



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE UnB PLANALTINA
GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO

Camila Batista da Silva

**TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA O ESCOAMENTO E
DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA FAMILIAR: UM ESTUDO
DE CASO DA FEIRA DA COLÔNIA NO CIRCUITO RAJADINHA,
PLANALTINA/DF**

PLANALTINA/DF

2017

Camila Batista da Silva

**TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA PARA O ESCOAMENTO E
DIVERSIFICAÇÃO DA PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA FAMILIAR: UM ESTUDO
DE CASO DA FEIRA DA COLÔNIA NO CIRCUITO RAJADINHA,
PLANALTINA/DF**

Relatório final de estágio obrigatório apresentado à Faculdade UnB Planaltina, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio.

Orientador (a): Fernanda R. Nascimento

Co-orientador (a): Zaida Regina A. da Silva

PLANALTINA/DF

2017

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus familiares que sempre me apoiaram, auxiliaram e me impulsionaram para que pudesse seguir meus sonhos e objetivos de vida.

Sou extremamente grata pela oportunidade e privilégio de estudar em uma instituição pública, reconhecida, de qualidade, plural e diversa como a Universidade de Brasília estendendo ao campus Faculdade UnB Planaltina.

À todos os professores que contribuíram com minha formação, atuando não somente como docentes, muitas vezes como amigos, conselheiros e pessoas à quem podemos e devemos admirar, obrigada pelo compartilhamento de conhecimento e dedicação para com seus alunos.

Assim como à minha orientadora, Fernanda pelo auxílio e disposição na orientação deste trabalho.

Aos amigos que estiveram ao meu lado desde o primeiro semestre, Flávio, Kathelee, Lucas, Thayná, Vitória e aos demais amigos e colegas que fiz durante essa trajetória, vocês foram parte importante nesta etapa, obrigada pelas alegrias, momentos de desespero, conhecimento, conselhos, apoio e ensinamentos partilhados.

Sou imensamente grata ao Márcio, Bruna e Zaida, por esta oportunidade e por me auxiliarem nesta etapa. À toda equipe da Emater Planaltina pelo acolhimento, recepção, ensinamentos e amorosidade para com minha pessoa.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar os benefícios do turismo rural a partir de um estudo de caso do evento Feira da Colônia, que visa o escoamento da produção agropecuária e consolidação da visitação das chácaras participantes do Circuito Rajadinha em uma comunidade da agricultura familiar, situada no núcleo rural da cidade satélite Planaltina/DF. Com uma abordagem qualitativa, os dados analisados foram gerados através da aplicação de questionários aos visitantes e expositores da feira, obtendo-se assim respostas sobre a satisfação dos mesmos para com o evento e identificação do perfil do público interessado na feira e visitação das chácaras, seus interesses e demandas para eventos futuros, assim como informações sobre a satisfação dos expositores com as vendas e organização do evento. Concluiu-se que o turismo rural é um aliado ao desenvolvimento de uma região da agricultura familiar, pois é mais uma alternativa para gerar renda e comercializar sua produção ao consumidor final, apesar de alguns gargalos, é notória a satisfação dos visitantes e expositores com o evento e o interesse em participar de edições futuras.

Palavras-chave: Estudo de caso. Turismo rural. Agricultura familiar.

ABSTRACT

The present paper has as main objective analyzes the benefits of rural tourism through a case study of the Feira da Colonia, an event that aims the outflow of agricultural production and consolidation of Circuito Rajadinha visiting, in a family agriculture community, situated on rural area of Planaltina/DF city. With a qualitative research, the data analysis were generated through application of questionnaires to visitors and merchants of Feira da Colonia, which permit obtain answers about satisfaction and profile identification of the people who participated of the event. As a survey result, important information obtained about the public, interests and demands for next events and about the satisfaction of merchants with sales and organization. It was concluded that rural tourism helps on development of a family agriculture area, being an alternative to generate income and direct agricultural commercialization to final consumers, despite some bottlenecks observed, it is observable the satisfaction of visitors and merchants with the event and interest about participating in future editions.

Keywords: Case study. Rural tourism. Family agriculture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Faixa etária dos visitantes.....	14
Figura 2 - Grau de escolaridade dos visitantes.....	16
Figura 3 - Meios de conhecimento do evento.	16
Figura 4 - Frequência de participação na feira.	17
Figura 5 - Satisfação dos expositores com as vendas.....	18
Figura 6 - Diversificação da produção.	18

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	7
1.1 Objetivos.....	8
1.1.1 <i>Objetivo geral</i>	8
1.1.2 <i>Objetivos específicos</i>	8
1.2 Experiência Prática	8
CAPÍTULO 2 - REFERENCIAL TEÓRICO	9
2.1 Extensão Rural	9
2.2 Agricultura Familiar.....	10
2.3 Turismo Rural	10
2.4 Análise de SWOT	11
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA	13
CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E DISCUSSÃO	14
4.1 Análise dos Questionários Aplicados aos Visitantes.	14
4.2 Análise dos Questionários Aplicados aos Expositores.....	17
4.3 Análise SWOT de Acordo com as Respostas das Questões Abertas dos Questionários	19
CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	22
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES	23
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS EXPOSITORES	24

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

A Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal, (EMATER-DF) instituída pelo nº 4.140 de 07 de abril de 1978, de acordo com autorização constante da Lei nº 6.500 de 07 de dezembro de 1977 possui 18 escritórios, sendo 8 nas regiões administrativas e 8 nos núcleos rurais do DF. A empresa tem como finalidade planejar, coordenar e executar o serviço oficial de assistência técnica e extensão rural junto ao produtor rural e sua família nos setores técnico, econômico e social; desenvolver ações em parcerias com instituições governamentais e não governamentais; participar junto à órgãos competentes do governo, na formulação e implementação das políticas de orientação técnica e extensão rural; assim como estabelecer e desenvolver relações de troca de serviços e informações técnicas com os demais órgãos da administração direta e indireta da Secretaria de Agricultura do DF (EMATER, 2014).

O projeto de turismo rural da EMATER-DF, intitulado como Caminhos Rurais: um olhar para a natureza, criado em 2014, surgiu como alternativa para complementação da renda dos agricultores familiares, proporcionando o fortalecimento do turismo rural sustentável, integrado aos arranjos produtivos locais, agregando renda, gerando postos de trabalho no meio rural e melhoria das condições de vida da população local, especialmente as mulheres e os jovens. O Circuito Rajadinha, é o primeiro circuito do projeto Caminhos Rurais, localizado no núcleo rural Colônia Agrícola Rajadinha I, em Planaltina/DF com o total de dez chácaras participantes, o circuito promove a visita do público urbano em determinada época do ano, às propriedades da agricultura familiar. Em 2014, ocorreu a primeira edição da Feira da Colônia evento que surge para consolidar o Circuito Rajadinha e foi objeto de estudo deste trabalho, que visa o escoamento assim como a valorização da produção dos agricultores familiares, proporcionando ao público compra direta do produtor, conhecimento dos sistemas produtivos e um momento de lazer com a calma e beleza do campo. Os principais produtos comercializados na feira são alimentos, plantas ornamentais, de paisagismo e jardinagem, ervas medicinais, aves exóticas, artesanato, entre outros.

É notável que a feira associada ao turismo rural, é de suma importância para a comercialização dos produtos e valorização dos produtores inseridos nessa região, portanto, surge a necessidade de uma análise para elencar os benefícios, gargalos, necessidade de mudanças/melhorias, assim como entender o que o evento proporciona aos expositores, à comunidade e aos visitantes.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo geral

Avaliar o potencial da feira para a consolidação do Circuito Rajadinha e os benefícios que a realização do evento traz à comunidade, aos produtores e agricultores, assim como aos visitantes da feira.

1.1.2 Objetivos específicos

- Avaliar os benefícios da realização da Feira da Colônia aos produtores/ agricultores familiares;
- Identificar os gargalos e necessidades de melhorias na realização do evento;
- Analisar a satisfação do público visitante para com a feira;
- Identificar o potencial da feira através da visão gerencial do agronegócio.

1.2 Experiência Prática

Minha função como estagiária na EMATER-DF unidade Planaltina, foi participar junto aos técnicos extensionistas rurais no antes, durante e após realização da 4ª edição da Feira da Colônia, auxiliando principalmente minha supervisora formada em turismo e idealizadora da feira. Na etapa anterior à feira, auxiliei entrando em contato com os expositores, participando das reuniões, verificando os itens necessários para realização do evento, fazendo visitas aos agricultores e divulgando o evento em redes sociais. Durante o evento apliquei os questionários aos expositores e visitantes, para que fosse possível fazer a análise que o presente trabalho propõe. Pós-feira, participei das reuniões de avaliação com os técnicos extensionistas, assim como com os expositores e trabalhei na realização deste relatório, analisando os dados gerados.

Foi uma experiência rica, pude ver o trabalho dos extensionistas, as dificuldades e adversidades, assim como o contato com o agricultores familiares e suas formas de organização. Visualizando a abrangência da gestão do agronegócio como função profissional, resgatando a teoria que me foi ensinada durante a graduação, como por exemplo, a gestão de projetos, planejamento estratégico, administração, gestão da propriedade rural, contabilidade, logística e marketing, possibilitando o entendimento de como tudo acontece na prática.

CAPÍTULO 2 - REFERENCIAL TEÓRICO

Com o passar dos anos o campo vem se transformando, e não cabe mais observá-lo somente como o local de onde advém o alimento que serve a população, tais mudanças o caracterizam como espaço onde ocorrem múltiplas atividades, como por exemplo o turismo rural, tema abordado para contextualização deste trabalho.

2.1 Extensão Rural

De acordo com o Ministério de Desenvolvimentos Agrário (MDA), extensão rural é caracterizada como uma ação de desenvolvimento da população rural melhorando a qualidade de vida, através do aprimoramento dos sistemas produtivos, acesso à recursos, rendas e serviços de forma sustentável.

O conceito de extensão rural desenvolvida pelas instituições de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) difere-se do conceito de assistência técnica por prestar o serviço além de uma resolução de problema pontual, pois age de forma educativa, estendendo conhecimentos sejam estes técnicos ou não, ao seu público final, no caso os produtores rurais. A extensão rural pode também ser vista como uma política pública, criada pelos governos (federal, municipal, estadual) podendo ser executadas por instituições públicas ou privadas. A política nacional de extensão rural adotada é pública e gratuita, focalizada nos agricultores familiares e desenvolvida pelas empresas públicas estaduais.

De acordo com Peixoto (2008) a institucionalização do serviço de extensão rural brasileira começou nas décadas de 50 e 60 com a criação de Associações de Crédito e Assistência Rural (ACAR) sendo a primeira ACAR criada em 1948 no estado de Minas Gerais. A estatização do Sistema Brasileiro de Extensão Rural ocorreu com a Lei n. 6.126, de 6 de novembro de 1974, resultando na instituição da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER) como empresa pública.

A partir do breve histórico da extensão rural no Brasil, compreende-se o importante papel desta iniciativa junto aos agricultores, produtores familiares rurais, pois a partir da atividade de extensão é garantida a assistência técnica, disponibilização de crédito, e desenvolvimento rural, auxiliando o agricultor familiar em ganhos de produtividade, comercialização, beneficiamento, especialização na sua área de produção.

2.2 Agricultura Familiar

A agricultura familiar é responsável pela produção de cerca de 70% dos alimentos consumidos pelos brasileiros, é do esforço do agricultor familiar que vem a base da nossa alimentação diária, de acordo com o censo agropecuário realizado em 2006, foram identificados 4,3 milhões de estabelecimentos rurais da agricultura familiar e empregando mais de 74% da mão de obra. A distinção da agricultura não familiar se dá pelo modo de gestão da propriedade, que é feita pelos familiares e a renda que advém de grande parte da produção agrícola ou pecuária. Segundo a lei que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Rurais, a Lei da Agricultura Familiar (Lei nº 11.326-2006) define que o agricultor familiar e empreendedor familiar rural é aquele que pratica atividades no meio rural e possui os requisitos: i) não detém área maior que 4 módulos fiscais; ii) obtenha principalmente mão de obra da própria família nas atividades rurais e gerenciais; iii) tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; iv) dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família. Devido a diversidade de atividades rurais e socioeconômicas da agricultura familiar, outras formas de exploração são admitidas pela lei, como pescadores artesanais, extrativistas, silvicultores e ribeirinhos, aquicultores, povos indígenas, quilombolas além de comunidades tradicionais (BOJANIC, 2016, p.39).

O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), criado em 1996 visando promover o desenvolvimento sustentável dos agricultores familiares por meio de linhas de financiamento para custeio e investimento, é uma política agrícola substancial pois se adequa às necessidades do agricultor familiar, facilitando a tomada de crédito.

Para gestão das políticas públicas, a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP) é o principal instrumento para identificar e qualificar as unidades familiares de produção rural, instrumento esse coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e fora instituído em 1995. A DAP é a porta de entrada para acesso à várias políticas de desenvolvimento rural.

2.3 Turismo Rural

A procura da população inserida nas áreas urbanas por uma alternativa de turismo pouco saturada, com maior contato com a natureza, cultura e costumes locais da região visitada abre espaço à uma oportunidade de turismo e pluriatividade aos habitantes do meio rural, surgindo assim, o turismo alternativo, que possui várias modalidades como o turismo rural, ecoturismo, turismo ambiental, turismo cultural, turismo de aventura e demais

denominações. A exploração desta atividade, contribui para o desenvolvimento da região, conciliando a preservação do meio ambiente e o bem estar das populações locais.

O Ministério do Turismo (2003) define o turismo rural como “o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”, surgindo uma nova alternativa de geração de renda, ligada às atividades econômicas de produção agrícola e agropecuária, assim como compartilhamento do modo de vida e produção das famílias e oportunidade de escoamento da produção ao consumidor final, agregando valor sem a necessidade de atravessadores, satisfazendo as necessidades dos turistas, gerindo e preservando os espaços e recursos.

Como ocorre no Circuito Rajadinha, projeto da Emater/DF como mencionado anteriormente e caso de estudo deste trabalho, que busca o conciliamento da produção, à visita das chácaras inseridas no circuito, onde o visitante tem a oportunidade de conhecer a realidade dos produtores rurais, suas formas de produção, contato direto com o espaço onde o produtor desenvolve sua atividade, troca de conhecimento, possibilidade de sanar dúvidas e comercialização direta, adquirindo assim a conscientização sobre a origem dos alimentos que chegam até a sua mesa.

A importância da relação da agricultura familiar e o turismo rural é principalmente o desenvolvimento da região rural assim como, novas fontes de renda, angariação de políticas públicas, infraestrutura, diminuição do êxodo rural, aproximação e trabalho conjunto da população habitante da área rural, inserção dos jovens e de toda família em novos postos de trabalho dentro do campo.

2.4 Análise de SWOT

Faz-se necessária a revisão bibliográfica da ferramenta matriz SWOT para uma visão gerencial ao que o presente trabalho se propõe. Tal ferramenta é um recurso para visualização dos pontos fracos, fortes, ameaças e oportunidades de uma organização, possibilitando o poder de decisão, competitividade e formulação de um planejamento estratégico. Pode-se utilizar em qualquer contexto, na administração de grandes empresas, pequenas empresas e até mesmo em projetos pessoais, por isso foi a ferramenta escolhida para analisar alguns aspectos do projeto Circuito Rajadinha e Feira da Colônia.

Acredita-se que a técnica foi criada e aperfeiçoada entre as décadas de 60 e 70 por professores de universidades americanas, é uma sigla inglesa cujos significados são *Strengths* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). É

utilizada para elencar as forças e fraquezas do ambiente interno, os aspectos internos colocam em evidência as deficiências e qualidades da empresa analisada e as oportunidades e ameaças do ambiente externo à organização. As forças e fraquezas representam variáveis controláveis, enquanto as oportunidades e ameaças são as variáveis não controláveis no ambiente empresarial (OLIVEIRA, 2009). Para Kotler e Keller (2006) a análise de SWOT examina os elementos internos como análise de seus recursos, pessoal, facilidades, locação, produtos, serviços, habilidades e competências, depois são analisados os fatores externos ao mercado, como as forças macroambientais como economia, tecnologia, legislação, sociocultural, política e agentes macroambientais que são os clientes, concorrentes, distribuidores e fornecedores.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

A metodologia foi estruturada a partir de uma abordagem qualitativa, que de acordo com Gerhardt e Silveira (2009) a pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais, ou seja, através de estudo de caso, o objeto de estudo foi a Feira da Colônia, evento anual que ocorre no núcleo rural Rajadinha I com a aplicação de questionários aos expositores e visitantes buscou-se fazer o levantamento de dados referentes à experiência dos atores envolvidos com a feira, caracterizando-se assim, quanto ao objetivos como pesquisa exploratória de natureza aplicada, que visa proporcionar maior familiaridade com o problema, torná-lo explícito e criar hipóteses buscando gerar conhecimentos para aplicação prática.

Como instrumento de coleta de dados foram realizados dois questionários (**Apêndice A e B**), um direcionado aos expositores da feira, este continha questões fechadas a respeito da satisfação com a organização e com as vendas, sobre quantas vezes participou da feira, se pretende participar das próximas edições, se diversifica a produção para comercialização no evento, sobre a porcentagem de produtos vendidos e uma questão aberta para que sugerissem melhorias para a feira. O outro questionário tinha como foco o público visitante, haviam questões para identificação do público como: idade, escolaridade e cidade, como ficou sabendo sobre a feira, assim como as atividades que foram realizadas durante o evento, como compras, visitas ao circuito, participação em oficinas, houveram questões também sobre o que mais gostou, o que menos gostou e sugestões para melhorias. Foram entrevistados 96 visitantes de um total de 339, registrados em listas de presença. Já expositores, foram entrevistados 24, de um total de 33, composto por expositores residentes no Núcleo Rural Rajadinha I e demais regiões do Distrito Federal.

CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

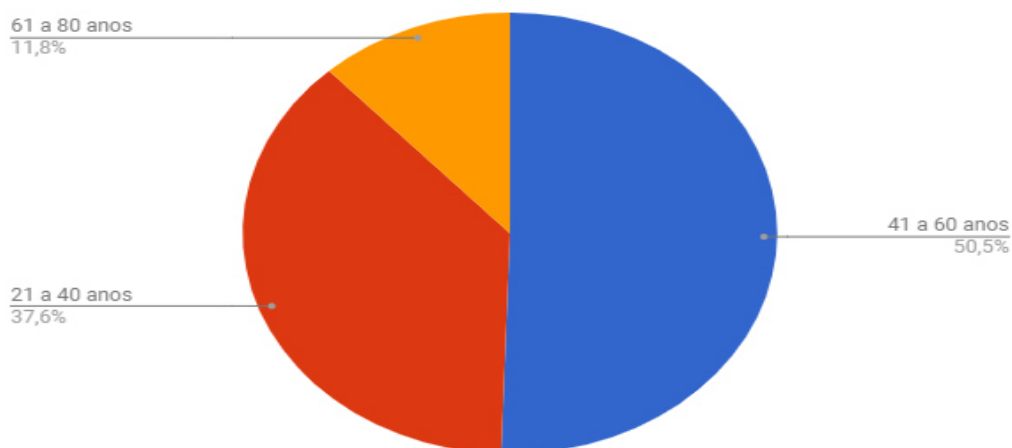
Como mencionado anteriormente, o foco do presente trabalho foi avaliar o potencial da feira, identificar gargalos, necessidades de melhoria e o resultado do evento para os expositores, portanto, os dados analisados foram principalmente para identificação do público alvo e satisfação destes com o evento, pois a partir do conhecimento do público é possível estruturar ações personalizadas de marketing, comercialização, além de adequações.

4.1 Análise dos Questionários Aplicados aos Visitantes.

Os questionários foram aplicados à uma amostra de 96 pessoas. Conforme **Figura 1**:

Figura 1 - Faixa etária dos visitantes.

Figura 1: idade visitantes



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

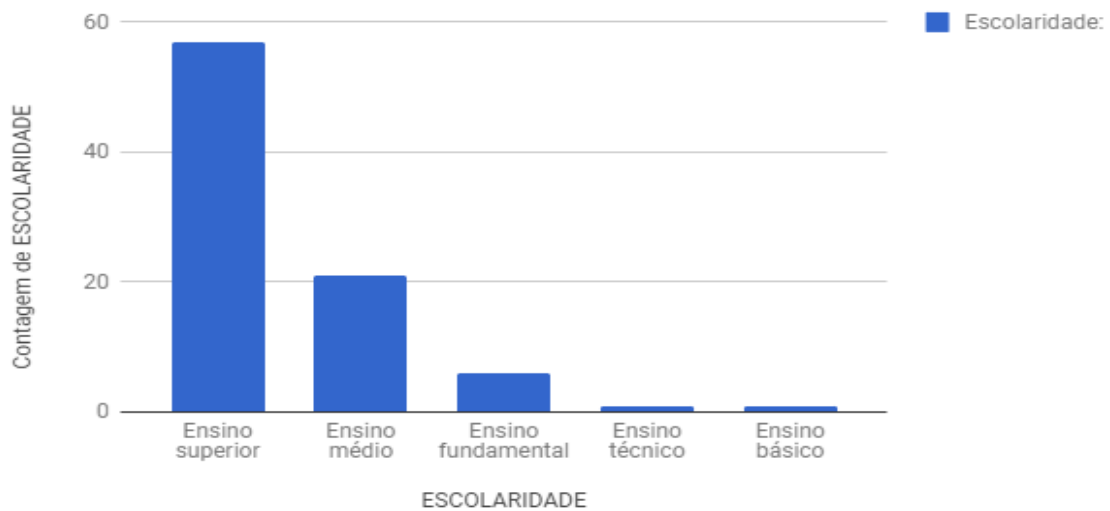
O público adulto entrevistado com maior representatividade, cerca de 50,5% possui idade entre 41 e 60 anos, 37,6% possui idade entre 21 e 40 anos e 11,8% dos entrevistados possuem de 61 a 80 anos. Sendo estes 53,7% representados pelo público feminino e 46,3% pelo público masculino, foi observado que é um evento frequentado em sua maioria por famílias, com crianças e houveram pessoas que levaram seus pets também. Conforme **Tabela 1**:

Tabela 1 – Região de moradia dos visitantes.

Cidade	Nº de pessoas
Planaltina/DF	23
Sobradinho	15
Brasília	14
Águas Claras	5
Núcleo Rural Rajadinha I e II	4
Guará	3
Paranoá	2
Taguatinga	2
Vicente Pires	2
Formosa/GO	2
Riacho Fundo	2
Águas Lindas/GO	2
Jardim Botânico	1
Sudoeste	1
Buritis/MG	1
Núcleo Bandeirante	1
Gama/DF	1
Rondonópolis/MT	1
Itapoã	1
Cruzeiro	1
Núcleo Rural Quebrada dos Neres	1
Núcleo Rural Lago Oeste	1
Núcleo Rural Tabatinga	1
Núcleo Rural Santos Dumont	1
Núcleo Rural PAD/DF	1
Núcleo Rural Capão da Erva	1

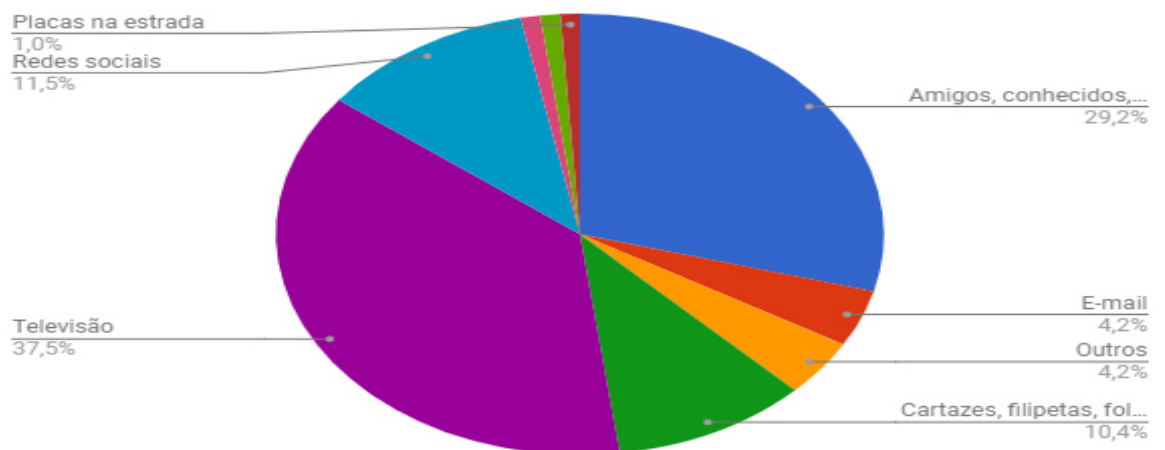
Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Dentre os visitantes que responderam o questionário, as cidades com maior representatividade são Planaltina\DF, com cerca de 23 pessoas, Sobradinho\DF com cerca de 15 pessoas e Brasília com 14 pessoas, sendo que 87,2% estavam visitando e conhecendo a feira e circuito pela primeira vez. Conforme **Figura 2:**

Figura 2 - Grau de escolaridade dos visitantes.**Figura 2:** grau de escolaridade visitantes

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

A escolaridade do público é representada por 56 pessoas que possuem ensino superior, 21 pessoas possuem ensino médio e 6 pessoas ensino fundamental, 1 pessoa ensino técnico e 1 possui ensino básico.

Figura 3 - Meios de conhecimento do evento.**Figura 3:** como ficou soube do evento?

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Sobre como obtiveram informações sobre o evento, 37,5% responderam que foi através da televisão, entrevistas apresentadas nos dias 05 e 06/08/2017 pelo telejornal de emissora aberta, já 29,2% souberam através de amigos, conhecidos ou familiares, 10,4%

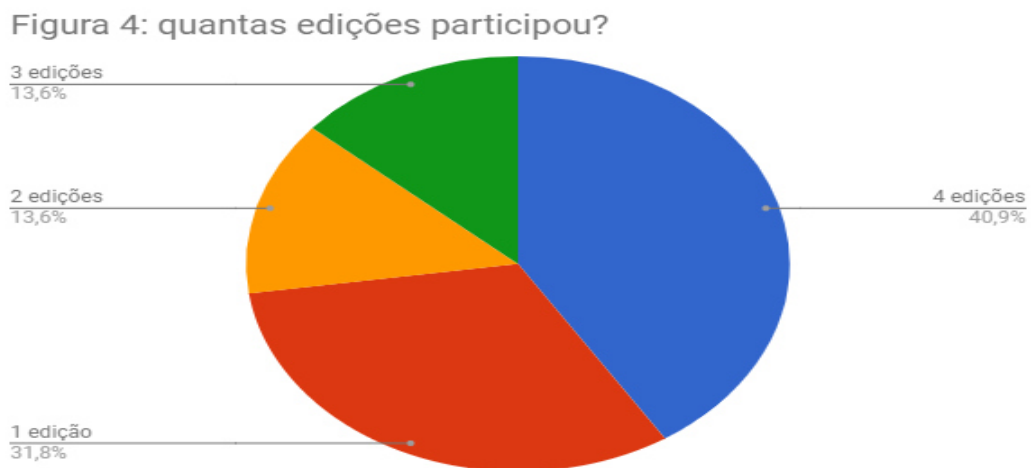
souberam através de cartazes e filipetas e 11,5% souberam através de convites nas redes sociais.

Sobre o que fizeram na feira, 25 pessoas responderam que visitaram o circuito de chácaras, 84 fizeram compras, 26 pessoas participaram de oficinas, é importante dizer que estas três atividades não foram realizadas isoladas, quem fez compras também participou de oficinas ou fez visita ao circuito turístico.

4.2 Análise dos Questionários Aplicados aos Expositores

O questionário aplicado aos expositores possui uma amostra de 24 respostas. Os dados podem ser constatados na **Figura 4**:

Figura 4 - Frequência de participação na feira.

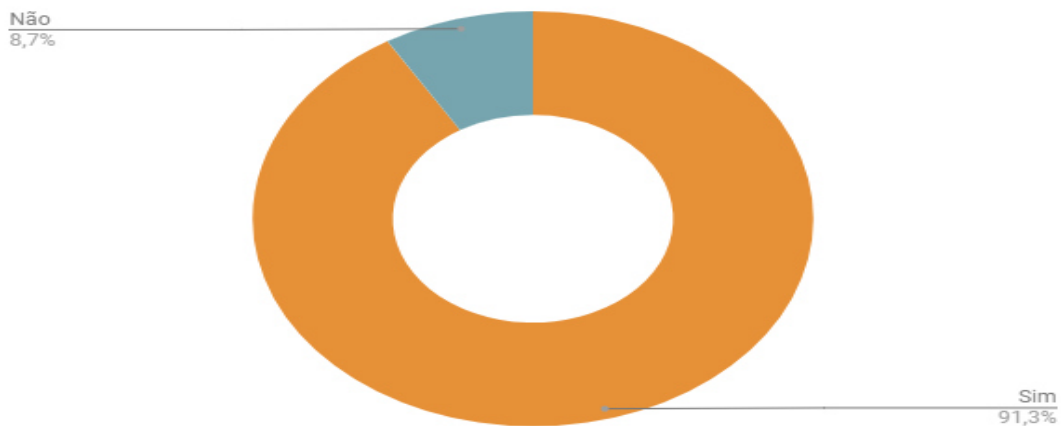


Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

De acordo com a figura 4, dentre os expositores, 40,9% participaram das 4 edições da feira, 31,8% estavam participando pela primeira vez, 13,6% participaram de 3 edições e 13,6% participaram de 2 edições.

Figura 5 - Satisfação dos expositores com as vendas.

Figura 5: satisfação com as vendas

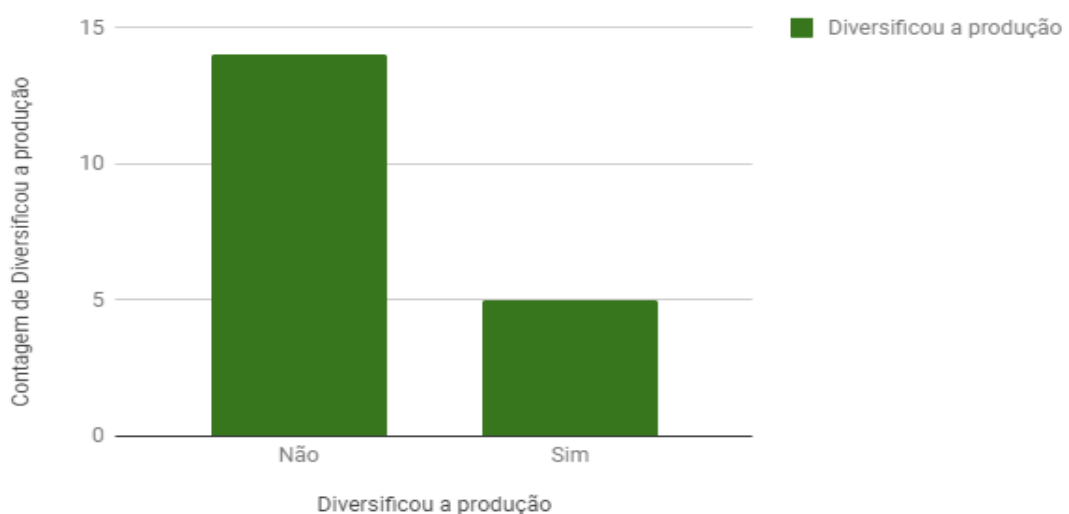


Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

Conforme **Figura 5**, cerca de 91,3% dos expositores ficaram satisfeitos com as vendas nos dois dias da feira e 8,7% não obtiveram tanto sucesso em suas vendas, porém todos os expositores afirmaram que participarão nas próximas edições. A satisfação da maioria dos produtores/ agricultores familiares que expuseram seus produtos na feira ou abriram suas chácaras para visitação no circuito, demonstra a importância do evento para a comercialização direta com o consumidor final, com preço justo e fidelização de novos clientes.

Figura 6 - Diversificação da produção.

Figura 6: diversificação da produção



Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

A **Figura 6** demonstra que dentre os 19 expositores que responderam a questão sobre diversificação da produção, 14 não diversificam e 5 diversificam, ou seja, modificam/adequam algo no produto ou na produção para que seja comercializado na feira.

Houve uma questão sobre a quantidade de produtos vendidos, mas a maioria dos expositores não souberam responder a quantidade precisa de produtos que levaram para comercialização.

4.3 Análise de SWOT de Acordo com as Respostas das Questões Abertas dos Questionários

Utilizando as respostas das questões abertas dos questionários aplicados aos visitantes e expositores da 4ª edição da Feira da Colônia, estruturou-se uma matriz SWOT adaptada ao contexto de diagnóstico do potencial do turismo rural e da feira para desenvolvimento regional e escoamento da produção dos agricultores familiares. Portanto, esta matriz tem como foco elencar as observações feitas, para que possa colaborar de alguma forma para a organização do evento em edições futuras. A seguir:

Tabela 2 – Análise SWOT referente às respostas obtidas.

FORÇAS	FRAQUEZAS
Ambiente agradável; preços justos; variedade de mudas de plantas comercializadas; oficinas de cultivo; organização do evento; receptividade e atendimento dos produtores; visitação das chácaras do circuito.	Sinalização do trajeto; ausência de lixeiras; ausência de água gratuita para consumo dos visitantes; maior número de banheiros; a maioria dos produtores não possuem máquina de cartão de débito/crédito; pouca variedade alimentícia.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Divulgação e compartilhamento das rotas em aplicativos de trânsito e GPS; divulgação do circuito e evento de maneira ostensiva em veículos midiáticos, parcerias comerciais; organização da comunidade em associação, cooperativa; aumentar a frequência da realização da feira.	Recursos de infraestrutura e financeiro.

Fonte: Elaborado pela autora, 2017.

As forças e fraquezas são as respostas mais frequentes nas questões abertas dos questionários: O que mais gostou? O que menos gostou? Sugestões/observações para melhoria da feira. Observa-se que a maioria do público gostou do ambiente, da organização do evento, dos produtos comercializados, preços, atendimento, oficinas e quem realizou a visitação das chácaras elogiou bastante, demonstrando que o público ficou altamente satisfeito, demonstrando interesse em retornar nos próximos anos, portanto, estes são caracterizados como o pontos fortes do evento. As fraquezas são as observações em relação ao que deveria melhorar para que o público tivesse uma experiência ainda mais agradável, os pontos fracos então foram a sinalização na estrada e rotas que levam até o local, ausência de água gratuita e insuficiência de lixeiras e banheiros, a maioria dos expositores não possuem máquinas de cartão o que inviabilizou algumas vendas e a pouca variedade alimentícia para o público que optou pela refeição oferecida no quiosque de lanches e pratos feitos.

As oportunidades e ameaças são as observações do autor a partir da experiência no backstage da organização e através da visão gerencial, levando em conta o que foi elencado como como forças e fraquezas, foram apontadas como oportunidades a divulgação e compartilhamento do evento em aplicativos de trânsito e GPS o que facilitaria o deslocamento de pessoas que não conhecem bem o local; divulgação ostensiva em veículos midiáticos, criação de um site ou páginas em redes sociais, divulgação em carros de som, rádios da cidade por exemplo, como observado anteriormente, a divulgação pela emissora de televisão trouxe uma porcentagem significativa de público; a partir do sucesso desta edição é uma oportunidade conseguir ainda mais parcerias comerciais o que colabora com patrocínio e divulgação do evento; estruturação da comunidade e expositores em associação facilitando o levantamento de recursos financeiros, logísticos e de infraestrutura por exemplo, podendo assim realizar a feira com mais frequência durante o ano. A ameaça principal é a grande dependência de recursos financeiros e de infraestrutura demandados do primeiro setor.

CAPÍTULO 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho propôs fazer uma análise da experiência dos visitantes e expositores da quarta edição da Feira da Colônia, projeto que visa promover o Circuito Rajadinha, ambos realizados na Colônia Agrícola Rajadinha I, núcleo rural da cidade satélite Planaltina-DF, fazendo um levantamento de dados gerados a partir da aplicação de questionários, assim como uma revisão sobre o papel da assistência e extensão rural e o turismo rural nas comunidades de agricultura familiar.

Contudo, conclui-se que os visitantes e expositores que participaram da pesquisa ficaram satisfeitos de maneira geral com a feira, organização, atendimento, ambiente, divulgação e comercialização, e como mencionado o maior gargalo foi em relação à sinalização da estrada. Observa-se também a alta satisfação dos expositores com a vendas e faturamento nesta edição. Os relatos de satisfação dos visitantes que participaram do Circuito Rajadinha demonstra o potencial para consolidação do Circuito e que os produtores estão preparados para receber o público em suas chácaras.

A limitação identificada para realização deste trabalho foi em relação ao levantamento da porcentagem de vendas dos expositores, com a ausência de informações precisas sobre a quantidade de produtos expostos, o que é de extrema importância no gerenciamento, pois o controle ajuda a identificar entrada e saída de produtos, lucro, custos fixos, variáveis e a viabilidade do negócio.

O presente estudo pode ser utilizado como instrumento de auxílio aos organizadores do evento para coleta de informações sobre o público da feira e circuito e suas demandas, assim como auxiliar futuros pesquisadores interessados na temática desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

BOJANIC, A. J. (Org.). **Superação da fome e da pobreza rural**: iniciativas brasileiras. Brasília: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), 2016. 252p.

BRASIL. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006**. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional de Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2006/lei-11326-24-julho-2006-544830-normaatualizada-pl.html>> Acesso em: 14 set. 2017.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural**. Brasília: MDA/SAF/DATER, 2007.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). Disponível em: <<https://www.embrapa.br/aiaf-14-agricultura-familiar-no-brasil>>. Acesso em: 11 set. 2017.

EMPRESA DE ASSISTÊNCIA TÉCNICA E EXTENSÃO RURAL DO DISTRITO FEDERAL (EMATER DF). Disponível em: <http://www.emater.df.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=937&Itemid=63>. Acesso em: 25 ago. 2017.

GERHARDT, T. E. (Org.); SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Rio Grande do Sul: UFRGS EDITORA, 2009. 116p.

KOTLER, P.; KELLER K. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de P. R. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 26. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 376p.

PEIXOTO, M. **Extensão rural no brasil**: uma abordagem histórica da legislação. Texto de Discussão 48, Brasília, out. 2008. 50 p. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td-48-extensao-rural-no-brasil-uma-abordagem-historica-da-legislacao>>. Acesso em: 25 ago. 2017.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES

Nome: _____

Idade: _____ Sexo: () feminino () masculino

Escolaridade: _____

Local: _____

Primeira vez que visita a feira? () sim () não

O que achou da feira em relação à(s) /ao(s):

espaço: () bom () ruim () regular () excelente

preços dos produtos: () bom () justo () caro () ruim

organização: () bom () ruim () regular () excelente

informações: () bom () ruim () regular () excelente

produtos expostos: () bom () ruim () regular () excelente

Como ficou sabendo da feira: () redes sociais () amigos () cartazes

() outros: _____

8) Você voltaria nos próximos anos? () sim () não

9) O que fez na feira: () oficinas () visita ao circuito () compras

10) O que mais gostou: _____

11) O que menos gostou: _____

12) Sugestões/observações para melhoria da feira: _____

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS EXPOSITORES

- 1) Nome: _____
- 2) Local: _____
- 3) Primeira vez que expõe na feira? () sim () não. Se não, de quantas edições participou: _____
- 4) As vendas na feira foram satisfatórias? Atendeu às expectativas? _____

- 5) Qual a porcentagem de produtos vendidos? () 10% () 50% () 75%
() 100%
- 6) Você diversifica sua produção para vender na feira? _____

- 7) Quanto à organização da feira é: () boa () ruim () regular () excelente
- 8) Voltaria a participar nos próximos anos? () sim () não
- 9) Sugestões para melhoria da feira: _____

