

## CONSIDERAÇÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO COMO ELEMENTO PROPULSOR DO TURISMO NO BAIXO SÃO FRANCISCO

Paulo Henrique Oliveira Silva<sup>1</sup>  
Débora Lomba Pinto Fonseca<sup>2</sup>  
Carolina de Andrade Spinola<sup>3</sup>

### RESUMO

Para o pleno desenvolvimento turístico de uma região são necessárias ações empreendedoras que diversifiquem a base de serviços ofertados, amplifiquem o efeito multiplicador dos gastos dos visitantes e contribuam para um maior protagonismo da comunidade enquanto agente ativa dos novos processos produtivos que a atividade desencadeia. O presente artigo traz considerações sobre a relação entre empreendedorismo e turismo na região do Baixo São Francisco, entre os Estados de Alagoas e Sergipe. Trata-se de uma pesquisa exploratória que se utilizou dos procedimentos da revisão bibliográfica, observação e entrevistas semiestruturadas com profissionais de diversos segmentos da cadeia turística. O trabalho conclui que, a despeito de todo o potencial da região para o turismo, não há uma articulação entre as iniciativas empresariais e delas com as diversas instâncias responsáveis pelo planejamento e gestão dos destinos, o que aponta para a necessidade de uma maior aproximação entre o poder público, a universidade, as empresas privadas e lideranças locais para que os efeitos destas iniciativas possam trazer os benefícios esperados

**Palavras-chave:** Turismo; Empreendedorismo; Baixo São Francisco.

### ABSTRACT

The tourism development of a region requires a number of entrepreneurial actions that diversify the services offered, amplify the multiplier effect of visitor spending and contribute to a greater role of the community as an active agent of the new productive processes that the activity triggers. This article presents considerations on the relationship between entrepreneurship and tourism in the region of the Lower São Francisco River, between the states of Alagoas and Sergipe. This is an exploratory research that used the procedures of bibliographic review, observation and semi-structured interviews with professionals from different segments of the tourism chain (tourism guides, managers, fishermen, businessmen, tourists and natives). The paper concludes that, in spite of the region's potential for tourism, there is no articulation between the business initiatives and of them with the different bodies responsible for the planning and management of the destinations, which points to the need for a closer approximation between the public authority, the university, private companies and local leaderships so that the effects of these initiatives can bring the expected benefits

---

<sup>1</sup> Mestre em Desenvolvimento Regional e Urbano, Professor da Universidade Salvador - Escola de Negócios, Direito e Hospitalidade – ENDH e Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Turismo e Meio Ambiente UNIFACS (Salvador-BA). E-mail: paulo.turismo@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Especialista em Planejamento Urbano e Gestão de Cidades, Pesquisadora FAPESB no Centro de Empreendedorismo e Inovação (CEI) e Membro do Grupo de Pesquisa em Turismo e Meio Ambiente (UNIFACS) - (Salvador-BA). E-mail: debylomba@hotmail.com

<sup>3</sup> Doutora em Geografia pela Universidade de Barcelona, Espanha. Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano - Universidade Salvador, UNIFACS, Brasil Membro do Grupo de Pesquisas em Turismo e Meio Ambiente – GPTURIS. E-mail: carolina.spinola@unifacs.br

**Keywords:** Tourism; Entrepreneurship; Lower São Francisco River.

**JEL:** Z32

## 1 INTRODUÇÃO

As relações entre o empreendedorismo e o turismo são múltiplas e se processam em campos tão diversos quanto a economia, o marketing e o protagonismo social, através da criação de novos negócios, da contribuição para a construção de uma imagem diferenciada para os destinos e da inclusão de comunidades autóctones na nova dinâmica estabelecida.

Contudo, como pontuam Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 6) para que elas ocorram é preciso que “uma oportunidade lucrativa encontre um indivíduo empreendedor”, interface que nem sempre se concretiza com tanta facilidade quando se trata do desenvolvimento da atividade turística em regiões periféricas<sup>3</sup>.

O surgimento de pequenos negócios que visem ao atendimento imediato das necessidades de pouso e alimentação dos visitantes se constitui em um processo que ocorre espontaneamente, toda vez que um dado atrativo ou destino passa a ser explorado. Contudo, nem sempre essa expansão se dá de maneira a propiciar o aproveitamento dos benefícios do desenvolvimento da atividade, acarretando, dentre outras consequências, na exploração indevida dos patrimônios natural e cultural, na baixa qualidade dos serviços ofertados, na competição exarcebada em alguns tipos de negócio e na formação de lacunas de atendimento em outros.

Ainda assim, como constata estudo realizado pela *Overseas Development Institute*, (apud ASHLEY; GOODWIN, 2007) às localidades-destino, cabem, em média, apenas 30% de tudo o que é gerado por essa Indústria havendo, portanto, um amplo campo para o fomento ao empreendedorismo como elemento propulsor do turismo, habilitando os municípios, notadamente os de pequeno e médio porte, a efetivamente aproveitarem as repercussões de ordem econômica e social que a atividade pode proporcionar.

Esse artigo visa apresentar breves considerações sobre o empreendedorismo e sua relação com o turismo, convergindo para a análise específica da região do

---

<sup>3</sup> Por periférica, neste contexto, refere-se às regiões que estão fora dos circuitos hegemônicos do turismo, ou seja, que ainda se constituam em alternativas de natureza regional ou local.

Baixo São Francisco, trazendo reflexões sobre os desafios e possibilidades existentes para o desenvolvimento da atividade.

Para tanto, utilizou-se o modelo do Ecosistema Empreendedor de Isenberg (2011) e, no que tange à pesquisa de campo, recorreu-se às técnicas da observação direta e de entrevistas semiestruturadas com empreendedores de nove cidades da região, entre os dias 03 e 09 de setembro de 2017. Trata-se de um estudo exploratório, que se utilizou de uma amostra não probabilística, tendo sido entrevistados empreendedores e representantes da administração municipal com os quais a equipe teve contato, durante a expedição, não havendo, portanto, a ambição de esgotar o assunto mas de fornecer subsídios para outras investigações sobre o tema.

O Baixo São Francisco se constitui na última região hidrográfica do Rio São Francisco, compreendida entre o município de Paulo Afonso e a sua desembocadura, no Oceano Atlântico e abrangendo cidades dos Estados de Bahia, Sergipe, Alagoas e Pernambuco.

A área de estudo compreende localidades com potencial turístico situadas em alguns dos municípios que foram selecionados para a V Expedição ao Rio São Francisco, projeto do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano (PPDRU) da Universidade Salvador (UNIFACS), podendo se destacar, em Alagoas – Penedo, Piranhas, Piaçabuçu, Porto Real do Colégio e em Sergipe – Canindé do São Francisco, Ilha das Flores, Neópolis, Santana do São Francisco e Propriá.

O artigo está organizado em quatro seções, além desta Introdução. Na primeira seção, apresenta-se a região do Baixo São Francisco; em seguida, tece-se considerações teóricas sobre o empreendedorismo; na terceira parte apresenta-se as análises, a partir da observação direta em campo e das entrevistas, por fim, na quarta e última seção, são esboçadas as considerações finais.

## **2 O BAIXO SÃO FRANCISCO E O TURISMO REGIONAL**

A bacia do rio São Francisco estende-se pelos estados de Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Sergipe, Alagoas, Goiás e partes do Distrito Federal, com uma área de drenagem total de 639.219 km<sup>2</sup>. O curso do rio tem extensão de 2.700 km,

entre a sua nascente, na Serra da Canastra e a foz, no Oceano Atlântico, entre os estados de Alagoas e Sergipe. (CBHSF, 2017).

O baixo curso do rio constitui-se na última região hidrográfica em que seu leito está dividido, estendendo-se por 36 mil km<sup>2</sup>, entre Paulo Afonso, na Bahia e a sua desembocadura, conforme a figura 1.

Figura 1 - Região do Baixo Rio São Francisco



Fonte: Sette et al (2015)

Em seu baixo curso, o rio São Francisco passa por trechos de profundas gargantas formadas por paredões rochosos, denominadas de *Canyons*, que se constituem em seu principal atrativo.

A atividade turística na região surgiu na década de 1950, com a construção do Complexo Hidrelétrico de Paulo Afonso, tendo a Chesf como principal indutora e promotora, de início com uma motivação pedagógica, focada na visitação de estudantes de engenharia civil e cursos afins, que se deslocavam motivados em conhecer o canteiro de obras da Usina. Paralelo a esse acontecimento, aos poucos foram surgindo turistas interessados em explorar as belezas naturais, a história e a cultura da região, dando impulso a novos segmentos, como o turismo de aventura (trilhas, escaladas e esportes radicais), turismo náutico (campeonatos de vela,

passeios de lanchas e catamarãs), turismo histórico-cultural (baseado no artesanato, gastronomia, folclore, história do Cangaço) e Turismo de Negócios e Eventos (feiras, eventos e São João).

O apelo histórico-cultural da região é reforçado pela presença de populações tradicionais<sup>4</sup> habitando as margens do rio, a exemplo de tribos indígenas como a Kariri-Xokó, na cidade de Porto Real do Colégio – AL, a 170 Km de Maceió, que conta com uma população de mais de 2 mil pessoas, organizados em 360 famílias. A tribo é representada pelo Pajé Júlio Queiroz, 81 anos e que comanda a aldeia há mais de 20 anos. Segundo relatos obtidos, ela teve origem em 1578, com a chegada dos jesuítas que aportaram na região, reunindo várias nações indígenas (Kariri, Carapatós e Aconans), criando um aldeamento denominado "urubu-mirim". (INFORMAÇÃO VERBAL, 2017)

O artesanato típico é outro elemento estruturante da oferta de atrativos histórico-culturais na região se constituindo em uma fonte de renda tradicional, um ofício que é transmitido entre as gerações. Cabe especial destaque para o Redendê, ponto nórdico que chegou como herança portuguesa nas comunidades ribeirinhas, desenvolvido pelas artesãs da Companhia de Bordados de Entremontes e o bordado Boa Noite, variação do Redendê, encontrado no trabalho da Cooperativa das Artesãs da Ilha do Ferro – Art Ilha, no município de Pão de Açúcar, ambos em Alagoas. A riqueza dos bordados produzidos na região foi reconhecida internacionalmente pela falecida antropóloga e professora universitária brasileira, Ruth Cardoso, e pela estilista Martha Medeiros, dando maior visibilidade aos trabalhos. Outra manifestação do artesanato local são as peças esculpidas e entalhadas em madeira, a exemplo daquelas produzidas pelo famoso artista José Roberto Freitas conhecido como Beto Pezão.<sup>5</sup>

A Rota do Cangaço<sup>6</sup> constitui-se em mais um importante componente da oferta turística da região. Dividida entre os municípios de Sergipe e Alagoas, conta a história de Virgulino Ferreira da Silva, Lampião, e Maria Gomes de Oliveira, Maria

---

<sup>4</sup> Sette et al (2015) mapearam, na Região do Baixo São Francisco, 26 comunidades remanescentes de quilombo e seis terras indígenas, das etnias Tingui-Botó, Jeripancó, Kalankó, Kariri-Xokó e Xokó.

<sup>5</sup> Na pesquisa de campo, visitou-se muitos ateliês que produziam as peças de "Pezão", porém, o atelier original de Beto Pezão tem sede em Aracaju, havendo, portanto, uma popularização do seu trabalho. O volume de demanda por esse tipo de trabalho é alto, tanto que, quase todas as peças já estavam encomendadas, principalmente, para revenda em outros centros turísticos.

<sup>6</sup> O Cangaço foi um fenômeno do banditismo brasileiro ocorrido no Nordeste do país, quando grupos vagavam pelas cidades em busca de justiça e vingança pela falta de emprego, alimento e cidadania.

Bonita, a primeira mulher a participar de um grupo de cangaceiros, durante as décadas de 1920 e 1930, no sertão nordestino. O passeio é composto de visita a vilarejos, passeio de catamarã e trilhas nos municípios de Piranhas – AL, Distrito de Entremontes e Canindé do São Francisco – SE (Fazenda e Grota de Angicos), local onde Lampião, Maria Bonita e os demais cangaceiros morreram na emboscada da polícia.

O Baixo São Francisco, em termos do planejamento da atividade compõe duas regiões turísticas: a região denominada de “Caminhos do São Francisco”, em Alagoas e a região do “Polo Velho Chico”, em Sergipe<sup>7</sup>. Os principais destinos localizam-se a uma distância máxima de 490 km, de quatro importantes capitais do Nordeste como Recife, Salvador, Maceió e Aracaju, estas duas últimas os principais portões de entrada de visitantes.

Trata-se de um turismo com natureza regional, uma vez que, em sua maioria, os visitantes são procedentes dos próprios estados de Alagoas e Sergipe, seguidos por Pernambuco, São Paulo e Bahia, perfazendo estes mercados 90% do fluxo total. (IBERTUR, 2013 apud SETTE et al., 2015) Em função da proximidade com as capitais estaduais mencionadas, cerca de 1/3 deste contingente opta por passeios de um único dia, não pernoitando nos destinos da região, o que implica em menores gastos nestas localidades. Eles se deslocam, prioritariamente, por intermédio de automóveis próprios (53%), viajam em família e possuem um bom nível de instrução (43% com nível superior). (IBERTUR, 2013 apud SETTE et al., 2015)

Por essa breve descrição é perceptível o potencial da região para o turismo e as possibilidades que podem ser exploradas pelos empreendedores visando qualificar e diversificar a base de serviços demandados pelos visitantes. As condições necessárias para que essas iniciativas empresariais prosperem e possam se reverter em benefícios para as comunidades são abordadas na próxima seção.

---

<sup>7</sup> A região “Caminhos do São Francisco” é composta por 14 municípios: Belo Monte, Delmiro Gouveia, Igreja Nova, Mata Grande, Olho D’Água do Casado, Palestina, Pão de Açúcar, Penedo, Piaçabuçu, Piranhas, Porto Real do Colégio, São Brás e Traipu.(MUNICÍPIOS... 2017). A região “Polo do Velho Chico” é composta por 8 municípios: Canindé do São Francisco, Ilha das Flores, Itabi, Neópolis, Nossa Senhora da Glória, Propriá, Santana do São Francisco e Telha.(SERGIPE..., 2017)

### **3 EMPREENDEDORISMO: UM ELEMENTO PROPULSOR PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO?**

O empreendedorismo, essencialmente, promove o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades com o intuito de estabelecer negócios de sucesso (DORNELAS, 2008, p. 22).

As primeiras referências sobre empreendedorismo remontam à figura de Marco Polo<sup>8</sup>, no século XIII, pelo seu pioneirismo no estabelecimento de novas rotas de comercialização de mercadorias com o oriente. Vale destacar, neste caso, que nesses primeiros registros de empreendedorismo, elementos que compõem a atividade turística, como espaço, características territoriais e insumos regionais já eram fatores presentes. (HISRISH, 1986 apud DORNELAS, 2001).

Ainda de acordo com Hisrish (1986 apud DORNELAS, 2008), essas referências foram mudando com o passar dos séculos. Na Idade Média, os indivíduos empreendedores gerenciavam grandes projetos de produção, sem assumir riscos e utilizando recursos provenientes do governo. Já no Século XVII, a figura do empreendedor estabelecia contrato com o governo e realizava serviços ou fornecimento de produtos, com preços pré-fixados, sendo que o lucro ou prejuízo pertenciam ao próprio empreendedor.

A partir do Século XVIII, experiências como a de Thomas Edison, trouxeram uma diferenciação entre a figura do Capitalista (fornecedor de Capital) do Empreendedor (indivíduo que assume riscos), uma vez que suas pesquisas foram financiadas por investidores.

A partir do final do século XX, o empreendedorismo deixou de estar associado, unicamente, à capacidade de criar negócios e passou a ser considerado um comportamento/posicionamento que exige habilidades para vida do indivíduo de um modo geral.

No entanto, para que o empreendedorismo aconteça é indispensável que o seu ecossistema esteja ativo, ou seja, que haja elementos inter-relacionados à disposição dos empreendedores, que estimulem, alavanquem, incentivem, e gerem confiança nas pessoas que precisam exercer seu comportamento empreendedor. E eles só funcionam com o resultado da interação entre diversos agentes que

---

<sup>8</sup> Marco Polo foi um mercador, embaixador e explorador veneziano cujas aventuras estão registradas em *As Viagens de Marco Polo*, um livro que descreve para os europeus as maravilhas da China, de sua capital Pequim e de outras cidades e países da Ásia.

influenciam no desenvolvimento econômico local, como as Universidades, Poder Público, Empresas privadas, e entidades do terceiro setor, através da criação e execução de políticas públicas, disseminação da cultura empreendedora, provimento de capital financeiro, dentre outros fatores conforme mostra a figura 2, a seguir (ISENBERG, 2011; AUTIO et al., 2014).

Figura 2 - Domínios do Ecosistema Empreendedor



Fonte: Insenberg (2011, 2013)

A abordagem do empreendedorismo sob a perspectiva de um ecossistema pretende possibilitar um arcabouço de análise mais completo e dinâmico, que revele a multiplicidade de elementos envolvidos na sua dinâmica cotidiana, assim como as necessidades de intervenção para o fortalecimento da ação empreendedora em uma dada realidade.

Conforme Isenberg (2011) os elementos que constituem o ecossistema do empreendedorismo, denominados por ele de “domínios”, são seis: Políticas Públicas, relacionadas com marcos regulatórios, incentivos fiscais e outras estratégias para incentivar o empreendedorismo; Capital Financeiro, representada pela disponibilidade de recursos através de pequenos investidores, investidores anjo, grandes fundos de ações, entre outros; Cultura, referindo-se ao reconhecimento social dos empreendedores bem sucedidos e a ambição popular por empreender; Instituições de Suporte, que forneçam apoio do ponto de vista da infraestrutura e serviços profissionais para as empresas incubadas (startups). Recursos Humanos, ou capital humano disponível e capacitado para atuar com o



empreendedorismo e, por fim, Mercado, enquanto disponibilidade de um mercado de compradores qualificados para retroalimentar melhorias e com capacidade econômico-financeira para suportar as necessidades de caixa dos novos negócios.

A análise da consistência de um ecossistema empreendedor, para Isenberg (2011), além dos elementos citados anteriormente, também deve incluir a presença e atuação de organizações não governamentais, associações, entidades econômicas, instituições de ensino e pesquisa com interesse no empreendedorismo e a existência de redes de relacionamentos locais, regionais e internacionais entre empreendedores.

No que tange, especificamente, à contribuição do empreendedorismo para o incremento do turismo, é preciso destacar que, como toda atividade de serviços, trata-se de uma área aberta e acessível a negócios, ainda que pequenos e que apresenta oportunidades com baixa necessidade de capital e grande potencial de inovação, beneficiada pela grande segmentação do mercado e pela constante necessidade de renovação dos produtos.

Como componentes do setor de serviços, os empreendimentos turísticos incorporam algumas características, que são específicas, e que devem ser consideradas em seu processo de planejamento, conforme Cooper et al (2002): a) **Intangibilidade:** o produto consumido é intangível não podendo ser tocado. Isso é particularmente perceptível nos serviços prestados pelas agências, pelas empresas de transporte e dos segmentos de entretenimento, cultura e lazer; b) **Inseparabilidade:** tomando por base as atividades características do turismo<sup>9</sup> nenhum serviço pode ser ofertado separadamente. A experiência do visitante é uma consequência da avaliação que ele faz sobre o conjunto de serviços consumidos, assim, existe uma grande interrelação entre todos os empreendimentos do setor e, destes, com os serviços a cargo da administração pública; c) **Heterogeneidade:** a cada prestação de serviço haverá elementos novos, nenhuma execução da atividade turística será a mesma, por mais que seja prestada de maneira repetitiva, uma vez que a interação com o grupo de turistas modifica muitos pequenos

---

<sup>9</sup> Com o objetivo de gerar uma estatística que seja comparável entre os diversos países do mundo, a Organização Mundial do Turismo (OMT) desenvolveu a Classificação Internacional Uniforme das Atividades Turísticas (Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas - CIUAT) que é compatível com a International Standard Industrial Classification (ISIC), elaborada pelas Nações Unidas. Do conjunto de atividades econômicas contidas na CIUAT, destacam-se as Atividades Características do Turismo, responsáveis pela produção de bens e serviços definidos como característicos do turismo.(IBGE, 2006)

aspectos de sua prestação; d) **Perecibilidade**: os serviços turísticos não podem ser estocados, são consumidos no momento em que são prestados.

Estas características trazem desafios adicionais para a atuação do empreendedor da área de turismo. É preciso que a experiência de cada visitante, que é única e subjetiva, seja tangibilizada e entendida por todos os prestadores de serviços, como o fruto do conjunto de interações que ele tem no destino, em uma visão também sistêmica do produto turístico que implica na interdependência entre os componentes do trade local. No mesmo sentido, o empreendedor, além de se preocupar com a qualidade, precisa estar capacitado para entregá-la a todos os tipos de público, da mesma forma. E, por fim, a depender da atividade que ele busque explorar, a exemplo de pousadas e empresas de transporte, um grande complicador pode ser a necessidade de escala para o consumo dos serviços, sobretudo aqueles que gravitam em torno de atrativos que se encontram disponíveis por breves períodos de tempo, a exemplo das que dependem de manifestações culturais ou de fenômenos da natureza.

Em que pese as especificidades mencionadas, depreende-se que a atividade turística oferece uma ampla gama de oportunidades para os empreendedores e que, por outro lado, depende desta capacidade empreendedora para constituir destinos competitivos no contexto da contemporaneidade, uma vez que demanda um conjunto de 47 tipos diferentes de serviços, de acordo com a classificação do Ministério do Turismo, baseada na metodologia da OMT. Como essas possibilidades convergem na região estudada é o que será demonstrado na sessão seguinte.

#### **4 CONVERGÊNCIA ENTRE EMPREENDEDORISMO E TURISMO: CAMINHOS DESAFIADORES NO BAIXO SÃO FRANCISCO**

Começando pelo primeiro domínio proposto por Isenberg (2011), o das Políticas Públicas, observa-se, da parte das instâncias administrativas, de ambos os estados, uma disposição em investir na consolidação do turismo como um fator catalisador do desenvolvimento regional e uma alternativa de substituição para outras atividades econômicas, notadamente de base primária, fragilizadas pela aridez do clima. Algumas evidências reforçam esse entendimento:

a) Existência de estudos voltados ao diagnóstico e a formulação de estratégias que estimulem o turismo sustentável, como o “O Projeto de Dinamização

e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco nos Estados de Alagoas e Sergipe” desenvolvido pelo Governo do Estado de Alagoas, com apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) através do Fundo Multilateral de Investimentos (FUMIN), da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (AECID) e do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS);

b) Preocupação com a preservação do patrimônio histórico e artístico cultural, incluindo o tombamento de edificações representativas e a recuperação de imóveis através de programas como o Monumenta<sup>10</sup>;

c) A inserção dos municípios em regiões turísticas formais, concebidas no âmbito de programas de fomento como o PRODETUR, reconhecidas pelo Ministério do Turismo e aptas para receber apoio das instâncias federais e dos bancos de fomento;

d) Todos os municípios, à exceção de Santana do São Francisco, possuem secretarias encarregadas do desenvolvimento do turismo. São pastas associadas à cultura, ao lazer ou ao meio ambiente mas que demonstram algum nível de prioridade para o tema no âmbito da administração pública municipal;

e) Ações de incentivo à regularização dos negócios turísticos a exemplo das iniciativas da Secretaria de Turismo de Piranhas para o ingresso das empresas no Cadastur.

Todavia, a construção de um destino turístico competitivo demanda ações públicas que transcendem o planejamento e a organização da atividade, em si, mas que resvalam em temas tão diversos quanto a segurança pública, a rede viária de acesso, o saneamento básico, preservação ambiental, saúde e educação, dentre outros. Isto posto, cumpre dizer que no que tange a estas questões, assim como no que se refere ao estímulo direto ao surgimento de novos negócios, ainda há muito o que avançar.

O turismo na região tem que conviver com as constantes ameaças ao rio São Francisco, como o assoreamento, a demanda excessiva por suas águas, o avanço

---

<sup>10</sup> O Monumenta é um programa do Ministério da Cultura que procura recuperar e preservar o patrimônio em cidades históricas protegidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Conta com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o apoio da Unesco.

do mar e a conseqüente erosão marinha que já foi responsável, por exemplo, pela destruição do povoado do Cabeço, comunidade pesqueira que teve que ser realocada em 2013. Durante a Expedição, também não foi possível acessar o povoado de Quilombo do Pixaim, para conhecer o seu artesanato, em função do assoreamento do rio, o que dificultava a navegação. Essas conseqüências de ordem ambiental afetam as dinâmicas social e econômica das comunidades ribeirinhas que, além de terem o seu principal patrimônio ameaçado, se veem impedidas de realizar os seus ofícios tradicionais e de comercializar seus produtos.

Sabe-se que essa questão não se encerra no âmbito municipal e que uma articulação maior entre todos os municípios da bacia do rio São Francisco, a exemplo do que pretende fazer o seu Comitê de Bacias se faz necessária

A despeito das ameaças mencionadas, percebe-se um crescimento na oferta de serviços turísticos, ainda que de maneira assimétrica, entre os municípios estudados, com destaque para os municípios de Piranhas e Penedo. Contudo, em muitos casos, conforme relatos dos entrevistados, estas iniciativas surgem como uma alternativa à perda de ocupação em outros setores, o que seria classificado como “empreendedorismo por necessidade” não havendo capacitação para tal, com um forte componente de “confiança nas lideranças locais” por parte destes empresários.

O sucesso desses empreendimentos é afetado pela pouca disponibilidade de Capital Financeiro para investimento nos negócios. Esta limitação, que por vezes se expressa não pela inexistência de linhas específicas mas pelos altos juros e pelas garantias reais exigidas, condena boa parte das iniciativas à informalidade e dificulta a qualificação dos serviços prestados.

Também os domínios da Cultura e das Instituições de Suporte precisam ser fortalecidos, em que pese a existência de importantes instituições de ensino superior, como o Instituto Federal de Alagoas, o Instituto Federal de Sergipe e a Universidade Federal de Alagoas – UFAL, esta última oferecendo, inclusive, o curso de Turismo, em seu campus de Penedo.

Ao analisar a base do processo empreendedor na região, ou seja, a educação empreendedora, percebe-se que ainda precisa ter o seu grau de abrangência ampliado.

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE de Alagoas está presente nos municípios de Penedo, Piranhas e Piaçabuçu. Em Sergipe, dos municípios visitados, apenas Propriá possui uma unidade do SEBRAE. Contudo, nenhuma dessas unidades tinha cursos ou oficinas programadas para o ano de 2018, segundo pesquisa feita nas homepages das entidades, no mês de março do mesmo ano. (SEBRAE, 2018) Apesar de sua importância, as ações do SEBRAE, de uma maneira geral, precisariam ser adequadas às necessidades da região, uma vez que:

a) Se constituem em ações de assessoria e capacitações focadas nas lideranças com predisposição a empreender, dificultando o despertar de novos empreendedores, notadamente aqueles com baixo nível educacional;

b) Não ocorrem com um fluxo contínuo, por isso algumas ações podem perder força ao longo do processo<sup>11</sup>, pois a manutenção dos negócios, sobretudo, nos dois primeiros anos, é um aspecto que necessita de acompanhamento;

c) O foco do SEBRAE é na formalização daqueles talentos ou produtos oferecidos, informalmente, na região. Porém, os empreendedores envolvidos, nem sempre estão preparados para administrar um negócio e equipe. Seria importante uma profissionalização processual, tendo em vista que não é regra ter a formalização como primeiro passo.

No que tange aos Recursos Humanos, o quadro da região não difere da realidade encontrada na maioria dos municípios do nordeste do Brasil. Há uma necessidade premente de capacitação das pessoas para o atendimento no setor de serviços e, mais, para a sensibilização em relação às oportunidades que o empreendedorismo pode trazer. Os negócios são gerenciados de forma intuitiva e, claramente, observa-se que exploram apenas parte do potencial que poderiam ter.

Por fim, no domínio “Mercado”, de Isenberg (2011), a região precisa se estruturar de maneira sistêmica, para competir nacionalmente. O sucesso da Rota do Cangaço é inegável mas o seu alcance no mercado turístico ainda é restrito. Os fluxos de visitantes são, em sua maioria, de origem regional e, em grande parte, não pernoitam nas localidades, fazendo excursões curtas que saem de Aracaju e

---

<sup>11</sup> É importante uma pesquisa junto ao SEBRAE para analisar o programa de capacitações que oferecem naquela região. Essa abordagem tem relação direta com a observação direta em campo no período da expedição quando as lideranças foram entrevistadas e com a pesquisa feita na homepage da instituição,

Maceió. A união dos municípios envolvidos em torno de um produto comum, a exemplo do que acontece em roteiros como a “Rota Romântica” que compreende 14 municípios da Serra Gaúcha ou a “Rota dos Vinhos”, no mesmo Estado.

Sette et al (2015) no estudo “Planejando o Destino Caminhos do São Francisco” fizeram uma pesquisa com turistas que visitaram as cidades de Aracaju e Maceió e identificaram que 81% destes tinham vontade de conhecer os municípios do Baixo São Francisco mas, por algum motivo, não tiveram a oportunidade de fazê-lo. Trata-se de um fluxo potencial que não está sendo aproveitado, uma vez que os destinos de sol e praia ainda possuem um maior apelo na propaganda dos estados do Nordeste, de uma maneira geral.

A necessidade de se abordar a região de maneira interestadual reforça o que preconiza Isenberg (2011) quando se refere à análise da consistência dos ecossistemas empreendedores. Para ele, é indispensável a existência de redes de relacionamentos locais, regionais e internacionais entre empreendedores.

Neste aspecto, em algumas atividades, a exemplo do artesanato, percebe-se um maior componente de cooperação entre os empreendedores, por intermédio de associações de artesãs como as da Companhia de Bordados de Entremontes, que reúne 45 mulheres e a Cooperativa das Artesãs da Ilha do Ferro – Art Ilha, com aproximadamente 40 integrantes. Essas cooperativas têm um alto nível de organização hierárquica e administrativa. A efetivação dos membros se dá através do início das atividades com pequenos bordados e é realizada com o acompanhamento de um integrante mais experiente.

Os cooperativados afirmam participar de feiras em outros estados, na maioria das vezes com o apoio do poder local, como disponibilização de verbas para hospedagem e/ou deslocamento. Porém, a percepção dos mesmos para essas participações em feira está focada na venda de produtos e não na oportunidade de divulgar ou buscar parcerias para a região.

No que tange à estrutura para a comercialização local destes produtos, constatou-se, que, apesar do potencial para este aspecto, algumas cidades como Piranhas, Piaçabuçu e Penedo – AL dispõem de centro de artesanato, todavia nesses espaços não é possível perceber a riqueza do artesanato da região, uma vez que os *souvenires*, cada vez mais, ocupam o espaço das peças tradicionais.

No que se refere ao serviço turístico voltado para o agenciamento de passeios, a empresa pioneira na região atua, com exclusividade, na realização de passeios na parte superior da Hidrelétrica de Xingó, com catamarãs padronizados e de grande porte. Os passeios partem de Canindé do São Francisco – SE, com excelente estrutura e venda do bilhete a 100 reais por pessoa, com duração total de ida e volta de 2 horas e duração de passeio de 1 hora.

Apesar do surgimento desta empresa ter sido importante para o incremento do turismo, não foi uma ação que desdobrou em muitos outros empreendedores com esse nível de abrangência, demonstrando, portanto, a tendência de desenvolvimento empreendedor para lideranças específicas.

Contudo, a adequação e aplicação de um programa de empreendedorismo mais democrático e contínuo oportunizaria a criação de novos negócios e seria fundamental para o aumento e incremento da oferta, proporcionando novos modos de gestão e operação das empresas e iniciativas turísticas para melhor atendimento das necessidades de uma demanda existente e potencial (MASKE, 2012).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir das observações realizadas, tanto no que tange ao potencial turístico do Baixo São Francisco como ao que, efetivamente, se encontra em termos de oferta de serviços, fica evidente a necessidade de ampliação da relação entre o turismo e o empreendedorismo da região.

Identifica-se como pontos positivos, que contribuem para o sucesso de novos empreendimentos, a localização da região em relação a centros emissores do Nordeste, a diversificada oferta diferencial, com atrativos naturais e culturais relevantes, a implantação de programas estruturantes para a atividade, por parte da administração pública, e a existência de uma predisposição geral para investir no turismo como uma alternativa de geração de renda, empregos e melhores condições de vida para a população ribeirinha.

Contudo, e voltando para o modelo do ecossistema empreendedor de Isenberg (2011), alguns domínios precisam ser fortalecidos para que a região possa aproveitar todo o seu potencial e alavancar novas iniciativas empresariais, em um ciclo virtuoso de crescimento. Dentre eles, destaca-se: a) a formação de recursos humanos para a atividade, tanto em termos de mão-de-obra operacional como de

empreendedores capazes de identificar oportunidades e investir na melhoria de seus negócios. Formar empreendedores é fundamental; b) Disponibilização de capital financeiro mais acessível, atração de investidores externos e aproximação com entidades de fomento ao empreendedorismo, como o SEBRAE, com foco em um programa específico para a região e, c) Busca por mercados emissivos nacionais e por ampliação da participação da região no fluxo turístico dos estados.

Estas medidas são complementares e se retroalimentam, como acontece em todos os sistemas. Todavia, por trás de todas elas, está a questão da constituição de redes de articulação entre municípios e empreendedores, que unam todos os agentes envolvidos no processo. Considera-se imprescindível a realização de um trabalho em rede, com parceiros e atores municipais, estaduais e federais ativos e com ações descentralizadas que abordem a região com uma visão mais integrada, que permita a sua consolidação enquanto destino turístico e que ofereça os incentivos necessários para o processo empreendedor.

## REFERÊNCIAS

ALAGOAS. Secretaria de Estado da Cultura. Disponível em: <http://www.cultura.al.gov.br/politicas-e-acoes/mapeamento-cultural/cultura-indigena/comunidades-indigenas-em-alagoas/kariri-xoco> . Acesso em: 20 nov. 2017

ASHLEY, C.; GOODWIN, H. **Pro poor tourism – what’s gone right and what’s gone wrong**: UK: Overseas Development Institute Opinion 80. Jun.2007 Disponível em: <<http://www.odi.org.uk/opinion/docs/778.pdf>>. Acesso em 23 set.2017

AUTIO et al. Entrepreneurial innovation: The importance of context. **Research Policy**, v. 43, n. 7, p. 1097–1108, 2014.

BAHIA. Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco - CODEVASF. **Caracterização da Bacia**. Disponível em: <<http://www2.codevasf.gov.br/osvales/vale-do-sao-francisco/identificacao>>. Acesso em: 20 out. 2017.

BAIXO São Francisco ganha plano de turismo sustentável. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/informma/item/2938-baixo-sao-francisco-ganha-plano-de-turismo-sustentavel>>. Acesso em: 20 out. 2017.

COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO SÃO FRANCISCO (CBHSF). **A Bacia**. Disponível em: <<http://cbhsaofrancisco.org.br/2017/a-bacia/>>. Acesso em: 1 nov.2017.

COOPER et al. **Turismo princípios e práticas**. São Paulo: Bookman, 2002. 559 p.



CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2005.

DORNELAS, José C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro, Campus, 2008.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2013**. Curitiba: IBQP, 2013.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. São Paulo: McGraw-Hill, 2014

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Economia do Turismo** - Análise das atividades características do turismo, 2003. Rio de Janeiro: IBGE, 2006.

ISENBERG, D. J. **The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy**: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Dublin: Institute of International European Affairs, 2011.

MASKE, Daniele Cristine. **Relação entre orientação empreendedora, inovação, orientação para o mercado e desempenho em empresas turísticas**. 145 f. 2004. Dissertação (Mestrado acadêmico em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí.

MATTEO, Katia de Castro de, et al. **Zoneamento Turístico do Baixo Rio São Francisco no Estado de Alagoas**. Instituto Ambiental Brasil Sustentável – IABS / Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento – AECID / Governo do Estado de Alagoas / Fundo Multilateral de Investimentos – Grupo BID / Editora IABS, Brasília-DF, Brasil - 2013.

MUNICÍPIOS aderem e Mapa do Turismo de Alagoas cresce 139%. 14 set. 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/assuntos/8137-munic%C3%ADpios-aderem-e-mapa-do-turismo-de-alagoas-cresce-139.html>>. Acesso em 23 out. 2017

SERGIPE amplia número de municípios no Mapa do Turismo Brasileiro. 14 set. 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/assuntos/8161-sergipe-amplia-n%C3%BAmero-de-munic%C3%ADpios-no-mapa-do-turismo-brasileiro.html>>. Acesso em 23 out. 2017

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. 2018. Disponível em: <<http://inscricoes.al.sebrae.com.br/InscricoesOnline/Inscricoes/listaEventos.aspx>>. Acesso em: 06 mar. 2018.

SETTE, Isabela et al. **Planejando o Destino Caminhos do São Francisco**. Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade – IABS / Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento – AECID / Governo do Estado de Alagoas / Fundo Multilateral de Investimentos – Grupo BID / Editora IABS, Brasília-DF, Brasil – 2015.

SILVA, Jorge Antonio Santos. **Turismo, crescimento e desenvolvimento**: uma análise urbano-regional baseada em cluster. 2004. Tese (Curso de Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. ECA/USP, São Paulo, 2004.

TOMAZZONI, Edegar Luis. **Turismo e Desenvolvimento regional**: Modelo APL TUR aplicado à Região das Hortênsias (Rio Grande do Sul – Brasil). 2007. 385f. Tese. (Doutorado em Ciências da Comunicação, área de Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.