



Desenvolvimento do turismo em Sergipe: apoio à criação de negócios e parcerias entre o setor público e privado

Tourism development in Sergipe: support to business creation and partnerships between public and private sector

Desarrollo del Turismo en Sergipe: apoyo para la creación de emprendimientos y parcerias entre instituciones del sector público y privado

Jalberto Dória da Silva <jal_doria@hotmail.com >

Mestre em Administração do Programa de Mestrado em Administração da Universidade Federal de Sergipe (UFS), Aracajú, SE, Brasil.

Rivanda Meira Teixeira <rivandateixeira@gmail.com >

Docente da Graduação e do Mestrado em Administração da Universidade Federal de Sergipe (UFS), Aracajú, SE, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebido 19-jan-2013

Aceite 17-jul-2014

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

SILVA, J da; TEIXEIRA, R. Desenvolvimento do turismo em Sergipe: apoio à criação de Negócios e Parcerias entre o Setor Público e Privado. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 14 n. 2., p.133-149, ago. 2014.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: O objetivo desse estudo foi analisar formas de apoio para desenvolvimento e criação de empreendimentos turísticos, além de parcerias existentes entre instituições do setor público e privado no Estado de Sergipe, Brasil. O método de pesquisa adotado foi o de estudo de caso único, em que Sergipe foi considerado a unidade de análise. Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas com treze gestores de instituições públicas e privadas e foram também analisados documentos, tais como planos de desenvolvimento, projetos, publicações e conteúdos extraídos de sites das instituições que apoiam o desenvolvimento do turismo. Os resultados mostraram que os órgãos públicos criam um ambiente propício para o desenvolvimento de empreendimentos turísticos na medida em que financiam obras de infraestrutura e promovem a divulgação do Estado. Identificou-se também que existe uma vasta rede de instituições voltadas para o desenvolvimento do turismo e para criação de empresas. No entanto, observa-se a carência de ações de integração mais efetivas, que possam diminuir os seus esforços individuais e levem a atingir objetivos mais eficazmente.

Palavras-chave: Desenvolvimento do turismo; Negócios turísticos; Parcerias público-privadas.

Abstract: The aim of this study was to analyze forms of support for the creation and development of tourist business and the existing partnerships between public and private sector institutions in Sergipe State, Brazil. The research method used was the single case study, in which Sergipe was considered as the unit of analysis. The data were collected through semi-structured interviews with thirteen managers of public and private institutions and it was also analyzed documents like development plans, projects and content from institutional sites from organization that support tourism. The results show that public institutions create an environment favorable to tourism enterprises development when they finance infrastructure and promote the state. It was observed also that there is a wide network of institutions aimed to support tourism and creating companies, however, the lack of effective actions of integration between them that may decrease their individual efforts and lead to achieve goals more effectively.

Keywords: Tourism development; Tourism businesses; Partnerships between public and private.

Resumen: El objetivo de este estudio fue analizar formas de apoyo para el desarrollo y la creación de emprendimientos turísticos, además de parcerias existentes entre instituciones del sector público y privado en el Estado de Sergipe, Brasil. El método de investigación adoptado fue el estudio de caso único, en que Sergipe fue considerado la unidad de análisis. Los datos fueron recolectados por medio de entrevistas semi-estructuradas con trece gerentes de instituciones públicas y privadas, también fueron analizados documentos como planos de desarrollo, proyectos, publicaciones y contenidos sacados de sitios de las instituciones que apoyan el desarrollo del turismo. Los resultados mostraron que los órganos públicos crean un ambiente propicio para el desarrollo de los emprendimientos turísticos en la medida en que financian obras de infraestructura y promueven la divulgación del Estado. Se observó también que existe una amplia red de instituciones dedicadas al desarrollo del turismo y para la creación de empresas, sin embargo se observa la falta de acciones más efectivas de integración entre ellas que puedan disminuir los esfuerzos individuales y lleven a alcanzar los objetivos de manera más eficaz.

Palabras clave: Desarrollo del turismo; Negocios turísticos; Parcerias entre sector público y privado.

Introdução

No Brasil, o desenvolvimento do turismo tem sido estimulado pelo setor público, principalmente a partir de meados dos anos 90, sobretudo, alavancado pelo Plano Nacional de Turismo (PNT), que desencadeou uma série de Programas voltados ao desenvolvimento turístico (PNT, 2007). O PNT nasceu com a intenção de expandir e fortalecer o mercado interno, gerando emprego e renda e visando continuar as ações já desenvolvidas pelo Ministério do Turismo (MTUR) e pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), no intuito de consolidar o Brasil como um dos principais destinos turísticos mundiais. De acordo com as metas traçadas pelo Plano Nacional de Turismo (PNT, 2007), uma das suas principais contribuições é a geração de US\$ 25,3 bilhões em divisas e a criação de 1,7 milhão de novos postos de trabalho.

Em 2009, o Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Sergipe 2009-2014 foi elaborado por técnicos, gestores e representantes de instituições ligadas ao desenvolvimento do turismo do Estado, seguindo as diretrizes do PNT 2007-2010. Esse trabalho culminou na criação de macroprogramas estratégicos para o desenvolvimento sustentável do Estado e para inclusão social pela renda (SEDETEC/EMSETUR, 2009). O referido plano definiu quatro macroprogramas estratégicos para o Estado: 1) Planejamento e Gestão; 2) Competitividade do Turismo; 3) Infraestrutura Básica e Turística; e 4) Promoção e Apoio à Comercialização, por meio da consolidação da imagem do Estado e a diversificação dos seus produtos turísticos nos mercados interno e externo (SEDETEC/EMSETUR, 2009).

Este estudo foi motivado pelos resultados da pesquisa de Teixeira e Silva (2010) sobre empreendedorismo em turismo e o processo de criação de novos negócios no Estado de Sergipe. Dentre os principais resultados, observou-se que não existem muitos apoios à criação de novos negócios no setor de turismo e que a participação do Estado no desenvolvimento turístico é limitada. A carência de informações sobre o setor turístico, as dificuldades com a qualificação profissional, a falta de treinamento gerencial e o apoio financeiro insuficiente foram os principais problemas apontados nesse estudo. No entanto, os empreendedores deixaram claro que as soluções para essas demandas deveriam partir das instituições dos setores público e privado envolvidas no desenvolvimento do turismo do Estado, a exemplo das secretarias de governo, do SEBRAE, das associações e dos Bancos de desenvolvimento.

Em função do contexto apresentado, o objetivo geral desse estudo foi analisar as formas de apoio oferecidas para a criação e o desenvolvimento de empreendimentos turísticos e as parcerias existentes entre instituições do setor público e privado em Sergipe. Em função desse objetivo, como objetivos específicos pretendeu-se: 1) verificar como os órgãos públicos estaduais favorecem o desenvolvimento de negócios turísticos no Estado; 2) identificar o apoio oferecido pelas Instituições de Ensino de Sergipe ao turismo; 3) identificar formas de apoio oferecidas pelo SEBRAE-SE as empresas turísticas em Sergipe; 4) verificar o tipo de apoio que é oferecido pelos bancos de desenvolvimento do estado para o financiamento, expansão e ampliação de empreendimentos turísticos no Estado; 5) identificar o apoio oferecido pelas associações do setor e o Aracaju Convention and Visitors Bureau para as empresas turísticas de Sergipe e 6) identificar e analisar as parcerias existentes entre o setor privado e o público para o desenvolvimento do setor turístico no Estado de Sergipe.

Parcerias público-privadas no turismo

No intuito de melhorar a atuação no mercado, muitas organizações, sejam elas públicas ou privadas vêm cada vez mais procurado nas parcerias uma estratégia para o desenvolvimento. De acordo com Gorni, Dreher e Machado (2009) no caso do turismo, cabe ao setor público oferecer infraestrutura e ao setor privado constituir a oferta de bens e serviços.

Embora o setor de turismo tenha apresentado avanços significativos nos últimos anos, a falta de articulação entre os setores público e privado pode culminar em problemas como: ausência de um processo de avaliação de resultados das políticas e dos planos destinados ao seguimento; insuficiência de dados, informações e pesquisas sobre o turismo nacional; baixa qualificação profissional dos recursos humanos do setor, tanto no aspecto gerencial quanto operacional; inexistência de um processo de estruturação da cadeia produtiva impactando a qualidade e a competitividade do produto turístico; oferta de crédito inadequada e insuficiente para o setor; deficiência na gestão e operacionalização da infraestrutura básica e turística; baixa qualidade e pouca diversidade de produtos turísticos ofertados nos mercados nacional e internacional; carência de recursos e falta de estratégia e articulação na promoção e comercialização do produto turístico (PNT, 2003).

Araújo, Cândido e Silva (2009) alertam que a implementação de Programas, como Regionalização do Turismo, necessita, de modo geral, da cooperação e da parceria de todos os agentes envolvidos, sejam públicos ou privados. Lee e Barret (1994) asseguram que apesar do turismo criar novos postos de trabalho, reduzir o déficit do balanço de pagamentos, produzir rápido retorno sobre o investimento, apresentar novas tecnologias e melhorias, os governos frequentemente falham ao delinear as condições necessárias. Em vez disso, as políticas e estratégias do setor são muitas vezes negligenciadas, sendo colocada muito abaixo na política de desenvolvimento. Para Bhat (2004) a indústria do turismo existe como uma rede de subsetores interconectados. Essa afirmação deixa claro o caráter de integração do setor e aponta para ideia de criação de parcerias e alianças estratégicas entre instituições públicas e privadas, sejam elas agências de fomento, associações de classe, órgãos provedores de infraestrutura e promoção do produto turístico.

Criação de negócios no turismo

Gartner (1985) afirma que o empreendedorismo é a criação de organizações, e apresenta dimensões além do papel do indivíduo no processo de empreender, que são: o indivíduo, analisado sob aspectos psicológicos ligados à necessidade de realizações; o processo, que são as ações realizadas para criar e manter uma empresa; o ambiente, que considera aspectos do mercado, como a disponibilidade de capital, presença de empreendedores experientes, entre outros e a organização e suas variáveis de escolhas estratégicas. Diochon, Gasse e Menzies (2002) entendem que criar um negócio envolve uma significativa ação (intencional) planejada. Essa intencionalidade é incorporada em como uma pessoa transforma as informações em uma ação. Procuram demonstrar que as intenções empreendedoras se baseiam na percepção das oportunidades e viabilidade do comportamento empreendedor. Por sua vez, Borges, Simard e Fillion (2005), acreditam que também o empreendedor, o processo de criação, o novo negócio e o ambiente, devem ser levados em conta em qualquer estudo sobre criação de negócios.

No Brasil, os estudos sobre o processo de criação de novos negócios no turismo são muito escassos e, de modo geral, se voltam para temas como o comportamento e perfil do empreendedor, suas motivações para empreender e o desenvolvimento de competências empreendedoras. Um dos trabalhos mais destacados que analisam as competências empreendedoras é o de Feuerschütte e Godoi (2007), realizado em empresas do setor hoteleiro a partir da reconstrução histórica de experiências de trabalho e da atuação dos sujeitos à frente do empreendimento. Honna e Teixeira (2011), baseando-se em referencial teórico de Fleury e Fleury (2001) e Zarifian (2001) e no modelo de competências empreendedoras elaborado a partir de Man e Lau (2000) e Cooley, também estudam as competências empreendedoras de proprietários de hotéis. As principais conclusões deste trabalho mostram que não é possível afirmar que todos os empreendedores apresentem uniformidade em relação à caracterização de suas competências, em função da complexidade da análise e variação dos perfis profissionais e pessoais, experiências, histórias de vida, ambientes em que estão inseridos, características dos empreendimentos, diferentes ciclos de vida das empresas, mercados, estratégias e posicionamentos de mercado. Teixeira (2011) buscou identificar as competências percebidas pelos empreendedores e gestores de pequenos negócios hoteleiros como necessárias ao desempenho eficaz dos negócios e, além disso, apontar como os empreendedores/gestores aprendem essas competências.

O estudo de Pedrosa e Souza (2009) teve como objetivo identificar a atitude empreendedora de gerentes de pequenos e grandes hotéis do setor hoteleiro do Distrito Federal, além de validar o Instrumento de Medida de Atitude Empreendedora – IMAE. Os resultados mostram que a percepção dos respondentes confirma características de atitude empreendedora. Outro estudo realizado no setor de turismo foi o de Ducci e Teixeira (2011) que observaram como as redes sociais são utilizadas pelos empreendedores na construção do seu capital social. Os resultados do trabalho sugerem que nas duas fases dos negócios – criação e desenvolvimento – a rede social dos empreendedores permitiram acesso aos diferentes recursos que influenciaram de forma significativa na trajetória e nos resultados alcançados. Mais recentemente, Teixeira (2012) aborda o processo de criação de negócios no setor de turismo, identificando os estágios de iniciação, de preparação, de start up e de consolidação em quatro agências de viagens localizadas em Curitiba (PR), adotando o modelo teórico de referência de Borges, Simard e Fillion (2005). Concluiu que os negócios foram iniciados informalmente e que os empreendedores não possuíam informações sobre o setor, e que no estágio da preparação do negócio, os empresários não desenvolveram previamente o plano de negócios. Para esses empreendedores, a fase de consolidação do negócio foi a mais difícil, pois tiveram problemas de sazonalidade e muitas dificuldades para gerenciar o fluxo de caixa entre os períodos de alta e baixa estação.

Outro estudo, realizado por Carvalho e Teixeira (2012), aborda os fatores que influenciam a criação de novos empreendimentos no setor de turismo. Entre os resultados mais importantes, verificou-se que entre esses fatores merece destaque o alto nível de escolaridade dos empreendedores, o apoio da família e a experiência anterior na atividade. O que chama a atenção nos casos estudados é que, apesar de serem instruídos, os empreendedores não são preparados para a realização de planejamento ou para gerenciar os negócios, o que demonstra fragilidade quando se atua em mercado cada vez mais competitivo.

O apoio à criação de negócios em turismo no Brasil

As micros e pequenas empresas turísticas deparam-se com desafios cada vez mais complexos para conquistar padrões de competitividade que proporcionem sua sobrevivência no mercado. Nesse sentido, destaca-se a importância de instituições que apoiam e fomentam a criação de negócios, a exemplo do SEBRAE. É válido ressaltar que o sucesso da atuação do SEBRAE dependerá em grande medida de futuras parcerias entre os empresários, entidades empresariais e governamentais que prestam apoio às empresas desse setor (SEBRAE, 2010).

Destaca o Ministério do Turismo (2010) que a atividade turística é executada, essencialmente, pela iniciativa privada e envolve uma ampla gama de oportunidades para o desenvolvimento da oferta de serviços. O fomento à iniciativa privada tem como objetivos: ampliar e melhorar a oferta de equipamentos e serviços turísticos em todo o país; apoiar os investimentos dos empreendedores do turismo, principalmente os negócios turísticos de pequeno e médio porte; gerar novos postos de trabalho por meio da ampliação e da diversificação das atividades vinculadas ao setor; fortalecer o mercado interno mediante o aumento da oferta de crédito ao consumidor final; gerar divisas, promovendo a captação de investidores estrangeiros; estimular os investimentos turísticos em regiões potenciais ainda não desenvolvidas; divulgar as oportunidades de investimentos no turismo na busca de investidores para o desenvolvimento da atividade.

Para tanto, faz-se imprescindível a disponibilidade de crédito em quantidade e em condições adequadas aos micros, pequenos, médios e grandes negócios do turismo. O fomento à iniciativa privada trata de questões relacionadas a fontes de recursos e linhas de financiamento, acesso ao crédito, promoção e captação de investimentos e desoneração da cadeia produtiva (PNT, 2007).

Como efeito da articulação com os demais Ministérios e, também, como resultado de parcerias entre o Ministério do Turismo e os bancos públicos federais, o turismo conta com instrumentos de crédito imprescindíveis para subsidiar projetos da cadeia produtiva do setor. As linhas de crédito oferecem recursos para implantação, ampliação ou modernização de empreendimentos turísticos no país e são conduzidas pelos agentes financeiros federais – Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, BNDES, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia – (MTUR, 2010).

Metodologia

Para este estudo a estratégia de pesquisa adotada foi o estudo de caso único. De acordo com Yin (2010), o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto, principalmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. O estado de Sergipe foi considerado a unidade de análise desse estudo. Nele, foram analisadas todas as formas de apoio voltadas para o desenvolvimento turístico do Estado.

Para a coleta de evidências foram utilizados dados, entrevistas e pesquisa documental. Para Vergara (2007) a entrevista é um procedimento no qual se faz perguntas a alguém que, oralmente, lhe responde, sendo imprescindível a presença física de ambos no momento da entrevista. Yin (2010) acrescenta que a entrevista constitui fonte essencial de evidências para estudos de caso, posto que o investigador qualitativo, segundo Richardson (2007), volta sua preocupação à validade das informações coletadas, isto é, se os dados expressam autenticamente a visão do entrevistado.

Para este estudo foram consideradas instituições diretamente envolvidas com o apoio e o desenvolvimento turístico do Estado, como: SEBRAE, BANESE, BNB, EMSETUR, SEDETEC, PRODETUR, Instituições de Ensino Superior e Associações de Classe. Nessas instituições foram entrevistados treze técnicos, gestores e representantes desses órgãos. O critério de seleção dos respondentes foi em função do seu envolvimento com o desenvolvimento do turismo no Estado, especialmente no que se refere ao apoio para a criação de negócios no setor. O quadro 01 reúne os entrevistados de acordo com a natureza da instituição.

Quadro 01. Entrevistados

Órgão	Entrevistados	Nº de Entrevistados
Órgãos do Governo EMSETUR, PRODETUR e FUNCAJU	Gestores de órgãos e secretarias de governo fomentadoras do desenvolvimento do turismo	3
Instituições de Ensino (SENAC, UFS e Estácio FASE)	Coordenadores de cursos	3
SEBRAE	Técnico da área de turismo	1
Bancos de desenvolvimento - BNB e BANESE	Gerentes responsáveis pela concessão de linhas e crédito para empreendimentos turísticos	2
Associações de classe – ABAV, ABIH, ABRASEL, AC&CV	Presidentes e Gestores das associações de classe	4
TOTAL DE ENTREVISTADOS		13

Fonte: desenvolvido pelos pesquisadores

Além da realização de entrevistas semi-estruturada, foram analisados os seguintes documentos dos órgãos analisados: relatórios técnicos, informações estatísticas publicadas, planos de desenvolvimento, projetos e conteúdos extraídos de sites das instituições consideradas.

Apoio dos órgãos públicos de Sergipe ao desenvolvimento do setor e à criação de empresas

Foram analisados três órgãos públicos ligados à promoção e ao desenvolvimento do turismo de Sergipe: o PRODETUR, a FUNCAJU e a EMSETUR. O Programa de Desenvolvimento do Turismo – PRODETUR, é um programa de crédito para o setor público (Estados e Municípios) que foi concebido para criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística e para melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas na região Nordeste. O PRODETUR é financiado com recursos do BID (Banco Internacional de Desenvolvimento). A área de abrangência do PRODETUR compreende atualmente todo território nacional, onde sua atuação ocorre por meio do financiamento de obras de infraestrutura (saneamento, transportes, urbanização e outros), projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico-cultural, projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios.

Em relação ao componente de Infraestrutura pode-se observar que fazem parte o conjunto de serviços públicos que não estão vinculados diretamente a produtos turísticos, mas que são necessários

para gerar acessibilidade ao destino e dentro dele, tais como: infraestrutura de acesso e transporte, abastecimento de água, saneamento, energia, telecomunicações, saúde e segurança, imprescindíveis a satisfação das necessidades básicas do turista durante sua estada. No componente de Gestão Ambiental estão previstas ações como implantação de sistemas de gestão ambiental, as avaliações ambientais estratégicas, estudos de impacto ambiental, dentre outros.

A Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Esportes (FUNCAJU) é a entidade responsável pela coordenação dos centros de atendimento ao turista, pela realização de campanhas promocionais, confecção de material promocional, apoio a produção cultural local, apoio a realização de feiras e eventos e captação de eventos junto ao Aracaju Convention and Visitors Bureau.

O apoio ao desenvolvimento do turismo do estado está ligado à divulgação de Aracaju, através dos atrativos turísticos e da capacidade técnica, em termos de hotelaria, receptivo, bares e restaurantes que a cidade oferece.

Para os empresários do setor as ações de divulgação realizadas pela FUNCAJU funcionam de maneira efetiva, uma vez que o destino turístico é divulgado fora do Estado, faz com que aumente o fluxo de turista, que por sua vez representa a injeção de divisas na economia local. A FUNCAJU não oferece cursos de capacitação, nem realiza pesquisas a respeito do turismo, mas utiliza os registros de visitação dos postos de atendimento para direcionar suas ações. A FUNCAJU desenvolve parcerias com Governo do Estado por meio da EMSETUR e do SEDETEC. E com instituições privadas como o AC&VB.

A Empresa Sergipana de Turismo-EMSETUR é uma empresa de economia mista fundada para trabalhar com a promoção e a capacitação profissional do turismo em Sergipe. Um exemplo de apoio oferecido pela EMSETUR para os empresários do setor é a participação em feiras que promovem rodadas de negócios. Outra contribuição da EMSETUR é a divulgação do destino turístico em eventos e feiras. A EMSETUR também é responsável por desenvolver as principais pesquisas sobre o turismo no estado de Sergipe. Essas informações sobre o setor são imprescindíveis para o conhecimento do mercado consumidor, podendo servir inclusive como guia para formulação de políticas públicas destinadas ao desenvolvimento do turismo. Embora a EMSETUR não ofereça apoio gerencial aos empresários do setor, a criação de parcerias com instituições de ensino profissionalizante corresponde um importante ativo não só para os empresários, mas também para aqueles que querem se qualificar profissionalmente no setor de turismo.

Apoio das instituições de ensino profissionalizante e superior ao turismo em Sergipe

Três organizações de ensino estão diretamente envolvidas no desenvolvimento turístico do estado, uma delas de ensino profissionalizante e as outras de ensino superior: SENAC, UFS e Estácio FASE.

O Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) é uma instituição de educação profissional, de direito privado, financiada pelos empresários do Setor do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. O SENAC está presente nos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal. Em Sergipe o SENAC teve sua primeira unidade instalada na cidade de Aracaju, em 13 de agosto de 1947. Posteriormente teve Centros de Educação Profissional construídos nas cidades de Lagarto em 1992, Tobias Barreto em 1993, e Itabaiana em 1995. O SENAC atua nas áreas de artes, comércio, comunicação,

conservação e zeladoria, design, gestão, idiomas, imagem pessoal, lazer e desenvolvimento social, meio-ambiente, saúde, tecnologia educacional, informática e turismo e hospitalidade.

No eixo tecnológico de hospitalidade e lazer, o SENAC compreende tecnologias relacionadas aos processos de recepção, viagens, eventos, serviços de alimentação, bebidas, entretenimento e interação. Abrangem também os processos tecnológicos de planejamento, organização, operação e avaliação de produtos e serviços inerentes ao turismo, hospitalidade e lazer. A maior contribuição oferecida pelo SENAC para o desenvolvimento do turismo e criação de novos negócios é a formação e qualificação profissional. Além do portfólio de cursos oferecido em seus variados tipos de instalações, muito bem adequada às necessidades da formação, o SENAC oferece ainda um serviço especial para os empresários: os cursos In Company. A principal vantagem de cursos de Educação Corporativa - Cursos In Company - é que o processo de aprendizagem é formatado de acordo com as características da empresa, treinando e desenvolvendo as habilidades dos colaboradores e, conseqüentemente, o gerenciamento do capital intelectual das organizações.

O SENAC Sergipe tem uma variada oferta de cursos profissionalizantes. Em 2010, foram aproximadamente 22.000 profissionais formados em mais de 30 cursos, sendo cerca de 1.200 profissionais no Eixo Tecnológico de Hospitalidade e Lazer. Dentre os cursos voltados para o setor de turismo pode-se destacar: camareira, recepcionista de hotel, agente de limpeza, porteiro, mensageiro, segurança, guia de turismo. No entanto, devemos considerar também os cursos da área de alimentos e bebidas uma vez que essa mão-de-obra é largamente solicitada no segmento de bares e restaurantes e na hotelaria, sendo assim, esse portfólio de cursos se estende: auxiliar de cozinha, confeitaria, garçom, cozinheiro básico, comidas regionais, sobremesas geladas, bolo artístico, culinária trivial, culinária para executivos, pizzas, doces para festas, bombons e trufas, tortas doces e salgadas, doces finos, salgados, drinks e coquetéis.

Um dos exemplos das parcerias realizadas pelo SENAC são aquelas que acontecem com os hotéis da capital. Geralmente, essas parcerias têm a finalidade de contribuir com a formação dos alunos. A não continuidade das parcerias com o governo ou os intervalos entre a execução dessas parcerias pode ser explicado por conta das próprias características administrativo-burocráticas inerentes ao serviço público. Normalmente, essas parcerias são formalizadas em contrato, envolve o dispêndio de recursos financeiros, realização de projetos, licitações, dentre outras peculiaridades, o que não significa que elas não acontecem, ou têm pouca importância.

Os cursos superiores desempenham papel fundamental na criação e disseminação do conhecimento e na formação profissional. O Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal de Sergipe (UFS) é oferecido na modalidade bacharelado, com oferta anual de 50 vagas e funcionamento no turno vespertino, com a duração média de quatro anos. A finalidade do curso é formar bacharéis com base de conhecimentos que permita a esse profissional atuar no planejamento e no desenvolvimento do turismo, na gestão de empreendimentos turísticos e na pesquisa do turismo, com o foco voltado para uma formação compromissada com o homem, a sociedade e o meio ambiente. O curso foi criado em 2007, tendo sua primeira turma graduada em fevereiro de 2011.

Atualmente, o curso é coordenado pelo Núcleo de Turismo (NTU) e conta com atividades de pesquisa, completando, assim, a base de conhecimentos que sustenta o ensino superior. Os grupos de pesquisa do Núcleo de Turismo da UFS estão divididos em cinco linhas de investigação: Comportamento do Consumidor em Turismo e Hospitalidade; Gestão de empreendimentos turísticos; Lazer e Hospitalidade; Teoria e Planejamento do Turismo; Turismo, Cultura e Sociedade; e Turismo e Meio Ambiente. Em relação à estrutura curricular do curso de Turismo, o coordenador garante que

o projeto pedagógico atende às expectativas exigidas pelo corrente mercado de trabalho, propondo ainda um equilíbrio entre as diversas áreas do conhecimento que compõe o arcabouço teórico-metodológico da formação.

Apesar da rede de relações que envolvem o trade turístico, oficialmente não existem parcerias firmadas entre o Núcleo de Turismo da UFS e as demais entidades públicas ou privadas envolvidas na atividade. Mais uma vez, essa ausência de parcerias pode ser explicada por conta das características de ordem administrativo-burocráticas, visto que a Universidade Federal de Sergipe é um órgão público federal e a criação de parcerias formais envolve uma série de questões legais, o que sugere que o atendimento de pré-requisitos pode dificultar essas parcerias.

O curso graduação em turismo da Faculdade Estácio de Sergipe foi criado em 2003, com foco voltado para dois eixos: hotelaria e eventos. O curso é ofertado na modalidade presencial com a duração mínima de três anos, semestralmente são formadas turmas de aproximadamente de aproximadamente 40 alunos, com uma média de 25 egressos ao semestre.

A formação acadêmica, ao mesmo tempo em que representa um grande ativo para sociedade em termos de produzir profissionais qualificados na área, também contribui na formação de novos empreendedores do setor. Muitos alunos do curso de turismo decidem abrir novos negócios em sua área de formação profissional. No entanto, para que isso ocorra, é necessário que o projeto pedagógico do curso contemple áreas de formação que imprimam conhecimentos relacionados à gestão de negócios. Em se tratando das atividades de pesquisa e extensão, o coordenador do curso admite que as ações relacionadas a pesquisa precisam ser mais exploradas, todavia a instituição oferece algumas atividades de extensão. É necessário destacar que os serviços oferecidos juntamente com as EJAs (Empresas Junior de Administração) que além de oferecer qualidade, são geralmente mais baratos que a demais empresas que trabalham com os mesmos serviços. Para o empreendedor, a opção pelo trabalho desenvolvido pelas EJAs poder representar uma econômica significativa na contratação de consultorias e pesquisas.

As parcerias da instituição são realizadas em sua maioria com empresas do setor de turismo, com o objetivo de proporcionar um ambiente de trabalho para realização de algumas práticas formativas, bem como para realização de estágio. A facilidade de realização de parcerias com os empreendimentos privados, sobretudo, com a finalidade de auxiliar nas práticas formativas chama a atenção. Mas, como já foi mencionando, as parcerias com o setor público existem de forma mais limitada por conta das características administrativo-burocráticas do serviço público.

O apoio do Sebrae à criação de empresas

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada sem fins lucrativos criada em 1972 com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte. O SEBRAE atua também com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

O SEBRAE apoia a criação de novos empreendimentos no setor de turismo de diversas formas. Uma delas é oferecendo informações a respeito do mercado, sugerindo idéias de negócios e analisando a viabilidade do empreendimento. Além disso, o empresário que já possui um empreendi-

mento conta com orientações relacionadas à gestão do empreendimento. Esse apoio compreende, no processo de criação de novos negócios, desde a ajuda na concepção da idéia do empreendimento até as formas de planejamento necessárias a estruturação do negócio (consultoria na elaboração do plano de negócios, no plano de marketing e no auxílio na gestão do empreendimento).

É importante lembrar que na área de turismo existem empreendimentos pequenos, médios e grandes, e o SEBRAE tem seu escopo de atuação na micro e pequena empresa, ou seja, se um empreendimento tem faturamento anual maior que R\$ 2,4 milhões não é mais um empreendimento a ser atendido pelo SEBRAE. O intercâmbio feito entre o empreendedor e o SEBRAE na busca de suporte gerencial pode ocorrer de duas formas: o empresário pode procurar a instituição ou, através de ações de ordem coletiva aonde o SEBRAE vai até a empresa em atendimento a solicitação das entidades representativas do setor.

O turismo é uma atividade que não acontece de maneira isolada. Segundo Dias (2003) a renda gerada no setor de turismo sustenta outras atividades, e muitos dos produtos gerados para satisfazer aos turistas acabam colaborando para o desenvolvimento de outros setores. Além disso, o SEBRAE estimula a qualificação das empresas do segmento de turismo, através da premiação de empreendimentos que se destacam no mercado. Outra forma de incentivo ao desenvolvimento do turismo é o apoio às entidades do trade turístico de Sergipe na participação de feiras e eventos do setor. Nessas ocasiões o produto turístico do destino é divulgado e são fechados negócios com operadoras turísticas e agências de viagens de fora.

Um exemplo das ações realizadas pelo SEBRAE e a Feira de Sergipe que acontece na Orla de Atalaia, principal fluxo de turistas da capital, em um período de alta estação, quando o fluxo de turistas é aumentado. Os produtos oferecidos na feira e as atividades culturais servem como vitrine das potencialidades dos municípios de Sergipe.

Apoio dos bancos ao desenvolvimento turístico de Sergipe e a criação de empresas

Foram analisadas duas instituições bancárias que oferecem linhas de crédito para criação, ampliação, investimento e capital de giro no estado de Sergipe: o Banco do Nordeste (BNB) e o Banco do Estado de Sergipe (BANESE). O Banco do Nordeste do Brasil S. A., maior banco de desenvolvimento regional da América Latina, diferencia-se das demais instituições financeiras pela sua missão: atuar, na capacidade de instituição financeira pública, como agente catalisador do desenvolvimento sustentável do Nordeste, integrando-o na dinâmica da economia nacional. A visão do BNB é ser referência como agente indutor do desenvolvimento sustentável do Nordeste. Com 185 agências, o banco tem seu foco de atuação não só na Região Nordeste, congregando também estados de Minas Gerais e Espírito Santo.

O Banco do Nordeste não oferece linhas de crédito específicas para o turismo. Os recursos para financiamento provêm do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE). O FNE é um instrumento de política pública federal operado pelo Banco do Nordeste que tem como finalidade contribuir para o desenvolvimento econômico e social do Nordeste, mediante a execução de programas de financiamento aos setores produtivos e em conformidade com o plano regional de desenvolvimento, possibilitando, dessa forma, a redução da pobreza e das desigualdades. Dentre as

principais facilidades que o Banco do Nordeste oferece estão: Crédito para Investimento, Crédito para Capital de Giro, Crédito Comercial, Cheque Especial e Aplicações Financeiras em Fundos de Investimentos.

No Banco do Nordeste as empresas têm apoio diferenciado. Nota-se que os empreendimentos localizados na região do semiárido têm condições especiais. No semiárido o bônus de adimplência é de 25%, mas mesmo os empreendimentos localizados fora do semiárido contam também com bônus de adimplência, só que menor, 15%. Portanto, se um empreendimento turístico estiver localizado na região de semiárido, encontrará essas condições especiais de oferta de crédito. A razão desse crédito especial pode ser explicado devido à função do banco em fortalecer ainda mais a região através da geração de emprego e renda.

Criado em 1961, o Banco do Estado de Sergipe - BANESE é uma instituição que busca ativamente o pleno crescimento de toda a sociedade sergipana. Para isso, estimula as potencialidades coletivas e individuais, sempre engajando-se na promoção e desenvolvimento econômico, social e cultural do povo sergipano. O BANESE desenvolve linhas de crédito voltadas a apoiar empreendimentos, seja qual for a necessidade e o tamanho da empresa. Uma vez que a linha de crédito oferecida pelo Banco do Estado de Sergipe provém de recursos do FNE, o crédito de investimento do BANESE apresentará as mesmas condições oferecidas pelo Banco do Nordeste, que é o banco operador do recurso. Para contratar o financiamento, caso a empresa seja cliente do BANESE, basta procurar o gerente para obter mais informações. Se a empresa não é cliente do banco, é necessário que se faça um cadastro e abertura de conta. As operações estão sujeitas à disponibilidade de recursos, à análise e à aprovação de crédito.

O apoio das associações do setor e o Aracaju Convention and Visitors Bureau ao desenvolvimento turístico do Sergipe

Nesta seção, observa-se de que modo os associados da ABIH-SE, ABAV-SE e ABRASEL-SE contribuem para criação de novos negócios e como o AC&VB colabora no desenvolvimento do turismo.

A Associação Brasileira da Indústria Hoteleira teve sua diretoria de Sergipe fundada no ano de 1991. Ela representa um grupo de empresários, empreendedores e executivos da hotelaria preocupados com o desenvolvimento e a modernidade do turismo em Sergipe. O objetivo da associação é fomentar o desenvolvimento dos meios de hospedagem no estado, incrementando o turismo em todas as suas manifestações, bem como nas demais atividades que com esta estejam direta ou indiretamente relacionadas. Além de oferecer assessoria jurídica, a ABIH-SE junto com as instituições parceiras oferece uma série de vantagens, a exemplo de orientações de caráter técnico e gerencial e participação em feiras fora do estado que promove Sergipe ao mesmo tempo em que garante a realização de rodadas de negócios com operadores e agências de viagem. É possível visualizar que as ações da associação e a oferta de serviços estão fortemente vinculadas à realização das parcerias.

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins econômicos, criada em 1986, com o objetivo de contribuir de forma efetiva para importantes avanços em prol do desenvolvimento do segmento de alimentação fora do lar no cenário nacional. O que chama a atenção é o oferecimento de cursos de inglês e espanhol e a tradução dos cardápios. Esses serviços têm a intenção de melhor atender ao turista, mas visa, sobretudo, a copa

do mundo de 2014, uma vez que Sergipe, enquanto destino indutor está inserido em uma série de ações criadas pelo Ministério do Turismo para qualificação do setor de turismo. As principais instituições parceiras citadas foram: EMSETUR, SEBRAE, FUNDAT, SENAC, Federação do Comércio, Sindicato dos Bares e Restaurantes, FUNCAJU e ABIH. Essas parcerias são formais.

A Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV) foi criada em 28 de dezembro de 1953, sendo hoje a maior entidade representativa dos interesses das Agências de Viagens. Está presente em todo o território nacional atuando no desenvolvimento do Turismo Nacional, em todos os segmentos. A ABAV-SE está sempre envolvida em atividades de promoção do desenvolvimento do turismo do estado de Sergipe na participação de reuniões e fóruns ligados ao turismo. Mas outra forma de fortalecer o crescimento do setor é através do apoio aos empreendedores associados.

Chama a atenção o apoio oferecido pela ABAV-SE aos empresários do setor que além de cursos, a ABAV-SE oferece assessoria jurídica aos associados e outros tipos de orientações, como é o caso da parceria com Estado na licitação por passagens aéreas. De qualquer forma a ABAV-SE esclarece àqueles empreendedores que querem iniciar uma agência de viagem sobre a situação do mercado, as principais dificuldades com as quais eles podem se deparar e, também, a facilidades que podem ser encontradas. Os principais parceiros da ABAV-SE são o SEBRAE, que desenvolve cursos junto ao ICCABAV, Instituto da ABAV Nacional e o Governo do Estado.

O Aracaju Convention & Visitors Bureau (AC&VB) é uma fundação de direito privado, sem fins lucrativos e de natureza cultural fundada em 16 de outubro de 2000 e que tem como âmbito de atuação a cidade de Aracaju e os Municípios do Estado de Sergipe. O AC&VB tem como finalidade promover Aracaju e os demais municípios do estado de Sergipe auxiliando a captação, geração e apoio a eventos, bem como atraindo visitantes mediante ações planejadas e integradas de marketing, em âmbito nacional e internacional. Cada instituidor e mantenedor paga uma mensalidade ao Convention, com exceção dos hotéis que recolhem do hóspede uma contribuição diária, facultativa, que é chamada de room tax e cuja receita é repassada ao Convention. Esses recursos, mais a receita de convênios com entidades públicas e privadas, possibilitam o trabalho de promoção do destino e a captação e apoio de eventos. Em consequência, o fluxo de visitantes na cidade é aumentado, a economia se desenvolve, dezenas de setores realizam mais negócios e gera-se emprego e renda. Apesar de agirem como concorrentes, os Conventions compartilham dos mesmos tipos de problemas, usam as mesmas ferramentas e, por isso, estão reunidos numa confederação.

As parcerias são realizadas com todo trade turístico, desde as associações de classe até o SEBRAE os órgãos do governo, no sentido de angariar apoio e disponibilidade de infraestrutura de hotéis, bares e restaurantes e espaços para realização de grandes eventos. Desta forma, o AC&VB contribui para captação de divisas, pois a injeção de recursos proveniente dos turistas atende a finalidade de sua missão que é a geração de emprego e renda.

Conclusões

O presente estudo teve a pretensão de compreender qual o apoio oferecido por instituições aos empresários do setor de turismo de Sergipe para criação de novos negócios, analisando também as parcerias existentes entre o setor público e privado. Dito isto, são colocadas em um primeiro momento, as respostas às questões de pesquisa formuladas a partir dos objetivos específicos deste estudo, em seguida é apresentada algumas considerações finais.

1) Qual o apoio oferecido pelos órgãos públicos do Estado para o desenvolvimento turístico em Sergipe?

Dentro de suas peculiaridades cada órgão contribui para o desenvolvimento turístico do setor. As atividades dessas instituições podem não estar ligadas diretamente a criação de novos negócios, mas criam um ambiente propício onde esse empreendimento pode se desenvolver. O PRODETUR, por exemplo, financia obras de infraestrutura (saneamento, transportes, urbanização e outros), projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico-cultural, projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios. A FUNCAJU promove a divulgação do Estado através de campanhas publicitárias, apoio e realizações de feiras e eventos, confecção de materiais promocionais (panfletos, guias e mapas turísticos) e manutenção de postos de atendimento ao turista. A EMSETUR por sua vez, também promove a divulgação do destino, através de ações de parcerias com outras entidades do trade turístico. A Empresa Sergipana de Turismo promove ainda a realização de cursos de qualificação e capacitação profissional e é o principal órgão fornecedor de pesquisas sobre a oferta turística do Estado.

2) Quais as formas de apoio ao turismo oferecida pelas instituições de ensino em Sergipe?

As instituições de ensino profissionalizante e superior oferecem um leque variado de cursos que possibilitam a qualificação dos profissionais que atuam no setor. No SENAC, por exemplo, esse apoio se dá através de cursos que são oferecidos diretamente em dois eixos tecnológicos: Turismo e Hospitalidade e Alimentos e Bebidas. Os programas de Gratuidade (PSG) que forma gratuitamente mão-de-obra para o setor e Educação Corporativa (SENAC in company) que leva o ensino de forma personalizada até o empreendimento solicitante, são iniciativas louváveis e primordiais na formação de mão-de-obra e na geração de empregos. Nas instituições de ensino superior destacam-se a formação através de uma estrutura curricular que favorece o desenvolvimento da cultura empreendedora. Os cursos de turismo duas instituições de ensino superior são relativamente novos, no entanto, já oferecem opções em atividades de extensão e certa atividade de pesquisa científica (UFS). A EJA da Estácio FASE, através da oferta de serviços personalizados para o turismo apresenta formas diferenciadas de apoio ao setor.

3) Quais as formas de apoio oferecidas pelo SEBRAE-SE às empresas turísticas do Estado?

O SEBRAE oferece uma série de serviços direcionadas a criação e desenvolvimento de negócios turísticos: situação do mercado, incorporação legal do empreendimento, plano de negócio, planejamento formal, treinamento entre outros. Além dessa consultoria, oferecida gratuitamente, o SEBRAE disponibiliza um portfólio variado de cursos na área de gerência. Esses cursos são oferecidos na modalidade presencial ou à distância, garantindo maior comodidade ao aluno. Outros serviços oferecidos pelo SEBRAE é a realização de estudos sobre o setor; a promoção de premiações, como o Selo de Qualidade do Turismo; e o incentivo às feiras e às rodadas de negócios. Esse arcabouço de iniciativas atende de maneira satisfatória a criação de empreendimentos turísticos mais sólidos e, por conseguinte, fortalece o setor.

4) Qual o tipo de apoio oferecido pelos bancos de desenvolvimento do estado para o financiamento, ampliação e expansão dos empreendimentos turísticas?

Os bancos do Estado e o BNB atuam como agente catalisador do desenvolvimento sustentável, objetivando a redução da pobreza e fomento da geração de emprego e renda. No entanto, esses bancos não possuem linhas de créditos específicas para o turismo, o que existe é a utilização de recursos do FNE para implantação, expansão, modernização e localização de empreendimentos dos mais variados seguimentos, dentre eles o turismo. Os bancos apresentam condições semelhantes para

Crédito de Investimento. Dentre as principais facilidades que os Bancos oferecem estão: Crédito para Investimento, Crédito para Capital de Giro, Crédito Comercial, Cheque Especial e Aplicações Financeiras em Fundos de Investimentos. Existe ainda um bônus de adimplência que vai de 15% a 25% de redução na taxa de juros, dependendo da localização da empresa. Respectivamente, para empreendimentos localizados fora do semiárido (15%) e para empreendimentos localizados no semiárido (25%).

5) De que forma as associações do setor e o Aracaju Convention and Visitors Bureau contribuem com o desenvolvimento turístico?

Além de defender os interesses dos associados, como redução de impostos e lutar por economia de custo junto aos fornecedores, as associações do setor – ABIH, ABRASEL, ABAV – prestam assessoria contábil e jurídica aos seus associados. As associações promovem ainda parcerias com instituições locais e em nível nacional para promover cursos de capacitação de mão-de-obra para o setor. Todas essas ações corroboram para o crescimento do negócio e, conseqüentemente, para o fortalecimento do setor. A principal contribuição do Aracaju Convention and Visitors Bureau é a captação de eventos e congressos para o Estado. Essa iniciativa faz com que turistas, geralmente de eventos, injetem recursos na economia sergipana durante os dias em que ocorrem os eventos, e promover o marketing de Sergipe fora do estado, para que cada vez mais, seja aumentado o fluxo de turistas da região.

6) Quais as parcerias entre o setor privado e o setor público voltadas para o desenvolvimento turístico do Estado de Sergipe?

A criação de parcerias entre o setor público e privado ocorre na maioria das entidades pesquisadas com a intenção de articular os interesses do setor: nas instituições de ensino, as parcerias vislumbram a realização de práticas formativas e estágio; nas associações do setor, da mesma forma, a criação de cursos e divulgação do destino turístico com vistas ao desenvolvimento dos setores que representam; no SEBRAE, na oferta de consultoria e cursos de escopo gerencial; nos bancos as parcerias são firmadas com instituições que repassam recursos financeiros e com entidades que podem auxiliar seus clientes na gestão do empreendimento; nos órgãos públicos, as parcerias visam a divulgação do Estado. De modo geral, as parcerias sugerem a ideia de rede, onde cada parceria realizada entre dois, ou mais órgãos, impacta positivamente em um terceiro órgão. Por exemplo, é interesse da Empresa Sergipana de Turismo articular parcerias junto ao sistema “S” para capacitação de mão-de-obra, conseqüentemente os setores de bares e restaurantes e hotelaria também sairão beneficiados porque contarão com a oferta de profissionais qualificados no setor. Essas parcerias podem ou não ser formalizadas em contrato. Quando envolve o setor público as parcerias encontram entraves de ordem administrativo-burocrática, mesmo assim o estudo verificou a realização de muitas parcerias. Em suma, a criação de parcerias sugere a ideia de colaboração entre as entidades que compõem o trade turístico trabalhando unidos para o fortalecimento do setor de turismo.

Considerações Finais

Quando se compara as condições existentes no Estado para o apoio à criação de empreendimentos no setor de turismo com as condições para empreender no Brasil mencionadas no atual relatório GEM (2011), verifica-se que embora o Brasil apresente um contexto econômico favorável (ambiente

mais estável, com inflação controlada e crescimento econômico) as condições relacionadas às políticas e programas de apoio ao empreendedorismo precisam evoluir. O apoio financeiro e educação e capacitação compõem o conjunto de condições desfavoráveis para empreender no país apontado pelos especialistas do relatório. Ademais, é preciso destacar a dificuldade dos empreendedores de obter informações necessárias para acesso aos mecanismos de apoio por programas de governo.

Percebe-se claramente que existe uma vasta rede de instituições voltadas para criação de empresas e das condições que propiciam o desenvolvimento do turismo no Estado. No entanto, o que se pode assimilar após a análise de todas as informações fornecidas pelos representantes das instituições que são responsáveis pelo turismo em Sergipe, é que existe carência de ações mais efetivas de integração entre elas que possam diminuir os seus esforços individuais e levem a atingir objetivos mais eficazmente.

Para finalizar, é importante ressaltar ainda o efeito multiplicador da atividade turística, em que as ações afirmativas destinadas à criação e negócios para o desenvolvimento do setor impactam de maneira positiva em outras atividades produtivas.

Referências bibliográficas

ARAUJO, C. D.; CANDIDO, D. R. C.; SILVA, M. C. G.. Políticas de turismo: a percepção do empreendedor local em relação ao turismo no Vale do Café fluminense. **Observatório de Inovação do Turismo**, v. IV, n. 1, Mar. 2009.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL - BNB. **Apresentação do PRODETUR**. Disponível em <<http://www.bnb.gov.br>>. Acesso em 25 de abril de 2010.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70 Ltda, 2008.

BHAT, S. The role and impact of strategic alliances and networks in destination marketing. **The International Journal of Tourism Research**, Jul/Aug. 2004

BORGES, C.; SIMARD, G.; FILION, L. J. Création d'entreprises. Examen de la documentation. **Cahier de recherche de la chaire d'entrepreneuriat Rogers – J. –A.-Bombardier**, n. 2005-02, HEC Montréal. 2005.

CARVALHO, J. B. de; TEIXEIRA, R.M. Fatores que influenciam na criação de novos negócios: Estudo de casos múltiplos em Agências de Viagens em Aracaju. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n.º 17/18, Portugal, 2012.

DIOCHON, M.; GASSE Y.; MENZIES T. Attitudes and Entrepreneurial action: exploring the link". ASAC 2002, **Annals** Winnipeg, Manitoba. 2002- CD-ROM.

DUCCI, N. P.; TEIXEIRA, R. M. Articulação de Redes Sociais por Empreendedores na Formação do Capital Social: Um Estudo de Caso de Uma Empresa do Setor de Turismo no interior do Paraná, **Turismo em Análise**, v. 21, n1. 2010.

FEUERSCHÜTTE, S. G.; GODOI, C. K. Competências Empreendedoras: um Estudo Historiográfico no Setor Hoteleiro. In: **ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, ENANPAD**, 31, 2007, Rio de Janeiro. Anais....Rio de Janeiro: ANPAD, 2007 CD-ROM.

GARTNER, W. B. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation". **Academy of Management Review**, v.10, n 4, p. 696-706, 1985.

- GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2010: Relatório Executivo. 2011.** Disponível em <http://www.sebrae.com.br/customizado/estudos-e-pesquisas/temas-estrategicos/empreendedorismo/relatorio_executivo.pdf>. Acesso em 20/mai/2011.
- GORNI, P. M.; DREHER, M. T.; MACHADO, Denise D. P. N. Parceria e Cooperação Intersetorial em uma Organização do Terceiro Setor: O Caso do Balneário Camboriú com vida Convention & Visitors Bureau. **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica**, v. 11, n.2: 263 – 279, maio/ago. 2009.
- HONMA, E. T.; TEIXEIRA, R. M. Competências empreendedoras em hotéis de pequeno porte: estudo de múltiplos casos em Curitiba, Paraná. **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica**, v. 13, n.1, p 52–80, jan-abr. 2011..
- LEE, G. P.; BARRETT, G. W. EC support for tourism in ACP states and regions: Implications for the public and private sectors. **Tourism Management**, v. 15, n.3. 1994
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo 2007-2010: uma viagem de inclusão. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.** Disponível em <<http://www.turismo.gov.br/>>. Acesso em: 20 de maio de 2010.
- PEDROSA, M. A.; SANTOS, E. C. L. Atitude empreendedora no setor hoteleiro brasileiro: um estudo em pequenos e grandes hotéis no Distrito Federal. **Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica**, v. 11, n.3, p.: 358 – 374, set/dez.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas. 2007.
- SEBRAE. **Turismo no Brasil: termo de referência para a atuação do sistema SEBRAE.** Brasília. 2010.
- SEDETEC/EMSETUR. **Plano estratégico de desenvolvimento sustentável do turismo de Sergipe 2009-2014,** Aracaju,. 2009.
- TEIXEIRA, R. M. O Processo de Criação de Novos Negócios em Turismo: estudo de casos múltiplos em agências de viagens em Curitiba, Paraná. **Turismo em Análise**, v. 23, n.2, p 464-483 agosto, 2012.
- TEIXEIRA, R. M. Competências e Aprendizagem de Empreendedores/Gestores de Pequenas Empresas no Setor Hoteleiro. **Turismo em Análise**, v. 22, n 1, p.195-219, 2011.
- TEIXEIRA, R. M, SILVA, J. D. **Relatório de Pesquisa: Empreendedorismo em Turismo e o Processo de Criação de Novos Negócios.** Relatório Final de Iniciação Científica da UFS, São Cristóvão, 2010.
- VERGARA, S. C. **Projetos estágio Pesquisa em Administração.** 9.ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.
- SIMONSEN, Roberto. **História Econômica do Brasil.** São Paulo: Nacional, 1937.
- TELLES Augusto C. da Silva; PINTO, Estevão; CARDOSO, Joaquim; COSTA, Lúcio; VASCONCELLOS, Silvio de. **Arquitetura Civil II. São Paulo: FAUUSP e MEC – IPHAN, 1975.** Textos escolhidos da Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2.