sugestão foi aplicada pelos pesquisadores, pois a atenção às

estratégias dos concorrentes não está atrelada ao comportamento dos clientes (demanda).

Em relação aos apontamentos voltados para a proposição 22 (Esforço-me para realizar somente as coisas que devem ser feitas) e para a 32 (Consigno que os outros apoiem minhas recomendações), não houve aplicação, por não se enquadrarem nas características *Visualização de Oportunidades* e *Criatividade e Inovação*, respectivamente.

As proposições 27 (Não perco muito tempo com análise de mercado) e 30 (Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios) foram apontadas pelo especialista E02 como mais adequadas à característica *Propensão a Riscos*; a 29 (Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas demandas diárias), como mais adequada à *Visão de Longo Prazo*.

Nesse segmento, ressalta-se que a proposição 27 corresponde à capacidade do indivíduo para observar cenários e a 30, ao gosto pela novidade. Essas características concentram-se no grupo referente à *Visualização de Oportunidades*.

Em relação à proposição 29, permaneceu na característica *Visualização de Oportunidades*, pois, na versão final do EMPRETER, a característica *Visão de Longo Prazo* (sugerida pelo E02) teve suas proposições distribuídas em outras características que permaneceram no instrumento.

A subcategoria *Melhorar proposição* apresentou 43 registros, dos quais foram considerados, para construção da versão final do EMPRETER, os que estavam relacionados às proposições com percentual menor que 90% no cálculo da Porcentagem de Concordância entre os especialistas, conforme disposto no Quadro 26:

Quadro 26 – Registros na subcategoria Melhorar proposição.

Proposição	Segmento da Avaliação
17- Normalmente é melhor aquilo a que estamos acostumados do que aquilo que nos resulta do desconhecido.	E03: 17 – Refleti nesse trecho: “que nos resulta do desconhecido”. Sugiro “que é incerto” ou “desconhecido”. E04: [...] eu trocaria “melhor” “mais cômodo”
18- Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro, a um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho	E01: Na proposição, adicionaria: “(...) meu desempenho e fatores externos” E02: Sugiro destacar que essa renda possa ser alta em função do desempenho. Sugestão: “..., a um emprego em que a renda possa ser alta, mas que dependesse do meu desempenho”. E12: reformular a palavra emprego
19- Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem no mínimo de 50%	E04: os 50% mencionados são embasados em que? E09: Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem de pelo menos 50% . E18: Talvez seja interessante propor mais variações de risco por porcentagem para dimensionar o quanto o respondente estaria disposto a arriscar numa iniciativa. 50% é mediano, para + ou -
21- Quando tenho que fixar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis.	E18: Substituir fixar por Traçar.
22- Esforço-me para realizar somente as coisas que devem ser feitas	E02: o que se espera medir? E09: Esforço-me para realizar somente as coisas que precisam ser feitas. E13: Não vejo clareza na proposição 22, considero muito vaga.
24- Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a coisas melhores, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão	E04: penso que “leve a coisas melhores” está uma redação pobre, para o nível do seu trabalho. Sugiro, “alcance resultados melhores”, etc. E09: Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a uma situação melhor, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão.

26-Consigo formular estratégias para capitalizar novas oportunidades visualizadas.	E01: Que tal trocar capitalizar por um sinônimo, como 'aproveitar' ou 'obter benefícios'? E02: o que se espera medir? E12: melhorar clareza
29-Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas demandas diárias.	E01: Demandas? (Necessidades) E02: o que se espera medir? Planejamento? E18: O que vc considera muito ou pouco tempo pode não ser a mesma medida para quem responde.
31-As pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	E02: o que se espera medir? E04: [...] achei bastante confuso, pessoas competentes, mas que não tem êxito? E05: sugiro rever E09: Considero que as pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas.
32- Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	E05: sugiro rever E12: melhorar clareza E15: Talvez reescrever exemplificando melhor quais recomendações. E17: Eu acho que essa pergunta precisa ser mais específica. Eu não sei se é "apoiar", mas "ouçam"... "sigam"... "abracem".... não sei... é um outro termo... um outro verbo.... Pra ficar mais forte porque "apoiar" é muito amplo, não é exatamente para quem trabalha junto. Eu acho que só o verbo aí. E18: Somente recomendações? Ou apoio geral sobre iniciativas, decisões, visões sobre o objeto?
36-Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda.	E01: Demanda? (procura pelo meu produto/serviço) E02: o que se espera medir?

37-Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado.

E01: Demandas? (exigências); Se TER não for um acrônimo comum junto ao público, sempre coloque o significado em parêntese ou prefira apenas escrever por extenso.

E02: o que se espera medir?

E12: melhorar clareza

E17: Precisa ter um equilíbrio aí. Para o empreendedor, espaço rural de uma maneira geral, ele tem que ensaiar muito e é complicadíssimo. É um risco constante. Ele tem que ter... na minha maneira de pensar... as experiências que eu tenho aqui... é assim... o pessoal tem que ter uma coisa bem forte que dê respaldo, por exemplo, na fazenda histórica que a gente tem aqui perto.... nós temos várias... mas a pessoa... a família que é proprietária da fazenda... ela tem um rendimento constante... que o entorno da sede onde as atividades turísticas acontecem está todo arrendado para a monocultura de cana. Então tem uma grana que vem disso que é constante... e eles já sabem, anualmente, quanto que eles recebem daqui lá. É aquilo que lhe dá o respaldo para que a família viva num "X" que tenha uma qualidade de vida X. E o turismo pedagógico, histórico, cultural que é desenvolvido ali... ele é completamente sazonal. Eles levaram mais ou menos uns 10 anos observando essa sazonalidade, segundo os proprietários, agora faz tempo que eu não vou lá, mas eu ia muito lá. As duas rendas estão quase que equivalentes e ouve um ano em que o turismo ultrapassou o valor da cana. Mas, assim... agora, por exemplo, não estão recebendo ninguém, né? Então, sempre que a gente escreve sobre isso, que a gente observa esses empreendimentos, dificilmente o turismo será a atividade principal. Geralmente é uma alternativa econômica de sustentação em tempos aí... que são muito sazonais e que complementam uma outra renda que possivelmente você tem. É super arriscado, é difícil de arriscar só no turismo. "Eu vou viver só do turismo no espaço rural". A nossa redondeza aqui... a nossa região... mesmo em outros estados que a gente tem ido é complicadíssimo. Talvez a gente consiga estabelecer com outros países aí que já tem um caminho mais longo, percorrido. Mas aqui ainda é muito "incipiente"... isso entre aspas, né? Mas é difícil viver só disso. [...]

38- Fico atento às estratégias dos meus concorrentes.	E14: Essa é perfeita. Por que? Porque um tá de olho no outro. Agora uma que eu acho que você deve colocar aqui: “Eles fazem trabalhos coletivos?” Tipo uma propaganda coletiva, uma feira, buscar ajuda junto ao governo... de forma coletiva... eles têm... Associação ou mesmo Conselho Municipal de Turismo... eles participam do Contur? Eles tem representante no Contur? Qual é a relação deles com a prefeitura? Tem que colocar, aqui, dentro desse contexto... como o setor público se comporta? Aliás, aqui é o contrário, né? Como eles se comportam diante do setor público para dinamizar, pra viabilizar a atividade turística no município?
39-Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda.	E01: Demanda? (procura pelos meus produtos/serviços) E02: o que se espera medir?

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

A partir das sugestões e correções apresentadas pelos especialistas na subcategoria *Melhorar Proposição*, foram realizados os seguintes ajustes na versão final do EMPRETER:

- Na proposição 17, foram realizadas alterações para melhoria da redação e, conseqüentemente, da clareza da proposição, conforme apontado anteriormente;
- Na proposição 18, foram incorporadas as recomendações dos especialistas E01 e E02. Em relação à sugestão do E12, de reformular a palavra “emprego”, os pesquisadores avaliaram não ser pertinente, pois a intenção da proposição é promover a autoanálise do gestor de TER sobre sua preferência entre mobilidade ou estabilidade no emprego. Dessa forma, a palavra “emprego” foi utilizada para remeter à confiança do gestor no seu potencial em uma atividade cuja remuneração dependa do seu desempenho. É esperado que o indivíduo com perfil empreendedor não tenha muito apreço

pela estabilidade, que procure agir de diferentes formas diante dos obstáculos e, se necessário, mude a estratégia, buscando novas alternativas para enfrentar os desafios que lhe são apresentados (MCCLELLAND, 1972);

- Em relação à proposição 19 (Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem de 50%), os especialistas E04, E09 e E18 apontaram correções. Quanto ao questionamento do E04 sobre o embasamento dos 50% para as possibilidades de sucesso, vale argumentar que McClelland (1967) pondera que, ao contrário do que se acredita, os empreendedores não são os indivíduos que se arriscam muito, mas aqueles que assumem riscos moderados, por acreditarem nas reais chances de atingir os resultados pretendidos. Em consonância com essa afirmação, Morales (2004) aponta, em sua tese, alguns estudos que confirmam a preferência do indivíduo com perfil empreendedor pelos riscos moderados:

Palich e Bagby (1992) estudaram os empreendedores desde a ótica da psicologia cognitiva, e afirmaram que os empreendedores não se diferenciam dos não empreendedores no sentido de que os primeiros procurariam mais situações de resultados incertos, mas sim no sentido de que interpretam e categorizam (classificam) mais situações como tendo “mais forças que fraquezas”, “mais oportunidades que ameaças” e “mais chances de ganho do que de perda”. Assim, quando um empreendedor procura uma atividade que pode ser ignorada ou negligenciada por um não empreendedor, ele o faz porque a percepção do empreendedor dos resultados positivos que ela pode trazer é maior do que uma predisposição de assumir riscos. Essa questão fica mais clara em Cooley (1990) quando este aponta que os empreendedores não correm riscos (no sentido de serem impulsivos ou afoitos), mas sim, correm riscos calculados, ou seja, consideram as chances de sucesso e fracasso antes de decidirem (MORALES, 2004, p. 49).

Na visão dos pesquisadores, o que os autores descrevem como “riscos moderados” pode ser compreendido como, “no mínimo, 50% de chances de sucesso em uma determinada ação”. Dessa forma, a proposição 19 permaneceu sem ajustes na versão final do EMPRETER;

- Na proposição 21 (Quando tenho que fixar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis), foi sugerida, pelo E18, a substituição do verbo “fixar” por “traçar” os próprios objetivos. A correção foi realizada.
- Na proposição 22 (Esforço-me para realizar somente as coisas que devem ser feitas), os especialistas E02, E09 e E13 apresentaram questionamentos e sugestões. Destaca-se a sugestão do E09 em relação à substituição do verbo “devem” por “precisam”. Esta foi seguida pelos pesquisadores na versão final do instrumento. Em relação ao que “se pretende medir” (E02) e à questão de a proposição ser “vaga” (E13), ressalta-se que a referida proposição visa promover a autoanálise do gestor em relação à sua capacidade de não ficar acomodado, de tomar iniciativa. Essa capacidade, de acordo com os estudos de McClelland (1972), está alocada no grupo de características de *Necessidade de Realização*;
- Na proposição 24 (Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a coisas melhores, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão), foi considerada a sugestão de melhoria do E04, em consonância com o E09, que reescreveu a referida proposição de forma mais clara: *Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a uma situação melhor, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão*. A proposição reescrita comporá a versão final do EMPRETER;

- Na proposição 26 (Consigo formular estratégias para capitalizar novas oportunidades visualizadas), os especialistas E01, E02 e E12 apresentaram suas opiniões. Destaca-se a sugestão do E01: “Que tal trocar capitalizar por um sinônimo, como ‘aproveitar’ ou ‘obter benefícios’?”, que foi seguida pelos pesquisadores, pois melhora a clareza da proposição, conforme indicação do E12: “Consigo formular estratégias para aproveitar as novas oportunidades visualizadas”;
- Na proposição 29 (Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas demandas diárias), os especialistas E01, E02 e E18 emitiram seus pontos de vista. O E01 compreendeu a palavra “demandas” como “necessidades”, porém a intenção dos pesquisadores era que a expressão “demandas diárias” fosse compreendida como “atividades diárias”. A fim de melhorar a clareza, a expressão foi substituída. Sobre o questionamento do E02, está correto. O objetivo da proposição é promover a autoanálise do gestor de TER no que se refere à sua capacidade de planejamento.

Segundo McClelland (1972), a característica *Planejamento e monitoramento sistemáticos* está alocada no grupo de *Necessidade de Realização*. Essa característica visa demonstrar que o empreendedor que a possui “planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos; constantemente revisa seus planos, levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais; mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões”. (MARINHO, 2016, p. 47).

- Na proposição 31 (As pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas), foram registradas as sugestões e questionamentos dos especialistas E02, E04, E05 e E09. A

sugestão do E09 de iniciar a frase com a expressão “Considero que” foi incorporada à versão final do instrumento, pois melhora a clareza e a compreensão da proposição, atendendo às críticas dos demais especialistas.

- Para a proposição 32 (Consigno que os outros apoiem minhas recomendações), foram registradas sugestões e questionamentos dos especialistas E05, E12, E15, E17 e E18. Destaca-se o questionamento do E18: “Somente recomendações? Ou apoio geral sobre iniciativas, decisões, visões sobre o objeto?”. Ressalta-se, no entanto, que o objetivo dessa proposição é promover a autoanálise do gestor no tocante à sua “capacidade de persuasão” em relação a sua equipe, fornecedores, clientes, entre outros. Segundo McClelland (1972), essa característica encontra-se no grupo de *Necessidade de Poder*, sendo definida como *Persuasão e redes de contato*. Segundo o autor, o empreendedor bem-sucedido “utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros. Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos. Age para desenvolver e manter relações comerciais” (MARINHO, 2016, p.47).
- Na proposição 36 (Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda), os especialistas E01 e E02 fizeram seus apontamentos. Ressalta-se que “demanda”, nessa proposição, refere-se à procura do turista pelo produto/serviço oferecido pelos empreendimentos de TER. Espera-se promover a autoanálise do gestor de TER em relação às suas estratégias para o “controle financeiro”, em cenários favoráveis e desfavoráveis.
- Na proposição 37 (Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado), os especialistas E01, E02, E12 e E17 emitiram opiniões. Destaca-se o posicionamento do E17, que apresenta

exemplos da realidade de fazendas históricas, localizadas no interior do estado de São Paulo, que utilizam o TER como uma fonte de renda sazonal. Segundo o E17 “[...] É super arriscado, é difícil de arriscar só no turismo[...]”. Essa informação vai ao encontro dos estudos de Graziano da Silva *et al.* (1998), que apontam o TER, em algumas situações, como uma atividade complementar de geração de renda e ocupação não agrícola em áreas rurais. Segundo os autores:

[...] a fazenda-hotel [...], o pesque-pague, a pousada, o restaurante típico, as vendas “diretas do produtor”, o artesanato, a industrialização caseira e outras atividades de lazer associadas à recuperação de um estilo de vida dos moradores do campo – podem ser consideradas uma estratégia de diversificação das propriedades rurais no intuito de gerar rendas não-agrícolas para fazer frente à queda de rentabilidade dos seus negócios tradicionais (GRAZIANO DA SILVA *et al.* 1998, p. 119).

No entanto, convém ressaltar que, em algumas regiões do Brasil, o TER emerge como a atividade principal do empreendimento rural. De acordo com o estudo realizado por Schulz (2006, p. 12):

A atividade turística no espaço rural vem sendo bastante estudada como alternativa econômica para propriedades rurais, mas também como geradora de empregos e dinamizadora de economias locais. Ela representa em alguns casos, nas propriedades envolvidas, não somente um complemento de renda, mas torna-se a atividade principal, onde os membros da família disponibilizam a maior parte de seu tempo de trabalho.

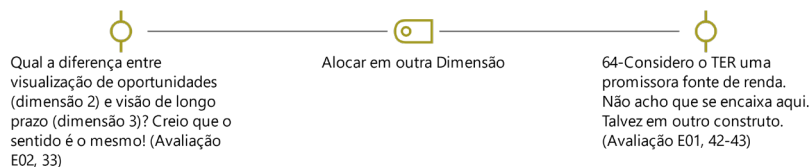
Dessa forma, o TER pode ser tanto uma atividade complementar como a atividade principal do empreendimento. A proposição 37 visa promover a autoanálise do gestor de TER em relação à sua capacidade de “formular estratégias” para melhor potencializar a fatia de ganhos e benefícios financeiros que o Turismo representa para o empreendimento rural que está sob sua gestão.

- Na proposição 38 (Fico atento às estratégias dos meus concorrentes), o E14 questiona sobre a associação entre os concorrentes e a interlocução com o poder público. A intenção da proposição é contribuir com a autoanálise do gestor em relação à sua “capacidade de observação” das estratégias de outros empreendimentos que atuam no mesmo setor, para aperfeiçoar as seus pontos fortes e corrigir seus pontos fracos. As questões de associação e de interlocução com o poder público serão tratadas nas proposições integrantes da *Dimensão Sustentabilidade*.
- Na proposição 39 (Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda), os especialistas E01 e E02 apresentaram questionamentos. Ressalta-se que a intenção da proposição é proporcionar a autoanálise da capacidade de “adequação” do gestor de TER aos diferentes cenários que se apresentam. A palavra “demanda”, assim como na proposição 36, refere-se à procura do turista pelo produto/serviço oferecido pelos empreendimentos de TER.

Na categoria *Sustentabilidade*, emergiram três (3) subcategorias: *Criar nova proposição*, *Alocar em outra dimensão* e *melhorar proposição*.

Na subcategoria *Alocar em outra dimensão*, apresentam-se as sugestões dos especialistas E01 e E02, descritas na Figura 11.

Figura 11 – Registros na subcategoria Alocar em outra dimensão.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

O especialista E01 considera que a proposição 64 (Considero o TER uma promissora fonte de renda) não se encaixa na característica *Preocupação com o Desenvolvimento Local*. Essa recomendação não foi atendida pelos pesquisadores, pois o objetivo da referida proposição é ajudar o gestor de TER a refletir sobre a contribuição do seu empreendimento para o desenvolvimento socioeconômico do local onde está inserido, sobretudo com a geração de empregos e aumento da renda da população local. A geração de emprego e renda no espaço rural pela prática do turismo ainda é muito discutida no âmbito acadêmico. De um lado, estão os que defendem que a atividade turística no espaço rural é “capaz de evitar o êxodo rural e reanimar áreas rurais deprimidas, e de promover o desenvolvimento local e, em alguns casos, regional” (TULIK, 2003, p.78); de outro, estão os que acreditam que o TER proporciona o bem-estar perceptível e a melhoria da renda apenas para a família empreendedora, não gerando empregos e ganhos visíveis para o restante da população local (SOUZA; SANTOS; ALMEIDA, 2004).

O especialista E02 considerou que a característica *Visualização de Oportunidades*, alocada na *Dimensão Contexto*, poderá ser confundida com a característica *Visão de Longo Prazo*, pertencente à *Dimensão Sustentabilidade*. Ressalta-se que, na versão final do EMPRETER, os pesquisadores optaram pela supressão da característica *Visão de Longo Prazo*. Dessa forma, a característica *Visualização de Oportunidades* abarcou a maioria dos objetivos que seriam das duas, reunidos em: promover a autoanálise do gestor de TER em relação às suas redes de contatos, observação de cenários, formulação de estratégias, articulação, captação de oportunidades, persuasão, esforço, capacidade de planejamento, preocupação com o futuro e com resultados positivos no longo prazo. Nesse ponto, ressalta-se que a proposição 41 (Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER), que objetiva promover a autoanálise acerca da “busca de avanço no nível de instrução”, foi realocada na característica *Necessidade de Realização*.

Em relação à subcategoria *Criar nova proposição*, os especialistas E11, E12, E14 e E15 apresentaram diferentes sugestões, organizadas no Quadro 27:

Quadro 27 – Registros na subcategoria Criar nova proposição.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E11	Considerando os pressupostos da Sustentabilidade (economicamente viável, ambientalmente responsável e socialmente justo), acredito que o construto “Visão de longo prazo” precisa inserir mais proposições de caráter econômico/ financeiro do empreendimento e da atividade de turismo rural. Por exemplo, na proposição “44-Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã”, não percebo o caráter econômico da empresa ou da atividade. Sugiro a inserção de proposições como: -Participação em associações e parcerias com outros empreendimentos para melhorar a competitividade da empresa.
Avaliação E11	Sugiro a inserção de mais proposições no construto “Preocupação com o desenvolvimento local”, quais sejam: - Priorização de comprar insumos no comércio local. - Priorização de inserir a comunidade local na ocupação dos cargos e funções no empreendimento.
Avaliação E11	Sugiro a inserção de mais proposições no construto “Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais”, qual seja: - Interesse e abertura para o estabelecimento de parcerias com universidades e organizações para o desenvolvimento de projetos ambientais. - Instalação de energia limpa no empreendimento.
Avaliação E12	Precisa dar mais ênfase na questão econômica do tripé da sustentabilidade (econômica, social e ambiental); Custos x lucratividade – acrescentar dentro da visão de longo prazo.
Avaliação E13	Sim. Sugiro criar uma proposição ou associar a uma proposição já existente que revele informação sobre: Se a pessoa (empreendedor) visualiza maior oportunidade de melhorar seu negócio (TER) quanto maior for a preservação dos recursos naturais de sua propriedade. Ou seja, se o aumento da preservação potencializa seu negócio. (Essa resposta subsidiaria o entendimento na pesquisa, por exemplo se o proprietário criaria uma Reserva Particular do Patrimônio Natural- RPPN).

Avaliação E14	Até o associativismo também. Se ele gosta de se associar. Se ele gosta de trabalhar de forma coletiva. Dá pra você até inserir a pergunta: “Se eu estivesse associado o meu negócio estaria melhor?”; “Se eu participasse de um grupo meu negócio iria melhor?”
Avaliação E15	Acrescentaria no quesito (visão de longo prazo): procuro aumentar cada vez mais minha rede de relacionamento dentro do ramo de atuação.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Nessa subcategoria, destacam-se as sugestões dos Especialistas E11 e E14. Ambos sugerem acrescentar, no EMPRETER, proposições relacionadas ao associativismo dos empreendimentos para melhoria da competitividade. De acordo com os especialistas mencionados, os gestores de TER terão mais sucesso na gestão do empreendimento se participarem de associações e parcerias com outros empreendimentos do mesmo setor, ou com instituições, como universidades e outras, desenvolvedoras de projetos que levem ao aperfeiçoamento profissional e à garantia de sustentabilidade da atividade turística. Essa realidade vai ao encontro da pesquisa realizada por Pinto (2004):

O estudo das transformações na sociedade civil mostrou que estamos vivendo um período de revitalização da sociedade civil, com a crescente constituição de novos espaços democráticos para o debate de estratégias de desenvolvimento rural. A sociedade civil está ativa tanto na luta mais geral pelo aprofundamento da democracia como nas demandas específicas pela conquista de direitos sociais no campo. As organizações do terceiro setor (ONGs, associações de produtores etc.) têm emergido como segmento estratégico para romper a hegemonia Estado/mercado na condução do processo de desenvolvimento rural (PINTO, 2004, p.108).

Fica então destacado o papel das associações como elemento articulador de ações que visem ao desenvolvimento socioeconômico do espaço rural, conforme pondera Colantuono (2019, p. 153):

Desse modo, verifica-se que atores de muitos APLs produtivos têm se associado a agentes de atividades turísticas para desenvolver seus negócios, visto que a comercialização de bens e serviços se beneficia da visita de turistas. Um resultado dessas associações é a formação de circuitos ou roteiros turísticos.

De acordo com a Pesquisa *Retrato do Turismo Rural no Brasil com Foco nos Pequenos Negócios*, “Cooperativas, associações ou ONGs ocupam o segundo lugar no esforço de comercialização” do produto turístico rural, o que corresponde a 33,9% do total; no que tange à divulgação da oferta turística, “as cooperativas, associações e ONGs também se revelam canais de divulgação importantes, sendo adotadas por 62,1% dos empreendimentos” rurais que atuam no turismo. (SEBRAE, 2013, p. 28)

Nesse segmento, o associativismo tem um papel inigualável na potencialização dos empreendimentos de TER que não detêm capacidade para atuarem sozinhos no mercado, com seus produtos turísticos. Segundo Brambatti e Nitsche (2018), muitos empreendimentos de TER, sobretudo os pequenos, não possuem sequer pessoas jurídicas constituídas, pois fazem do turismo uma fonte de renda complementar à produção rural. Nesses casos, ingressar em uma associação com outros empreendimentos do mesmo ramo, locais ou regionais, traz numerosos benefícios:

As associações cumprem o papel de ser um novo ente turístico, um agente intermediário entre as articulações do Estado em políticas para o turismo e a vontade competitiva do empreendedor privado. Elas servem de instrumento de mobilização das comunidades em que estão inseridos os atrativos e empreendimentos, necessárias para a organização de eventos, marketing e atividades que envolvam muita gente e dinamizam os roteiros, criando uma mentalidade solidária e coletiva, de colaboração e ajuda mútua, diluindo os fracassos e fazendo com que as conquistas sejam de todos. O associativismo tem como característica ultrapassar as fronteiras e limites operativos, unificando os diversos empreendimentos

e atrativos em um único órgão gerenciador de políticas, ações e investimentos. O associativismo se transforma em instrumento gestor de estratégias não só para o turismo, mas para o território, incidindo sobre o desenvolvimento local (BRAMBATTI; NITSCHKE, 2018, p.78).

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) também ressalta a relevância das associações para ganhos coletivos:

Transformar a participação individual e familiar em participação grupal e comunitária se apresenta como uma alavanca, um mecanismo que acrescenta capacidade produtiva e comercial a todos os associados, colocando-os em melhor situação para viabilizar suas atividades. A troca de experiências e a utilização de uma estrutura comum possibilitam-lhes explorar o potencial de cada um e, conseqüentemente, conseguir maior retorno financeiro por seu trabalho (BRASIL, 2020, p.1).

Segundo os estudos de Brambatti e Nitsche (2018, p. 75), foi possível identificar, na literatura, dois comportamentos em relação ao fenômeno do associativismo no TER:

O primeiro apresenta-o como organização espacial coletiva e como alternativa econômica, permitindo a geração de renda com agregação de valor no próprio território rural, a partir da diversificação (Schneider & Navarro, 1999). Esta atividade une o interesse do agricultor familiar em manter-se no campo, evitando o êxodo rural e o interesse público, urbanístico, de melhorar as condições rurais como opção de lazer para as populações urbanas. O segundo comportamento enseja o desejo de manter os laços identitários e os elementos da cultura como projeto de resistência à dominação cultural, proposta pela globalização a partir da década de 1990, mantendo os laços de pertencimento local. A consequência deste segundo viés é a instrumentalização desta mesma identidade cultural, transformada em mercadorias de compra e venda no mercado das opções de lazer e do turismo (Castells, 1999; Gubert & Pollini, 1993; Barretto, 2003; Krippendorff, 2000).

Os autores ressaltam ainda que, no Brasil, as associações têm trazido muito resultados positivos, sobretudo nos lugares onde o turismo

se tornou um acontecimento muito presente na vida de comunidades, interferindo nas relações sociais de forma a unir agricultores dentro de um mesmo ideal. “Ideal este, secundário a sua atividade principal agrícola, que deve ser mantida para garantir sua sustentabilidade, como pôde ser observado nos casos das associações de turismo citadas em Santa Catarina, Espírito Santo, São Paulo e Rio Grande do Sul (BRAMBATTI; NITSCHKE, 2018, p. 80).

Nessa linha, seguindo as recomendações dos especialistas E11 e E14, foi acrescentada, na característica *Preocupação com o Desenvolvimento Local*, a proposição: “Considero importante participar de associações e fazer parcerias com outros empreendimentos para melhorar a competitividade”.

Considerando outras duas sugestões do E11, na versão final do EMPRETER foi acrescentada, na característica *Preocupação com o Desenvolvimento Local*, a proposição: “Priorizo comprar insumos no comércio local”; quanto à outra proposição (Priorização de inserir a comunidade local na ocupação dos cargos e funções no empreendimento), seu conceito – geração de emprego e renda – já está contido na proposição 57 (Tenho prazer em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades).

O E11 também apresentou sugestões para a característica *Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais*. Sugeriu as seguintes proposições: “Interesse e abertura para o estabelecimento de parcerias com universidades e organizações para o desenvolvimento de projetos ambientais” e “Instalação de energia limpa no empreendimento”. A partir dessas sugestões, os pesquisadores acrescentaram a seguinte proposição: “Busco parcerias com universidades e outras organizações para o desenvolvimento de projetos voltados à conservação do meio ambiente”. Em relação à “Instalação de energia limpa no empreendimento”, os pesquisadores

consideraram já estar contemplada na proposição anterior, quando se refere a “projetos voltados à conservação do meio ambiente”.

Quanto às sugestões dos especialistas E12 e E15, não foram aplicadas, pois a característica *Visão de Longo Prazo* foi suprimida da versão final do instrumento.

Quanto à sugestão do E13 na característica *Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais*, foi entendida como pertinente pelos pesquisadores. Dessa forma, na versão final, houve o acréscimo da seguinte proposição, na referida característica: “Quanto mais eu promover ações para contribuir com a conservação dos recursos naturais, maiores serão os benefícios para o empreendimento que gerencio”.

Na subcategoria *Melhorar proposição*, emergiram 37 registros. Desses registros, foram consideradas, para a versão final do EMPRETER, conforme os resultados da Porcentagem de Concordância (>90%) entre os especialistas, as avaliações representadas no Quadro 28.

Quadro 28 – Registros na subcategoria Melhorar proposição.

Proposição	Segmento da avaliação
43- Eu gosto de olhar ao longe, no horizonte, para a frente.	E04: verifique a gramatica E05: Olhar? Planejar? Analisar? E06: Gosto de olhar ao longe, no horizonte, para a frente. E18: Sugiro melhorar a redação de forma mais objetiva
44- Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã	E04: precisa evidenciar de que se trata do profissional.
47- Sacrifico a minha felicidade agora para poder conquistar o que quero no futuro	E05: sugiro rever

50- Coloco sempre em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir.	E05: Sempre? Ou na maioria das vezes? E10: posiciona uma questão que considero fundamental nos negócios de TER., devido a sustentabilidade econômica, que muitas vezes é ignorada pelos empreendedores. É um ponto de vista que deve ser refletido por considerar pontuação em caso de ser falso no questionário. É uma visão pessoal sobre empreendimentos onde trabalhei, onde muitas vezes, os requisitos do empreendedor se sobrepõe[m] aos requisitos do mercado, a ponto de inviabilizar o negócio. Inviabilidade comercial e financeira afetam a viabilidade ambiental.
54- Não acredito que as mudanças climáticas possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER.	E10: Também me traz à reflexão de que o empreendedorismo permite a busca por adaptações que impeçam que as mudanças climáticas interfiram no bom andamento do TER. E18: Seria interessante citar alguns exemplos para não gerar confusão. E19: O que me preocupa é a forma de elaboração das perguntas, considerando que muitos empreendedores da área rural terão dificuldades para entender as questões; saberá entender as mudanças climáticas no contexto do empreendedorismo
58-Não dou muita atenção aos impactos externos do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas.	E01: Que tipos de impactos? Ambientais? Sociais? Econômicos? Todos? E02: o que se espera medir? E06: Quais impactos externos? Quais questões internas? E19: o respondente saberá diferenciar ambiente interno e externo

62- É o bastante meu empreendimento trazer ganhos financeiros para mim e minha família	E04: rever redação E05: Como quantificar? E09: É o bastante meu empreendimento trazer ganhos financeiros para mim e para minha família. E17: o que você quer descobrir com essa resposta dessa pessoa. Que ele é voltado para o empreendimento dele... ele vai responder que sim. Então, que ele é super individualista... então é uma coisa que você pode pensar nessa pergunta aí... ela pode dar uma resposta que não tenha exatamente o conteúdo que você está procurando. Eu acho. Claro que todo mundo vai pensar na sua família e em si mesmo. Isso não significa que ele não pense... então você vai ter que cruzar com as outras coisas que ele responde, né? Penso eu. Clara a pergunta está, mas ela pode ser dúbia. E19: O bastante em que sentido
64-Considero o TER uma promissora fonte de renda	E05: O que é promissora... digo... mil reais? 100 mil? Difícil mensurar. Rever E18: Poderia contextualizar mais sua intenção, pois a resposta será afirmativa se ele viver do TER, nem sempre contextualizando com o desenvolvimento local. Para ele, o local pode ser simplesmente o seu empreendimento.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

A partir das sugestões e correções apresentadas pelos especialistas na subcategoria *Melhorar Proposição*, foram realizados os seguintes ajustes na versão final do EMPRETER:

- A proposição 43 (Eu gosto de olhar ao longe, no horizonte, para a frente) recebeu questionamentos dos especialistas E04, E05, E06 e E18. Na versão final, essa proposição foi suprimida, pois a característica “preocupação com o futuro” pode ser avaliada pela proposição 44 (Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã).
- A proposição 44 (Vivo intensamente o hoje, sem me preocupar com o amanhã) recebeu sugestão do E04, no entanto a intenção da proposição não é promover a autoanálise somente da

área profissional da vida do gestor de TER, mas sim de todas as áreas, pois umas exercem influência sobre as outras. Nesse caso, a característica “preocupação com o futuro” analisada nessa proposição visa contribuir com uma autoanálise integral do gestor de TER, proporcionando reflexão sobre seu futuro pessoal e profissional.

- Na proposição 47 (Sacrifício a minha felicidade agora para poder conquistar o que quero no futuro), houve um apontamento do E05. Os pesquisadores, ao revisar a proposição, optaram por suprimi-la da versão final, uma vez que a característica “esforço”, que seria medida por ela, já se encontra subentendida na característica **Necessidade de Realização**.
- A proposição 50 (Coloco sempre em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir) teve apontamentos dos especialistas E05 e E10. A intenção da proposição é promover a autoanálise do gestor de TER acerca do “Equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental”, para que o foco não sejam somente os ganhos financeiros.

A partir do questionamento do E05, os pesquisadores substituíram a palavra “sempre” pela expressão “na maioria das vezes”, para evitar extremismos. Dessa forma, a proposição reescrita ficou da seguinte forma: “Na maioria das vezes, coloco em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir”.

O especialista E10 considera que alguns “negócios de TER” confundem a gestão financeira do empreendimento com a do proprietário, o que prejudica a sustentabilidade do empreendimento. Nos pequenos empreendimentos, sobretudo os familiares, nos quais o proprietário é o gestor, esse fato é bem comum.

- Na proposição 54 (Não acredito que as mudanças climáticas possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER), os especialistas E10, E18, E19 registraram suas opiniões. A intenção da proposição é promover a autoanálise do gestor de TER acerca da característica “Observação dos sinais de saturação ambiental”. E, em conformidade com o E10, visa trazer a reflexão sobre como o empreendimento tem realizado ações que concorram para a diminuição do ritmo em que as mudanças climáticas vêm ocorrendo. Em relação aos exemplos solicitados pelo E18, os pesquisadores consideraram pertinente reescrever a proposição acrescentando alguns tipos de mudanças climáticas: “Não acredito que as mudanças climáticas (calor intenso, chuvas torrenciais, ventanias, entre outras) possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER”. Esse complemento visa tornar a proposição mais clara e compreensível, atendendo, também, à recomendação do E19, que afirma: “muitos empreendedores da área rural terão dificuldades para entender as questões; saberá entender as mudanças climáticas no contexto do empreendedorismo” *[sic]*.
- Na proposição 58 (Não dou muita atenção aos impactos externos do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas), foram registrados vários questionamentos de E01, E02, E06 e E19. Os quatro especialistas apontaram a necessidade de esclarecimento dos tipos de impactos internos e externos para facilitar a compreensão pelos gestores de TER. Os pesquisadores, seguindo as recomendações, reescreveram a proposição, citando, entre parênteses, alguns tipos de impactos internos e externos. A nova redação ficou da seguinte forma: “Não dou muita atenção aos impactos externos (descarte de resíduos, poluição ambiental, conservação da fauna e flora nativas, geração de empregos, entre outros) do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas (infraestrutura, materiais, equipe, entre outras)”. Convém ressaltar que o

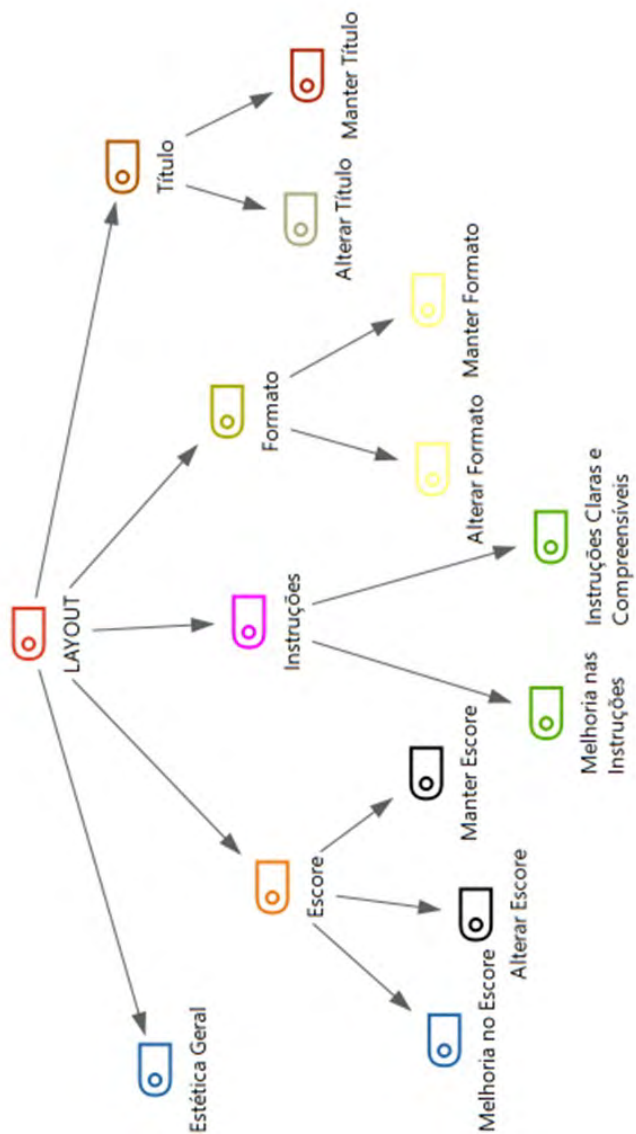
objetivo da proposição é promover a autoanálise do gestor de TER em relação à sua capacidade de avaliação dos impactos do empreendimento no ambiente externo local.

- A proposição 62 (É o bastante meu empreendimento trazer ganhos financeiros para mim e minha família) apresentou registros de sugestões dos especialistas E04, E05, E09 e E17. Destaca-se o apontamento do E17, que considera a proposição tendenciosa, podendo levar a uma resposta que não atenda ao esperado pelo EMPRETER. A intenção da proposição é possibilitar a autoanálise do gestor de TER em relação à sua preocupação com as necessidades da população local, sobretudo as financeiras. A proposição foi reescrita para melhorar a clareza e atender ao solicitado pelos demais especialistas: “Considero suficiente que o empreendimento de TER que gerencio traga ganhos financeiros para mim e para minha família”.
- A proposição 64 (Considero o TER uma promissora fonte de renda) recebeu sugestões dos especialistas E05 e E18, no entanto os pesquisadores, ao reavaliar a proposição, optaram por sua supressão, pois a característica “preocupação com a geração de emprego e renda” poderá ser avaliada pela proposição 62 (*Considero suficiente que o empreendimento de TER que gerencio traga ganhos financeiros para mim e para minha família*).

3.2.2 Variável Layout

A variável *Layout* foi analisada a partir de cinco (5) categorias definidas *a priori*: *Estética Geral* (16 registros), *Escore* (24 registros) e *Instruções*, *Formato* e *Título*, cada uma com 20 registros, conforme Figura 12.

Figura 12 – Categorias e subcategorias da variável Layout.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Os especialistas realizaram 16 registros na categoria *Estética Geral*, dispostos no Quadro 29:

Quadro 29 – Registros dos especialistas na categoria Estética Geral.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	[...] Então eu acredito que quando você utiliza... traz pro teu trabalho... a tua ferramenta... só o empreendedor, tu esquece... tu não traz o intraempreendedor e o empreendedor social.. Eu acho que é uma perda porque... por exemplo... quando tu vai falar com essa comunidade...tu vai falar o seguinte: olha, você não é empreendedor. E acabou. E aí como isso é uma autoavaliação, a pessoa vai sair dali sabendo que ela não é uma coisa, talvez ela até desconfiasse, mas às vezes essas pessoas são lideranças que têm característica de empreendedorismo social porque estão ali absolutamente engajados na... na sua... como sendo um vetor de desenvolvimento para uma região, para uma vila, para um município, enfim não importa... ou às vezes são pessoas que tenham uma organização muito boa. São bons intraempreendedores. Então como esses outros dois conceitos... eu acho que eles são bem consolidados na própria Administração, eu acho que tu trazer ele não só para discutir no teu trabalho (que eu não li, claro!), mas trazer eles para o teu resultado, para analisar o perfil. Eu acho que é um ganho porque quando eu olho lá no questionário, né? Que tu mandastes, e tu me mostra as dimensões, o que eu percebo? Que a pessoa que for preencher... se ela tiver, ali, na dimensão "indivíduo", vamos pensar que ele tem uma baixa pontuação, mas que ele, dentro do contexto, da dimensão sustentabilidade, se ele pontua bastante... então ele é, no mínimo, um Empreendedor Social, e ele tem condições de desenvolver habilidades pra se qualificar profissionalmente, pra alcançar um outro patamar. [...]. Eu acho que tu deverias trazer esses dois conceitos para o teu trabalho porque eles já estão [...]. Então acho que se você não quer ser tão positivista, você não pode ter um resultado que é "sim" ou "não", entendeu? Eu acho que isso precisa ser relativizado, né? Pra quem vai preencher. Então não é só eu saber se eu sou X ou Y, mas o quê que essa autoavaliação me traz de autorreflexão. [...].
Avaliação E01	No questionário de autopreenchimento, numerar as proposições e o gabarito (V/F) para poder facilitar o manuseio pelo empreendedor de TER.

Avaliação E02	Na seção Respostas do EMPRETER – Acrescentar a expressão "ou característica que você possui". Faça a autoavaliação do seu perfil... Para cada acerto ou característica que você possui some 1 ponto.
Avaliação E03	Refletir na possibilidade de numerar as proposições no instrumento, como consta neste roteiro para avaliação. Isso facilitaria no gabarito e evitaria erros no preenchimento.
Avaliação E03	Uma observação adicional: no início do instrumento, primeira linha e segunda coluna, na questão "Tempo de atuação no TER: _____". Como é a primeira vez que aparece o TER, sugiro deixar detalhada e apresentar a sigla entre parênteses. Mesmo sendo possível deduzir o significado a partir do título, sugiro detalhar.
Avaliação E06	Caso o questionário seja auto administrado, não seria desejável colocar uma categoria "outros", uma vez que há um contingente expressivo de pessoas que trabalham no segmento de turismo e que não se reconhecem a partir do binarismo masculino/feminino.
Avaliação E06	O questionário já está "fechado" e decorre de algum instrumento validado, ou você ainda pode aperfeiçoá-lo? Penso que as questões destacadas em amarelo poderiam ser aperfeiçoadas, tendo como escopo: - O uso de um linguajar mais coloquial (mais facilmente inteligível por um público mais amplo e não acadêmico); - Evitar o uso de siglas e/ou termos técnico; - Indicar exemplos que eventualmente ajudem o respondente a compreender os significados das questões e; - Primar por frases mais curtas e diretas.
Avaliação E06	Pode ser que algumas pessoas tenham certa resistência em indicar o nome do empreendimento. Será que não valeria a pena indicar que é opcional a menção ao nome do negócio? Isso talvez diminuiria essas barreiras...
Avaliação E06	Se o questionário for auto administrado, não valeria a pena, aqui, colocar algumas opções de Turismo no Espaço Rural, apenas para a pessoa assinalar com um "x". Isso facilitaria a dinâmica das respostas e tornaria mais prático o processo de tabulação e análise dos dados coletados.
Avaliação E06	Se o questionário for auto administrado, pode ser que as pessoas tenham dúvidas quanto ao significado de "TER".

Avaliação E07	Depois da leitura do escore, não existe o risco do empreendedor alterar as respostas.
Avaliação E08	A outra coisa que eu senti na hora que eu estava preenchendo foi... que são muitas questões, né? Mas são todas elas relevantes. Sugeriria pra você , até, por exemplo, pra você defender e a coisa se for validada, você fazer um sistema informatizado para que a pessoa possa preencher isso de uma maneira (inaudível) você pode até criar lá na frente e patentear o seu sistema e se for trabalhar com ele estar.... porque hoje em dia você responder em uma folha é uma coisa, você responder um Google Formulários é outra. Fica mais dinâmico. E outra coisa: e todas essas perguntas ao mesmo tempo? Você pode colocar por bloco. Primeiro bloco ele vai ver lá a parte do "Contexto" e a parte da "Sustentabilidade" ou do "Indivíduo", né? "Indivíduo - primeiro bloco - Necessidade de realização" ele responde essa. Concluiu esse, passa para outro. Pode desanimar um pouco, mas são todas elas relevantes como eu falei para você. Eu não aconselho você retirar nenhuma porque para as suas análises, isso vai subsidiar o que você está pedindo.
Avaliação E09	Enunciado incorreto. Não é isso que o formulário apresenta. Parte das 64 proposições são as características esperadas e, para essas, a resposta é "V". Porém, para aquelas que a resposta correta é "F", NÃO são características esperadas. Então, o enunciado está incorreto.
Avaliação E09	Porém, boa parte das proposições reflete o perfil psicológico da pessoa, que é algo que não se modifica com treinamento ou capacitação, por exemplo. Então, o feedback poderia ser "como empreender melhor sendo como você é". Sugestão para redação das "instruções de preenchimento": O objetivo deste formulário é proporcionar a autoavaliação do seu perfil empreendedor. Para tanto, você deverá classificar cada uma das 64 proposições como V (Verdadeira) ou F (Falsa) segundo a sua maneira de ser ou de gerir seu empreendimento. Em caso de dúvida se determinada proposição é válida (V) ou não (F) para você mesmo, tente decidir com a resposta que mais se aproxima à sua opinião, a fim de não deixar nenhuma resposta em branco. É importante que as perguntas sejam respondidas a partir do ponto de vista de cada um. Seja o mais sincero possível consigo mesmo ao responder.

Avaliação E09	Recomendo enumerar nas proposições e na folha de respostas, pois a falta de numeração dificulta muito a conferência.
Avaliação E12	Acrescentar no cabeçalho o tempo médio que o entrevistado levará para responder.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Nessa categoria, o Especialista E01 apontou duas vertentes do Empreendedorismo muito relevantes para melhoria do quadro proposto para a autoanálise das Dimensões *Indivíduo* e *Sustentabilidade*: o intraempreendedorismo e o empreendedorismo social.

O termo “intraempreendedor” foi introduzido na literatura pelo professor, consultor e escritor americano Gifford Pinchot III. Em seu livro *Intrapreneuring*, Pinchot III (1989) ressalta que o empreendedor não pode ser visto apenas como um indivíduo que cria uma empresa para trabalhar por conta própria, mas também como aquele profissional que, mesmo sendo funcionário/empregado, limitado pelas estruturas de empresas já existentes, consegue ser inovador, criativo, flexível, dinâmico, implementando melhorias nos processos organizacionais, sem medo de correr riscos calculados.

Nessa perspectiva, o autor apregoa que os profissionais possuidores de ideias ou projetos inovadores não precisam sair das empresas onde trabalham para pô-los em prática, pois podem atuar como empreendedores internos ou intraempreendedores. Esses profissionais intraempreendedores podem ser, então, compreendidos como:

Todos os “sonhadores que realizam”. Aqueles que assumem a responsabilidade pela criação de inovações de qualquer espécie dentro de uma organização. O intrapreneur pode ser o criador ou o inventor, mas é sempre o sonhador que concebe como transformar uma ideia em uma realidade lucrativa. (PINCHOT III, 1989, p. xi).

Ressalta-se que o conceito de intraempreendedorismo foi extremamente salutar para a composição do quadro final de autoanálise, na Dimensão *Indivíduo*, visto que muitos empreendimentos de TER não são geridos pelo proprietário da empresa, mas por gestores contratados para realizar a administração dos recursos. E, desses gestores, espera-se um perfil intraempreendedor.

Em relação ao Empreendedorismo Social, Oliveira (2004, p. 16) assim o descreve:

- Um novo paradigma de intervenção social, pois apresenta um novo olhar e leitura da relação e integração entre os vários atores e segmentos da sociedade.
- Um processo de gestão social, [...]: a) concepção da ideia; b) institucionalização e maturação da ideia; c) multiplicação da ideia. [...].
- Uma arte e uma ciência. Uma arte porque permite a cada empreendedor aplicar as suas habilidades e aptidões e, por que não, seus dons e talentos, sua intuição e sensibilidade na elaboração do processo do empreendedorismo social. Uma ciência porque utiliza meios técnicos e científicos para ler, elaborar/planejar e agir sobre e na realidade humana e social.
- Uma nova tecnologia social, pois sua capacidade de inovação e de empreender novas estratégias de ação faz com que sua dinâmica gere outras ações que afetam profundamente o processo de gestão social, já não mais assistencialista e mantenedor, mas empreendedor, emancipador e transformador.
- Um indutor de auto-organização social, pois não é uma ação isolada, mas, ao contrário, necessita da articulação e participação da sociedade para se institucionalizar e apresentar resultados que atendam às reais necessidades da população, tendo de ser duradouro e de alto impacto social. Não é privativo, pois a principal característica e a possível multiplicação da ideia/ação partem de ações locais, mas sua expansão é para o impacto global.

Essa perspectiva de Oliveira (2004) vai ao encontro das afirmações de Melo Neto e Froes (2001, p.31), cujos estudos apontaram que: “O processo de empreendedorismo social exige, principalmente, o redesenho de relações entre comunidade, governo

e setor privado, que se baseia no modelo de parcerias”. De acordo com esses autores, o objetivo do empreendedorismo social é retirar as pessoas da situação de risco social e promovê-las, gerando capital social, inclusão e emancipação social (MELO NETO; FROES, 2002).

A reflexão acerca do empreendedorismo social ancorou a composição do quadro final de autoanálise na Dimensão *Sustentabilidade*, pois o referido conceito conjuga-se ao entendimento contemporâneo de desenvolvimento sustentável, que apregoa a combinação entre eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica.

Ainda na categoria *Estética Geral*, os especialistas E2, E6, E9 e E12 sugeriram correções no cabeçalho e nas instruções de preenchimento, bem como a enumeração das proposições e da folha de respostas (E09). O Especialista E08 sugeriu a divisão por blocos das pontuações e das orientações para a autoanálise do gestor.

Na categoria *Escore*, emergiram três (3) subcategorias: *Melhoria no Escore*, *Alterar Escore* e *Manter Escore*. Nesse segmento, merece destaque a proposta de alteração da metodologia para cálculo do resultado final do EMPRETER. Foram apresentadas sete (7) avaliações na subcategoria *Manter Escore* e 13 na subcategoria *Alterar Escore*. Esse resultado apontou para a necessidade de alteração e aperfeiçoamento da metodologia de cálculo do escore final.

A subcategoria *Melhoria no Escore* apresentou quatro (4) registros, conforme se visualiza no Quadro 30.

Quadro 30 – Registros dos especialistas na sucategoria Melhoria no Escore.

Identificação	Código/ Categoria	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	SUGESTÕES GERAIS Melhoria no Escore	Eu acho que o tratamento que tem que ser dado para essas perguntas que tu já elaborou precisa ser mais complexo do que está agora e evitar esse tipo de análise em “bom” ou “ruim” dos resultados. Eu acho que tem que qualificar de outra maneira [...]
Avaliação E09	SUGESTÕES GERAIS Melhoria no Escore	Para mim, o objetivo do questionário não deveria ser apenas categorizar os empreendedores em diferentes perfis. Para que tenha uma aplicação prática, o resultado da avaliação deveria conduzir a recomendações objetivas sobre como o empreendedor pode melhorar.
Avaliação E14	SUGESTÕES GERAIS Melhoria no Escore	Você poderia até trabalhar em forma de semáforo. Uma semaforização da cadeia dos empreendedores turísticos.
Avaliação E18	SUGESTÕES GERAIS Melhoria no Escore	Cada uma das dimensões traz uma riqueza de características e formas de se encarar o negócio e o setor turístico que podem gerar resultados mais aprimorados para efetivas melhorias de produtividade e relação com o meio ambiente, por exemplo. Então, para além do cálculo geral, seria interessante termos cálculos por dimensão com variações que irão indicar com maior precisão o perfil do empreendedor, de modo que ele possa, com o resultado, compreender as variações do cálculo geral com proposições mais técnicas por especificidades. Ex: imagine que ele atinja a média 32, sendo considerado empreendedor. Porém, boa parte de suas negativas convergem para um ponto X que poderia ser apontado nos resultados da análise de forma mais direta. Poderia, também, haver uma tabela de situação ideal por dimensão para que, com base nos resultados, se possa fazer uma consulta a possíveis ações e melhorias com base em iniciativas empreendedoras como melhorar a relação com clientes, colaboradores, treinamento de pessoal, interação com o meio ambiente, etc.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

As sugestões dos quatro especialistas, em relação ao escore geral da pesquisa, enriqueceram as possibilidades de métodos para autoanálise do perfil empreendedor pelos gestores de TER. Os pesquisadores compreenderam, então, que não bastava um cálculo geral, mecânico e positivista para promover aos gestores a autorreflexão sobre seus perfis empreendedores, sendo necessário, então, construir um caminho mais qualitativo para a apresentação do escore do EMPRETER de modo a atender os objetivos do trabalho.

Seguindo os pressupostos do GET, que, no seu resultado final, qualifica de diversas formas o perfil empreendedor do respondente, construiu-se um sistema de semaforização (E14, 2020) para torná-lo mais lúdico e reduzir o impacto de uma possível pontuação negativa, ao final da aplicação, em relação às características empreendedoras.

A subcategoria *Alterar Escore* apresentou 13 registros, dispostos no Quadro 31.

Quadro 31 – Registros dos especialistas na categoria *Alterar Escore*.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	Penso que a parte do perfil deva ser repensada, considerando as seguintes questões: - usar o termo “abaixo do requerido” é deselegante com quem colaborou com a pesquisa e não gera nenhum resultado produtivo. Deixar apenas a faixa de pontuação sem necessariamente titular a mesma em algo bom ou ruim pode ser uma saída. - o uso de termos como “sucesso” são qualificações que, no meu entender, um pouco inadequadas. Penso que existe um outro nicho de qualificações que podem colaborar mais com a sua pesquisa. - sobre o conteúdo da análise, posso pensar que se eu não alcançar 49 pontos eu não terei sucesso? Ou seja, devo fechar o meu negócio? Acho que esse texto precisa de um pouco mais de trato. - ainda nessa questão do melhor trato ao texto, sugiro incluir sugestões à partir das pontuações em cada dimensão, por exemplo, se pontuou baixo em sustentabilidade, sugerir engajamento em projetos sociais ou de proteção à natureza como maneira de tornar seu empreendimento mais sustentável.

Avaliação E01	Esse tipo de medida pode ser uma excelente ferramenta para possibilitar a autorreflexão dos respondentes. - a soma da pontuação deveria ser por Dimensão e não geral. - falta a análise da dimensão sustentabilidade (social e ambiental) no perfil. [...] E aí eu te trago algumas propostas. Não uma proposta textual para cada perfil. Mas eu penso o seguinte: primeiro que usar algumas palavras de impacto como “sucesso” ou “insucesso”. Eu acho que isso não é legal. Eu acho que você tem que trazer apontamentos. Pode descrever perfis, mas acho que qualificar é muito difícil em um “bom” ou “ruim”. Eu acho que tu deverias tentar fugir desse “é ruim”, “é bom”. Acho que tem que tentar trazer um pouco mais de qualificação nesse texto pra pessoa conseguir se autoavaliar, que se ela se achar sendo “boa” ou “ruim” talvez o teu teste, todo o teu trabalho de organização não vai chegar aonde tu queres realmente. [...] Tu tiveste um trabalho muito grande, muita leitura e tu construístes as dimensões e os constructos alicerçados e divididos nas proposições lá, né? E daí quando tu vai analisar o perfil tu não traz nada de sustentabilidade. [...] O quê eu acho que falta? A tua exploração dessa pontuação desse score não uma soma simples, mas que tu consigas trabalhar coeficientes por dimensão. [...] Então é assim... tu tem que cruzar essas informações... tu não vai poder fazer um escore único: “somou tanto é isso”. [...] Aí pra dar um exemplo... eu faço uma superpontuação... é... um monte... eu acerto tudo na parte de contexto, que aparentemente é uma visão uma projeção de empreendedorismo... e eu zero a primeira e a segunda. Então, olha, você tem uma excelente visão empreendedora... e é importante se apropriar das questões ambientais e sociais e, além disso, buscar uma qualificação pra te ajudar na organização do negócio do dia-a-dia. Então as análises... elas têm que sair dessa maneira um escore que considere as dimensões e coeficientes e não faça uma soma disso tudo... Eu acho que pra cada pontuação... enfim... tu vai ter... tipo... é que fazer é como se fosse fazer uma parte 2 do que já está já está muito bem feito. É que a cada pontuação que a pessoa tiver em cada dimensão a minha sugestão é que tu faça isso por dimensão, né? Organizados nas dimensões... por cada dimensão tu vai fazer um score. Então... de um determinado... em cada dimensão... se a pessoa alcançar tantos pontos naquela dimensão está tudo legal e ela vai pegar um elogio. Se ela colocar “mediano” ela vai pegar um “meio elogio” e uma “sugestão”. Se ela zerar aquilo ela vai ter uma, duas ou três sugestões pra ela. Eu acho que isso vai gerar uma autoavaliação, né? Uma reflexão boa para quem tiver lendo. E eu acho que isso precisa ser feito com cada uma das três dimensões. [...]
--------------------------	--

Avaliação E02	SIM. Talvez fosse interessante acrescentar o campo subtotal. Creio que usar as classificações: baixo, médio baixo, entre outras não é interessante. Como também as expressões: abaixo do requerido, atende o requerido, entre outras. Você pode ir além e nominar os tipos de empreendedores pela pontuação.
Avaliação E04	Sim, para o nosso nível de instrução, porém, não posso te afirmar se para o nível de instrução das pessoas que serão entrevistadas, será tão claro assim....Sim, porém, há erro de gramática no Baixo. "Nenhum/poucos traço "Média: 32 - 48, não teria que ser "Médio", seguindo os demais níveis, baixo, médio baixo, médio alto?
Avaliação E07	Considerarei complicado, considerando o publico alvo. Pode ser meu desconhecimento da área, mas penso em quem esta respondendo e o entendimento do processo.
Avaliação E08	A partir da metade você já começa a ter um grau de empreendedor, né? Dentro da sua medição. [...] Eu mudaria... [...], em vez de "ausência de perfil empreendedor", eu trabalharia com "baixo perfil empreendedor", entendeu? Porque se você coloca "baixo perfil empreendedor" na pessoa você pode estar dando pra ela uma motivação para que ela possa aumentar o perfil empreendedor dela, se capacitando mais. Quando a gente coloca "ausência de perfil empreendedor" é como se a gente estivesse jogando uma pá de cal. Olha, você não tem não... eu trocaria isso daí.
Avaliação E09	Não. Na verdade, o valor final é composto pelas seis características. Não permite ao respondente visualizar seus pontos fortes e pontos fracos. Ter acertos em todas as proposições relativas às características individuais é diferente de ter todos os acertos nas proposições relativas à sustentabilidade, por exemplo. No valor total essa diferença desaparece. Cabe apenas acrescentar que a "conclusão" para cada escore não se sustenta. Esses vereditos são totalmente arbitrários óbvios e pouco informativos.
Avaliação E11	Para dar equilíbrio entre as três dimensões acredito que deve haver uma padronização no quantitativo de proposições. Será que a dimensão "Indivíduo" não tem a mesma influência e peso no perfil empreendedor de uma pessoa?
Avaliação E12	Sim. Mas acredito que a partir de 60 pontos já poderia ser considerado um perfil TOP.
Avaliação E14	Tem que ver como eles vão entender. Eu entendi. Agora vai ter que ver como que ele vai entender isso na hora ele vai receber. [...] Como que ele vai fazer essa análise se ele não entende? O problema é de quem for fazer a leitura. Quem for fazer a leitura vai entender? Você vai apresentar essa leitura, essa leitura vai apresentar a ferramenta pra quem vai aplicar entender... tá perfeita. Pra mim tá show de bola.

Avaliação E16	É representativo, mas o que será feito se o entrevistado não tiver um perfil empreendedor? Ele será descartado?
Avaliação E17	Eu colocaria assim "possivelmente", pois tudo o que você está detectando aí, na verdade, é "possivelmente". Sugiro porque eu acredito que seja a verdade. A aplicação de um questionário, de uma entrevista... em determinado momento e tem sempre interferências no momento em que a pessoa vai responder isso. Tem uma série de características individuais que podem influenciar na hora em que a pessoa tá fazendo. Você vai ter que respaldar para não ser tão cartesiano em "você é isso?" Possivelmente... Eu gosto muito de colocar isso. Sempre.
Avaliação E18	Sim, mas poderia sugerir mais proposições relevantes, baseadas na pontuação por dimensões, de modo que se possa compreender as particularidades do respondente e propor melhorias pontuais na sua gestão e em suas visões empreendedoras de forma mais humanizada.
Avaliação E20	É preciso deixar claro qual a pontuação do escore [...]

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Considerando que a maioria dos registros relacionados ao *Escore* apontam para a necessidade da sua alteração, os pesquisadores, a partir das sugestões dos especialistas, refizeram a forma do cálculo e das possibilidades de interpretação dos resultados. Dessa forma, na versão final do EMPRETER:

- A soma da pontuação ocorrerá em cada característica;
- Será utilizado, em cada característica, um semáforo com o intuito de qualificar, de forma clara e compreensível, o perfil empreendedor encontrado pelos Gestores de TER. De acordo com os estudos da psicóloga alemã Eva Heller, as cores estão sempre associadas à nossa linguagem e às nossas crenças. Em seu livro *A psicologia das cores*, ela enfatiza a relevância do semáforo na vida das pessoas "Não há nada de mais moderno para se estudar o simbolismo das cores no cotidiano do que o trânsito pelas ruas" (HELLER, 2013, p.119). Nessa linha, o semáforo estará disposto em cada característica do EMPRETER, conforme apresentado no Quadro 32:

Quadro 32 – Modelo do Escore por característica.

Faça sua autoanálise!	
Necessidade de Realização: 1- autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência 2- independência, inquietação 3- persistência 4 - responsabilidade, comprometimento 5 - otimismo 6 - liderança 7 - determinação, foco nos objetivos 8 - busca de avanço no nível de instrução.	
Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 3 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Necessidade de Realização, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 4 a 6 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Necessidade de Realização, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 7 a 8 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Necessidade de Realização; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

- A partir da identificação da cor correspondente ao seu perfil empreendedor, o gestor de TER terá a possibilidade de iniciar o processo de autoanálise, refletindo sobre suas características pessoais, seus comportamentos, suas atitudes e suas experiências na gestão do empreendimento. Esse processo de autoanálise e autoavaliação visa proporcionar uma oportunidade para que o gestor identifique e trabalhe seus pontos fracos,

potencialize seus pontos fortes e, conseqüentemente, tenha subsídios para melhorias na gestão do empreendimento e para que esses benefícios se estendam à comunidade local.

O vermelho apresenta-se como a cor mais importante do semáforo. No trânsito, “quem não prestar atenção ao vermelho pode ser multado, pois coloca a si mesmo e aos outros em perigo. Quando aparelhos de medição de todo tipo atingem o campo vermelho, significa que alguma coisa está errada” (HELLER, 2013, p.119). Nessa linha, o EMPRETER pretende elucidar ao Gestor respondente que, se a sua pontuação em determinada característica ficou situada na faixa vermelha, algo precisa ser mudado ou melhorado com urgência para evitar maiores danos ao seu processo de gestão.

Nessa perspectiva, Heller (2013, p.119) refere-se à cor vermelha como a cor do perigo:

O vermelho sinaliza: “Pare! Perigo!”. Freios de emergência e botões de alarme são vermelhos. Nos balões, o cabo que só pode ser puxado para descida é vermelho. A cor vermelha nos diz: “Pare!”, “Proibida a entrada!”. Uma luz vermelha à porta de um estúdio de rádio ou de uma sala de operações significa que o acesso está proibido. No futebol, um jogador fica proibido de continuar jogando quando o árbitro da partida lhe mostra o “cartão vermelho”.

Portanto, ao promover a autoanálise das características nas quais a pontuação do Gestor de TER ficou na cor vermelha, o EMPRETER pretende ajuda-lo a sair dessa faixa de perigo, por meio da autoanálise de seu perfil, e remetê-lo à busca de conhecimento e desenvolvimento profissional, por meio de consultorias, treinamentos realizados em instituições especializadas, como o Sebrae, o Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), Universidades, entre outras.

Ao analisar as características nas quais a pontuação do Gestor de TER ficou na cor amarela, o EMPRETER aspira incentivá-

lo a reconhecer e potencializar os traços do seu comportamento, comuns aos empreendedores bem-sucedidos. Segundo Heller (2013, p. 164), “Por seu efeito ideal de visibilidade à distância e seu caráter penetrante quando visto de perto, o amarelo foi eleito a cor internacional das advertências”. A cor amarela, no EMPRETER, funciona como uma advertência, uma chamada de atenção para o Gestor que possui traços empreendedores latentes e que, por variados motivos, não os potencializa nem os explora no processo de gestão do Empreendimento de TER.

A psicóloga alemã enfatiza a função do amarelo como cor de advertência e chamada de atenção para algum tipo de perigo iminente:

[...] Listras amarelas e pretas são marcas fronteiriças, que advertem os motoristas para passagens rebaixadas ou estreitas, e advertem os operários para cantos ou ângulos perigosos em máquinas. No futebol fazem-se as advertências com “cartão amarelo”; esse é um termo que já entrou para o vocabulário de uso comum da língua, quando alguém “sinaliza alguém com o cartão amarelo”, ela o está ameaçando com feias consequências. Se uma bandeira amarela for erguida num navio, sinaliza a eclosão de uma epidemia, ninguém deve deixar o navio e ninguém deve ser admitido a bordo. Na linguagem das bandeiras, a amarela significa a letra “Q”, de quarentena. Se fosse hasteada uma bandeira amarela numa aldeia da Idade Média, significava que ali havia eclodido a peste. (HELLER, 2013, p.164).

Desse modo, a faixa amarela do EMPRETER aponta para a existência de traços empreendedores latentes que não estão sendo devidamente explorados pelos gestores em sua atuação cotidiana e que, conseqüentemente, não estão sendo empregados para melhoria da gestão do Empreendimento. Nesse contexto, o grande “perigo” é manter essas atitudes e comportamentos empreendedores subutilizados, privando todos os envolvidos interna e externamente dos ganhos econômicos, sociais e ambientais, que poderiam ser por eles proporcionados.

Ao analisar as características nas quais a pontuação do gestor de TER ficou na cor verde, o EMPRETER anseia impulsioná-lo a seguir aperfeiçoando o acentuado grau de traços empreendedores de que já dispõe.

Heller (2013) corrobora que o sinal verde traduz algo que está em ordem:

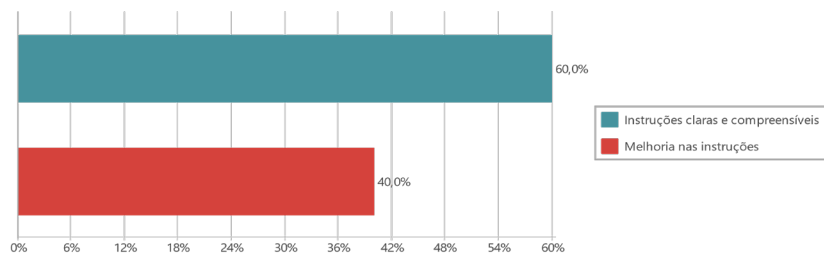
Quando alguém “dá sinal verde a alguém”, simboliza que está apoiando a intenção da outra. Os que estão passando por “uma onda verde”, quer dizer que estão vivendo sucesso após sucesso na vida. “Isso está em área verde”, costuma-se dizer, quando alguma coisa está em ordem. O green card norte-americano dá ao turista “sinal verde” para visitar os Estados Unidos, é a permissão para permanência por tempo ilimitado e também para o trabalho. (HELLER, 2013, p. 217)

Nesse contexto, o sinal verde não significa que o gestor está no topo e que, portanto, poderá acomodar-se. Ao contrário, significa que, apesar de possuir um elevado grau de perfil empreendedor, deve seguir em um processo de aperfeiçoamento contínuo, sem estagnação, para continuar obtendo bons resultados na sua gestão.

Convém ressaltar que, com essas alterações, os pesquisadores visaram atender às recomendações dos especialistas, tornando o instrumento mais claro, sem palavras ou expressões negativas que desmotivem o gestor e com uma possibilidade de autoanálise do perfil do gestor em cada característica. Em suma: com uma proposta mais qualitativa que quantitativa.

Na categoria *Instruções*, a subcategoria *Melhoria nas Instruções* obteve oito (8) avaliações, enquanto a subcategoria *Instruções Claras e Compreensíveis* obteve 12. Isso demonstra que as instruções não necessitam de muitas alterações, pois, na opinião da maioria dos especialistas, estão claras e compreensíveis, considerando o público respondente.

Gráfico 3 – Registros na categoria Instruções.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

No Quadro 33, a seguir, são apresentadas as oito (8) avaliações contidas na subcategoria *Melhoria nas Instruções*:

Quadro 33 – Registros na subcategoria Melhoria nas Instruções.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	Sim. Só tem que esclarecer como proceder na hora de contabilizar os pontos caso ele não marque alguma resposta.
Avaliação E02	Se você conseguir reduzir um pouco é mais adequado.
Avaliação E05	Em parte, a pessoa pode marcar mais de uma opção? Além de estarem um pouco longas, dependendo do gestor não efetuará a leitura de orientações, seguirá diretamente para respostas.
Avaliação E09	[...] Parte das 64 proposições são as características esperadas e, para essas, a resposta é "V". Porém, para aquelas que a resposta correta é "F", NÃO são características esperadas. Então, o enunciado está incorreto.
Avaliação E11	Sim, as informações estão claras. No entanto, tenho duas inquietações que acho importante você refletir sobre: 1ª – Quando você fala "cada uma das 64 proposições que constituem as características empreendedoras esperadas de um gestor de TER com perfil empreendedor" você não está induzindo o entrevistado a ter respostas positivas? Não seria melhor enxugar mais o texto, deixando-o claro no enunciado e não, de quais são as características do perfil empreendedor? 2ª – Você não acha que o entrevistado deve ser sincero com a pesquisa também? E se ele for sincero, ele será em todos os aspectos (com ele e com a pesquisa)?

Avaliação E16	São claras, mas são excessivas, se eu fosse um empreendedor, não gostaria de gastar tanto tempo com formulários tão complexos, demasiadamente longos e que fazem a pessoa se perder no decorrer das respostas.
Avaliação E17	Tá bem explicadinho, mas talvez seja melhor ser um pouquinho menor. Tá meio grandinho. E, no caso, vocês não vão deixar nenhuma possibilidade... por exemplo "verdadeiro", "falso" ou "não sei"? É, mas, às vezes, a pessoa pode falar: "agora essa daí eu não sei..." você está pedindo aí para não deixar em branco... pensa nisso... conversa com o Milton... será que não seria interessante ter uma terceira possibilidade assim: "não sei"? Ou ficar "em branco"
Avaliação E19	Parcialmente claras.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

A sugestão do E01 em relação à soma da pontuação, caso o gestor deixe alguma resposta em branco, foi muito pertinente. Assim, na versão final do EMPRETER, será enfatizada a importância de o respondente assinalar todas as proposições para que o processo de autoanálise do perfil empreendedor ocorra com maior efetividade.

Em relação ao comentário do E05, o gestor não poderá assinalar *Verdadeiro* e *Falso* ao mesmo tempo, pois a proposição seria anulada. E a intenção é que o instrumento seja aplicado por um facilitador que utilize a metodologia de aplicação descrita no presente estudo, explicando aos respondentes o passo a passo da autoanálise proposta.

Sobre a observação do E09, o enunciado explicita que todas as 64 proposições remetem às características esperadas de um gestor com perfil empreendedor. Pode ter ocorrido um equívoco de interpretação, pois tanto as proposições Falsas quanto as Verdadeiras estão direcionadas para uma determinada característica empreendedora.

Considerando as avaliações já descritas, bem como o restante das sugestões apresentadas na subcategoria *Instruções* pelos

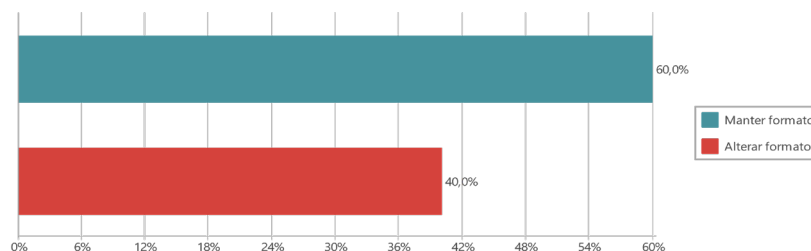
especialistas E02, E11, E16, E17 e E19, as instruções de preenchimento, na versão final do EMPRETER, serão apresentadas da seguinte forma:

Instruções de Preenchimento:

- O objetivo do EMPRETER é proporcionar-lhe uma autoanálise do seu perfil empreendedor. Para tanto, você deverá classificar como V (Verdadeira) ou F (Falsa) cada uma das 64 proposições apresentadas;
- Em caso de dúvida, se concorda (V) ou não concorda (F) com alguma frase, tente decidir, a fim de não deixar nenhuma resposta em branco;
- Seja o mais sincero possível ao responder para obter melhores resultados na sua autoanálise.

Na categoria *Formato*, oito (8) avaliações estão na subcategoria *Alterar Formato*, porém a maioria, que corresponde a 12 avaliações, está na subcategoria *Manter Formato*, o que indica que o formato do EMPRETER está pertinente, considerando os objetivos que se propõe atingir.

Gráfico 4 – Registros na categoria Formato.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Mesmo diante da aprovação do Formato pelos especialistas, os pesquisadores observaram as sugestões na subcategoria *Alterar Formato* (Quadro 34) para melhorar a versão final do EMPRETER.

Quadro 34 – Registros na subcategoria *Alterar Formato*.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	[...] No questionário de auto preenchimento, acho que é importante tu numerar as proposições de 1a 64 que elas não estão numeradas. E lá no gabarito você enumerar também porque a pessoa vai ficar com dificuldade de associar qual a pergunta com qual “verdadeiro” e “falso”, né? Eu fui tentar fazer e dá uma confusãozinha. Então numera os dois porque é mais fácil a pessoa achar o correspondente: um para um, dois para dois e assim por diante, tá? Outra coisa que... de forma totalmente, assim, é que tem algumas proposições tuas tem ponto final e outras não tem. Eu acho que por estar num quadro nem precisa de ponto final, mas eu não tenho certeza. Então você dá uma olhada nisso. Então sobre a forma, né, sobre o formato eu queria pontuar isso.
Avaliação E02	Em relação ao cabeçalho: Normalmente se usa a nomenclatura: dirigente ou proprietário-dirigente (owner-manager). [...] Nome fantasia do empreendimento; A idade é por faixas, por exemplo: 20 a 30 anos, 30 a 40 anos... Especificar os Tipos de TER: turismo rural, ecoturismo, turismo esportivo... Formulário dicotômico: Se tem ou não a característica. Pensar se 'Sim' ou 'Não' é mais fácil ao entendimento do dirigente do que 'V' ou 'F'.
Avaliação E03	SIM. Apenas sugiro colocar numeração em cada proposição e em cada linha do gabarito.
Avaliação E05	O formato está claro e objetivo, porém extenso e cansativo para um empreendedor para e fazer muitas vezes, devido a rotina, empenho e dedicação.

Avaliação E08	Eu acho que não sabe por que não complica tanto? Por que, por exemplo, se você vai fazer um investimento no banco, hoje em dia, por exemplo, eu trabalho tudo por internet. Aí eu fui fazer um investimento no banco, antes de eu fazer o investimento, ele me deu um formulário para eu preencher. E formulário não era dicotômico, não era “Verdadeiro” ou “Falso”, mas era marque “X”. Assim, por exemplo, algumas palavras... uma que negava a outra. Entendeu? Então isso aí ajuda você ter perfil empreendedor porque, quando eu respondi aquilo ali, o banco passou a ter o meu perfil de investidor. Acredito que dessa maneira também você consiga ter o perfil deles.
Avaliação E09	[...] Mas, para avaliar é necessário que as proposições sejam numeradas. É muito desagradável conferir as respostas sem numeração.
Avaliação E16	Claro, mas não sei se todos os entrevistados dariam conta de entender tantas questões.
Avaliação E19	O instrumento tem um formato adequado, porém considero muito longo e precisa clareza em algumas perguntas, considerando quem irá responder aos questionamentos. Considero muito complexo e trabalhoso para o respondente. Deveria constar algo como NÃO SE APLICA. Talvez os próprios pesquisadores devessem preenchê-lo.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

A partir das sugestões dos especialistas E01, E03 e E09 na subcategoria *Alterar Formato*, a versão final do EMPRETER apresentou os seguintes ajustes:

- As proposições foram enumeradas tanto no formulário inicial quanto na folha de respostas do EMPRETER;
- Foram retirados os pontos finais de todas as proposições.

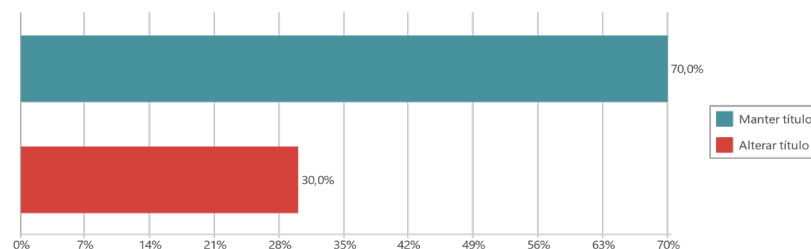
Considerando a avaliação do E02, ressalta-se que o termo “Gestor” foi mantido, pois o foco do EMPRETER é exatamente o perfil empreendedor do indivíduo que faz a gestão dos recursos (humanos e materiais) e que pode ser, ou não, o proprietário do empreendimento. Por outro lado, foram acrescentados intervalos para que o gestor

assinale sua faixa etária e foram acrescentadas algumas modalidades de TER para facilitar a identificação do tipo de empreendimento. Em relação à utilização de “sim” ou “não”, em vez de “verdadeiro” ou “falso”, a alteração não foi realizada, pois a metodologia elaborada, no presente estudo, prevê respostas reflexivas sobre determinados comportamentos, o que vai além de uma resposta “sim” ou “não”.

As avaliações dos especialistas E05, E16 e E19 consideram o formato do EMPRETER extenso, complexo, cansativo e trabalhoso para o preenchimento pelo gestor de TER. Com base nessas avaliações, a versão final resultou na alteração da quantidade de Dimensões (que passaram de 3 para 2) e na quantidade de proposições, que foram reduzidas de 64 (versão preliminar) para 59 (versão final).

Na categoria *Título*, 14 avaliações estão na subcategoria *Manter Título* e seis (6) na subcategoria *Alterar Título*. Embora tenham sido somente seis (6) avaliações a favor da alteração do título do Instrumento, os pesquisadores optaram por considerar as sugestões pelo fato de serem pertinentes em relação aos objetivos da pesquisa.

Gráfico 5 – Registros dos especialistas na categoria Título.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

No Quadro 35, apresentam-se os seis (6) registros na subcategoria *Alterar Título*.

Quadro 35 - Registros dos especialistas na sucategoria Alterar Título.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E03	Pela proposta, entendo que a palavra "Perfil", precisa fazer parte do título. Faz parte do propósito do instrumento e tem um significado forte. Sugestão: Perfil Empreendedor do Turismo no Espaço Rural (PEMPRETER).
Avaliação E04	Penso que no título deveria incluir "análise", pois, no título não deixa claro o que fará com o EMPRETER.
Avaliação E08	Olha, melhorar... não pode... a pessoa vai ter que ler alguma coisa para saber o que significa. Você conseguir um título, que eu não preciso ler... que ele bate o olho e sabe do se trata, é melhor. Por que criar é o quê? É criar um instrumento para medir, né? E fazer essa... então você poderia ter um nome que casasse essas coisas todas... quando eu...eu sou proprietário e eu bato o olho nisso eu já vejo... por enquanto EMPRETER, para mim, lembra muito um órgão de governo, entendeu? Essas siglas de órgão de governo. Até antigamente tinha uma que era bem parecido.
Avaliação E09	Não. Pelo título, pode-se esperar uma lista de nomes de empreendedores ou uma descrição do que seria um empreendedor de TER. Talvez algo como "Avaliação do Perfil do Empreendedor do Turismo no Espaço Rural" ou "Diagnóstico individual do perfil do Empreendedor do Turismo no Espaço Rural". É preciso deixar claro que se trata de uma avaliação individual.
Avaliação E11	A partir da leitura do resumo de sua tese, entendi que sua proposta não é levantar quantitativo de empreendedores do turismo no espaço rural e sim, traçar um diagnóstico e estimular a autoavaliação do perfil empreendedor de gestores do Turismo no espaço rural. Considerando tais apontamentos, sugiro a mudança do título do instrumento de pesquisa para PETER – Perfil Empreendedor do Turismo no Espaço Rural.
Avaliação E16	Claro, para pessoas com formação acadêmica na área proposta ou afins.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Os títulos que emergiram foram: Perfil Empreendedor do Turismo no Espaço Rural (PEMPRETER), sugerido pelo E03; "Avaliação do Perfil do Empreendedor do Turismo no Espaço Rural" ou

“Diagnóstico individual do perfil do Empreendedor do Turismo no Espaço Rural”, sugeridos pelo E09; e, Perfil Empreendedor do Turismo no Espaço Rural, sugerido pelo E11.

Os pesquisadores, considerando que 70% dos especialistas avaliaram positivamente o título EMPRETER, optaram por mantê-lo na versão final do Instrumento. A intenção é que, pelo título, o gestor compreenda a proposta do instrumento: proporcionar a autoanálise do perfil de todos os empreendedores que atuam no Turismo no Espaço Rural, independentemente de serem proprietários ou funcionários dos empreendimentos.

3.2.3 Variável Abrangência

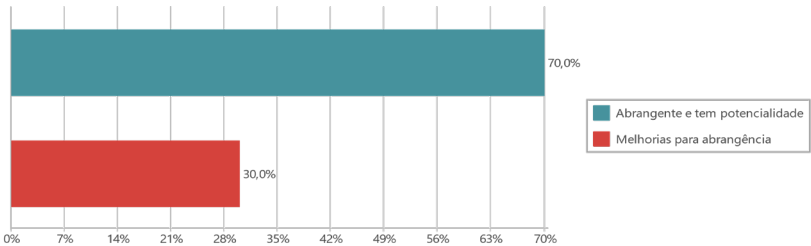
Na variável *Abrangência*, os especialistas avaliaram a possibilidade de o EMPRETER ser utilizado como um instrumento de autoanálise de perfil empreendedor, pelos gestores de TER, em qualquer uma das regiões geográficas do Brasil: Norte, Sul, Nordeste e Centro-Oeste.

Ressalta-se que os Instrumentos PECs (1987) e GET (1988), utilizados como base inicial para a construção do EMPRETER, popularizaram-se pelo mundo, nos ambientes acadêmico e empresarial, devido à abrangência de seus respectivos conteúdos, que contemplam as mais variadas atitudes e comportamentos esperados de um indivíduo que disponha de um perfil empreendedor. Dessa forma, o EMPRETER pretende percorrer esse caminho de popularidade, porém com foco no Espaço Rural e, mais precisamente, nos gestores de empreendimentos de TER.

O resultado nessa variável foi bastante satisfatório, pois os especialistas dividiram suas avaliações em duas (2) categorias: *melhorias para abrangência*, com seis (6) avaliações, e *abrangente e*

tem potencialidade, com 14 avaliações, demonstrando que a maioria avaliou o EMPRETER como um instrumento abrangente e com potencialidade para ser aplicado em todas as regiões do Brasil.

Gráfico 6 – Classificação dos registros na variável Abrangência.



Fonte: Dados da pesquisa (MAXQDA, 2020).

No Quadro 36, estão dispostos os 14 registros que fundamentam a abrangência do EMPRETER:

Quadro 36 – Registros na subcategoria Abrangente e tem potencialidade.

Identificação	Código/Categoria	Segmento da Avaliação
Avaliação E03	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Entendo que todas as características necessárias foram incluídas. E considero que o instrumento é abrangente e tem possibilidade para ser utilizado com gestores de TER em qualquer localidade do Brasil. Não identifiquei no instrumento fatores que possam caracterizar situações específicas no MS, como Bonito, Campo Grande e Corumbá.
Avaliação E04	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim
Avaliação E06	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim.

Avaliação E07	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Considero que sim.
Avaliação E08	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Não ficou restrito à nossa realidade. Porque, assim, eu até vi pouca regionalidade nele. O que eu percebi da sua proposta é que você não queria ter regionalidade. [...] Então, para mim, são perguntas que não traz... meio esdrúxulo: “você prefere carreteiro ou churrasco?” Você não perguntou isso. São coisas regionais nossas, entendeu? Você perguntou outras coisas. Você perguntou coisas mesmo voltadas pra cada área dessa de característica pessoal das pessoas, né? E eu acredito que ele funcione tanto, quanto em outros lugares também.
Avaliação E10	ABRANGÊNCIA\ Abrangente e tem potencialidade	Sim
Avaliação E11	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	O instrumento de pesquisa é abrangente e por seu caráter mais generalista apresenta potencial para ser aplicado em pesquisas realizadas em diferentes localidades brasileiras.
Avaliação E12	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim é muito abrangente.
Avaliação E13	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim.
Avaliação E14	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim, mas você tem que encaixar ainda a “oportunidade” e a “necessidade” dentro da história de vida do cara.
Avaliação E15	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Acredito que sim, muito relevante.

Avaliação E17	ABRANGÊNCIA\ Abrangente e tem potencialidade	Eu acho que ele tá abrangente.
Avaliação E18	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim, o instrumento é interessante e aplicável. Minhas sugestões de ampliação são no sentido de aprimorar o conteúdo para gerar dados mais significativos para que os empreendedores tenham um instrumento de orientação que vá além de medir o seu, permitindo que ele possa se auto orientar com base nos resultados. Parabênizo a iniciativa e a qualidade do instrumento!
Avaliação E20	ABRANGÊNCIA Abrangente e tem potencialidade	Sim.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

O número significativo de avaliações positivas referentes à variável *Abrangência* impulsiona a possibilidade de utilização do EMPRETER em todo o Brasil. Por um lado, como pode ser observado, por exemplo, na fala do especialista E08, em relação ao conteúdo do EMPRETER, não foi identificada nenhuma marca de regionalidade que reduzisse sua possibilidade de ser aplicado em qualquer região do Brasil, fator primordial para sustentação da variável *Abrangência*. Por outro lado, convém mencionar que as seis (6) avaliações dispostas na categoria *Melhorias para Abrangência* apresentaram, como tema central de discussão, a necessidade de tornar o conteúdo mais acessível a todos os públicos, desde gestores de TER mais instruídos até aqueles que possuem carências no nível de instrução. Esse ponto pode ser observado nas avaliações dos especialistas 05, 16 e 19, conforme disposto no Quadro 37.

Quadro 37 – Registros referentes à categoria Melhorias para Abrangência.

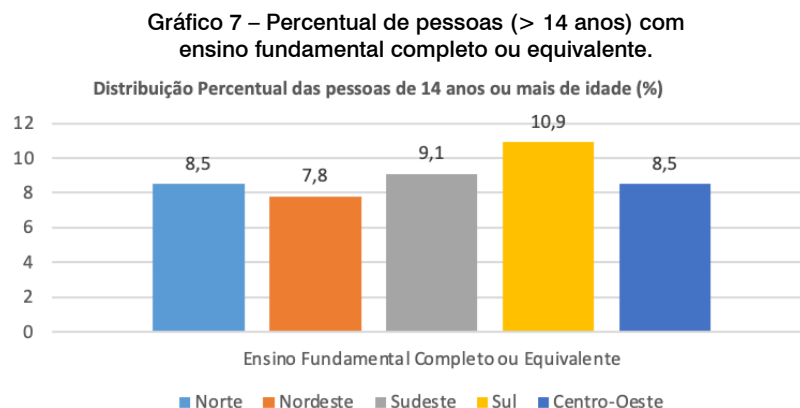
Identificação	Código/Categoria	Segmento da Avaliação
Avaliação E05	ABRANGÊNCIA Melhorias para abrangência	Acredito que sim que possa ser utilizado, porém como já mencionado, dependendo do público de gestores a linguagem está complexa, questionário longo (muitos se cansarão de responder) e algumas questões anotei que devem ser revistas, devido a imperatividade da forma escrita.
Avaliação E16	ABRANGÊNCIA Melhorias para abrangência	Sim, possui potencialidade para ser utilizado, mesmo sendo longo, burocrático e complexo se olharmos para um gestor que oferece turismo rural no interior e que não possui formação acadêmica e, em alguns casos, tempo para responder formulários.
Avaliação E19	ABRANGÊNCIA Melhorias para abrangência	O instrumento é abrangente, mas a complexidade das questões inviabiliza as respostas. Especialmente na região norte, os pequenos empreendedores, muitos informais, possuem baixos níveis de escolaridade. Neste caso, os próprios pesquisadores precisariam simplificar para poder aplicar, sem contar que o instrumento é muito longo, conforme esclarecido anteriormente.

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Dessa forma, considerando a relevância da sugestão dos especialistas para melhoria na complexidade do conteúdo e redução na quantidade de proposições (para torná-lo mais acessível) e considerando as diferenças entre as regiões brasileiras no quesito nível de instrução ou escolaridade, depreende-se que a abrangência do EMPRETER encontra-se intrinsecamente associada ao nível de instrução dos gestores de TER. Isso porque, para o seu preenchimento, faz-se necessária a realização da leitura e compreensão do conteúdo das proposições, bem como do cálculo da pontuação, mediante

operações matemáticas. Esses pré-requisitos sugerem que o gestor precisa, no mínimo, ter concluído o ensino fundamental.

De acordo com Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua (IBGE, 2020), as regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste apresentaram, no primeiro Trimestre de 2020, os menores percentuais de pessoas que concluíram o ensino fundamental ou equivalente, considerando os indivíduos acima de 14 anos residentes nas respectivas regiões, conforme pode ser observado no Gráfico 7.



Fonte: Baseado nos dados disponíveis em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/4095#resultado>.

Nessa linha, considerando as diferentes realidades regionais, foram realizadas adaptações na versão preliminar do EMPRETER, pois, conforme ressaltado pelos seis (6) especialistas, um instrumento muito complexo e de difícil compreensão possivelmente não seria viável para aplicação em regiões cujos níveis de escolaridade sejam baixos.

Portanto, a partir da análise da variável *Abrangência*, foram realizadas as seguintes modificações na versão preliminar do EMPRETER:

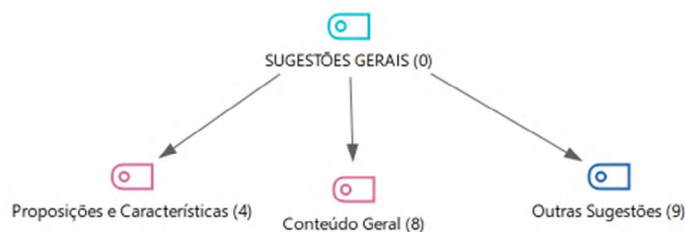
- Redução do número de proposições para tornar o instrumento mais compacto e menos cansativo (condensar proposições e características);

- Reescrita de determinadas proposições em linguagem mais acessível.

3.2.4 Variável Sugestões Gerais

Na variável *Sugestões Gerais*, emergiram três (3) categorias conforme Figura 13.

Figura 13 – Categorias que compõem a variável Sugestões Gerais.



Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Ressalta-se que, além dos registros de sugestões de melhorias nas categorias *Proposições e Características* e no *Conteúdo Geral*, emergiram nove (9) registros, que foram agrupados na categoria *Outras Sugestões*.

Nessa categoria, destacaram-se as avaliações dos especialistas E01, E08 e E14, que sugerem a possibilidade de disponibilização do EMPRETER em meio digital para facilitar o acesso e a forma de aplicação do instrumento:

Não seria viável isso ser feito em uma plataforma online ou em formato de aplicativo? Assim ficaria mais fácil cruzar os coeficientes de cada dimensão e apresentar resultados mais complexos. [...] Mesmo no meio rural todo mundo tem um celular, entendeu? E se você pudesse reunir essas pessoas e no celular delas elas puderem fazer essa avaliação... que seja um link, alguma coisa, um formulário Google-docs, não sei... mas que elas consigam fazer isso com autopreenchimento, eu acho

que vai trazer o toque de modernidade que é importante pro teu trabalho para que ele possa ser feito impresso, mas também processado num celular, num smartfone. (E01, 2020).

Disponibilizar o formulário em um sistema informatizado (E08, 2020).

Você poderia disponibilizar por meio de um aplicativo de celular (E14,2020)

Em conformidade com a sugestão dos três especialistas e considerando que, desde o início do século XXI, o processo de disseminação das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) consolidou-se, também, no espaço rural, entende-se que a disponibilização em meio digital poderá proporcionar maior popularidade e acessibilidade ao EMPRETER. Desse modo, esta pesquisa corrobora ponderações de estudiosos acerca da democratização das TICs:

Nas duas últimas décadas, a emergência da nova mídia (computador, internet e celular) tem atingido o espaço rural, seja por meio de aquisição individual dos aparatos tecnológicos ou através das políticas públicas do Estado ou da iniciativa privada. Mesmo que numa cronologia distinta da que cumpre em grandes centros e em camadas mais abastadas da sociedade, as famílias da agricultura familiar, objeto deste artigo, estão tendo acesso às recentes ofertas em tecnologia da informação e da comunicação, tratando-se especificamente aqui do celular e do computador com internet (e seus 'correlatos', como smartphones e PCs, notebooks, netbooks, ultrabooks, tablets etc.) (FELIPPI; DEPONTI; DORNELLES, 2017, p. 9-10).

Nesse contexto, foi estudada a possibilidade de disponibilização da versão final do EMPRETER em algum meio digital (formulário *online* ou aplicativo para celular).

Em relação aos registros na subcategoria *Conteúdo Geral*, destaca-se o questionamento do E02:

Eu me fiz a seguinte pergunta: Por que o GET ou o PECS não são adequados para identificar o perfil empreendedor dos gestores de empreendimentos rurais? Continuo crendo que a sua contribuição é a dimensão sustentabilidade (E02, 2020).

Importa ressaltar que o principal objetivo do EMPRETER é promover a autoanálise do gestor de TER em relação ao seu perfil empreendedor. Não se trata, portanto, de identificar o perfil do gestor quantitativamente, mas de possibilitar a ele a experiência de refletir sobre seus comportamentos cotidianos, suas ações e, sobretudo, sobre a sua atuação na gestão do empreendimento de TER. Nesse sentido, o teste GET e os PECs não se adequam completamente a essa proposta, por serem construídos a partir de uma metodologia quantitativa.

Além disso, o EMPRETER apresenta como novidade a Dimensão *Sustentabilidade*, com proposições voltadas, especificamente, para gestores que atuem no segmento do *Turismo no Espaço Rural*.

Na categoria *Proposições e Características*, concentraram-se quatro (4) registros, dispostos no Quadro 38.

Quadro 38 – Registros na categoria Proposições e Características.

Identificação	Segmento da Avaliação
Avaliação E01	Algumas proposições possuem ponto final, outras não. Sobre a extensão do questionário, as 64 perguntas. Tu terias como fazer um bom trabalho com uma menor quantidade de perguntas? Essa pergunta é porque é um questionário extenso, entendeu? E eu falo assim a partir da minha vivência com esses empreendedores rurais... o empreendedor de um modo geral é muito apressado, né? Ele quer coisas mais rápidas, ele não é como a gente que é da área acadêmica que senta, fica fazendo horas de reunião ou conversas...Então essa extensão às vezes dificulta a gente ter uma colaboração mais efetiva. [...]
Avaliação E02	Visualização de oportunidade e visão de longo prazo não tem o mesmo sentido?

Avaliação E08	Qual é a característica do empreendedor do turismo que você vai colocar na sua análise? Por exemplo, ele está trabalhando com um produto diferenciado. Quais são as características do turismo? O turismo tem características diferentes em cada segmento, mas tem características idênticas neles também. O fato dele ser intangível, o fato de você comprar, consumir e comprar uma experiência, né? Essas coisas vão ser interessantes de você estar analisando. [...]
Avaliação E14	E Planejador? No "Indivíduo", ele faz as coisas planejando? Ele leva a vida ou deixa a vida levar ele? Não sei como você encaixaria aí. Por que isso? Porque está dentro de um contexto mais amplo, né? Agora, também, ele pode ser movido por um interesse, né? No caso "Fascinado por um enigma". Qual esse "enigma"? Será que se eu montar uma cozinha aqui no curral e montar, aqui, um restaurante vai ter gente? Aí ele tá vendo oportunidade. O que é isso? Ele é um estrategista. Só que ele tá planejando. Então, tentar encaixar uma coisa na outra... Aqui a habilidade você deixou bem claro. Dá pra ver bem... eu acho que nessa questão do conhecimento ele tá buscando conhecimento? Aquilo que eu falei do "curioso". Eu sou curioso? Eu pesquiso sobre o meu negócio? Ou ele tá levando aquela mesmice? Porque entra dessa "Criatividade e Inovação"... que tá bem encaixadinho aí... eu entendi o que você quis dizer, mas eu não sei se ele entende... e outra... não é só fazer a pergunta, né? É pesquisar. É buscar novas fontes, é buscar case... eu me mantenho informado? Agora, por outro lado, quando eu falei... ele é comunicativo? Se ele é comunicativo ele vai atender bem o cliente, se ele não for comunicativo ele vai atender mal o cliente... ainda mais prestação de serviço que é o teu enfoque aí. Ele é otimista? Ele é animado? É uma pessoa que admite cometer erros? Porque ele tem que admitir cometer erros; ainda mais no setor de serviços. Quem comete mais erros é que tenta mais. E quem tenta mais realiza mais. E quem não comete erro é porque não tentou. Então, talvez, numa das perguntas aí "Se permite a cometer erros?" Que vai estar na "Necessidade de Realização" porque como que ele vai realizar sem ele tentar? Toda tentativa é acerto? Nem sempre. Olha onde você está indo... Calcular o que é? É planejar. Entra tudo ali. [...]

Fonte: Dados da Pesquisa (MAXQDA, 2020).

Em relação à sugestão do E01, as 64 proposições foram reavaliadas e foi identificada a necessidade de supressões, combinações e realocações para evitar repetições e falta de clareza. Decidiu-se tornar o instrumento menos extenso, com a dissolução da

Dimensão Contexto. Dessa forma, a versão final do EMPRETER ficou composta por duas grandes dimensões de autoanálise: Indivíduo e Sustentabilidade. A característica *Propensão a Riscos Calculados* foi realocada na *Dimensão Indivíduo* e a característica *Atenção à Sazonalidade da Demanda* foi realocada na *Dimensão Sustentabilidade*.

Em conformidade com o apontamento do E02, foi excluída do EMPRETER a característica *Visão de longo Prazo*, pois, a partir da análise das avaliações dos especialistas, os pesquisadores concluíram que as atitudes e comportamentos correspondentes à referida característica, na versão preliminar do instrumento, já estavam contempladas em outras proposições, nas características *Necessidade de Realização*, *Visualização de Oportunidades e Criatividade e Inovação*.

Quanto às observações do E08, em relação às características básicas do Turismo (*intangível, compra e consumo de uma experiência, etc.*), os pesquisadores compreenderam que já estão subentendidas nas sete (7) características que compuseram a versão final do EMPRETER.

O E14 apontou algumas características que, em sua visão, são esperadas de um indivíduo com perfil empreendedor (planejador, curioso, estrategista, comunicativo, otimista, animado) e ressaltou a importância de que essas características estejam contempladas nas dimensões do EMPRETER. Os pesquisadores avaliaram que todas já estão subentendidas na versão final do instrumento, na *Dimensão Indivíduo*.

3.3 EMPRETER: VERSÃO FINAL

O diferencial do EMPRETER em relação aos outros instrumentos de análise de perfil empreendedor existentes no mercado é a ênfase na

Ressalta-se que “As nuvens de palavras são usadas para visualizar as palavras mais comuns em um texto” (MAXQDA, 2020)¹⁹ e, conforme pode ser observado na Figura 14, as palavras mais frequentes nas avaliações aparecem em tamanho maior. Dessa forma, os especialistas, além das palavras “perfil”, “empreendedor” e “rural”, que são o fio condutor de toda a análise, destacaram a Dimensão “Sustentabilidade”, que é primordial para a análise específica dos empreendimentos de TER.

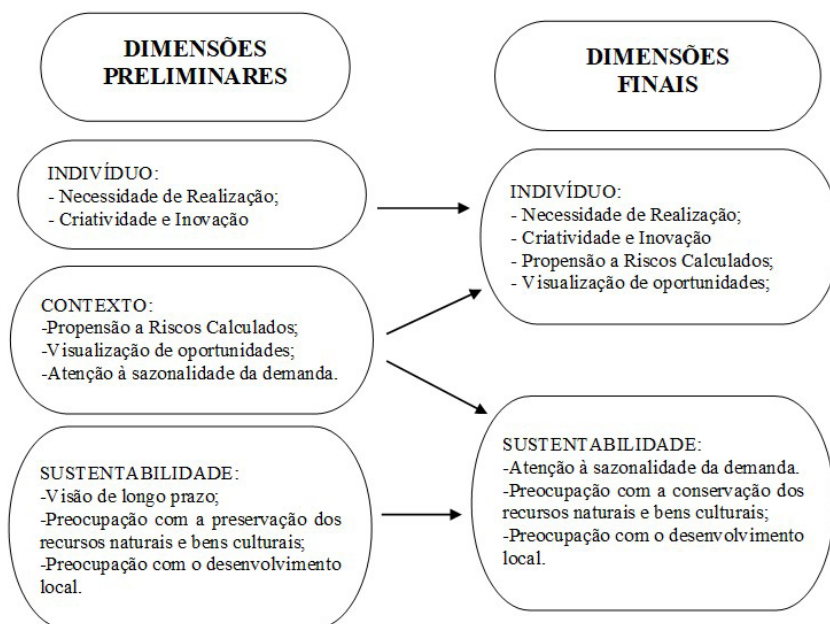
[illegible]

Assim, a versão final do EMPRETER ficou constituída por duas Dimensões: INDIVÍDUO e SUSTENTABILIDADE. A Dimensão Contexto, que constava na versão preliminar do instrumento, foi incorporada a essas duas Dimensões finais, considerando a avaliação geral dos especialistas.

SUMÁRIO

Na versão final do EMPRETER, as características ficaram dispostas conforme representação na Figura 15.

Figura 15 – Dimensões e Características Finais do EMPRETER.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

O Quadro 39 apresenta a disposição geral das dimensões, das características e da classificação como Verdadeiro ou Falso na versão final do instrumento:

Quadro 39 – Disposição final das proposições do EMPRETER.

Dimensões	Características	Proposições	Perfil Empreendedor	Pontos
INDIVÍDUO	Necessidade de realização	1 Prefiro os desafios que testam minhas habilidades às coisas que faço com facilidade	Verdadeiro	F= 0 V= +1
		2 Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom	Falso	F= +1 V= 0
		3 Se encontro problemas com uma tarefa, paro e começo a fazer outra	Falso	F= +1 V= 0
		4 O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo	Falso	F= +1 V= 0
		5 Quando enfrento um desafio, penso mais nas consequências do sucesso do que nas do fracasso	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		6 Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe, a assumir a responsabilidade sozinho	Falso	F= +1 V= 0
		7 A maioria das pessoas pensam que sou teimoso	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		8 Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER	Falso	F= +1 V= 0
	Criatividade e Inovação	9 Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente	Falso	F= +1 V= 0
		10 Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida	Falso	F= +1 V= 0
		11 Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa	Verdadeiro	F= 0 V= +1
		12 Prefiro me adequar às consequências dos fatos do que me antecipar aos acontecimentos	Falso	F= +1 V= 0
		13 Posso fazer muitas tarefas ao mesmo tempo	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		14 Gosto de descobrir coisas novas, embora para isso deva enfrentar alguns desafios	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		15 Os outros pensam que faço muitas perguntas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		16 Raramente sonho acordado	Falso	F= +1 V= 0

Propensão a riscos calculados	17	Prefiro lidar com aquilo a que estou acostumado a lidar com o desconhecido	Falso	F= +1 V= 0
	18	Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro a ter um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho	Falso	F= +1 V= 0
	19	Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem, no mínimo, de 50%	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	20	Antes de tomar uma decisão, prefiro ter todos os fatos esclarecidos, embora demande muito tempo	Falso	F= +1 V= 0
	21	Quando tenho que traçar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	22	Esforço-me para realizar somente as coisas que precisam ser feitas	Falso	F= +1 V= 0
	23	Considero, cuidadosamente, as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	24	Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a uma situação melhor, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão	Verdadeiro	V= +1 F= 0
Visualização de oportunidades	25	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	26	Consigo formular estratégias para aproveitar as novas oportunidades visualizadas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	27	Não perco muito tempo com análise de mercado	Falso	F= +1 V= 0
	28	Não preciso ter rede de relações, pois sou capaz de resolver sozinho os problemas do empreendimento que gerencio	Falso	F= +1 V= 0
	29	Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas atividades diárias	Falso	F= +1 V= 0
	30	Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios	Falso	F= +1 V= 0
	31	Considero que as pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	32	Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	33	Fico atento às estratégias dos meus concorrentes.	Verdadeiro	V= +1 F= 0

SUSTENTABILIDADE	Atenção à sazonalidade da demanda	34	Não costumo me preocupar com a captação de novos clientes/turistas.	Falso	F= +1 V= 0
		35	Demoro a perceber quedas significativas de demanda	Falso	F= +1 V= 0
		36	Não costumo realizar contato posterior com o cliente/turista para mensurar o nível de satisfação com o meu empreendimento.	Falso	F= +1 V= 0
		37	Procuo reduzir custos em períodos de baixa demanda	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		38	Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado.	Falso	F= +1 V= 0
		39	Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		40	Invisto em comunicação direta com os turistas/clientes	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	41	Para não desagradar o turista/cliente, prefiro não insistir na cobrança de atitudes sustentáveis no Espaço Rural	Falso	F= +1 V= 0
		42	Na maioria das vezes, coloco em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir	Falso	F= +1 V= 0
		43	Considero importante desenvolver ações que combatam o uso indiscriminado dos recursos naturais	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		44	Considero que a exploração da atividade turística seja uma oportunidade de revitalizar o Espaço Rural	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		45	Preocupo-me com a preservação e manutenção da originalidade e da identidade cultural local	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		46	Não acredito que as mudanças climáticas (calor intenso, chuvas torrenciais, entre outras) possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER	Falso	F= +1 V= 0
		47	Acredito que a preservação da fauna e da flora nativa é responsabilidade somente do poder público	Falso	F= +1 V= 0
		48	Busco parcerias com universidades e outras organizações para o desenvolvimento de projetos voltados à conservação do meio ambiente.	Verdadeiro	V= +1 F= 0

		49	Quanto mais eu promover ações para contribuir com a conservação dos recursos naturais, maiores serão os benefícios para o empreendimento que gerencio	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		50	Deixo de oferecer determinados produtos e serviços se constato que estão degradando o meio ambiente, o patrimônio histórico ou a cultura tradicional local	Verdadeiro	V= +1 F= 0
	Preocupação com o desenvolvimento local	51	Tenho satisfação em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		52	Não dou muita atenção aos impactos externos (descarte de resíduos, poluição ambiental, conservação da fauna e flora, geração de empregos, entre outros) do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas (infraestrutura, materiais, equipe, entre outras)	Falso	F= +1 V= 0
		53	Em minhas estratégias de desenvolvimento do TER, não costumo considerar os interesses da população local	Falso	F= +1 V= 0
		54	Acredito que o desenvolvimento local deve ser promovido somente de cima pra baixo, iniciando-se com ações do poder público	Falso	F= +1 V= 0
		55	Busco inserção em redes comerciais locais do TER	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		56	Considero importante participar de associações e fazer parcerias com outros empreendimentos e com o poder público para melhorar a competitividade.	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		57	Priorizo comprar insumos no comércio local	Verdadeiro	V= +1 F= 0
		58	Considero suficiente que o empreendimento de TER que gerencio traga ganhos financeiros para mim e para minha família	Falso	F= +1 V= 0
		59	Reivindico políticas públicas locais para o TER	Verdadeiro	V= +1 F= 0

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Nesse segmento, na versão final do EMPRETER, as pontuações correspondentes às características ficaram da seguinte forma:

Quadro 40 – Características do EMPRETER e pontuações correspondentes.

	Características	Pontuação Máxima
INDIVÍDUO	Necessidade de Realização	8
	Criatividade e Inovação	8
	Propensão a Riscos Calculados	8
	Visualização de Oportunidades	9
SUSTENTABILIDADE	Atenção à Sazonalidade da Demanda	7
	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	10
	Preocupação com o Desenvolvimento Local	9
	Total	59

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Importa destacar que, para oportunizar ao Gestor de TER a autoanálise do seu perfil empreendedor, cada uma das sete características apresenta as atitudes e comportamentos de que o empreendedor bem-sucedido precisa dispor no seu perfil. O Quadro 41 apresenta esses referidos traços comportamentais:

Quadro 41 – Traços comportamentais dos Gestores de TER com perfil empreendedor.

Dimensão	Características	Traços comportamentais empreendedores correspondentes a cada proposição
Indivíduo	Necessidade de realização	1- autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência
		2- independência, inquietação
		3- persistência
		4- responsabilidade, comprometimento
		5 – otimismo
		6 – liderança
		7 - determinação, foco nos objetivos
		8 - busca de avanço no nível de instrução.
	Criatividade e Inovação	9- Aversão a rotinas
		10- orientação para mudança
		11- versatilidade
		12- proatividade
		13- flexibilidade
		14-novas ideias
		15- curiosidade, alta capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos
		16- imaginação
	Propensão a riscos calculados	17- calculista
		18- mobilidade
		19- ambição em um nível adequado
		20- capacidade de tomar decisões com informações incompletas
		21- gosto por desafios
		22- não se acomoda
		23- analítico (custo x benefício)
		24- coragem
	Visualização de oportunidades	25-articulador
		26- visionário
		27- observação de cenários
		28- redes de contato
		29- planejamento
		30- gosto pela novidade
		31- captação de oportunidades
		32- persuasão
		33- atenção à concorrência

Sustentabilidade	Atenção à sazonalidade da demanda	34-Preocupação com aumento da carteira de clientes
		35- percepção acurada de mercado
		36- preocupação com a opinião do cliente/turista
		37- controle financeiro
		38- estratégia
		39- capacidade de adequação
		40- realização de comunicação eficaz com o mercado
	Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	41- consciência ambiental
		42- equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental
		43- responsabilidade no uso dos recursos naturais
		44- compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural
		45- valorização dos bens culturais
		46- observação dos sinais de saturação ambiental
		47- compartilhamento de responsabilidades
	Preocupação com o desenvolvimento local	48- parcerias
		49- percepção dos benefícios da preservação dos recursos naturais
		50- compreensão sistêmica do tripé economia - sociedade - meio ambiente
		51- geração de novos postos de trabalho
		52- avaliação das externalidades do empreendimento
		53 - preocupação com a população local
		54- participação na construção de políticas públicas para o setor
		55- estabelecimento de redes comerciais
		56- participação em associações
		57- valorização de insumos locais
		58 - contribuição eficaz com o aumento da renda local
		59- conhecimento de políticas públicas para o setor

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Nessa linha, a versão final do EMPRETER ficou composta pelas seguintes partes:

1. Formulário com as instruções de preenchimento e com as 59 proposições que deverão ser analisadas e assinaladas, pelo gestor de TER, como Verdadeiras ou Falsas;

2. Folha-gabarito para soma das pontuações em cada uma das sete características e, também, nas duas Dimensões;
3. Folha de autoanálise, na qual constam: o semáforo das pontuações; os traços empreendedores que compõem cada característica e, por fim, um quadro final para registro das reflexões realizadas pelo gestor de TER em cada Dimensão.

3.4 PROCEDIMENTO PARA APLICAÇÃO DA VERSÃO FINAL DO EMPRETER

Assim como na versão preliminar, a versão final do EMPRETER é destinada, especificamente, para aplicação junto aos gestores de TER no Brasil, podendo ocorrer internamente (nos empreendimentos de TER) ou em programas de treinamento externos (por instituições como SEBRAE, SENAR, UNIVERSIDADES, entre outras).

Para aplicação do instrumento, serão necessários:

- Recursos humanos: 01 aplicador (indivíduo com experiência na área de gestão de pessoas);
- Recursos materiais: formulários impressos²⁰ conforme o número de participantes. O roteiro de aplicação será o seguinte:
 - **Passo 1:** o aplicador entregará o formulário com as 59 proposições e explanará as instruções de preenchimento;
 - **Passo 2:** o aplicador informará o tempo de 20min para análise das 59 proposições e atribuição de Verdadeira ou Falsa a cada uma;

²⁰ A versão digital do EMPRETER não foi desenvolvida no presente estudo, podendo ser pauta para futuras pesquisas.

- **Passo 3:** o aplicador entregará a folha-gabarito para que cada participante compare suas respostas e calcule a média alcançada; para essa etapa, deverá ser atribuído o tempo de 10min.
- **Passo 4:** o aplicador entregará a folha com o semáforo das pontuações e a descrição das atitudes e comportamentos que constituem cada característica. O participante deverá identificar, a partir da sua pontuação, qual cor do semáforo engloba o seu perfil; nessa etapa, o aplicador motivará a autoanálise dos participantes em relação ao perfil empreendedor identificado. Para essa autoanálise e reflexão, deverá ser atribuído o tempo de 20min;
- **Passo 5:** A experiência de autoanálise do perfil empreendedor a partir do EMPRETER poderá ser compartilhada com os outros participantes, caso o grupo todo esteja de acordo. Para essa etapa, a atribuição de tempo fica livre, de acordo com a quantidade de participantes e a disponibilidade do grupo.

3.5 FASE 2: TESTE-PILOTO E ENTREVISTAS COM OS GESTORES DE TER

Este tópico aponta os resultados da *Fase 2*, que compreende a aplicação do Teste-piloto, realizado com gestores de TER, no estado de Mato Grosso do Sul, região Centro Oeste do Brasil, bem como os resultados das entrevistas semiestruturadas realizadas com esses mesmos gestores.

O Teste-piloto e as entrevistas foram extremamente relevantes pois permitiram uma melhor articulação dos conceitos encontrados na

literatura e da avaliação dos especialistas com a realidade do público-alvo da pesquisa.

Ressalta-se que, tanto para realização das entrevistas como do Teste-piloto do EMPRETER, a pesquisa foi submetida e aprovada pelo CEP (Comitê de Ética em Pesquisa) da UFMS, conforme relatado no Capítulo 2.

3.5.1 Seleção da amostra

Para verificação empírica da relevância e validade do EMPRETER na atuação dos gestores de TER, foi realizado um Teste-piloto, juntamente com entrevistas semiestruturadas, em três municípios do estado de Mato Grosso do Sul, Região Centro-Oeste do Brasil.

A região Centro-Oeste foi escolhida para essa fase empírica devido à sua acessibilidade logística para a coleta de dados e também à relevância de suas iniciativas de TER no cenário nacional, com destaque para o estado de Mato Grosso do Sul, sobretudo nos municípios de Bonito, Corumbá e Campo Grande, considerados indutores do desenvolvimento turístico regional.

De acordo com o documento *Avaliação Ambiental Estratégica do PRODETUR Nacional no Estado de Mato Grosso do Sul – Polo Campo Grande e Região* (2014, p. 59):

O Estado de Mato Grosso do Sul conta com uma localização favorável ao desenvolvimento do turismo fazendo fronteira com Bolívia e Paraguai e tendo como Estados vizinhos Minas Gerais, São Paulo, Goiás, Mato Grosso e Paraná, além de abranger 70% da planície pantaneira alagada, um dos maiores ecossistemas do mundo que ocupa 24% do território brasileiro. A capital sul-mato-grossense, por possuir uma localização privilegiada, estando na região central do Estado, torna-se rota obrigatória para qualquer turista que queira visitar o Pantanal, as cidades

do Polo Turístico Serra da Bodoquena e o turismo de compras nas fronteiras com Paraguai e Bolívia.

Nesse segmento, o município de Campo Grande, com uma população estimada de 895.982 habitantes em 2019²¹, é considerado um ponto de intersecção dos principais roteiros turísticos nacionais e internacionais do Estado de Mato Grosso do Sul, atuando como indutor e distribuidor do fluxo turístico na região..

De acordo com o documento *Perfil Socioeconômico de Campo Grande* (PLANURB, 2019, p. 437):

O município faz parte dos 65 destinos indutores do turismo do Brasil. A Capital de Mato Grosso do Sul destaca-se por sua imensa área verde, Av. s largas, rede hoteleira variada e boa infraestrutura de comércio e serviços, despontando como uma das capitais com melhor qualidade de vida do Brasil. É uma cidade com cultura diversificada, com importantes atrativos de lazer e entretenimento, com a vocação turística para o turismo de negócios e eventos, se destacando também nos segmentos de turismo rural, cultural, gastronômico e ecológico.

Já o município de Corumbá é o maior do Estado de Mato Grosso do Sul, com grande parte do seu território ocupada por atividades de pecuária. Sua economia baseia-se também em atividades de extração mineral e industrialização, assim como em atividades de turismo, que fortalecem o crescimento do setor terciário (SEBRAE, 2019). O município possuía, em 2019, uma população estimada de 111.435 habitantes (IBGE, 2020)²².

No contexto turístico de MS, o município de Corumbá destaca-se pelos aspectos culturais e naturais que o circundam. De acordo com Lomba (2004), a implantação do turismo em Corumbá ocorreu

21 Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/campo-grande/panorama>>. Acesso em: 18 jan. 2020.

22 Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/corumba/panorama>>. Acesso em 18 jan. 2020.

com o intuito de atender aos turistas que visitavam a região do Pantanal motivados pela pesca no rio Paraguai e, também, como estratégia para superar a crise econômica que a região enfrentava em decorrência do deslocamento do eixo econômico para Campo Grande.

Já o município de Bonito é reconhecido como polo do ecoturismo em âmbito mundial²³. Disponibiliza variadas atrações, entre as quais se destacam as paisagens naturais, os mergulhos em rios de águas transparentes, cachoeiras, grutas, cavernas e dolinas. É o principal município que integra o complexo turístico do Parque Nacional da Serra da Bodoquena, ao lado de Jardim, Guia Lopes da Laguna e Bodoquena, e segundo dados do IBGE (2020)²⁴, apresentava, em 2019, uma população estimada em 21.976 habitantes.

No documento *Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS Serra Da Bodoquena* (2011, p. 31), consta que:

[...] o município de Bonito se destaca como destino consolidado historicamente. Em função dessa demanda turística espontânea de conhecer a Gruta do Lago Azul e a Ilha do Padre, que foi percebida como uma oportunidade de negócio, a comunidade local deu início à organização e estruturação da então atividade turística; outra condição é a posição geográfica do município: uma grande quantidade e diversidade dos atrativos estão concentrados em um raio de 50 km no entorno da sua sede.

Para a seleção dos empreendimentos de TER nos três municípios citados, foram utilizados os seguintes procedimentos:

- Identificação dos empreendimentos de TER em MS, cadastrados no Cadastur (sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo) do Ministério do Turismo e da ATRATUR (Associação dos Atrativos Turísticos de Bonito e Região);

23 Disponível em: <<http://www.turismo.bonito.ms.gov.br/bonito>>. Acesso em: 18 jan. 2020.

24 Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/bonito/panorama>>. Acesso em 18 jan. 2020.

- Seleção de empreendimentos para contato telefônico²⁵;

Ainda em 2020, os pesquisadores realizaram os contatos telefônicos com os gestores enquadrados no delineamento do estudo. Aos que concordaram em participar foram encaminhados, via *e-mail*, o roteiro da entrevista semiestruturada e os formulários da versão final do EMPRETER, cujas perguntas correspondiam às características empreendedoras avaliadas no EMPRETER.

O propósito foi possibilitar uma análise comparativa entre o perfil encontrado com o EMPRETER e o perfil encontrado com as entrevistas, como forma de validação da versão final do instrumento criado.

Ressalta-se que o passo a passo para aplicação do EMPRETER não pôde ser realizado pessoalmente, assim como as entrevistas semiestruturadas, em decorrência das restrições impostas pelas medidas de segurança para o combate à COVID-19. Convém destacar também que as instruções e o esclarecimento de dúvidas foram operacionalizados com a utilização de Ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), sobretudo *e-mail* e *Whatsapp*.

Os pesquisadores obtiveram retorno de 10 gestores, que aceitaram participar da pesquisa, conforme distribuição geográfica descrita no Quadro 42.

25 Foram selecionados 28 empreendimentos atuantes nos segmentos de TER descritos na presente pesquisa (Figuras 1 e 2), cuja localização geográfica estivesse cadastrada como "zona rural"; a amostra final do Teste-piloto foi constituída pelos gestores que atenderam as ligações e/ou responderam às mensagens de *Whatsapp* e *e-mails* encaminhados pela pesquisadora.

Quadro 42 – Respondentes por município de MS.

Municípios	Quantidade de respondentes
Bonito	4
Campo Grande	2
Corumbá	4

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O Quadro 43 demonstra alguns dados do perfil dos gestores participantes:

Quadro 43 – Perfil dos Gestores de TER participantes do Teste-piloto.

	Gestor	Município	Tipo de atividade	Gênero	Idade	Tempo de atuação
1	A (proprietária e gestora)	Bonito-MS	Hospedagem e Balneário (Camping e Chalé)	Fem	58 anos	23 anos
2	B (proprietário)	Campo Grande-MS	Balneário/Turismo Rural e Gastronomia	Masc	52 anos	12 anos
3	C (gestor)	Campo Grande-MS	Turismo Rural/Parque Aquático/ Gastronomia	Masc	47 anos	04 meses
4	D (proprietária e gestora)	Corumbá-MS	Hospedagem e Ecoturismo	Fem	59 anos	1 ano e 6 meses
5	E (proprietária e gestora)	Bonito-MS	Ecoturismo (flutuação, mergulho, trilhas, etc)	Fem	34 anos	12 anos
6	F (proprietário e gestor)	Corumbá-MS	Ecoturismo/Hotel Fazenda	Masc	29 anos	12 anos
7	G (proprietário e gestor)	Bonito-MS	Hotel Fazenda/Gastronomia	Masc	50 anos	25 anos
8	H (proprietária e gestora)	Corumbá-MS	Pescaria esportiva/ Ecoturismo/Barco Hotel	Fem	Não informada	20 anos
9	I (Gestor)	Bonito-MS	Ecoturismo/Turismo de Aventura	Masc	Não informada	16 anos
10	J (proprietário e gestor)	Bonito-MS	Ecoturismo/ Turismo Ecológico e de Aventura	Fem	66 anos	19 anos

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Ressalta-se que os gestores foram identificados por letras maiúsculas (A, B, C...) para garantir o anonimato das respostas.

3.5.2 Interpretação e análise do Teste-piloto e entrevistas com os gestores de TER

No que diz respeito às entrevistas, cada questão foi elaborada para corresponder a uma das características esperadas de um gestor de TER com perfil empreendedor.

Nesse segmento, para interpretação e análise dos dados coletados nessa Fase 2, também foi utilizado o método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), com o apoio tecnológico do software MAXQDA (2020).

O primeiro passo para análise das entrevistas foi organizar os arquivos com as respostas dos gestores e inseri-los no MAXQDA; na sequência, foram inseridas as duas categorias de análise, definidas *a priori*: INDIVÍDUO e SUSTENTABILIDADE; e, a partir dessas categorias, foi iniciado o processo de codificação das entrevistas. Os códigos compreenderam as sete características de perfil empreendedor que compõem o EMPRETER.

Dessa forma, após todas as respostas dos gestores serem devidamente codificadas pelos pesquisadores no MAXQDA, teve início o tratamento dos dados coletados com o Teste-piloto do EMPRETER.

Seguindo a metodologia proposta pelo EMPRETER, os pesquisadores transcreveram, em uma planilha do *Microsoft Excel*, as pontuações obtidas pelos gestores de TER em cada uma das sete características do instrumento. Na sequência, essas pontuações foram dispostas em tabelas com o intuito de facilitar a compreensão e a comparação com os resultados obtidos nas entrevistas.

As análises iniciaram-se com a *Dimensão Indivíduo*, composta por quatro características: *Necessidade de Realização*, *Criatividade e Inovação*, *Propensão a Riscos Calculados* e *Visualização de Oportunidades*.

A primeira característica analisada foi *Necessidade de Realização*. A Tabela 1 apresenta a pontuação dos Gestores de TER em cada proposição, bem como a pontuação geral alcançada por eles na referida característica. Ressalta-se que a pontuação máxima para essa característica é 9.

Tabela 1 – Resultados do EMPRETER - Necessidade de Realização.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Prefiro os desafios que testam minhas habilidades às coisas que faço com facilidade	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
2	Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
3	Se encontro problemas com uma tarefa, paro e começo a fazer outra	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
4	O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0
5	Quando enfrento um desafio, penso mais nas consequências do sucesso do que nas do fracasso	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
6	Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe, a assumir a responsabilidade sozinho	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
7	A maioria das pessoas pensam que sou teimoso	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
8	Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Pontuação Total: Necessidade de Realização	7	7	8	4	5	6	7	7	7	6

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Na referida característica, os gestores A, B, C, G, H e I obtiveram uma pontuação situada na área verde do EMPRETER (7 a 8 pontos).

Ressalta-se que tais gestores podem ser compreendidos como indivíduos com elevada Necessidade de Realização; que almejam, sempre, realizar um bom trabalho e obter reconhecimento no grupo social onde estão inseridos (MCCLELLAND, 1972); dispõem de elevada autoconfiança; assumem responsabilidades e são comprometidos com seus objetivos; são pessoas otimistas, determinadas e persistentes (CAIRD, 1988, 1991, 2013). Em seus estudos, David McClelland comprova que essas características relacionadas à elevada motivação para o sucesso devem estar presentes nos indivíduos com perfil empreendedor. Segundo o autor, essas pessoas “fixam pra si próprias os padrões de realização, em vez de confiar em incentivos extrínsecos proporcionados pela situação, e tem de procurar mais arduamente e com maior êxito alcançar os padrões que estabeleceram para si próprias” (MCCLELLAND, 1972, p.72).

Esse impulso pela realização e o sucesso pôde ser observado na resposta do Gestor C, que obteve a pontuação máxima (8 pontos) na referida característica: “[...] o objetivo de todo empreendimento são os resultados, e como gestor tenho que ter essa visão bem definida e delineada” (GESTOR C, 2020). Os traços percebidos no comportamento do citado Gestor corroboram as afirmações de Caird (2013, p. 4): “a pessoa empreendedora é altamente motivada, enérgica e tem capacidade para o trabalho árduo. Eles são ocupados, motivados, dinâmicos e altamente comprometidos em fazer as coisas”.

Nesse segmento, o Gestor G, que obteve pontuação próxima à máxima, aponta a relevância de se ter um foco para chegar à realização: “[...] acredito que somente com foco vc (*sic*) chega ao resultado” (GESTOR G, 2020).

A Gestora H, também com elevada pontuação na característica Necessidade de Realização (7 pontos), corrobora a ideia de que o

empreendedor precisa ter foco nos resultados e ser comprometido com suas metas e objetivos. Assim ela descreve sua atuação: “[...] trabalhamos com resultados, pois a empresa cresceu com metas traçadas ... imaginando como seria o nosso cliente em 5/10 anos para frente o que ele queria que nossa empresa tivesse .. e aqui estamos!!!” (GESTORA H, 2020).

A Gestora A obteve 7 pontos nessa característica, o que pareceu não corresponder à sua resposta na entrevista: “[...] quando assumi a administração da empresa o foco é que a experiência das pessoas que visitam o local era que fosse a melhor possível, o foco sempre foi o bom atendimento às pessoas que visitam o local, o resultado sempre foi consequência dessa postura” (GESTORA A, 2020). No entanto, ao demonstrar preocupação com o bom atendimento e com a experiência positiva dos clientes que frequentam o empreendimento, a Gestora A está evidenciando, mesmo que de forma discreta, as bases para o sucesso da sua gestão: o comprometimento e o foco no cliente, que garantem bons resultados.

Em relação às menores pontuações nessa característica, não houve nenhum gestor na faixa vermelha (0 a 3 pontos) do EMPRETER. Os demais Gestores (D, E, F e J) se situaram na faixa amarela do instrumento (4 a 6).

Convém ressaltar que a menor pontuação na referida característica foi obtida pela Gestora D. Dessa forma, o Perfil Empreendedor Latente, identificado a partir das proposições do EMPRETER relacionadas à Necessidade de Realização, pôde ser confirmado na entrevista.

Nesse segmento, com base nas respostas da Gestora D, foram identificados alguns pontos que indicam um anseio pela autorrealização e o sucesso profissional, porém de forma mais genérica em comparação aos demais gestores respondentes. Essa afirmação pode ser exemplificada no seguinte trecho: “Acredito que ninguém

entre em uma empreitada para perder e eu quero fazer deste projeto o meu futuro” (GESTORA D, 2020).

A segunda característica analisada foi *Criatividade e Inovação*. A pontuação máxima para essa característica é 8. A Tabela 2 apresenta os resultados alcançados pelos Gestores:

Tabela 2 – Resultados do EMPRETER na Criatividade e Inovação.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
9	Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0
10	Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1
11	Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
12	Prefiro me adequar às consequências dos fatos do que me antecipar aos acontecimentos	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1
13	Posso fazer muitas tarefas ao mesmo tempo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	Gosto de descobrir coisas novas, embora para isso deva enfrentar alguns desafios.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	Os outros pensam que faço muitas perguntas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
16	Raramente sonho acordado	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
Pontuação Total: Criatividade e Inovação		8	7	6	4	5	5	8	6	6	5

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Na característica *Criatividade e Inovação*, os Gestores A, B e G obtiveram as maiores pontuações, conforme apresentado na Tabela 2. Essas pontuações elevadas indicam, de acordo com o EMPRETER, que os referidos Gestores apresentam fortes traços do

perfil empreendedor englobados nessa característica, como: aversão a rotinas, versatilidade, proatividade, flexibilidade; além disso, possuem intensa orientação para descoberta de coisas novas, pois são curiosos e dispõem de alta capacidade imaginativa. Com esse resultado, os referidos Gestores se situaram na área verde do EMPRETER (7 a 8 pontos), juntamente com os Gestores C, H e I, que apresentaram uma pontuação um pouco mais baixa (6 pontos cada):

Dessa forma, na área verde destacaram-se os Gestores A e G, que alcançaram a pontuação máxima (8 pontos). Os traços empreendedores fortes, identificados pelo EMPRETER, puderam ser visualizados, também, na prática cotidiana relatada por esses dois gestores:

[...] a administração e os projetos futuros são geridos com os dois outros sócios (meus filhos), as novas ideias sobre novos investimentos sempre são debatidas com eles e colocamos em prática os novos investimentos depois dessas reuniões. (GESTORA A, 2020).

[...] sempre mente aberta a inovações, cliente está sempre atento a novidades. (Gestor G, 2020).

As menores pontuações em *Criatividade e Inovação* foram obtidas pelos Gestores D, E, F e J. Embora os quatro Gestores tenham sido situados na área amarela do EMPRETER (4 a 6 pontos), a Gestora D se destacou negativamente, tendo obtido apenas 4 pontos.

Na entrevista, a Gestora D deixa transparecer a insegurança em relação às novas ideias, por ter de correr o risco de desagradar o cliente. Nessa linha, conforme pode ser observado em um trecho da sua fala, a Gestora D prefere ficar atrelada ao que o cliente espera do empreendimento, ao invés de apresentar opções criativas e inovadoras que poderão ser bem aceitas por seu público-alvo, além de trazer vantagem competitiva em relação aos concorrentes: “[...] busco me inteirar através de pesquisa de satisfação junto ao meu público, do

que o turista necessita, do que faltou e do que posso implementar para melhorar ainda mais o grau de satisfação do mesmo para que possa voltar ou indicar meu estabelecimento” (GESTORA D, 2020).

Ressalta-se que, na característica *Criatividade e Inovação*, não houve nenhum Gestor com pontuação na área vermelha do EMPRETER.

A terceira característica analisada foi *Propensão a Riscos Calculados*. A pontuação máxima para essa característica é 8. A Tabela 3 demonstra os resultados alcançados pelos Gestores:

Tabela 3 – Resultados do EMPRETER - Propensão a Riscos Calculados.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
17	Prefiro lidar com aquilo a que estou acostumado a lidar com o desconhecido	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1
18	Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro a ter um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
19	Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem, no mínimo, de 50%	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
20	Antes de tomar uma decisão, prefiro ter todos os fatos esclarecidos, embora demande muito tempo	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1
21	Quando tenho que traçar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0
22	Esforço-me para realizar somente as coisas que precisam ser feitas	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
23	Considero, cuidadosamente, as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1
24	Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a uma situação melhor, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pontuação Total: Propensão a Riscos Calculados		6	6	7	4	5	6	7	6	5	7

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

As maiores pontuações foram alcançadas pelos Gestores C, G e J. Esse resultado aponta para uma forte presença dos seguintes traços no perfil dos referidos Gestores: capacidade de tomar decisões com informações incompletas, gosto por desafios, coragem, ambição moderada. Dessa forma, podem ser considerados indivíduos calculistas e analíticos, que não tomam nenhuma decisão sem avaliar as reais possibilidades de sucesso.

Com base na metodologia do EMPRETER, esses três Gestores foram situados na área verde (7 a 8 pontos):

Os outros 7 Gestores (A, B, D, E, F, H, I, J) foram classificados na área amarela (4 a 6 pontos); e novamente a Gestora D é o destaque negativo, com a menor pontuação (4 pontos).

Em suas respostas, durante a entrevista, a Gestora D demonstrou insegurança quando questionada sobre sua disposição para calcular e assumir riscos. Ele afirmou que prefere se basear no que os outros empreendimentos estão fazendo, além de contratar consultorias para avaliar suas decisões, conforme pode ser observado no seu relato: “[...] Busco sempre o contato com outros empreendedores do ramo bem como apoio de organizações como o SEBRAE e associações ligadas ao ramo de turismo”.

A quarta característica analisada foi *Visualização de Oportunidades*. A pontuação máxima para essa característica é 9. A Tabela 4 apresenta a pontuação alcançada pelos Gestores:

Tabela 4 – Resultados do EMPRETER na Visualização de Oportunidades.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
25	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	Consigo formular estratégias para aproveitar as novas oportunidades visualizadas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

27	Não perco muito tempo com análise de mercado	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
28	Não preciso ter rede de relações, pois sou capaz de resolver sozinho os problemas do empreendimento que gerencio	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
29	Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas atividades diárias	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
30	Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
31	Considero que as pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
32	Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
33	Fico atento às estratégias dos meus concorrentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pontuação Total: Visualização de Oportunidades		8	8	7	4	6	9	8	8	8	9

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Na referida característica, os Gestores A, B, F, G, H, I e J alcançaram pontuações elevadas, conforme apresentado na Tabela 4. Isso aponta que possuem fortes traços de características como: visão de futuro, observação de cenários, planejamento, gosto pela novidade, persuasão e articulação. Esses Gestores se situaram na área verde do EMPRETER (8 a 9 pontos):

Na entrevista, a pergunta relacionada a essa característica estava voltada para o poder de persuasão do gestor ao conduzir uma equipe de trabalho. As respostas dos Gestores da área verde confirmaram as médias elevadas, pois demonstraram preocupação com o alinhamento, a motivação e a participação da equipe no processo de reconhecimento e aproveitamento de novas oportunidades. Isso pôde ser exemplificado pela fala do Gestor J: “[...] é uma equipe antiga e que foi formatada com a mentalidade de assumir novos desafios. Sempre demos ótimas condições a nossos colaboradores e

reconhecemos e premiamos seus esforços e eles valorizam muito o ambiente de trabalho da empresa” (GESTOR J, 2020).

As menores pontuações foram alcançadas pelos Gestores C, D, e E, que ficaram na área amarela do EMPRETER (4 a 7 pontos).

Ressalta-se que, mesmo a Gestora D tendo obtido, no EMPRETER, a menor pontuação (4 pontos), sua resposta na entrevista demonstrou preocupação com o envolvimento da equipe na gestão do empreendimento: “[...] Sempre me reúno com minha equipe buscando motivá-la a assumir comigo o objetivo de fazer crescer o empreendimento a fim de que juntos possamos alcançar o sucesso e melhorias financeiras tanto para o empreendimento quanto para ela mesma” (GESTORA D, 2020). Muitos fatores podem ter interferido nessa divergência entre o resultado do instrumento e o comportamento descrito na entrevista. Entre eles podem ser destacados: a falta de compreensão das proposições relacionadas à referida característica e o desejo do Gestor de demonstrar um comportamento que ainda almeja alcançar na gestão do empreendimento. Não há como afirmar que o EMPRETER apresenta incorreções nas proposições relacionadas à *Visualização de Oportunidades*, pois tais proposições foram validadas por especialistas da área, sendo eficazes nos resultados da aplicação com os demais Gestores respondentes.

Na sequência, foram analisadas as características englobadas na Dimensão Sustentabilidade: *Atenção à Sazonalidade da Demanda*, *Preocupação com a Preservação dos Recursos Naturais e Bens Culturais* e *Preocupação com o Desenvolvimento Local*.

A quinta característica analisada foi *Atenção à Sazonalidade da Demanda*. A pontuação máxima para essa característica é 7. A Tabela 5 apresenta o resultado alcançado pelos Gestores:

Tabela 5 – Resultados do EMPRETER – Atenção à Sazonalidade da Demanda.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
34	Não costumo me preocupar com a captação de novos clientes/turistas	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
35	Demoro a perceber quedas significativas de demanda	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
36	Não costumo realizar contato posterior com o cliente/turista para mensurar o nível de satisfação com o meu empreendimento	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
37	Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
39	Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1
40	Invisto em comunicação direta com os turistas/clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pontuação Total: Atenção à Sazonalidade da Demanda		7	5	6	3	7	6	7	7	6	7

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Os Gestores A, E, G, H e J obtiveram a pontuação máxima (7 pontos) nessa característica. Os Gestores C, F e I também alcançaram uma excelente pontuação (6 pontos). Todos eles foram situados na área verde do EMPRETER (6 a 7 pontos).

Esse resultado demonstra que os respondentes possuem traços fortes do comportamento esperado nessa característica: estão preocupados com aumento da carteira de clientes, buscam estar em constante comunicação com o mercado, prestando atenção às principais demandas para realizar as adequações necessárias; preocupam-se com a opinião do cliente/turista. No conjunto de respostas relacionadas à rede de relacionamentos com os clientes e fornecedores, destaca-se a resposta da Gestora H, que tem como foco principal a opinião dos clientes para busca de melhoria contínua do

empreendimento, além do relacionamento com fornecedores, que não está atrelado, unicamente, ao financeiro, mas na relação de lealdade:

[...] temos 20 anos de relatórios de clientes, não perdemos o foco, pois o mais importante é saber o que eles estão pensando sobre a empresa, como foram atendidos, se tivemos falhas, etc., os fornecedores é (sic) base de confiança, não ficamos só no preço, ficamos na lealdade de atendimento. (GESTORA H, 2020)

As menores pontuações foram alcançadas pelos Gestores B e D, que foram situados na área amarela do EMPRETER (3 a 5 pontos).

O Gestor B obteve a pontuação 5, que é a máxima da área amarela, para *Atenção à Sazonalidade da Demanda*. Na entrevista, ele demonstrou que possui traços latentes dessa característica, pois afirma que costuma estar atento à opinião das pessoas em relação ao empreendimento, além de buscar novos conhecimentos, observando os concorrentes. Isso pode ser observado no seguinte trecho da entrevista: “[...] Ouvindo as opiniões, e também conhecendo novos empreendimentos que possam contribuir para o nosso desenvolvimento” (GESTOR B, 2020).

Já a Gestora D apresentou a pontuação mínima da faixa amarela e a menor entre todos os participantes do Teste-piloto. Na entrevista, ela afirma que busca informações sobre a demanda em várias fontes: “[...] através de pesquisa de satisfação diretamente junto aos turistas, agências e operadoras de turismo, quanto em contato com associações ligadas ao setor e ao SEBRAE” (GESTORA D, 2020). Nessa situação, percebe-se uma divergência entre o resultado do EMPRETER e as ações que a Gestora D afirma realizar cotidianamente no empreendimento. Isso pode indicar a falta de compreensão das proposições relacionadas à característica *Atenção à Sazonalidade da Demanda* pela referida Gestora ao responder o Teste-piloto.

A sexta característica analisada foi *Preocupação com a Preservação dos Recursos Naturais e Bens Culturais*. A pontuação máxima para essa característica é 10. A Tabela 6 demonstra os pontos alcançados pelos Gestores:

Tabela 6 – Resultados do EMPRETER - Preocupação com a Preservação dos Recursos Naturais e Bens Culturais.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
41	Para não desagradar o turista/cliente, prefiro não insistir na cobrança de atitudes sustentáveis no Espaço Rural	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
42	Na maioria das vezes, coloco em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1
43	Considero importante desenvolver ações que combatam o uso indiscriminado dos recursos naturais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	Considero que a exploração da atividade turística seja uma oportunidade de revitalizar o Espaço Rural	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
45	Preocupo-me com a preservação e manutenção da originalidade e da identidade cultural local	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
46	Não acredito que as mudanças climáticas (calor intenso, chuvas torrenciais, entre outras) possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
47	Acredito que a preservação da fauna e da flora nativa é responsabilidade somente do poder público	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1
48	Busco parcerias com universidades e outras organizações para o desenvolvimento de projetos voltados à conservação do meio ambiente	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
49	Quanto mais eu promover ações para contribuir com a conservação dos recursos naturais, maiores serão os benefícios para o empreendimento que gerencio	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1

50	Deixo de oferecer determinados produtos e serviços se constato que estão degradando o meio ambiente, o patrimônio histórico ou a cultura tradicional local	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Pontuação Total: Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais		10	10	10	5	9	7	8	8	8	10

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Nessa característica, os Gestores A, B, C e J obtiveram a pontuação máxima (10 pontos) e a Gestora E obteve 9 pontos. Ficaram com eles na área verde (8 a 10 pontos), porém com uma pontuação próxima do limite inferior, os Gestores G, H e I.

Esse resultado indica, de acordo com a metodologia do EMPRETER, que esses Gestores possuem um número significativo de traços da característica analisada. Dessa forma, eles apresentam em sua gestão uma preocupação com o equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental, responsabilidade no uso dos recursos naturais, compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural, valorização dos bens culturais. Além de estarem sempre atentos aos sinais de saturação ambiental, eles compartilham as responsabilidades, firmam parcerias, buscando sempre a compreensão sistêmica do tripé economia-sociedade-meio ambiente.

Na entrevista, os referidos Gestores relataram suas práticas cotidianas, que confirmaram os fortes traços comportamentais identificados pelo EMPRETER: reflorestamento de mata ciliar (GESTORA A; GESTOR E, 2020), sistema de energia solar (GESTORA A; GESTOR G, 2020), coleta seletiva e descarte do lixo (GESTOR B; GESTOR C; GESTOR G; GESTORA H, 2020), monitoramento ambiental (GESTOR E; GESTOR I), entre outras medidas.

Na área amarela (4 a 7 pontos), ficaram concentrados os Gestores D e F, e a Gestora D obteve, novamente, a menor pontuação entre os respondentes (5 pontos).

O Gestor F diz que apenas realizou o aumento da área de preservação ambiental do empreendimento, o que demonstra uma preocupação muito superficial com medidas eficazes para preservação do meio ambiente. O Gestor D, embora tenha obtido uma pontuação baixa nessa característica, apresentou na entrevista muitas ações voltadas à preservação do meio ambiente e ao bem-estar das populações nativas, no caso os indígenas. Isso demonstra traços latentes da característica *Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais*, que ainda precisam ser transformados em comportamentos cotidianos.

A sétima característica analisada foi *Preocupação com o Desenvolvimento Local*. A pontuação máxima para essa característica é 9. A Tabela 7 apresenta o resultado alcançado pelos Gestores:

Tabela 7 – Resultados do EMPRETER– Preocupação com o Desenvolvimento Local.

Nº	Proposições	Gestores de TER									
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
51	Tenho satisfação em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	Não dou muita atenção aos impactos externos (descarte de resíduos, poluição ambiental, conservação da fauna e flora, geração de empregos, entre outros) do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas (infraestrutura, materiais, equipe, entre outras)	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
53	Em minhas estratégias de desenvolvimento do TER, não costumo considerar os interesses da população local	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
54	Acredito que o desenvolvimento local deve ser promovido somente de cima pra baixo, iniciando-se com ações do poder público	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
55	Busco inserção em redes comerciais locais do TER	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

56	Considero importante participar de associações e fazer parcerias com outros empreendimentos e com o poder público para melhorar a competitividade.	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
57	Priorizo comprar insumos no comércio local	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
58	Considero suficiente que o empreendimento de TER que gerencio traga ganhos financeiros para mim e para minha família	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
59	Reivindico políticas públicas locais para o TER	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
Pontuação Total: Preocupação com o Desenvolvimento Local		9	9	9	3	8	5	9	9	9	9

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Conforme pode ser observado na Tabela 7, a maioria dos Gestores de TER obteve a pontuação máxima (9 pontos) na característica *Preocupação com o Desenvolvimento Local*. Tal resultado é animador, considerando que se trata de uma característica relevante para o perfil empreendedor de um Gestor que atue no Espaço Rural, sobretudo no setor do Turismo.

O resultado positivo alcançado pela maioria dos Gestores de TER aponta, de acordo com a metodologia do EMPRETER, que eles possuem um número significativo de traços da referida característica: estão preocupados com a geração de novos postos de trabalho e de renda para a população local, além de fomentar políticas públicas que atendam às demandas da comunidade local. Essas características os classificam na área verde do instrumento (8 a 9 pontos), juntamente com a Gestora E, que alcançou 8 pontos.

De acordo com Arruda et al. (2013), o Turismo pode ser reconhecido como um fator catalisador do desenvolvimento local, pois fomenta toda uma cadeia produtiva de serviços (alimentação, transporte, entretenimento, entre outros, agregados às especificidades locais).

Nessa linha, Sachs (2009) pondera que o desenvolvimento de qualquer atividade econômica precisa trazer benefícios para a população local, pois somente dessa forma o desenvolvimento sustentável ocorrerá efetivamente.

Souza e Dolci (2019, p. 63), com base em Favero (2000), apresentam alguns aspectos que reforçam a importância do TER para o desenvolvimento local:

- [...] preservação do patrimônio arquitetônico e do meio ambiente, aspectos de suma importância e que expressam as peculiaridades dos espaços rurais;
- recomposição das áreas degradadas, a partir de um cuidado maior com o meio ambiente e com a prática de atividades que podem causar danos aos recursos naturais;
- melhoria das condições de vida da população local, decorrente do aumento da renda e de investimentos na parte de infraestrutura (saneamento básico, rede elétrica, telefonia, serviços públicos e de comércio etc.);
- melhoria da formação educacional do homem do campo, aspecto de suma importância para um desenvolvimento bem-sucedido do turismo rural;
- geração de empregos, com o surgimento de novas oportunidades, envolvendo as mais diversas áreas; [...]
- valorização dos produtos locais, que passam a ter mais qualidade, uma vez que serão ofertados aos turistas e à comunidade;
- estreitamento das relações estabelecidas entre o campo e a cidade, a partir da troca de informações e experiências entre ambos;

- aumento das receitas dos municípios, em virtude, principalmente, da circulação de recursos deixados pelos turistas.

Esses aspectos relevantes para o desenvolvimento local, com base na atuação dos empreendimentos de TER, puderam ser detectados na entrevista realizada com os Gestores que alcançaram pontuação máxima no EMPRETER. Como exemplo, pode-se citar o Gestor G, que revelou, na entrevista: que é o proprietário do empreendimento (Hotel-fazenda); que se trata de uma Sociedade Ltda, na qual todos os sócios são membros da mesma família; que está há 25 anos gerenciando os trabalhos; e que o empreendimento emprega 180 funcionários.

O resultado do EMPRETER alcançado pelo referido Gestor foi compatível com o perfil revelado na entrevista, pois, em suas respostas, foram identificados muitos traços comportamentais ligados à Sustentabilidade, como sua preocupação com a geração de emprego para a população local. Segundo o referido Gestor, dos 180 funcionários contratados, “[...] 99% da mão de obra é local” (Gestor G, 2020). Esse fato reforça o empenho do Gestor G para geração de novos postos de trabalho, a preocupação com a oferta de oportunidades para a população local, além da contribuição eficaz com o aumento da renda local.

Os dois destaques negativos foram os Gestores D e F, que foram classificados, respectivamente, na linha vermelha do EMPRETER (de 0 a 3 pontos) e na área amarela (4 a 7 pontos).

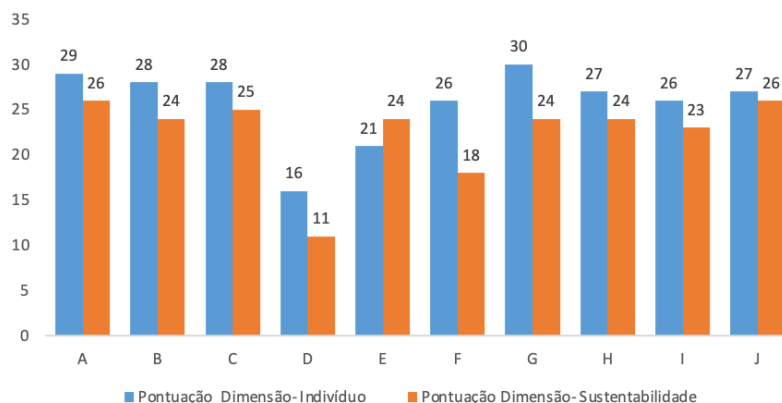
Esse resultado alcançado pelo Gestor F (com traços latentes de perfil empreendedor na referida característica) aponta para a necessidade de aperfeiçoamento das suas práticas de gestão voltadas ao desenvolvimento local. Esse aperfeiçoamento poderá ser adquirido por meio de treinamento, redes de relacionamentos e desenvolvimento profissional.

Convém ressaltar que a necessidade de aperfeiçoamento do referido Gestor, sobretudo em questões voltadas à área social (emprego, renda, entre outras), é reforçada pela entrevista, na qual ele deixa transparecer que sua principal preocupação são os ganhos econômicos do empreendimento.

Já o resultado negativo alcançado pela Gestora D (somente 3 pontos) é incompatível com as práticas descritas na sua entrevista. Pode ter ocorrido algum problema de interpretação da referida Gestora em relação ao EMPRETER, considerando que, embora apresente práticas bem esclarecidas, no que tange à contribuição do empreendimento para o desenvolvimento local, sua pontuação na autoanálise das proposições concentrou-se muito abaixo do esperado para um Gestor com perfil empreendedor.

Nessa perspectiva, com base na análise das sete características que compuseram a versão final do EMPRETER, foi possível estabelecer uma análise comparativa entre as pontuações gerais obtidas, pelos Gestores de TER, na Dimensão INDIVÍDUO e na Dimensão SUSTENTABILIDADE. O resultado está disposto no Gráfico 8:

Gráfico 8 – Comparação entre INDIVÍDUO e SUSTENTABILIDADE.



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Analisando o Gráfico 8, nota-se que somente a Gestora E obteve uma pontuação maior na Dimensão SUSTENTABILIDADE, quando comparada à Dimensão INDIVÍDUO.

A Gestora E revelou, na entrevista, que: é a proprietária do empreendimento, o qual atua no Ecoturismo; que se trata de uma Sociedade Ltda, na qual os sócios são membros da mesma família; que assumiu a gestão há 12 anos; e que o empreendimento atua no mercado há 25 anos, empregando, atualmente, 60 funcionários.

O resultado do EMPRETER alcançado pela Gestora E foi ao encontro do perfil revelado na entrevista, pois, em suas respostas, demonstrou muitos traços comportamentais voltados à SUSTENTABILIDADE. Como exemplo, pode ser citada sua preocupação com a geração de emprego e renda para a localidade. Segundo a referida Gestora, a empresa dá prioridade à contratação de mão de obra local: “[...] emprega funcionários, e possui guias de turismo autônomos e agências de turismo de bonito que vendem o produto” (GESTORA E, 2020).

Nessa linha, a Gestora E demonstrou, ainda, imensa preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais. De acordo com a sua fala, o empreendimento presta serviços de “[...] monitoramento de impactos ambientais, reflorestamento, viveiro de mudas” (GESTORA E, 2020). De forma concreta, foi criada, há 7 anos, uma Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) para proteção de áreas relevantes e biodiversidade; em sua prática cotidiana, o empreendimento busca realizar a destinação correta dos resíduos sólidos (com práticas de reciclagem e compostagem) e efluentes líquidos, além de promover a venda de artesanato produzido na região para valorizar a cultura local.

Convém ressaltar que todas essas e outras ações desenvolvidas pela Gestora E visam promover a minimização dos impactos negativos

da atividade turística (Ecoturismo), tanto para o meio ambiente como para a comunidade local.

De acordo com Pires (2002), o Ecoturismo está intrinsecamente conectado com o conceito de Desenvolvimento Sustentável/ Sustentabilidade. O autor, com base em R.G. Healy (1994), afirma ainda que:

Ecoturismo pode ser definido como o turismo na natureza que contribui para a conservação através da geração de fundos para as áreas protegidas, criando oportunidades de trabalho para as comunidades locais e oferecendo educação ambiental. Ao promover esses objetivos, os impactos negativos da degradação ambiental, instabilidade econômica e os impactos socioculturais podem ser minimizados (PIRES, 2002, p.147).

Dessa forma, ao estar preocupada com a geração de oportunidades de trabalho para a população local, com o uso responsável dos recursos naturais, com a valorização dos aspectos sociais e culturais da região, a Gestora E preconiza a Dimensão SUSTENTABILIDADE no seu processo cotidiano de gestão.

A partir da metodologia do EMPRETER (2020) foi possível constatar que a referida Gestora possui fortes traços de perfil empreendedor na Dimensão SUSTENTABILIDADE: consciência ambiental, equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental, responsabilidade no uso dos recursos naturais, compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural, valorização dos bens culturais, observação dos sinais de saturação ambiental, percepção dos benefícios da preservação dos recursos naturais, compreensão sistêmica do tripé economia - sociedade - meio ambiente, geração de novos postos de trabalho, avaliação do ambiente, preocupação com a população local, contribuição eficaz com o aumento da renda local.

Essas considerações foram muito relevantes para validação do EMPRETER, pois confirmam que as proposições da Dimensão

SUSTENTABILIDADE são capazes de captar realidades vivenciadas pelos Gestores de TER e evidenciar perfis empreendedores nesses mesmos Gestores.

Em outra direção, o Gráfico 8 demonstra o comportamento empreendedor do Gestor F, que alcançou uma pontuação mais elevada na Dimensão INDIVÍDUO, com diferença de 8 pontos em relação à Dimensão SUSTENTABILIDADE – a maior diferença observada entre todos os participantes do Teste-piloto.

O Gestor F afirmou, na entrevista, que é o proprietário do empreendimento (Fazenda-hotel); que se trata de uma Empresa Familiar; que iniciou o empreendimento há 12 anos; e que o empreendimento emprega 02 funcionários externos à sua família.

A pontuação relativamente baixa alcançada pelo Gestor F, na Dimensão SUSTENTABILIDADE do EMPRETER, confirma o posicionamento que o referido Gestor apresentou durante a entrevista.

Nesse contexto, a partir de algumas afirmações do Gestor F, constatou-se que o fator econômico prevalece em seu processo de gestão, em detrimento dos fatores sociais, ambientais e culturais que constituem, em equilíbrio com o econômico, os pilares do Desenvolvimento Sustentável/Sustentabilidade. Em um trecho, quando indagado sobre as ações do empreendimento para preservação dos recursos naturais e bens culturais, ele afirma: “[...] aumento de nossa área de APA”. Isso demonstra que, aumentando a APA (Área de Proteção Ambiental)²⁶, o Gestor F acredita que está cumprindo com sua “obrigação” em relação às questões ambientais e culturais.

De acordo com Sachs (2009), a promoção do Desenvolvimento Sustentável vai além da criação de reservas florestais ou Áreas de Proteção Ambiental. Para ele, essas estratégias são consideradas

26 Lei n.º 6.902/81.

autoderrotadas, pois baseiam-se em ações que violam o direito à vida, pelo fato de impedirem, muitas vezes, que habitantes locais, dependentes desses espaços e dos recursos naturais neles presentes, retirem o suficiente para sua sobrevivência. Para Sachs (2009), a questão-chave é a compreensão, por parte de todos, de que os recursos naturais precisam ser utilizados, porém de maneira adequada e consciente para garantir sua disponibilidade às futuras gerações.

Importa destacar que o Gestor F não mencionou nenhum tipo de ação voltada à promoção da cultura local e ao desenvolvimento social. Isso aponta que o EMPRETER foi eficaz na identificação do perfil empreendedor do referido Gestor, revelando comportamentos mais pertinentes às características da Dimensão INDIVÍDUO, em detrimento da Dimensão SUSTENTABILIDADE.

Nesse segmento, o destaque negativo evidenciado por meio da realização do Teste-piloto foi a Gestora D, com pontuação relativamente baixa, tanto na Dimensão INDIVÍDUO, como na Dimensão SUSTENTABILIDADE. No entanto, como já mencionado em vários trechos do presente estudo, as pontuações alcançadas pela referida Gestora, sobretudo na Dimensão SUSTENTABILIDADE, não são compatíveis com o perfil empreendedor captado por meio de suas respostas durante a entrevista.

Em um determinado trecho da entrevista, quando questionada sobre as ações de sua gestão para preservação dos recursos naturais e bens culturais, a Gestora D retratou muitas práticas significativas que confirmam sua preocupação com o meio ambiente, a cultura e a população local:

Trabalhando com ecoturismo, tomamos o cuidado de limitar o número de turistas em cada passeio para evitar com isso o turismo de massa, o que resulta na degradação do meio ambiente tanto por degradação da natureza - flora, solo, mananciais, quanto à fauna que com isso se vê diretamente afetada levando-se ao

risco da migração desses animais nativos ou até mesmo da extinção destes. Além dos cuidados com o ecossistema, temos também o cuidado com a população local, principalmente os indígenas, promovendo parcerias com as comunidades locais de venda de seus artesanatos, valorizando com isso, a sua cultura (GESTORA D, 2020).

Além disso, apesar do pouco tempo à frente da gestão do empreendimento, a referida Gestora demonstra estar conectada com a cadeia produtiva local do TER:

Temos a geração dos empregos diretos, temos a geração de empregos indiretos dos que trabalham nos supermercados que nos atendem, nas agências e operadoras que vendem nossos produtos, nos serviços de transfer que transportam nossos hóspedes, nos postos de combustíveis que nos vendem o combustível para o funcionamento dos nossos veículos, dos agricultores e produtores que abastecem os supermercados, os transportadores que levam essa produção aos supermercados, os produtores de peças para os nossos veículos... E assim vai. A cadeia é muito longa (GESTORA D, 2020).

Dessa maneira, conforme afirmado anteriormente, as divergências existentes entre a pontuação obtida nas características empreendedoras (que compõem o EMPRETER) e as ações relatadas nas entrevistas podem ter as seguintes explicações: as circunstâncias em que as proposições foram analisadas e assinaladas pela Gestora D (com pressa, falta de compreensão das proposições, falta de reflexão); a vontade da Gestora de demonstrar um comportamento empreendedor, que ainda almeja alcançar na gestão do empreendimento (pois possui traços latentes das características empreendedoras).

Diante disso, convém destacar que o EMPRETER permite ao Gestor de TER respondente identificar quais são os traços empreendedores que precisam ser desenvolvidos e potencializados para melhoria da pontuação em cada característica. Como exemplo, o Quadro 44 apresenta as quatro proposições da característica

Necessidade de Realização, nas quais a Gestora D obteve resultados negativos, juntamente com os respectivos traços empreendedores componentes da característica:

**Quadro 44 – Proposições com resultado negativo
(Gestora D): Necessidade de Realização.**

Nº	Proposição	Traços Empreendedores
2	Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom	Independência, inquietação
3	Se encontro problemas com uma tarefa, paro e começo a fazer outra	Persistência
4	O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo	Responsabilidade, comprometimento
6	Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe, a assumir a responsabilidade sozinho	Liderança

Fonte: EMPRETER (2020).

Nesse segmento, essa identificação dos traços empreendedores correspondentes a cada proposição, oportunizada pelo EMPRETER, poderá servir como um valioso instrumento de autoanálise de pontos específicos que precisam ser trabalhados no perfil do Gestor de TER respondente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O EMPRETER foi elaborado com o intuito de proporcionar aos gestores de TER o autoconhecimento do seu perfil empreendedor e a busca do desenvolvimento e potencialização de comportamentos voltados à criatividade na utilização dos recursos disponíveis, à inovação, à identificação e tratamento de riscos, a práticas cotidianas mais sustentáveis, entre outros, que poderão resultar na transformação do seu ambiente socioeconômico.

Nesse sentido, para construção do EMPRETER, o percurso metodológico iniciou-se com a elaboração do referencial teórico acerca do conceito e delineamento histórico dos temas norteadores do presente estudo, a saber: Empreendedorismo, Turismo no Espaço Rural e Sustentabilidade.

A temática do Empreendedorismo foi abordada segundo a ótica do comportamento empreendedor, e não da criação de um novo negócio. A literatura apontou que as características mais marcantes de um indivíduo com perfil empreendedor são: “propensão a riscos” (CANTILLON, 1755; KNIGHT, 1921) e “visualização de oportunidades” (SAY, 1803; KIRZNER, 1979; FOSS e KLEIN, 2007), seguidas de “inovação” (SCHUMPETER, 1934; WEBER, 1958; BAUMOL, 2010), “necessidade de realização” (MCCLELLAND, 1961, 1972, 1987) e “impulso e determinação” (CAIRD, 1988, 1991, 2013).

Com base na vertente teórica comportamentalista de David McClelland, foi possível compreender que as características comportamentais empreendedoras do Gestor de um empreendimento interferem sobremaneira no desenvolvimento socioeconômico dos locais onde eles estão inseridos.

O Turismo no Espaço Rural foi abordado pela perspectiva do Ministério do Turismo, que considera inclusos nessa modalidade todos “os equipamentos localizados na área rural que desenvolvem atividades de lazer, recreação, esportivas, de eventos, não apresentando, necessariamente, vínculo com a produção agropecuária e a cultura rural”. (BRASIL, 2004, p. 7). Dessa forma, este estudo não se limitou ao Turismo Rural; abarcou todos os tipos de turismo desenvolvidos no espaço rural brasileiro, ligados ou não a atividades agropecuárias: ecoturismo, turismo rural, hotel-fazenda, pesque-pague, pousada rural, campings, entre outros.

A temática da Sustentabilidade foi tratada a partir do paradigma da *caminho do meio*, encontrado entre o “economicismo arrogante” e o “fundamentalismo ecológico”, denominado Desenvolvimento Sustentável (SACHS, 2009). Nessa linha, o futuro do TER como atividade econômica, perene e viável pôde ser refletido a partir de sua conexão com os princípios da Sustentabilidade (econômico, social, ambiental, ecológico, cultural, político).

Conforme preconizado por Sachs (2009), a materialização do desenvolvimento sustentável não se limita a promover a preservação ambiental sem que esta esteja em conjunto com a promoção social. Nessa linha, tornou-se necessário o reconhecimento de que as bases estruturais do sistema de produção capitalista sempre favoreceram as desigualdades sociais, sobretudo no Espaço Rural, e que, portanto, essa realidade de exploração e dominação social, arraigada na essência do modo de produção dominante, precisa ser alterada para abrir espaço a um novo modelo produtivo voltado ao Desenvolvimento Sustentável.

Dessa forma, o desafio de garantir a sustentabilidade dos recursos dos quais o empreendimento depende para continuar existindo é uma tarefa árdua a ser executada cotidianamente pelos gestores de TER, o que exige desses indivíduos um comportamento

empreendedor (criatividade, predisposição a riscos calculados, determinação, visualização de oportunidades, entre outras).

Com o intuito de promover a autoanálise desses Gestores em relação às suas características comportamentais empreendedoras, a versão preliminar do EMPRETER contemplou 3 dimensões, compostas pelas seguintes características:

- INDIVÍDUO (relação consigo mesmo): Necessidade de Realização; Criatividade e Inovação.
- CONTEXTO (relação indivíduo–mercado): Propensão a Riscos Calculados; Visualização de Oportunidades; Atenção à Sazonalidade da Demanda.
- SUSTENTABILIDADE (relação indivíduo-sociedade-cultura-meio ambiente): Visão de Longo Prazo; Preocupação com a Preservação dos Recursos Naturais e Bens Culturais; Preocupação com o Desenvolvimento Local.

Para construção das proposições que compõem as Dimensões INDIVÍDUO e CONTEXTO, foram utilizados como base, dentre outros estudos, os testes PECs (1987) e GET (1988); já para composição das proposições integrantes da Dimensão SUSTENTABILIDADE, as pesquisas do professor Ignacy Sachs mereceram destaque, entre outras voltadas à temática do Desenvolvimento Sustentável.

Os procedimentos metodológicos de campo ocorreram em duas fases empíricas, chamadas Fase 1 e Fase 2.

A Fase 1 consistiu na avaliação da versão preliminar do EMPRETER por especialistas das áreas específicas e correlatas de Turismo, Empreendedorismo e Sustentabilidade, para validação do conteúdo, formato e metodologia de desenvolvimento do instrumento, com o intuito de prover maior confiabilidade.

Nessa fase, para avaliação e validação das proposições contidas na versão preliminar do EMPRETER, foram consultados especialistas atuantes na academia e no mercado por meio de um roteiro estruturado de avaliação.

Para tratamento e análise dos resultados das avaliações dos especialistas, foram utilizadas, primeiramente, as técnicas de Porcentagem de Concordância e o Coeficiente Kappa de Fleiss (1981). O resultado dessa etapa foi satisfatório, pois foi obtido um percentual total geral de concordância entre os especialistas de 76,83%, o que pode ser considerado, conforme valores de referência de Fleiss (1981), um grau excelente de concordância ($\geq 0,75$). Em um segundo momento, foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), com o apoio tecnológico do software MAXQDA (2020) para análise de quatro variáveis preestabelecidas para o processo de validação do EMPRETER: Conteúdo, Layout, Abrangência e Sugestões Gerais.

Na variável Conteúdo, foram avaliadas as três dimensões constitutivas do EMPRETER (Indivíduo, Contexto e Sustentabilidade), considerando os conceitos de clareza, representatividade e relevância. Os resultados apontaram para a necessidade de ajustes, correções, adequações e acréscimos de proposições. As recomendações dos Especialistas consideradas pertinentes para melhoria do EMPRETER foram prontamente observadas pelos pesquisadores.

Na variável Layout, foram avaliados os elementos estéticos do instrumento: título, escore, instruções, formato e a estética geral. Em relação ao título, 70% dos especialistas avaliaram positivamente o EMPRETER (Empreendedores de Turismo no Espaço Rural). Nessa linha, optou-se por mantê-lo na versão final do Instrumento. Convém ressaltar que a intenção desse título é promover a compreensão do Gestor acerca do objetivo do EMPRETER, qual seja: proporcionar a autoanálise do perfil de todos os empreendedores que atuam no setor do Turismo no Espaço Rural, independentemente de serem proprietá-

rios ou funcionários dos empreendimentos. Já nas categorias escore, instruções, formato e estética geral do instrumento, foram observados os ajustes e adequações recomendados pelos especialistas.

Na variável Abrangência, os especialistas avaliaram a possibilidade de o EMPRETER ser aplicado em qualquer região do Brasil, considerando sua abrangência de conteúdo. Nessa perspectiva, 70% dos especialistas consideraram o EMPRETER um instrumento abrangente e que tem potencialidade para ser utilizado em qualquer região do Brasil, visto que não foi identificada nenhuma marca de regionalidade que reduzisse essa possibilidade de utilização.

Na variável Sugestões Gerais, os especialistas apresentaram sugestões para melhoria do EMPRETER em seu aspecto geral. Entre as sugestões, ressalta-se a de disponibilização do EMPRETER em meio digital para facilitar o acesso e a forma de aplicação do instrumento. Reconhecida a validade da ideia, foi estudada a possibilidade de disponibilização do EMPRETER como um formulário *online* ou um aplicativo para celular, porém a restrição de tempo não permitiu que tal possibilidade fosse posta em prática ainda durante o desenvolvimento da presente pesquisa.

Convém destacar que, na versão final do instrumento, a Dimensão Contexto foi dissolvida a partir da recomendação dos especialistas, com o intuito de evitar repetições e falta de clareza.

Dessa forma, a versão final do EMPRETER ficou composta por duas grandes dimensões de autoanálise: INDIVÍDUO e SUSTENTABILIDADE. As características Propensão a Riscos Calculados e Visualização de Oportunidades foram realocadas na Dimensão INDIVÍDUO. A característica Visão de Longo Prazo foi extinta. Já a característica Atenção à Sazonalidade da Demanda foi realocada na Dimensão SUSTENTABILIDADE.

A Fase 2 compreendeu a aplicação do Teste-piloto do EMPRETER e a realização de entrevistas semiestruturadas com gestores de TER em três municípios da região Centro-Oeste do Brasil. Ressalta-se que, antes do início dessa fase do Estudo de Campo, a pesquisa foi submetida e aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da UFMS (CEP/UFMS).

Nesse segmento, os resultados da Fase 2 permitiram a validação qualitativa do EMPRETER por meio da análise comparativa entre a pontuação alcançada pelos Gestores de TER no Teste-piloto e o conteúdo das entrevistas realizadas.

Importa destacar que, a referida análise apontou o EMPRETER como um instrumento eficaz, qualitativamente, na promoção da autoanálise de características comportamentais empreendedoras, pelos Gestores de TER.

A pontuação em cada característica empreendedora, bem como os resultados das entrevistas evidenciaram que o EMPRETER oportuniza, aos respondentes, analisar o seu perfil nas duas Dimensões: INDIVÍDUO (Necessidade de Realização, Criatividade e Inovação, Propensão a Riscos Calculados e Visualização de Oportunidades) e SUSTENTABILIDADE (Atenção à Sazonalidade da Demanda, Preocupação com a Preservação dos Recursos Naturais e Bens Culturais e Preocupação com o Desenvolvimento Local).

Dessa forma, na presente pesquisa, o referido instrumento permitiu aos Gestores de TER participantes do Teste-piloto, a identificação dos traços empreendedores que ainda necessitam ser desenvolvidos e potencializados para melhoria de sua pontuação em cada característica, e consequentemente de sua performance na gestão dos empreendimentos de TER.

Convém ressaltar que, na amostra selecionada houve apenas uma divergência na comparação realizada entre os resultados do Teste-piloto e o comportamento revelado na entrevista: o caso da Gestora D.

Na visão dos pesquisadores, essa divergência pode ser explicada pelas circunstâncias em que as proposições foram analisadas e assinaladas pela Gestora D (com pressa, falta de compreensão das proposições, falta de reflexão); pode ter havido também um anseio da Gestora em demonstrar na entrevista um comportamento empreendedor, que ainda almeja alcançar na gestão do empreendimento (uma vez que, possui traços empreendedores latentes que precisam ser potencializados).

Portanto, com base na avaliação minuciosa realizada pelos especialistas a cada proposição que compõe o instrumento e também na convergência entre as entrevistas e a pontuação obtida no EMPRETER por 90% dos gestores participantes da pesquisa, pode-se afirmar que o referido instrumento possui grande potencial para promoção da autoanálise de características empreendedoras por gestores de TER, atingindo, portanto, o objetivo geral da presente pesquisa. Além disso, o presente estudo promoveu a reflexão acadêmica acerca da relevância do estudo do perfil empreendedor dos Gestores de TER e enfatizou a necessidade de incluir a Dimensão SUSTENTABILIDADE nas análises acadêmicas voltadas ao perfil empreendedor dos indivíduos, particularmente dos atuantes no Turismo no Espaço Rural.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE E PLANEJAMENTO URBANO (PLANURB). *Perfil Socioeconômico de Campo Grande*. 26. ed. rev. Campo Grande, 2019. Disponível em: <<http://www.campogrande.ms.gov.br/sedesc/downloads/perfil-socioeconomico-de-campo-grande/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.
- ALLEMAND, R. N. *Apostila sobre Teoria Comportamental Empreendedora*. 2007. Disponível em: Acesso em: < <http://www2.pelotas.ifsul.edu.br/~ralleman/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora/Apostila%20sobre%20Teoria%20Comportamental%20Empreendedora.pdf>>. Acesso em 10/08/2019.
- ALEXANDRE, N. M. C.; COLUCI M. Z. O. Validade de conteúdo nos processos de construção e adaptação de instrumentos de medidas. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, vol. 16, N. 7, p. 3061-3068, 2011.
- AMORIM, A. S. R. *Sustentabilidade: entre a utopia, a prática e a estratégia empresarial*. Dissertação de Mestrado Profissional apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Administração da Universidade do Estado de Santa Catarina/UEDESC. 155 f.: Florianópolis, 2009.
- ANSARAH, M. G. R. Turismo e segmentação de mercado: novos segmentos. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi et al (Ed.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.
- ARNOLD, G. *Empreendedorismo Rural: um estudo sobre a inserção do Técnico em Agropecuária*, Egresso do IFRS- Campus Sertão. 2011. Dissertação de Mestrado, 109 p. Mestrado em Educação, Faculdade de Educação da Universidade de Brasília. UNB, 2011.
- ARRUDA D. de O, FISCHER R.M, MARIANI M.A.P Economia solidária, turismo e desenvolvimento local: algumas reflexões aplicadas ao contexto de Corumbá, no Mato Grosso do Sul. In: *Turismo, políticas e dinâmicas no espaço rural*. Campo Grande, MS: Ed. UFMS; 2013.
- AVALIAÇÃO AMBIENTAL ESTRATÉGICA DO PRODETUR NACIONAL NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL – Polo Campo Grande e Região, 2014. Disponível em: https://www.imasul.ms.gov.br/wp-content/uploads/2015/06/Diagn%C3%B3stico_da_Avalia%C3%A7%C3%A3o_Ambiental_Estrat%C3%A9gica.pdf. Acesso em 04 jan. 2020.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Tradução Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAUMOL, W. J. *The microtheory of entrepreneurship*. Princeton; Oxford: Princeton University Press, 2010.

BENI, M. C. *Globalização do turismo*: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.

BENI, M. C. *Análise estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC, 2007.

BERNARDO, E. G.; RAMOS, H. R.; VILS, L. Panorama da Produção Científica em Empreendedorismo Rural: um estudo bibliométrico. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, v.8, n.1, p. 102-125, Jan/abr. 2019.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). *Associativismo Rural*. Disponível em: <<http://antigo.agricultura.gov.br/assuntos/cooperativismo-associativismo/associativismo-rural>>. Acesso em: 31 ago. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DA FAZENDA. Resolução Nº 4.174, de 27 de dezembro de 2012. D.O.U. 28 dez. 2012 - Seção 1, RET., 02 jan. 2013 - Seção 1, Banco Central do Brasil.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil*. Brasília: Ministério do Turismo, 2003.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade*. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização: Brasília, 2007.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar (P/TRAF)*. Ministério do Desenvolvimento Agrário, (CD-ROM), 2004.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Lei n. 11.326 de 24 de julho de 2006*. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 25 jul. 2006. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm>. Acesso em 10 de outubro de 2017.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008. Política Nacional do Turismo*. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 18 set. 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm. Acesso em: 10 outubro de 2020.

BRASIL, MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo rural: orientações básicas*. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso 11 de outubro de 2020.

BRIZOLLA, T. (Coord.). *Segmentação do turismo: marcos conceituais*. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRIZOLLA, T. (Coord.). *Turismo cultural: orientações básicas*. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

CAIRD, S. *A Review of Methods of Measuring Enterprise Attributes*. Unpublished paper, Durham University Business School (DUBS): Inglaterra, 1988. Disponível em: <<http://www.get2test.net/>>. Acesso em: 24 de fev. de 2019.

CAIRD, S. Enterprise competences: an agenda for research. *Journal of European Industrial Training*, 14(7) pp. 3–8, 1990.

CAIRD, S. What does it mean to be enterprising? *British Journal of Management*, 1(3) pp. 137–145, 1990.

CAIRD, S. The enterprising tendency of occupational groups. *International Small Business Journal*, v. 9, n. 4, p. 75–81, 1991a.

CAIRD, S. Testing enterprising tendency in occupational groups. *British Journal of Management*, 2(4) pp. 177–18, 1991b.

CAIRD, S. What do psychological tests suggest about entrepreneurs? *Journal of Managerial Psychology*, 8(6) pp. 11–20, 1993.

CAIRD, S. How important is the innovator for the commercial success of innovative products in SMEs? *Technovation*, 14(2) pp. 71–83, 1994.

CAIRD, S. *General measure of Enterprising Tendency test*. The Open University's repositior, 2013. Disponível em: www.get2test.net. Acesso em: 20 jun. 2018.

CAMPANHOLA, C. & GRAZIANO DA SILVA, J. (orgs.). *O novo rural brasileiro*. Vol.4. Jaguariúna (SP): Embrapa Meio Ambiente, 2000.

CANDIOTTO, L. Z. P. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. *Revista Turismo Em Análise*, 21(1), 2010. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v21i1p3-24>>. Acesso em: 10 dez. 2019.

CANTILLÓN, R. *Essai sur la nature du commerce en général*. [S.l.: s.n.], 1755.

CARNEIRO M. J., TEIXEIRA, V. L. Pluriatividade, novas ruralidades e identidades sociais. *In: CAMPOLA, Clayton; DA SILVA, Graziano. O Novo Rural Brasileiro. Novas Ruralidades e Urbanização. Volume 7. 218p. Brasília: Livraria Embrapa, 2004.*

CELLA, D.; PERES, F. C. Caracterização dos fatores relacionados ao sucesso do empreendedor rural. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v. 37, n. 4, p. 49-57, 2002.

CRISTÓVÃO, A.; PEREIRO, X. (orgs.). *Atas do VIII CITURDES - Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável - Turismo Rural em tempos de novas ruralidades*. Chaves (Portugal), 25-27 de jun. de 2012.

DINIS, A. Para um turismo rural sustentável: empreendedorismo, estratégia de nicho e redes como fatores de preservação e inovação no espaço rural. *In: SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo (Org.). Turismo rural: iniciativas e inovações*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2011. cap. 1, p. 13-65.

DORNELES, O.C.C.; FROZÉ, V.D.; MUZACHI, M. A.; WADA, E. K. Reflexões sobre o Turismo de Saúde no Brasil e o diferencial da acreditação. *In: VI SEMINÁRIO DA ANPTUR – Associação Brasileira de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo, 2009, São Paulo. Anais do VI Seminário da ANPTUR*, São Paulo, 2009.

DRIESSEN, M.P. *E-scan ondernemerstest, 's-Graveland, the Netherlands: Entrepreneur Consultancy BV*, 2005.

ELKINGTON, J. *Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development*. California Management Review, v.36, n.2, p.90-100, 1994.

EMMETT, R. *Annotated Bibliography of Frank Knight*. Library of Economics and Liberty, 1 ago., 2000. Disponível em: <<http://www.econlib.org/library/Knight/KnightBib.html>>. Acesso em: 05 dez. 2019.

EVANGELISTA, A. A.; JUNIOR N. A.; ALONSO V. L. C.; Mazini, V.; SOARES, A. C.; EPE: *Empreendedorismo e Pequena Empresa*. SEGet: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 9. Resende-RJ, 2012.

FELIPPI, Â. C. T.; DEPONTI, C. M.; DORNELLES, M. TICs na agricultura familiar: os usos e as apropriações em regiões do Sul do Brasil. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 13, n. 1, 2017.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), p. 5-28, 1999.

FLEISS JL. *Statistical methods for rates and proportions*. New York: John Wiley; 1981. p. 212-36.

FLICK, U. *Desenho da pesquisa qualitativa*. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOSS, K., FOSS, N. J., e KLEIN, P. G. (2007). Original and derived judgment: an entrepreneurial theory of economic organization. *Organization Studies*, 28(12), 1893-1912, 2007.

FOSSÁ, M. I. T.; SILVA, A. H. Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos. *Qualit@s Revista Eletrônica* ISSN 1677 4280, Vol.17. n. 1, 2015.

GAFFURI, J.; TEODORO, P. A. V. B.; MIYAZAKI, J.; SCHMIDT, R. M.; NAZZARI, R. K.; BERTOLINI, G. R. F. Empreendedores rurais como gestores de negócio para o provimento do desenvolvimento agrícola. In: SEMINÁRIO NACIONAL ESTADO E POLÍTICAS SOCIAIS NO BRASIL, 2005, Toledo: Unioeste, 2005. p. 1-12. Disponível em: <<http://bit.ly/2umSzaC>>. Acesso em: 10 dez. 2019.

GALVÃO, PL.A.; CASTRO, C.A.T.; MARQUES, PC.L. Multifuncionalidade no espaço rural brasileiro: o turismo na região vinícola do Vale do São Francisco. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, São Paulo, v.11, n.2, maio/jul. 2018, pp.179-205.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIULIANI, G. M.1990. Neo-ruralismo: o novo estilo dos velhos modelos. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, n.14, ano 5, out. p. 59-67.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo 2018*. Curitiba: IBQP, 2018. 26 p. Disponível em <<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/02/Relat%C3%B3rio-Executivo-Brasil-2018-v3-web.pdf>> . Acesso em: 02 nov. 2019.

GRANOVETTER, M. *The strength of weak ties*. American Journal of Sociology, 78(6), 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, M. *Economic action and social structure: the problem of embeddedness*. American Journal of Sociology, 91(3), 481-510, 1985.

GRANOVETTER, M. La sociologie économique des entreprises e des entrepreneurs. *Terrain e Travaux*, 4, 167-206, 2003.

GRAÇA, J. *Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?* In: RODRIGUES, Adyr - Balastrieri (Org.) *Turismo Rural: práticas e perspectivas*. São Paulo: Contexto, 2001.

GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. *CADERNO CRH*, Salvador, n. 28, p. 113-155, jan. - jun. 1998.

GRAZIANO DA SILVA. *O novo Rural Brasileiro*. 2. ed. Revisada. Campinas: Unicamp, 2002.

GRAZIANO DA SILVA, J.; DEL GROSSI. A pluriatividade da agricultura brasileira. Disponível em: < www.eco.unicamp.br/nea/rurbano/textos/congresem/sober1.html > Acesso em: 20 dez. 2019.

GROSSMAN, M. (2005). *The impact challenge: conducting impact assessments for the Empretec Programme*. University of Oxford and UNCTAD. United Kingdom. Recuperado em 11 dezembro 2015 em [http://users.ox.ac.uk/~lina0771/Documents/Imp act%20Assessment%20Background%20Paper.pdf](http://users.ox.ac.uk/~lina0771/Documents/Imp%20act%20Assessment%20Background%20Paper.pdf).

HARVARD. DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY. *David McClelland*. Disponível em: <<https://psychology.fas.harvard.edu/people/david-mcclelland>>. Acesso em: 25/08/2019).

HELLER, E. *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão* [tradução Maria Lúcia Lopes da Silva]. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. *Empreendedorismo*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOSELITZ, B. F. Small industry in underdeveloped countries. *The Journal of Economic History*, 19(4), 600-618, 1959.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Notas Técnicas*. Censo Agropecuário 2017 (Resultados Preliminares). Rio de Janeiro: IBGE, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua* - PNAD Contínua (1º Trimestre 2020). Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/4095#resultado>> Acesso em: 12 jul. 2020.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL E EQUESTRE. *Panorama Empresarial do Turismo Rural 2011*. IDESTUR: São Paulo, 2011.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA. *Estudo preliminar da cadeia produtiva: turismo rural Brasil*. IICA Brasil - Brasília-DF: IICA, 2013.

KAHLAU, C. *O desenvolvimento sustentável de territórios turísticos sob a perspectiva do conceito de agenciamento*. 2014. 143 f. Dissertação (Mestrado

em Tecnologia) - Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

KING, N. Using templates in the thematic analyses of text. In: CASSELL, C.; SYMON, G. (Ed.). *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. London: SAGE, 2004. p. 256–270.

KIRZNER, I. M. *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press, 1979.

KLEIN, P. G. Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, v. 2, p. 175–190, 2008.

KLEIN, P. G. *O Capitalista e o Empreendedor: ensaios sobre organizações e mercados*. Tradução: Cláudio A. Télles-Zepeda. São Paulo: Instituto Von Mises Brasil. Brasil, 2015. 272p.

KNIGHT, F. H. *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: August M. Kelley, 1921.

KRÜGER, C.; PINHEIRO, J. P.; MINELLO, F. I.. As características comportamentais empreendedoras de David McClelland, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (enero 2017). Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/mcclelland.html>>. Acesso em: 10/08/2019.

LAGO, André Aranha Corrêa do. *Estocolmo, Rio, Joanesburgo: O Brasil e as três conferências ambientais das nações unidas*. Ministério das Relações Exteriores. Fundação Alexandre de Gusmão (Funag): Brasília, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LANE, B. Turismo rural de segunda geração: prioridades e questões de pesquisa. In: CRISTÓVÃO, A et al. (orgs.). *Turismo Rural em tempos de novas ruralidades*, Porto Alegre: UFRGS Editora, 2014. pp. 15-47.

LEITE, E. *O fenômeno do empreendedorismo*. São Paulo: Saraiva, 2012.

LIMA FILHO, Raimundo Nonato. *Empreendendo sobre o empreender e pensando sobre o pensar: um estudo sobre características empreendedoras e metacognição*. 2013. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. 143 f.

LOMBA, M. C. *Turismo e exploração sexual de crianças e adolescentes: o caso de Corumbá – Mato Grosso do Sul*. 2004. Dissertação do Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional. Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal, Campo Grande: UNIDERP, 2004.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. *Direito ambiental brasileiro*. 23 ed. São Paulo: Malheiros, 2015.

MANCINI, M. C.; SAMPAIO, R. F. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. *Revista Brasileira de Fisioterapia*, v. 11, n. 1, jan. /fev. 2007.

MANSFIELD, R. S., MCCLELLAND, D. C., SPENCER, J. L. M.; SANTIAGO, J. *The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries*. Final report. McBer and Company: Massachusetts, 1987.

MARAFON, Gláucio José; RIBEIRO, Miguel Ângelo. Agricultura familiar, pluriatividade e turismo rural: reflexões a partir do território fluminense. *Revista Rio de Janeiro*, n. 18-19, jan.-dez., 2006.

MARINHO, E. S. *Processo de incubação, características empreendedoras e aprendizagem empreendedora: uma perspectiva interativa*. 2016. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-graduação em Administração. 2016. 161 p.

MASIERO, Gilmar. *Administração de Empresas: teoria e funções com exercícios e casos*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MATIAS, Márcia Athayde. *Relação entre características empreendedoras e múltiplas inteligências: um estudo com contadores de Belo Horizonte-MG*. 2010. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 2010. 115 p.

MATO GROSSO DO SUL. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário, da Produção, da Indústria, do Comércio e do Turismo. *Plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável – PDITS/Polo Serra da Bodoquena*. Campo Grande: AGRICON Consultoria SS Ltda., 2011.

MATO GROSSO DO SUL. Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário, da Produção, da Indústria, do Comércio e do Turismo. *Plano de desenvolvimento integrado do turismo sustentável – PDITS/Polo Campo Grande e Região*. Campo Grande: AGRICON Consultoria SS Ltda., 2012.

MAXQDA. Qualitative Data Analysis Software. *Manual Online*. Disponível em: <<https://www.maxqda.com/help-mx20/welcome>>. Acesso em: 10 de julho de 2020.

MCCLELLAND, D. C. *The achieving society*. Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MCCLELLAND, D. C. Managing motivation to expand human freedom. *American Psychologist*, Washington, v. 33, n. 1. p. 201-210, Mar. 1978.

MCCLELLAND, D. C. Characteristics of Successful Entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior*, v. 21, n. 3. p. 219-233, 1987.

MCCLELLAND, D. C.; ATKINSON, J. W.; CLARK, R. A.; LOWELL, E. L. *The Achievement Motive*. Nova York: Appleton-Century-Crofts, 1953.

MCCLELLAND, D. C.; BALDWIN, A. L.; BRONFENBRENNER, U.; STRODTBECK, F. L. *Talent and Society: New perspectives in the identification of talent*. Inglaterra: Oxford, Van Nostrand, 1958.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro – da filantropia tradicional à filantropia de alto rendimento e ao empreendedorismo social*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MELO NETO, F. P. de; FROES, C. *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

MENDES, Jefferson Marcel Gross. *Dimensões da Sustentabilidade*. Revista das Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba – Inove. Curitiba, v. 7, n. 2, p. 49-59, 2009. Disponível em: <<http://www.santacruz.br/v4/download/revista-academica/13/cap5.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2020.

MENDONÇA, M. C.; BATALHA, Mário Otávio; SANTOS, Antônio Carlos dos. *Turismo no espaço rural: debate e tendência*. Disponível em: <<http://dae2.ufla.br/revista2002.htm>>. Acesso em: 12 dez. 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento*. São Paulo: Hucitec, 2010.

MIYAZAKI, J., NAZZARI, R. K., BERTOLINI, G. R. F., GAFFURI, J., SCHIMITD, R. M., e TEODORO, P. A. V. B. (2004). *Capital social e empreendedorismo rural: a agricultura familiar no oeste do Paraná*. Disponível em: <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IVSeminar/IVSeminar/Artigos/11.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

MONTIBELLER, G. F. *Ecodesenvolvimento e Desenvolvimento Sustentável, conceitos e princípios*. Textos de Economia V. 4, N. 1, UFSC, 1993.

MORALES, S. A. *Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos nos empreendedores*. 2004. Tese de Doutorado – Universidade Federal de

Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção: Florianópolis, 2004. 199 p.

OLIVEIRA, C. G. Gestão do turismo rural. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (orgs). *Turismo: uma visão empresarial*. Barueri-SP: Manole, 2004, p. 47-66.

OLIVEIRA, E. M. Empreendedorismo Social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. *Revista da FAE*, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 8-18, jul./dez, 2004.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. *El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio*. Assunção, 2003. ISBN: 92-844-0663-3.

PASQUALI, L. Princípios de elaboração de escalas psicológicas. *Revista de Psiquiatria Clínica*, São Paulo, v. 25, n. 5, p. 206-213, 1998. (Edição Especial).

PATO, M.L.; TEIXEIRA, A. A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: a bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28, 2016.

PELLEGRINI FILHO, A. *Dicionário enciclopédico de ecologia e turismo*. São Paulo: Manole, 2000, p.129.

PINCHOT III, G. *Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor*. São Paulo: Harbra, 1989.

PINTO, A. G. *Estratégias de desenvolvimento para o Brasil rural: balanço e perspectivas a partir da experiência paulista*. 2004. Tese de Doutorado - Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Engenharia Agrícola. 133p. Campinas, SP, 2004.

PIRES, P. dos S. *Dimensões do Ecoturismo*. São Paulo: SENAC, 2002.

RIBEIRO, M. Espaços rurais como espaços turísticos: reflexões em torno da construção da oferta de turismo em espaço rural em Portugal. In: PORTELA, J.; CALDAS, J. C. (orgs.). *Portugal Chão*. Oeiras, Celta, 2003a, p. 199-216.

RIBEIRO, M. Pelo turismo é que vamos/poderemos ir (?). Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento local. In: SIMÕES, O.; CRISTÓVÃO, A. (orgs.). *TERN. Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra, 2003b, p. 41-56.

ROQUE, A. M.; VIVAN, A. M. O turismo no espaço rural: uma estratégia para a nova gestão rural brasileira. *Organizações Rurais & Agroindustriais*, Lavras, v. 1, n. 1, jan./jun. 1999.

SACHS, I. *Estratégias de transição para o Século XXI: desenvolvimento e meio ambiente*. São Paulo, SP: Studio Nobel: Fundação do desenvolvimento administrativo, 1993.

SACHS, I. *Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável*. Org. Paula Yone Stroh. Coleção Ideias Sustentáveis. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. *Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude empreendedora*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, A. S. dos. *O Turismo Rural sob a perspectiva do novo rural: uma análise das políticas públicas para o setor nos estados brasileiros*. 2008. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí. 132 p. Balneário Camboriú: UNIVALI, 2008.

SANTOS, P. da C. F. dos. *Uma escala para identificar potencial empreendedor*. 2008. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina. 364 p. Florianópolis: UFSC, 2008.

SARTORI, S.; LATRÔNICO, F.; CAMPOS, L. M. S. *Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura*. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v17n1/v17n1a02.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2020.

SAY, J. B. *A treatise on political economy*. 4. ed. Philadelphia: Clanton, Remsen e Haffelfinger, 1880. (Obra original publicada em 1803).

SCHINAIDER, Alessandra Daiana; SCHINAIDER, Anelise Daniela; FAGUNDES, Paloma de Mattos; TALAMIN, Edson. O perfil do futuro empreendedor rural e fatores de influência na busca de qualificação. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, v. 2, n. 2, p. 42-65, abr-jun, 2017.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *Revista de Administração Contemporânea*. v. 13, n. 3, jul./set. Curitiba, 2009.

SCHNEIDER, S. *A pluriatividade na agricultura familiar*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.

SCHUMPETER, J. A. *The theory of economic development*. Cambridge: Harvard University. Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Buenos Aires: Editorial Claridad, 1946.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Retrato do Turismo Rural no Brasil com foco nos Pequenos Negócios*. SEBRAE, Brasília, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Mapa de Oportunidades do Município de Corumbá - 2019*. Disponível em: < <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Mapa%20Oportunidades/Mapa%20de%20Oportunidades%20CORUMB%C3%81.pdf> >. Acesso em: 19 jan. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). *Mapa de Oportunidades do Município de Bonito - 2019*. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Mapa%20Oportunidades/BONITO.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2020.

SHANE, S. A. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, v.11, n.4, p. 448-469, 2000.

SILVA, C. L. (Org.). *Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico, integrado e adaptativo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

SILVA, C. L. (Org.). *Avaliação de Políticas Públicas para o Desenvolvimento Sustentável: Um Estudo de Caso dos Programas de Educação de Curitiba de 1998 à 2005*. Semestre Económico, volumen 12, No. 23, pp. 77-96 - ISSN 0120-6346 - Enero-junio de 2009. Medellín, Colombia.

SILVA, N. P.; FRANCISCO, A. C.; THOMAZ, M. S. Turismo rural como fonte de renda das propriedades rurais: um estudo de caso numa pousada rural na Região dos Campos Gerais no Estado do Paraná. ISSN: 1677-6976. *Caderno Virtual de Turismo*, Vol. 10, n. 2, Instituto Virtual de Turismo, 2010. Disponível em: http://pg.utfrpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/2010/PERIODICOS/Caderno_Virtual_de_Turismo/1.pdf. Acesso em: 09 de outubro de 2019.

SIMMEL, G. *The web of group affiliation*. New York: The Free Press, 1955.

SIMMEL, G. *On individuality and social forms*. Chicago: University of Chicago Press, 1971.

SIMMEL, G. *Questões fundamentais da sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2006.

SOARES, M. D. O. *As contradições do turismo no espaço rural: vida, trabalho, renda e exclusão*. 2007. Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Engenharia Agrícola, 239 p. UNICAMP: Campinas, 2007.

SOLHA, K.T. O universo rural e a oferta da experiência de turismo rural no Brasil. Rosa dos Ventos – *Turismo e Hospitalidade*, 11(3), p. 615- 633, jul-set. 2019.

SOUSA COLANTUONO, A. C. de. *Eventos de negócios de APLs do estado de São Paulo: processo de deslocalização para cidades de maior influência geográfica*. 2019. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico. 230 p. Campinas: Unicamp, 2019.

SOUZA, A. M. de. *Turismo rural: uma viagem de inclusão produtiva*. 2013. Tese (Doutorado em Serviço Social) - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. 218 p. Franca: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, 2013.

SOUZA, G. H. S. de. *Inventário de barreiras e facilitadores ao empreendedorismo: construção e validação de uma medida psicométrica*. 2014. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia, 84 p. Maceió: Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Psicologia, 2014.

SOUZA, M. de; DOLCI, T. S. *Turismo rural: fundamentos e reflexões*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2019. 118 p.

SOUZA, M. de; SANTOS, E. de O.; ALMEIDA, J. A. Turismo Rural: para além da geração de emprego e renda. *IV Congresso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável - As Políticas Públicas e Ações Privadas para o Turismo Rural*. Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus/Ielusc: Joinville, 2004.

SWEENEY, D. J.; WILLIAMS, T.A. ANDERSON, D.R. *Estatística Aplicada à Administração e Economia*. 6. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

TRIVIÑOS, A. N. S.. *Pesquisa qualitativa*. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TULIK, O. *Turismo rural*. São Paulo: Aleph, 2003. (ABC do turismo).

TULIK, O. Turismo no espaço rural: segmentação e tipologia. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; SOUZA, Marcelino. (Org.). *Turismo Rural: patrimônio, cultura e legislação*. Santa Maria: FACOS/UFSM, 2006. p. 107-119.

TULIK, O. Turismo e desenvolvimento no espaço rural: abordagens conceituais e tipologias. In: SANTOS, Eurico de Oliveira; SOUZA, Marcelino (organizadores). *Teoria e prática do turismo no espaço rural*. Barueri, SP: Manole. 2010. p. 2-22.

VALE, G. M. V.. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, pp. 874-891, Nov./Dez. 2014. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/rac>. Acesso em: 10 jun. 2019.

VERBOLE, A. A busca pelo imaginário rural. In: RIEDL, Mario; ALMEIDA, Joaquim A.; VIANA, Andyara L. B. (Org.). *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002, p. 117-140.

VERGARA, S. C.. *Projetos e relatórios de pesquisa em Administração*. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VERIN, H. *Entrepreneur et entreprise: histoire d'une idée*. Paris: Guillaume Arnoud, 2011.

WANDERLEY, M.N.B. Territorialidade e ruralidade no Nordeste: por um pacto social pelo desenvolvimento rural. In: *Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais: conceitos, controvérsias e experiências*. Brasília: EMBRAPA, 2002.

WEBER, M. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York: Scribners, 1958.

WRIGHT, J. T. C.; GIOVINAZZO, R. A. Delphi - uma ferramenta de apoio ao planejamento prospectivo. *Caderno de Pesquisas em Administração*, São Paulo, v. 1, n. abr./ju 2000, p. 54-65, 2000.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL - WTTC. *Economic Impact of Travel & Tourism*. Recuperado de <<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impactresearch/regions-2018/world2018.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2019.

APÊNDICE - FORMULÁRIO EMPRETER (VERSÃO FINAL)

EMPRETER – EMPREENDEDORES DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL

Nome do Gestor (a): _____	Faixa etária: () 18 a 30 anos () 31 a 50 anos () 51 a 60 anos () mais de 60 anos Tempo de atuação no Turismo no Espaço Rural (TER): _____
Nome do Empreendimento: _____	Tipo de turismo desenvolvido: () Turismo Rural () Ecoturismo () Turismo Cultural () Turismo Pedagógico () Outros: _____
Instruções de preenchimento: O objetivo do EMPRETER é proporcionar-lhe uma autoanálise do seu perfil empreendedor. Para tanto, você deverá classificar como V (Verdadeira) ou F (Falsa) cada uma das 59 proposições apresentadas; Em caso de dúvida, se concorda (V) ou não concorda (F) com alguma frase, tente decidir, a fim de não deixar nenhuma resposta em branco; Seja o mais sincero possível ao responder para obter melhores resultados na sua autoanálise.	

	Proposições		V ou F
CARACTERÍSTICA 1	1	Prefiro os desafios que testam minhas habilidades às coisas que faço com facilidade	
	2	Não me preocuparia em ter um trabalho rotineiro sem desafios, se o salário fosse bom	
	3	Se encontro problemas com uma tarefa, paro e começo a fazer outra	
	4	O sucesso não vai acontecer se eu não estiver no lugar apropriado e no momento certo	
	5	Quando enfrento um desafio, penso mais nas consequências do sucesso do que nas do fracasso	
	6	Preferiria trabalhar em uma tarefa como membro de uma equipe, a assumir a responsabilidade sozinho	
	7	A maioria das pessoas pensam que sou teimoso	
	8	Não tenho hábito de buscar qualificação profissional, pois considero suficientes os conhecimentos que já acumulei na gestão do empreendimento de TER	
CARACTERÍSTICA 2	9	Prefiro organizar minha vida de modo que transcorra tranquilamente	
	10	Não gosto que aconteçam mudanças repentinas em minha vida	
	11	Prefiro ser bom em várias coisas a ser muito bom em uma única coisa	
	12	Prefiro me adequar às consequências dos fatos a me antecipar aos acontecimentos	
	13	Posso fazer muitas tarefas ao mesmo tempo	
	14	Gosto de descobrir coisas novas, embora para isso deva enfrentar alguns desafios	
	15	Os outros pensam que faço muitas perguntas	
	16	Raramente sonho acordado	

CARACTERÍSTICA 3	17	Prefiro lidar com aquilo a que estou acostumado a lidar com o desconhecido	
	18	Preferiria ter uma renda razoável em um emprego seguro a ter um emprego em que a renda dependesse do meu desempenho	
	19	Assumirei riscos se as possibilidades de sucesso forem, no mínimo, de 50%	
	20	Antes de tomar uma decisão, prefiro ter todos os fatos esclarecidos, embora demande muito tempo	
	21	Quando tenho que traçar meus próprios objetivos, prefiro que sejam mais difíceis a que sejam fáceis	
	22	Esforço-me para realizar somente as coisas que precisam ser feitas	
	23	Considero, cuidadosamente, as vantagens e desvantagens de diferentes alternativas antes de realizar uma tarefa	
	24	Prefiro uma oportunidade arriscada, mas que me leve a uma situação melhor, a ter uma experiência com toda a segurança que mantenha as coisas como estão	
CARACTERÍSTICA 4	25	Sou capaz de estabelecer rede de relações e utilizá-la para alcançar meus propósitos	
	26	Consigo formular estratégias para aproveitar as novas oportunidades visualizadas	
	27	Não perco muito tempo com análise de mercado	
	28	Não preciso ter rede de relações, pois sou capaz de resolver sozinho os problemas do empreendimento que gerencio	
	29	Não dedico muito tempo para identificar as potencialidades do empreendimento que gerencio, pois prefiro focar nas atividades diárias	
	30	Deixo passar oportunidades por receio dos novos desafios	
	31	Considero que as pessoas competentes que não conseguem êxito não têm aproveitado as oportunidades que lhes são apresentadas	
	32	Consigo que os outros apoiem minhas recomendações	
CARACTERÍSTICA 5	33	Fico atento às estratégias dos meus concorrentes	
	34	Não costumo me preocupar com a captação de novos clientes/turistas	
	35	Demoro a perceber quedas significativas de demanda	
	36	Não costumo realizar contato posterior com o cliente/turista para mensurar o nível de satisfação com o meu empreendimento	
	37	Procuro reduzir custos em períodos de baixa demanda	
	38	Prefiro manter a rotina do meu empreendimento de TER a aumentar custos para atender as demandas atuais do mercado	
	39	Tenho sempre um pacote atrativo de ofertas para os períodos de baixa demanda	
	40	Invisto em comunicação direta com os turistas/clientes	

CARACTERÍSTICA 6	41	Para não desagradar o turista/cliente, prefiro não insistir na cobrança de atitudes sustentáveis no Espaço Rural	
	42	Na maioria das vezes, coloco em primeiro plano os objetivos comerciais do empreendimento de TER, pois são eles a sua razão de existir	
	43	Considero importante desenvolver ações que combatam o uso indiscriminado dos recursos naturais	
	44	Considero que a exploração da atividade turística seja uma oportunidade de revitalizar o Espaço Rural	
	45	Preocupo-me com a preservação e manutenção da originalidade e da identidade cultural local	
	46	Não acredito que as mudanças climáticas (calor intenso, chuvas torrenciais, entre outras) possam interferir no bom andamento de um empreendimento de TER	
	47	Acredito que a preservação da fauna e da flora nativa é responsabilidade somente do poder público	
	48	Busco parcerias com universidades e outras organizações para o desenvolvimento de projetos voltados à conservação do meio ambiente	
	49	Quanto mais eu promover ações para contribuir com a conservação dos recursos naturais, maiores serão os benefícios para o empreendimento que gerencio	
	50	Deixo de oferecer determinados produtos e serviços se constato que estão degradando o meio ambiente, o patrimônio histórico ou a cultura tradicional local	
CARACTERÍSTICA 7	51	Tenho satisfação em atuar em um empreendimento que gera novos postos de trabalho com a exploração de novas oportunidades	
	52	Não dou muita atenção aos impactos externos (descarte de resíduos, poluição ambiental, conservação da fauna e flora, geração de empregos, entre outros) do empreendimento, pois me ocupo muito com as questões internas (infraestrutura, materiais, equipe, entre outras)	
	53	Em minhas estratégias de desenvolvimento do TER, não costumo considerar os interesses da população local	
	54	Acredito que o desenvolvimento local deve ser promovido somente de cima pra baixo, iniciando-se com ações do poder público	
	55	Busco inserção em redes comerciais locais do TER	
	56	Considero importante participar de associações e fazer parcerias com outros empreendimentos e com o poder público para melhorar a competitividade.	
	57	Priorizo comprar insumos no comércio local	
	58	Considero suficiente que o empreendimento de TER que gerencio traga ganhos financeiros para mim e para minha família	
	59	Reivindico políticas públicas locais para o TER	

EMPRETER: FOLHA-GABARITO

Compare suas respostas com o gabarito abaixo. Para cada acerto, some 1 ponto.

DIMENSÃO: INDIVÍDUO

Característica		V ou F	Pontos
CARACTERÍSTICA 1 Necessidade de realização	1	V	
	2	F	
	3	F	
	4	F	
	5	V	
	6	F	
	7	V	
	8	F	
Subtotal 1			
CARACTERÍSTICA 2 Criatividade e Inovação	9	F	
	10	F	
	11	V	
	12	F	
	13	V	
	14	V	
	15	V	
	16	F	
Subtotal 2			

CARACTERÍSTICA 3 Propensão a riscos calculados	17	F	
	18	F	
	19	V	
	20	F	
	21	V	
	22	F	
	23	V	
	24	V	
Subtotal 3			
CARACTERÍSTICA 4 Visualização de oportunidades	25	V	
	26	V	
	27	F	
	28	F	
	29	F	
	30	F	
	31	V	
	32	V	
	33	V	
Subtotal 4			
Pontuação Total da Dimensão Indivíduo (1+2+3+4)			

DIMENSÃO: SUSTENTABILIDADE

Característica		V ou F	Pontos
CARACTERÍSTICA 5 Atenção à sazonalidade da demanda	34	F	
	35	F	
	36	F	
	37	V	
	38	F	
	39	V	
	40	V	
Subtotal 5			

CARACTERÍSTICA 6 Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais	41	F	
	42	F	
	43	V	
	44	V	
	45	V	
	46	F	
	47	F	
	48	V	
	49	V	
	50	V	
Subtotal 6			
CARACTERÍSTICA 7 Preocupação com o desenvolvimento local	51	V	
	52	F	
	53	F	
	54	F	
	55	V	
	56	V	
	57	V	
	58	F	
	59	V	
Subtotal 7			
Pontuação Total da Dimensão Sustentabilidade (5+6+7)			

EMPRETER: SEMÁFORO DE AUTOANÁLISE

Agora, faça a autoanálise do seu perfil empreendedor, avaliando se existem pontos que precisam ser desenvolvidos e potencializados em cada uma das características. Perceba que os traços empreendedores correspondentes a cada proposição estão disponíveis, nos quadros, para contribuir com a sua autoanálise. Identifique a classificação em que você se enquadra de acordo com a pontuação alcançada.

Faça sua autoanálise!

Necessidade de Realização: 1- autoconfiança, exigência de qualidade e eficiência 2- independência, inquietação 3- persistência 4- responsabilidade, comprometimento 5 – otimismo 6 – liderança 7 - determinação, foco nos objetivos 8 - busca de avanço no nível de instrução.	
Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 3 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Necessidade de Realização, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 4 a 6 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Necessidade de Realização, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 7 a 8 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Necessidade de Realização; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Criatividade e Inovação:

- 9- Aversão a rotinas
- 10- orientação para mudança
- 11- versatilidade
- 12- proatividade
- 13- flexibilidade
- 14- novas ideias
- 15- curiosidade, alta capacidade de sintetizar ideias e conhecimentos
- 16- imaginação

Perfil Empreendedor Potencial
Pontos: 0 a 3

Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.

Você ainda não possui traços consideráveis da característica Criatividade e Inovação, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.

Perfil Empreendedor Latente
Pontos: 4 a 6

Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!

Você possui traços latentes da característica Criatividade e Inovação, porém ainda precisam ser potencializados.

Perfil Empreendedor em Desenvolvimento
Pontos: 7 a 8

Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.

Você possui um número significativo de traços da característica Criatividade e Inovação; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Propensão a Riscos Calculados: 17- calculista 18- mobilidade 19- ambição em um nível adequado 20- capacidade de tomar decisões com informações incompletas 21- gosto por desafios 22- não se acomoda 23- analítico (custo x benefício) 24- coragem	
Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 3 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Propensão a Riscos Calculados, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 4 a 6 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Propensão a Riscos Calculados, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 7 a 8 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Propensão a Riscos Calculados; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Visualização de Oportunidades: 25-articulador 26- visionário 27- observação de cenários 28- redes de contato 29- planejamento 30- gosto pela novidade 31- captação de oportunidades 32- persuasão 33- atenção à concorrência	
Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 3 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Visualização de Oportunidades, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 4 a 7 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Visualização de Oportunidades, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 8 a 9 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Visualização de Oportunidades; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Atenção à Sazonalidade da Demanda:

- 34-Preocupação com aumento da carteira de clientes
- 35- percepção acurada de mercado
- 36- preocupação com a opinião do cliente/turista
- 37- controle financeiro
- 38- estratégia
- 39- capacidade de adequação
- 40- realização de comunicação eficaz com o mercado

Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 2 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Atenção à Sazonalidade da Demanda, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 3 a 5 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Atenção à Sazonalidade da Demanda, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 6 a 7 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Atenção à Sazonalidade da Demanda; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais:

- 41- consciência ambiental
- 42- equilíbrio no tripé econômico-social-ambiental
- 43- responsabilidade no uso dos recursos naturais
- 44- compreensão do TER como catalisador de oportunidades para o espaço rural
- 45- valorização dos bens culturais
- 46- observação dos sinais de saturação ambiental
- 47- compartilhamento de responsabilidades
- 48- parcerias
- 49- percepção dos benefícios da preservação dos recursos naturais
- 50- compreensão sistêmica do tripé economia - sociedade - meio ambiente

Perfil Empreendedor Potencial Pontos: 0 a 3 Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.	Você ainda não possui traços consideráveis da característica Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.
Perfil Empreendedor Latente Pontos: 4 a 7 Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!	Você possui traços latentes da característica Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais, porém ainda precisam ser potencializados.
Perfil Empreendedor em Desenvolvimento Pontos: 8 a 10 Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.	Você possui um número significativo de traços da característica Preocupação com a preservação dos recursos naturais e bens culturais; o constante aperfeiçoamento desses traços possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Preocupação com o desenvolvimento local:

- 51- geração de novos postos de trabalho
- 52- avaliação das externalidades do empreendimento
- 53 - preocupação com a população local
- 54- participação na construção de políticas públicas para o setor
- 55- estabelecimento de redes comerciais
- 56- participação em associações
- 57- valorização de insumos locais
- 58 - contribuição eficaz com o aumento da renda local
- 59- conhecimento de políticas públicas para o setor

Perfil Empreendedor Potencial
Pontos: 0 a 3

Vamos lá! Você é capaz. Busque informações e capacitação profissional.

Você ainda não possui traços consideráveis da característica Preocupação com o desenvolvimento local, no entanto existe a possibilidade de desenvolvê-los.

Perfil Empreendedor Latente
Pontos: 4 a 7

Você tem um grande potencial empreendedor a ser desenvolvido!

Você possui traços latentes da característica Preocupação com o desenvolvimento local, porém ainda precisam ser potencializados.

Perfil Empreendedor em Desenvolvimento
Pontos: 8 a 9

Parabéns! Você está no caminho certo! Siga em frente aperfeiçoando seus conhecimentos.

Você possui um número significativo de traços da característica Preocupação com o desenvolvimento local; o constante aperfeiçoamento desses traços, possivelmente o/a levará a uma gestão cada vez mais bem-sucedida.

Faça sua autoavaliação indicando os traços comportamentais empreendedores que necessitam ser desenvolvidos ou potencializados em cada dimensão!

DIMENSÃO INDIVÍDUO

--

DIMENSÃO SUSTENTABILIDADE

--

SOBRE A AUTORA E O AUTOR

Michelle Oliveira do Espírito Santo Corsino

Doutora em Administração (2021) e Mestra em Administração Pública (2015) pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - Escola de Administração e Negócios (ESAN). MBA em Gestão de Projetos pela Anhanguera/Uniderp (2013). Graduada em Administração (2011) pela UFMS/Campus do Pantanal. Atualmente é Administradora na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus de Três Lagoas. Atua, especialmente, nos seguintes temas: Empreendedorismo, Perfil Empreendedor, Tendência Empreendedora Geral, Sustentabilidade e Turismo no Espaço Rural.

E-mail: michelle.santo@ufms.br

Milton Augusto Pasquotto Mariani

Pós-Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo. Doutor em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (2001). Mestre em História Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1996) e Graduado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1987). Atualmente é docente na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, credenciado nos Programas de Pós-Graduação: Mestrado e Doutorado em Administração e Mestrado em Estudos Fronteiriços. Tem experiência na área de Administração, Turismo, Desenvolvimento Regional e Local, Tecnologias Sociais, Economia Solidária e Planejamento Turístico.

E-mail: milton.mariani@ufms.br

ÍNDICE REMISSIVO

A

abrangência 136, 138, 196, 197, 200, 252
 analítica 14, 30
 aplicação 23, 41, 43, 80, 84, 89, 91, 123,
 124, 150, 180, 181, 184, 190, 201, 202,
 216, 217, 221, 232, 252, 253
 atitudes 15, 21, 32, 38, 99, 106, 109, 112,
 185, 187, 196, 206, 211, 213, 217, 235, 272
 autoanálise 14, 17, 21, 37, 87, 97, 107, 109,
 125, 146, 154, 156, 157, 158, 159, 160,
 161, 169, 170, 171, 172, 177, 178, 179,
 181, 185, 186, 188, 190, 191, 196, 204,
 206, 213, 216, 217, 241, 247, 250, 251,
 252, 253, 254, 269, 276
 autoconceito 15, 21, 34
 autoconhecimento 18, 248

B

brasileiro 14, 15, 17, 23, 37, 45, 46, 52,
 54, 55, 56, 57, 58, 59, 65, 66, 70, 218, 249,
 255, 257, 259, 262, 263

C

capacidade 15, 20, 21, 30, 31, 34, 41, 63,
 64, 65, 71, 74, 79, 80, 83, 100, 110, 121,
 122, 142, 146, 148, 150, 156, 157, 158,
 159, 160, 161, 164, 165, 172, 178, 214,
 215, 225, 228, 230, 277, 278, 280
 comportamentos 18, 35, 99, 102, 165, 185,
 187, 194, 196, 204, 206, 213, 217, 237,
 245, 248
 conceituação 99, 100
 contemporaneidade 14
 conteúdo 89, 91, 93, 94, 134, 135, 136,
 138, 139, 169, 181, 199, 200, 250, 252,
 253, 255, 256
 crenças 15, 21, 184
 crítica 14, 15, 89

D

desenvolvimento 15, 17, 18, 19, 21, 22, 27,
 28, 29, 30, 31, 34, 39, 41, 42, 44, 45, 46,
 47, 49, 50, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 63, 64,
 65, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80,
 81, 83, 84, 88, 91, 99, 101, 106, 108, 113,
 114, 118, 119, 161, 162, 163, 165, 166,
 169, 174, 179, 186, 211, 212, 215, 218,
 234, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 245,
 248, 249, 250, 252, 255, 256, 259, 260,
 262, 264, 265, 267, 268, 272, 275, 282
 dimensionalidade 98, 99, 100

E

empírico 31, 37, 87
 empreendedor 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22,
 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35,
 36, 37, 38, 42, 44, 45, 54, 63, 64, 65, 66,
 81, 87, 88, 89, 90, 96, 97, 107, 108, 109,
 115, 116, 118, 119, 120, 122, 124, 125,
 141, 144, 145, 146, 147, 148, 153, 154,
 155, 157, 158, 162, 164, 168, 174, 176,
 177, 178, 180, 181, 183, 184, 185, 188,
 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 204,
 205, 206, 207, 213, 217, 223, 225, 226,
 228, 238, 240, 241, 243, 244, 245, 246,
 248, 250, 254, 258, 264, 265, 269, 276,
 277, 278, 279, 280, 281, 282
 empreendedorismo 14, 17, 18, 19, 25, 26,
 27, 28, 30, 31, 32, 38, 64, 65, 97, 118, 119,
 168, 171, 174, 177, 178, 179, 182, 258,
 261, 263, 265, 267
 espaço rural 14, 15, 16, 23, 36, 37, 45, 46,
 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58,
 61, 62, 63, 64, 65, 67, 70, 101, 112, 153,
 159, 161, 163, 195, 203, 215, 236, 243,
 249, 255, 258, 259, 263, 264, 265, 267, 281
 estudiosos 14, 26, 203

G

gestores 9, 14, 15, 17, 18, 20, 21, 23, 45, 63, 64, 65, 70, 81, 87, 91, 97, 99, 107, 108, 114, 124, 127, 143, 146, 148, 163, 171, 178, 181, 187, 195, 196, 197, 199, 200, 204, 216, 217, 218, 221, 222, 223, 225, 226, 228, 248, 249, 253, 254, 259

I

indivíduo 17, 19, 21, 22, 26, 27, 29, 31, 32, 34, 35, 36, 65, 91, 97, 99, 109, 119, 120, 141, 144, 145, 146, 150, 154, 155, 174, 177, 193, 196, 206, 216, 248, 250
informações 14, 20, 32, 46, 63, 87, 90, 92, 93, 95, 96, 100, 110, 115, 117, 122, 128, 182, 185, 189, 214, 230, 234, 239, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282
inovação 17, 18, 19, 21, 27, 30, 31, 34, 36, 38, 49, 65, 70, 79, 82, 110, 118, 119, 146, 147, 178, 248, 258
interdisciplinaridade 14
interesses 15, 21, 34, 78, 106, 113, 121, 212, 237, 272

L

lazer 20, 46, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 61, 63, 159, 165, 219, 249

M

metodologia 15, 23, 44, 91, 93, 128, 135, 179, 190, 194, 204, 223, 230, 236, 238, 243, 250, 261
multidisciplinaridade 14

O

ocupação 19, 66, 159, 162, 166
operacionalização 88, 96, 98, 102, 107
oportunidades 17, 19, 21, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 38, 63, 64, 66, 70, 81, 100, 101, 104, 106, 111, 112, 113, 115, 116, 122, 147, 150, 152, 155, 157, 161, 166, 210, 212, 214, 215, 230, 231, 236,

237, 239, 240, 243, 248, 250, 271, 272, 274, 279, 281

P

padrões emocionais 15, 21, 34
Patrimônio cultural 15
perfil empreendedor 14, 17, 18, 19, 21, 22, 25, 30, 33, 34, 37, 63, 64, 87, 88, 89, 96, 97, 107, 108, 109, 122, 124, 125, 141, 144, 145, 146, 147, 148, 154, 155, 176, 181, 183, 184, 185, 188, 189, 190, 191, 193, 195, 196, 204, 206, 213, 217, 223, 225, 228, 238, 240, 241, 243, 245, 248, 254, 269, 276
personalidade 15, 21, 34, 35, 36, 40, 45, 90
pesquisadores 14, 30, 36, 40, 54, 90, 91, 92, 96, 97, 118, 127, 130, 131, 136, 141, 142, 145, 147, 148, 149, 154, 156, 157, 161, 166, 167, 170, 171, 172, 181, 184, 188, 192, 193, 194, 196, 200, 206, 221, 223, 251, 254
planejamento 14, 22, 42, 43, 47, 50, 63, 75, 84, 89, 100, 101, 157, 161, 214, 231, 268, 279
práticas 18, 20, 72, 87, 236, 240, 241, 242, 245, 248, 259

R

recursos 18, 22, 26, 27, 28, 30, 32, 45, 48, 50, 51, 60, 70, 71, 72, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 101, 106, 112, 121, 128, 147, 162, 166, 167, 178, 193, 211, 212, 213, 215, 235, 236, 237, 239, 240, 242, 243, 244, 245, 248, 249, 272, 275, 281
renda 19, 45, 49, 51, 53, 54, 55, 56, 60, 64, 65, 66, 68, 79, 82, 101, 104, 106, 110, 113, 151, 153, 159, 161, 164, 165, 166, 169, 172, 210, 215, 229, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 266, 267, 271, 282
rural 14, 15, 16, 23, 36, 37, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 83,

101, 112, 153, 159, 161, 162, 163, 164,
165, 168, 171, 192, 195, 200, 202, 203,
207, 215, 219, 221, 236, 239, 243, 249,
255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262,
263, 264, 265, 266, 267, 268, 281

S

sustentabilidade 15, 17, 20, 21, 63, 65, 71,
72, 74, 76, 77, 78, 80, 81, 84, 109, 114,
162, 163, 166, 168, 170, 174, 181, 182,
183, 204, 249, 259, 268

sustentável 17, 23, 51, 60, 71, 72, 74, 75,
77, 78, 81, 84, 179, 181, 239, 249, 258,
260, 262, 263, 265, 266

T

técnica 15, 88, 91, 93, 96, 115, 133, 251
trabalho 19, 32, 35, 38, 47, 51, 55, 56, 82,
91, 101, 103, 106, 109, 113, 148, 151, 159,

165, 166, 174, 181, 182, 188, 193, 203,
204, 209, 212, 215, 224, 225, 231, 232,
237, 238, 240, 243, 247, 267, 270, 272, 282
transformação 17, 18, 248
turismo 14, 19, 20, 23, 45, 46, 47, 48, 49,
50, 51, 52, 55, 57, 60, 61, 62, 63, 64, 65,
71, 72, 77, 80, 81, 84, 130, 153, 159, 161,
162, 164, 165, 166, 175, 192, 195, 200,
205, 218, 219, 220, 230, 234, 239, 242,
243, 245, 249, 255, 256, 257, 258, 259,
260, 262, 264, 265, 267, 269

V

validação 90, 91, 133, 139, 221, 243, 250,
251, 253, 267
valores 15, 21, 31, 32, 34, 40, 48, 57, 65,
93, 117, 132, 133, 134, 251

www.pimentacultural.com

EMPRETER:

um instrumento
de autoanálise
do perfil empreendedor
para o Turismo
no Espaço Rural