

# Empreendedores no Setor Turístico: o caso de empresas hoteleiras de pequeno porte

Rivanda Meira Teixeira<sup>1</sup>  
Alison Morrison<sup>2</sup>

ISSN 1518-4342

---

## REFERÊNCIA deste trabalho:

TEIXEIRA, Rivanda Meira e MORRISON, Alison. Empreendedores no setor turístico: o caso de empresas hoteleiras de pequeno porte. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/Uel/UnB, 2003, p. 54-70.

## Resumo

Este estudo se volta para a análise do empreendedor do setor hoteleiro no Estado de Sergipe e pretende delinear o seu perfil, identificar que fatores influenciaram sua decisão de se tornar empresário e quais as suas principais motivações para iniciar negócio na atividade hoteleira. Foi realizado a partir de entrevistas pessoais com trinta empresários em vários municípios do Estado, selecionados em função de critério não-probabilístico por julgamento. Os empreendimentos do setor hoteleiro de pequeno porte em Sergipe são recentes, têm estrutura organizacional muito simples e são empresas familiares. Apesar de expressiva presença de mulheres, os empresários do setor são na sua maioria do sexo masculino, jovens, de nível educacional alto e um percentual elevado deles possui outro negócio ou desempenha outra atividade além do gerenciamento do hotel/pousada. A falta de experiência anterior na atividade ressalta a carência de tradição no setor hoteleiro no Estado, o que é coerente com o fato de as empresas terem sido criadas há tão pouco tempo. Verificou-se que a maioria das motivações para a entrada no setor é predominantemente econômica e pragmática e observou-se claramente que existe caracterizado entre os pesquisados o empreendedorismo de oportunidade.

## 1 INTRODUÇÃO

Existe um consenso entre os autores de que ser empreendedor significa sentir, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática idéias próprias, ter personalidade e comportamento independente e, principalmente, gostar de assumir riscos e, por sua própria força de vontade, fazer de uma idéia um empreendimento lucrativo.

No Brasil, o estudo sobre empreendedores tem criado corpo e fôlego após a constatação da extensão do significado do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país, como se verificas nos dados que demonstram que, de 1985 a 1989, foram abertas, em média, 420.000 empresas por ano e que esse número aumentou 18% dez anos mais tarde, quando, entre 1995 e 1999, a média saltou para 496.000 empresas abertas por ano (VEJA 2001).

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Paraná - Rua Wilson Rocha 950 ap 502 – Grajeru - 49 025 130 Aracaju-Sergipe - E-mail: [rivandateixeira@netdados.com.br](mailto:rivandateixeira@netdados.com.br) - Tel 079- 232 10 67 fax- 079 217 81 91

<sup>2</sup> University of Strathclyde em Glasgow, na Escócia - [morrisonalison@hotmail.com](mailto:morrisonalison@hotmail.com)

No entanto, dados do relatório da Global Entrepreneurship Monitor (GEM) coordenado no Brasil pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Paraná (IBQP), em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), colocaram o Brasil, dentre 37 países, em sétimo lugar, em iniciativa empreendedora. Em 2001, estava em quinto e, em 2000, em primeiro (BRUM, 2003).

Ainda de acordo com essa fonte, o país ocupa hoje o pódio por exibir a maior taxa de abertura de negócios por necessidade, pois 55% dos novos empreendedores escolhem ser patrões não por vocação, mas por dificuldade de encontrar trabalho. Eles comandam 16 milhões de micronegócios, dos quais quase 80% informais. Segundo dados do referido relatório do Global Entrepreneurship Monitor, a maior concentração de pequenos negócios está no comércio varejista com 21%, enquanto os serviços de alimentação e alojamento representam apenas 12% desses negócios.

Diversos estudos sobre empreendedores têm sido publicados no Brasil, mas o setor de turismo não tem sido objeto de interesse dos pesquisadores do tema, apesar de sua importância crescente para o desenvolvimento econômico e social do país através da geração de emprego e renda. De acordo com EXAME, 2001, o setor hoteleiro é o quarto maior empregador do país em virtude de suas receitas serem provenientes de gastos do turista com hospedagem, alimentação e bebidas e utilização de serviços como telefonia, lavanderia, aluguel de sala para eventos etc. Os gastos de um turista se dividem em transporte, alimentação e alojamento e este último é o que consome o maior percentual de recursos.

Dentre os estudos realizados sobre empreendedores em Sergipe, vale destacar o de Melo et al (1983), pioneiro no Estado, sobre o perfil sócio-econômico do empresário e da pequena e média indústria. Farias (2000), em dissertação de mestrado, analisou as micro e pequenas empresas localizadas no vale do São Francisco sergipano e procurou conhecer quem eram os empresários dessa região e a sua avaliação sobre se compensava ou não ter seu próprio negócio. Mais recentemente, Teixeira e Barbosa (2002) fizeram um completo diagnóstico de gestão sobre as empresas do setor industrial em Sergipe, e também os empresários foram foco de atenção, com ênfase para o delineamento do seu perfil e a análise das razões de iniciar seu próprio negócio.

Dois estudos sobre o setor hoteleiro do Estado merecem destaque. O do SEBRAE/ABIH/SE (1999) foi voltado basicamente para o perfil das empresas do setor e o da UNITUR /PRODETUR/SE (2002), analisou a evolução do setor abordando aspectos da oferta, taxa de ocupação e fluxo de hóspedes. No entanto, o único que analisou, entre outros objetivos, o perfil dos empreendedores do setor turístico, foi realizado em 1997 por Barbosa e Teixeira, com empreendimentos hoteleiros, agências de viagens, bares e restaurantes. Esse estudo procurou identificar esses empresários, suas origens, suas motivações para iniciar seu negócio no setor turístico e suas avaliações dos atrativos turísticos sergipanos.

Este estudo se volta especificamente para a análise do empreendedor do setor hoteleiro no Estado de Sergipe e tem como objetivos delinear o perfil desses empreendedores, identificar que fatores influenciaram na sua decisão de se tornar empresário e quais as suas principais motivações para iniciar negócio na atividade hoteleira. Será apresentada a seguir breve revisão teórica sobre empreendedores e o contexto do setor hoteleiro no estado.

## 2 EMPREENDEDORES

Enquanto é fato histórico que sempre houve empreendedores na sociedade em todo o mundo, o que parece diferente hoje é o alto conceito que lhe é atribuído na maioria dos países. A atenção para os empreendedores já esteve presente nos estudos de economistas clássicos, mas é Schumpeter (apud LEVY, 1990), em sua teoria do desenvolvimento econômico, quem coloca os empreendedores em papel de destaque. Para ele, o desenvolvimento consiste em levar avante novas combinações, seja um novo bem, um novo método, um novo mercado ou a conquista de uma nova fonte de matéria-prima. Na avaliação de Schumpeter, empreendedor é o indivíduo que empreende essas combinações.

Várias definições de empreendedor podem ser encontradas na literatura. Autores como Ansoff (1981) consideram que ser empreendedor é ter o desejo de independência que motiva o estabelecimento de seu próprio negócio. Esta percepção é semelhante à de Resnik (1990), para quem que os empreendedores fazem as coisas acontecerem, conseguem resultados e transformam idéias novas ou inovadoras em operações comerciais reais. Wilkens (1989) enfatiza que a empresária empreendedora é uma alma independente, uma pessoa criativa, que gosta de arriscar e que, por sua própria força de vontade, faz de uma idéia um empreendimento lucrativo. Para Drucker (1987), o empreendedor é freqüentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio, que pode ser um administrador profissional, um capitalista, ou uma empresa: o espírito empreendedor é uma característica distinta, seja de um indivíduo ou de uma instituição.

De acordo com McClelland (apud CORREA, 1995), os indivíduos podem ser divididos em dois grupos: uma minoria que, quando desafiada por uma oportunidade, está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo, e uma maioria que, na realidade, não se importa com essa oportunidade. As pessoas que têm necessidade de realização destacam-se porque, independente da atividade que realizam, fazem com que as coisas aconteçam.

Ressalta-se, no entanto, que o simples fato de ter conhecimento ou habilidade não será suficiente para criar seu próprio negócio; como adverte Bernhoeft (1996), existem muitas pessoas com capacidades intelectuais ou habilidades em uma série de domínios, mas que não conseguem transformá-las em um empreendimento próprio. Isso vem revelar que, além do conhecimento, não basta só querer; a experiência e o sucesso de muitos têm revelado as características próprias de um empreendedor. O conhecimento, sem dúvida, é imprescindível, sobretudo em relação ao campo de atuação do empreendedor e, mais ainda, no sentido de prepará-lo para gerir seu próprio negócio, mas não é o suficiente.

Segundo Morrison (1998), a compreensão de que não existe uma definição universalmente aceita de empreendedor contribui para tornar sua natureza ainda mais difusa. Em função da sua importância econômica e social, vários pesquisadores têm-se debruçado para entender as forças que determinam seus valores, atitudes e estilo de vida que conduzem algumas pessoas ao desafio de se tornarem ou desenvolverem atividades associadas ao processo de empreender. Numa tentativa de entender esse fenômeno, Cooper (1996) estabeleceu alguns fatores que contribuem para explicar o comportamento empreendedor, que estão detalhadas no quadro 1.

Quadro 1. Fatores que explicam comportamento do empreendedor

<b>Categoria</b>	<b>Fatores</b>
Antecedentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genética</li> <li>• Família</li> <li>• Opções educacionais</li> <li>• Prévia experiência</li> </ul>
Incubadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização geográfica</li> <li>• Natureza das habilidades e conhecimentos adquiridos</li> <li>• Contato com possíveis empresários</li> <li>• Experiência com o ambiente de pequenos negócios</li> </ul>
Fatores ambientais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condições econômicas</li> <li>• Acessibilidade e disponibilidade de capital</li> <li>• Exemplos de ações empreendedoras</li> <li>• Oportunidades para uso de consultoria durante o processo</li> <li>• Disponibilidade de pessoal, serviços de suporte e consumidores</li> </ul>

No entanto, avalia Morrison (1998), esse enfoque de Cooper é limitado em si mesmo, pois negligencia aspectos do papel da cultura ou sociedade e seu estímulo do comportamento empresarial. Ainda enfatiza que nenhum enfoque tem a resposta definitiva, mas, juntos, podem buscar um maior grau de compreensão do significado do fenômeno empreendedor.

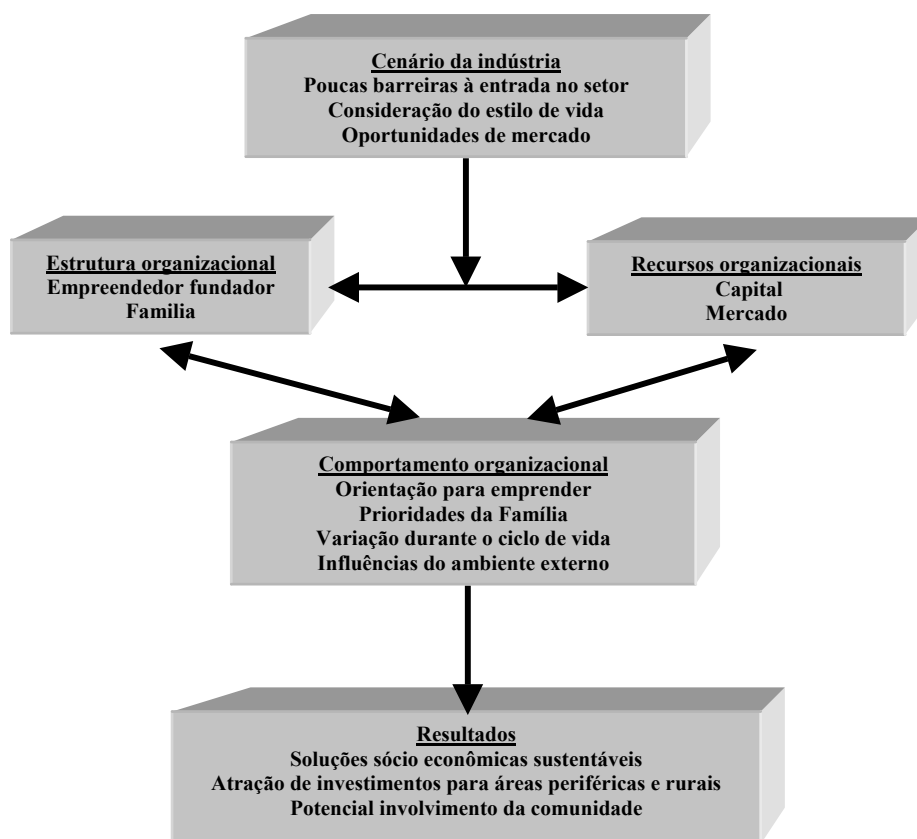
Conseqüentemente, a maneira de pensar sobre o processo empreendedor tem sido ampliada consideravelmente. Por um lado, é aceito que o desenvolvimento econômico está apoiado nas motivações dos indivíduos que buscam satisfazer suas aspirações econômicas e pessoais e por outro existem indicações de que o empreendedorismo é um processo muito mais holístico e resulta de uma combinação de fatores materiais e pragmáticos e, ao mesmo tempo, subjetivos (MORRISON, 1998). Além disso, argumenta a autora, a interpretação do que representa o empreendedorismo varia entre as nações de acordo com os padrões sociais e normas de comportamento.

O empreendedorismo no setor turístico e hoteleiro tem características especiais, afirma Morrison (2003), e uma delas é a existência de um apelo constante para aqueles indivíduos que buscam combinar a atividade doméstica e econômica. Observou-se em diversos estudos que a maioria dos negócios hoteleiros é de pequeno porte e administrados pela família e que existe forte motivação dos empreendedores para a manutenção do estilo de vida. Entretanto, as possíveis motivações para iniciar um negócio no setor hoteleiro, afirma essa autora, são variadas, mas podem ser, de forma simplista, categorizadas em duas opções: o empreendedorismo de oportunidade e o de necessidade. O primeiro se refere àqueles que procuram levar vantagens de oportunidades do mercado, e o segundo são aqueles que procuram a única opção disponível para sua sobrevivência.

Portanto, enfatiza a autora, o processo empreendedor nesse contexto pode ser resultado da avaliação de alguns fatores:

- a viabilidade econômica com uma combinação dos interesses comerciais e domésticos
- o apelo por particulares localizações geográficas
- a compatibilidade com o estilo de vida desejado
- a potencial recompensa psicológica resultante da satisfação do visitante
- o atendimento de obrigações morais e sociais como as relacionadas com a sustentabilidade do meio ambiente e com a contribuição para as comunidades locais.

Morrison (2003) apresenta um sumário das inter-relações decorrentes da estrutura organizacional, dos recursos e do comportamento organizacional que resultam em empreendimentos no setor de turismo e hotelaria através da figura 1.



**Figura 1: Empreendedorismo no turismo e hotelaria**

### 3 CONTEXTO DO SETOR HOTELEIRO

A indústria hoteleira no Brasil, segundo a Associação Brasileira da Indústria Hoteleira, gera cerca de um milhão de empregos diretos e indiretos nos 18 mil meios de hospedagem existentes, com receita bruta em torno de US\$ 2 bilhões, patrimônio imobilizado em torno de US\$ 10 bilhões e arrecadação de mais de US\$ 400 milhões em impostos e taxas. Um quarto de hotel construído gera de 0,4 a 2 empregos diretos (EMBRATUR, 2000).

No entanto, segundo o Estudo do Turismo Receptivo em Sergipe realizado pela Empresa Sergipana de Turismo-EMSETUR (1999), o setor hoteleiro sergipano não acompanhou o crescimento do fluxo hoteleiro nacional. Para Andrade (apud EMSETUR, 1999, p. 13), a hotelaria sergipana tem capacidade máxima de absorção de 410.765 turistas/ano, podendo absorver um fluxo adicional de 73% no número de turistas, estimado em cerca de 3.000 mil visitantes que poderão somar-se ao atual, que gira em torno de 239.813 turistas.

De acordo com o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável para o Pólo Costa dos Coqueirais- PDITS (2001), existiam em Sergipe, no ano de 1980, dezoito

estabelecimentos hoteleiros, com 715 unidades habitacionais (UH) e taxa de ocupação média de 55,8%. Em 2000, o número de unidades era de oitenta e oito, com 2.760 UH, das quais cerca de 73% se localizavam na sua capital, Aracaju. Segundo informações do RAIS-Relação Anual de Informações Sociais, resumidas no PDITS (2001), em 1998 havia 1.930 empregos ligados aos meios de hospedagem. No ano de 2000, esse número caiu para 1.500, mas, de acordo com as projeções do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em 2005, serão 2.591 e, em 2015, 4.590.

Dados da pesquisa realizada pela Unidade Técnica Administrativa dos Pólos Turísticos de Sergipe, UNITUR /PRODETUR (2002), revelam que o fluxo de hóspedes na hotelaria sergipana tem aumentado cerca de 66% no período de 1997 a 2002. Anualmente, a taxa de crescimento no fluxo de hóspedes em Sergipe cresce em torno de 10%. O número de hóspedes em 2001 foi de 134.644 e, em 2002, a quantidade de pessoas hospedadas chegou a 140.673. Com relação à permanência média dos hóspedes, percebe-se, nesse período, um pequeno aumento anual, na ordem de 7,24%, que resulta em otimismo para os demais segmentos do setor turístico, pois, demorando mais tempo na cidade, o turista utiliza uma gama de serviços significativamente maior.

Ainda de acordo com essa pesquisa, no período entre 1997 e 2002, a oferta de unidades habitacionais teve um aumento de cerca de 15%. Quanto à taxa de ocupação das unidades habitacionais para o mesmo período, percebe-se, com clareza, o efeito da sazonalidade no Estado, tendo como meses de alta estação janeiro, fevereiro e julho e, no outro extremo, abril, maio e agosto como meses de baixa. Contudo, constata-se que a sazonalidade não afeta as unidades hoteleiras da mesma forma. Os hotéis duas estrelas e as pousadas não-classificadas enfrentam uma sazonalidade maior, enquanto os hotéis três estrelas e os hotéis não-classificados sofrem menos desse problema.

O Perfil da Hotelaria Sergipana (SEBRAE/ABIH/SE, 1999), foi realizado com 86 estabelecimentos, de todos os portes, sendo 41 hotéis, 44 pousadas e um hotel residência, sendo 60% deles localizados em Aracaju, os demais no interior do Estado, com destaque para as áreas urbanas. Observou o estudo que o setor hoteleiro gerava aproximadamente 1.500 empregos fixos e um faturamento anual em torno de R\$ 20 milhões. Verificou que 88% dos estabelecimentos hoteleiros sergipanos pertenciam a empresários independentes sem vinculação a grupos econômicos e que 62% foram criadas na década de 90. Identificou que a qualidade dos serviços prestados ainda era incipiente, e que 82% dessas empresas, não eram classificadas pela Empresa Brasileira de Turismo-EMBRATUR. A terceirização de serviços foi verificada em 27% desses estabelecimentos, com predominância para o setor contábil, seguido pela manutenção, limpeza, lavanderia e vigilância. Constatou que apenas 28% estavam conectados pela internet e que apenas 6% participavam de programas de proteção ambiental. Segundo avaliação realizada no estudo do SEBRAE/ABIH/SE, a atuação do setor turístico foi considerado como regular ou péssimo, por 75% dos respondentes e que, essa situação, se deve ao reduzido apoio do governo.

#### 4 METODOLOGIA

Este estudo tem por objetivo a análise dos empreendimentos e empreendedores do setor hoteleiro e se volta especificamente para os de pequeno porte, geralmente gerenciados pelo seu proprietário. Pode ser caracterizado como um estudo exploratório, pois, segundo Gil (1996), as pesquisas exploratórias têm como meta principal proporcionar visão geral, de tipo

aproximativo, a respeito de determinada idéia. Em função dos seus objetivos, algumas questões de pesquisa foram definidas:

- Qual o perfil dos empreendimentos hoteleiros de pequeno porte do Estado de Sergipe?
- Qual o perfil dos empreendedores do setor hoteleiro em Sergipe?
- Que fatores influenciaram sua decisão de se tornar empresário?
- Quais as principais motivações para iniciar negócio no setor hoteleiro?

Para a coleta de dados, utilizou-se o método de entrevistas pessoais e pretendeu-se, com a utilização desse método, captar as percepções dos entrevistados a respeito do tema em profundidade, especialmente dos aspectos relacionados às variáveis qualitativas do estudo. Foi aplicado roteiro de entrevistas estruturado com vistas a obter repostas às perguntas da pesquisa, composto de questões fechadas e abertas.

De acordo com dados do PIDTS (2001), existiam 88 hotéis e pousadas classificados e não classificados em Sergipe e para esse estudo foi considerada uma amostra de 30 estabelecimentos localizados em Aracaju e nos municípios que possuem maior movimento turístico, a exemplo de Itabaiana, Lagarto, Estância, Tobias Barreto e Canindé do São Francisco.

O critério de amostragem adotado foi o não-probabilístico por julgamento. As empresas pesquisadas foram selecionadas em função da variável tamanho, pois somente foram considerados para este estudo os hotéis de pequeno porte e as pousadas, pois nesses estabelecimentos quase sempre o proprietário é o responsável pela condução do negócio, o que facilita o acesso aos informantes. No Brasil, no setor de serviços, são consideradas micro as que possuem até nove empregados e de pequeno porte as que possuem de 10 a 49 empregados. Portanto, foram selecionados hotéis/pousadas com até 49 empregados.

Além da variável tamanho, foram também escolhidos locais onde existe maior concentração de hotéis e pousadas, como, por exemplo, a praia da Atalaia, em Aracaju, onde recentemente muitos novos empreendimentos hoteleiros foram criados. Os métodos não-probabilísticos se adaptam perfeitamente às pesquisas exploratórias, em que há a necessidade de conhecer mais qualitativamente o fenômeno explorado. Pode-se entender melhor esse tipo de amostragem usando-se a explicação dada por Arber (apud NIGEL 1993, p.71)

Quando o objetivo do pesquisador é o de gerar teoria e uma compreensão mais ampla do processo social ou da ação social, a representatividade da amostra é de menor importância e a melhor estratégia de amostragem deve ser baseada no julgamento do pesquisador.

Foram consideradas para esse estudo duas variáveis operacionais. A primeira é o perfil dos estabelecimentos, que será definido em função dos indicadores como tipo, localização e número de quartos e leitos, número de empregados, início das atividades, estrutura organizacional e a participação da família. A segunda refere-se ao objeto central deste estudo, que são os empreendedores e é analisada em função dos indicadores: idade, sexo, local de nascimento, experiência anterior, *background* da família e motivações para tornar-se empresário. Os dados coletados no estudo serão analisados a seguir:

## 4 ANÁLISE DE DADOS

Inicialmente, os dados relativos ao perfil dos empreendimentos hoteleiros de pequeno porte no Estado são analisados e, em seqüência, serão apresentados os relativos aos empreendedores, características e motivações.

### 4.1 Perfil dos Empreendimentos

#### 4.1.1 Tipo, localização e número de quartos e leitos

Dos 30 estabelecimentos que participaram do estudo em Sergipe, 53% eram hotéis e 47% eram pousadas. Deles, 70% eram localizados na capital, Aracaju e 30% eram localizados no interior, em cidades como Itabaiana, Lagarto, Estância, Tobias Barreto e Canindé do São Francisco.

Um dos critérios utilizados para medir o tamanho de negócios no setor hoteleiro é o número de quartos e o de leitos. Como mencionado, este estudo se voltou para os empreendimentos de pequeno porte, onde cerca de 60,0% dos estabelecimentos pesquisados tinham até 30 quartos e 53,3% tinham até 60 leitos, conforme visualizado nos gráficos 1 e 2.

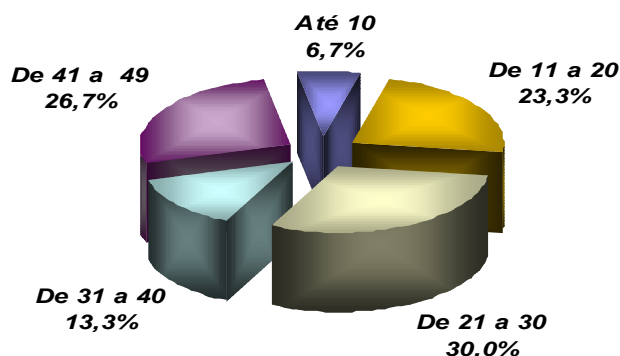


Gráfico1. Número de quartos

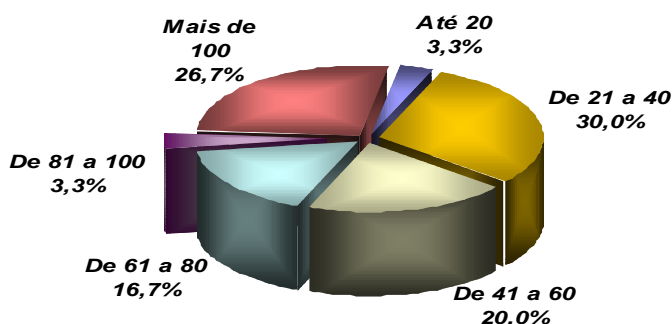


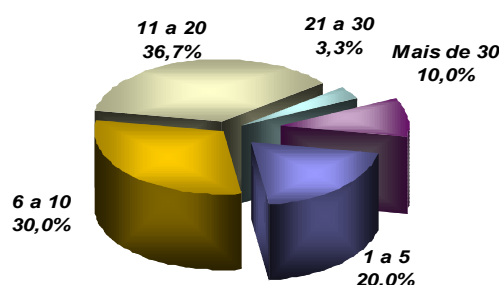
Gráfico 2- Número de leitos



#### 4.1.2 Número de empregados

Segundo o Perfil da Hotelaria Sergipana (SEBRAE/ABIH/SE, 1999), realizado com hotéis e pousadas de todos os portes, 65% dos estabelecimentos hoteleiros possuíam até 5 pessoas ocupadas fixas, mas, os hotéis classificados, absorviam cerca de 40 pessoas e destes os de 5 estrelas possuíam em média 74 pessoas ocupadas, enquanto que nos de 4 estrelas esse número é de 51 pessoas. O estudo também identificou cerca de 10 pessoas entre os estabelecimentos não-classificados.

Cerca de 86% dos hotéis e pousadas que participaram desse estudo possuem até 20 empregados e apenas 10% deles tem mais de 30 empregados. Destes últimos, um deles tem 36, outro 40 e o outro 48 empregados. Alguns entrevistados informaram que, nos períodos de alta estação, costumam contar mão-de-obra temporária para poucas semanas.



**Gráfico 3. Número de empregados**

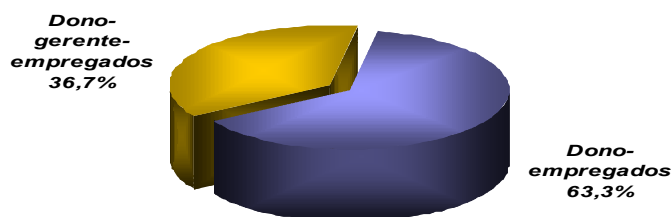
#### 4.1.3 Propriedade e família

A grande maioria dos negócios hoteleiros de pequeno porte em Sergipe (73,3%) é de propriedade familiar, e os principais sócios dos empreendimentos são esposo/a, pai/mãe, irmão/ã e filhos/as. Apenas um percentual de 26,6% dos negócios pertence apenas a um único dono. Essa participação de familiares na empresa pode dar-se de forma ativa, desempenhando funções gerenciais ou apenas formalmente na constituição jurídica da empresa. Foi verificado que, em praticamente todas as empresas que participaram do estudo (93,3%), existem pessoas da família trabalhando nas diversas atividades do hotel/pousada, e geralmente são o cônjuge, filhos, irmãos e sobrinhos.

Um percentual elevado de 53,3% dos empresários sergipanos tem outros negócios além do hotel/pousada. Os negócios podem estar ligados ao setor de turismo, como alimentos e bebidas, locadora de veículos ou outros negócios variados, como posto de gasolina, construtora, farmácia. Outros atuam como profissionais liberais, como médicos ou funcionários públicos e um dos entrevistados ocupava cargo de secretário de turismo do município.

#### 4.1.4 Estrutura organizacional do negócio

Os empreendimentos hoteleiros de pequeno porte em Sergipe, na sua maioria (63,3%), têm estrutura muito simples, com apenas os donos e os empregados. Apenas 36,6% delas têm um nível intermediário de gerente que, em muitas situações, assume a direção do negócio, pois o proprietário trabalha em outra atividade. Apenas dois deles, os de maior porte, tinham mais de um cargo de gerente.

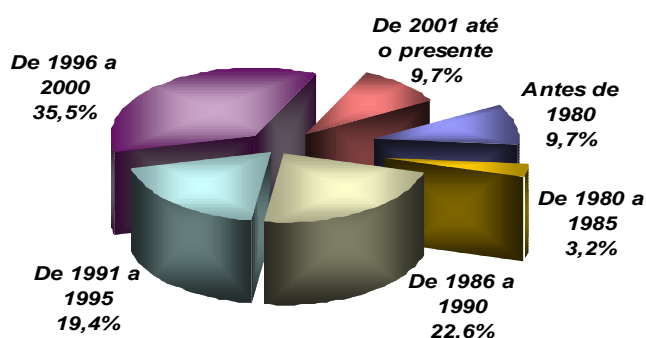


**Gráfico 3. Estrutura organizacional**

Praticamente em todas as empresas entrevistadas, a contabilidade é feita internamente, mas em algumas delas o proprietário informa que prepara tudo, faz o registros e leva para o contador fazer o fechamento.

#### 4.15 Data de início do negócio

A maioria dos negócios hoteleiros de pequeno porte no Estado de Sergipe é recente e se iniciou em meados dos anos 80. Observa-se que, a partir de 1996, houve maior incidência de novos empreendimentos, conforme pode ser visualizado no gráfico 4



**Gráfico 4 Ano de início das atividades**

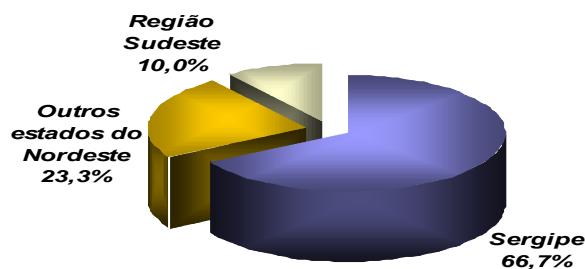
Ao comparar com o estudo de Barbosa e Teixeira (1997), observa-se que também nos dados encontrados nas empresas do setor turístico como um todo, também a partir da segunda metade da década de 80, houve maior incremento da atividade em Sergipe.

## 4.2 Perfil do Empreendedor

Esta seção traz uma análise do perfil do empresário e inclui variáveis como local de nascimento, idade, nível educacional, atividade exercida anterior ao negócio, razões por que decidiu tornar-se empresário e motivações para iniciar um negócio no setor.

### 4.2.1 Local de nascimento

A maioria dos empresários do setor hoteleiro em Sergipe é oriunda do próprio Estado: 43,3% nasceram na capital, Aracaju, e 23,3% no interior, como pode ser visto no gráfico 5. Observa-se que 23,3% vieram de outros Estados do Nordeste como Bahia, Alagoas e Pernambuco e que um percentual de 10% veio de Estados da região Sudeste, como Rio de Janeiro e São Paulo.

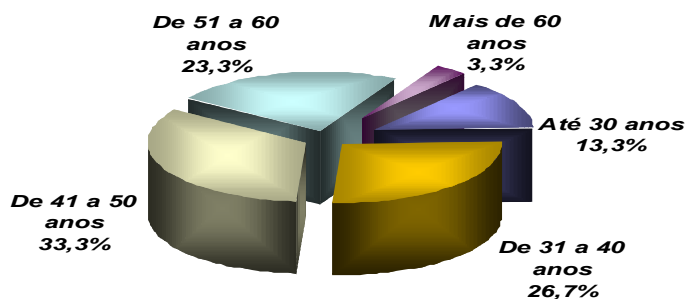


**Gráfico 5 Local de nascimento de empreendedores do setor hoteleiro**

Quando se comparam esses dados com os outros estudos realizados no Estado, tanto voltados para empresas do setor turístico (BARBOSA e TEIXEIRA, 1997), como para pequenas e médias indústrias (TEIXEIRA e BARBOSA, 2002), vê-se que os resultados são muito próximos, pois, no primeiro estudo, observa-se que os empresários sergipanos correspondem a 71%, já no segundo, esse percentual é de 67,5%.

#### 4.2.2 Idade e Sexo

Os proprietários dos negócios do setor hoteleiros que participaram deste estudo são jovens e estão concentrados entre três faixas etárias: de 30, 40 e 50 anos, com discreta predominância na de 40 anos. O estudo de Barbosa e Teixeira (1997), realizado no setor turístico como um todo, destaca que os empresários mais jovens se encontravam no setor de alimentos e bebidas e que, àquela época, 45% dos empresários do setor hoteleiro estavam na faixa de 31 a 40 anos.



**Gráfico 6. Idade do empresário**

Já quando a comparação é feita com os proprietários de pequenas e médias empresas do setor industrial (TEIXEIRA e BARBOSA, 2002), observa-se que a faixa etária dos empresários desse grupo é bem mais alta do que os do setor de turismo, pois 55% deles se encontram na faixa de 40 a 59 anos e 22,5% na faixa de mais de 60 anos.

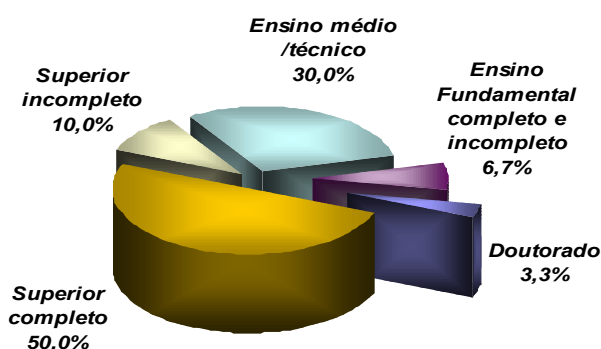
Observou-se a presença destacada de mulheres empresárias nas empresas hoteleiras do Estado, pois 33,3% dos entrevistados eram do sexo feminino. Vale destacar que cerca de metade dessas empresárias não foram as responsáveis pela criação do negócio que foi iniciado pelo pai, esposo ou mãe, mas que estavam atuando como principal executiva responsável pelas decisões mais importantes. Apenas 6,6% delas iniciaram os negócios sozinhas, por iniciativa própria, independente do marido. Outras iniciaram o negócio em parceria com o esposo, mas atuavam como principal executiva. Em 30% dos negócios nos quais os empresários foram entrevistados, a condução é dividida com a esposa. Quando se observam

os estudos de Barbosa e Teixeira (1997, 2001), verifica-se que o percentual de mulheres era inferior a 10%.

#### 4.2.3 *Nível educacional*

O nível de escolaridade dos que dirigem os negócios do setor hoteleiro em Sergipe é relativamente alto, conforme pode ser visualizado no gráfico 7, pois mais de 50% dos entrevistados têm nível superior completo, e 30% têm segundo grau completo ou curso técnico. No entanto, vale ressaltar que desses graduados apenas 3,3% têm curso na área de turismo e que não existem empresários com formação em hotelaria.

Dados do Perfil da Hotelaria Sergipana (SEBRAE/ABIH/SE, 1999), realizado com empreendimentos de todos os portes, apontavam que 55% dos gerentes dos hotéis do estado possuíam curso superior e que apenas 5% deles tinham formação em hotelaria. Entre os gerentes intermediários, geralmente encontrados nos hotéis de maior porte, a escolaridade predominante era de segundo grau.



**Gráfico 7** Nível educacional dos empresários

Quando se comparam esses dados com os encontrados no estudo de Barbosa e Teixeira (1997) em todas as empresas do setor turístico, observou-se que esse percentual alcançou 60% para os que possuem curso superior completo. Já comparando com os resultados da pesquisa sobre pequenas e médias indústrias (TEIXEIRA e BARBOSA, 2002), observa-se que esse percentual é bem menor, pois apenas 10% dos empresários entrevistados tinham curso superior completo e 40% incompleto. Uma possível explicação para essa maior escolaridade talvez seja porque, como o setor é relativamente novo, atraiu não só empresários mais jovens, como os de maior escolaridade.

#### 4.2.4 *Experiência anterior ao negócio*

É relativamente reduzido o número de empresários que tinham experiência anterior na área de turismo, pois apenas 20% deles tinham atuado em hotéis da família ou possuíam restaurantes. Tanto os bancários quanto os ex-funcionários da Petrobrás tinham-se desligado dessas empresas por causa da aposentadoria ou por causa de programas de desligamento voluntário. A tabela 1 demonstra essas atividades.

Tabela 1- Atividades desenvolvidas antes de iniciar o negócio

Atividades	Frequência absoluta*	Frequência relativa
Profissional Liberal	6	20,0
Empresário-comércio e indústria	6	20,0
Hotel/restaurante	6	20,0
Funcionário público	4	13,3
Petrobrás	4	13,3
Bancário	3	10,0
Outros	3	10,0
Total de respostas	32	-
Total de respondentes	30	100,0

\* A questão admitiu mais de uma resposta

\*\*O percentual foi calculado em função do número de respondentes.

#### 4.2.5 Fatores que influenciam a decisão de tornar-se empresário.

As razões por que os empresários entrevistados decidiram iniciar o próprio negócio são muito variadas conforme pode ser visto na tabela 2. A influência da família foi mencionada por cerca de 20% dos entrevistados que estiveram de certa forma envolvidos em negócios por causa da influência de familiares que possuíam negócios. Outros 20% destacam que possuir terreno ou imóvel em local com potencial turístico influenciou a decisão de iniciar o próprio negócio.

Tabela 2- Razões para empreender

Razões	Frequência absoluta	Frequência relativa
Influência da família	6	20,0
Tinha terreno/imóvel em local turístico	6	20,0
Desejo de independência/ personalidade empreendedora	5	16,6
Viu oportunidade de negócio/tinha capital	4	13,3
Aposentadoria	3	10,0
Experiência anterior em negócios	2	6,6
Qualidade de vida de Aracaju	2	6,6
Aumentar a renda familiar	1	3,3
Total	30	100,0

Vale destacar que 16,6% dos respondentes iniciaram o seu negócio movidos pelo desejo de independência ou porque possuem personalidade empreendedora como pode ser visto pelo depoimento de um deles:

*A pessoa que tem dom de gerenciar não vai ser empregado. Viu pela experiência como empregado, que não valia a pena, pois não tinha futuro, não ia crescer. Como empresária, seria autônoma, independente, poderia usar todo o potencial sem limitações. O que você faz é para o seu futuro.*

A percepção da oportunidade de negócio e a existência de capital foram mencionadas por 13,3% dos respondentes e também fato de terem se aposentado com recurso e tempo para se

dedicar a uma nova atividade. Vale destacar que a qualidade de vida de Aracaju, fugindo dos grandes centros, foi citada como razão para iniciar o negócio, como pode ser visto neste depoimento:

*Resolveu ter um negócio para ter qualidade de vida. Veio para Sergipe – saiu do Rio de Janeiro porque a vida era muito complicada e viajava muito para o interior. Deu uma parada e foi ser voluntário. Conheceu a esposa, que tinha um projeto de vida de um hotel.*

#### 4.2.6. Motivação para iniciar um negócio no setor hoteleiro

A percepção de que havia uma carência de oferta de empreendimentos hoteleiros no Estado de Sergipe e a existência de potencial no setor, foi apontada por 60% dos entrevistados como a principal motivação para iniciar o seu negócio, como pode ser visto na tabela 3.

Tabela 3 – Motivações para iniciar o negócio no setor hoteleiro

Motivações	Frequência absoluta	Frequência relativa
Carência de oferta/potencial do negócio	18	60,0
Localização do terreno	6	20,0
Estilo de vida/gostar da atividade	4	13,3
Experiência anterior na área	4	13,3
Puro acaso/ desconhecia completamente coincidência/	2	6,6
Retorno financeiro do setor	2	6,6
Total de respostas	36	-
Total de respondentes	30	100,0

O depoimento de um dos entrevistados demonstra bem o ponto de vista da percepção de potencial no setor:

*Inicialmente pensou em uma loja no shopping. Começou a pesquisar e viu que na época Aracaju tinha carência de pousada. Tinha hotel, mas faltava pousada com um estilo diferente. Queria algo simples, queria ter pousada, mas confortável, de qualidade, que pudesse dar atenção pessoal aos hóspedes. Tem muita facilidade de interagir/comunicar com as pessoas, por isso decidi por turismo. Não sabia nada do setor hoteleiro, mas achava que ia se dar bem, pois tinha habilidade gerencial nata.*

*Porque é uma área que depende dos serviços de qualidade, depende mais da criatividade do empresário mais do que capital. Sentiu que Aracaju tem muito espaço para crescer. Acha que o turismo em Sergipe ainda nem começou, tem muito potencial para crescer. Tem potencial muito grande.*

É interessante destacar que a motivação pelo negócio é consequência do estilo de vida e do tipo de atividade:

*Sempre gostou de turismo, gostava de viajar, conhece o mundo, estudou inglês e escolheu uma área que gostava. Além disso, tinha facilidade de*

*relacionamento. Mas não tinha experiência anterior no setor. Administrava a casa e tinha experiência de trabalho.*

*Era um projeto da esposa. Era um lugar para reunir pessoas interessantes, conhecer pessoas, ter traços de história de vida. O interesse não foi comercial. Estilo de vida.*

Outros claramente destacam a existência do fator comercial e mostram a preocupação com o futuro do turismo no Estado:

*Tem construtora e outros negócios de pneus. Sentia interesse e via que seria um bom negócio. Hoje acha que, se não houver um trabalho sério em Sergipe, hotelaria já não será um negócio. Acha que, se não houver crescimento dos turistas, no futuro vai ser problema. Hoje tem 2 hotéis e constrói mais.*

## 5 CONCLUSÕES

A maioria dos negócios hoteleiros de micro e pequeno porte no Estado de Sergipe é recente e se iniciou em meados dos anos 80. Observa-se que, a partir de 1996, houve maior incidência de novos empreendimentos. Os empreendimentos, na sua maioria, têm estrutura muito simples, com apenas os donos e os empregados e são de propriedade familiar. Foi verificado que, em praticamente todas as empresas que participaram do estudo existem pessoas da família trabalhando nas diversas atividades do hotel/pousada, geralmente o cônjuge, filhos, irmãos e sobrinhos.

Apesar de expressiva presença de mulheres, os empresários do setor são na sua maioria do sexo masculino, jovem e um percentual elevado deles possui outro negócio ou desempenha outra atividade além do gerenciamento do hotel/pousada. Vale destacar que cerca de metade dessas empresárias não foi responsável pela criação do negócio, iniciado pelo pai, esposo ou mãe, mas que estava atuando como principal executiva responsável pelas decisões mais importantes. A falta de experiência anterior na atividade ressalta a carência de tradição no setor hoteleiro no Estado, o que é coerente com o fato de as empresas terem sido criadas há tão pouco tempo. A maioria dos empresários do setor hoteleiro em Sergipe é oriunda do próprio Estado, e o nível de escolaridade é relativamente alto. No entanto, convém ressaltar que desses graduados apenas 3,3% têm curso na área de turismo e não existem empresários com formação em hotelaria.

A percepção de oportunidade de mercado é uma característica essencial encontrada entre as pessoas empreendedoras e, neste estudo, observa-se que existe consciência por parte dos pesquisados sobre a carência na oferta no setor hoteleiro e da existência do potencial no turismo do Estado. O empreendedor do setor de turismo em Sergipe tem características especiais que o diferenciam visivelmente dos que atuam em outros setores, especialmente no comercial; que podem ser considerados, na maioria das vezes, empreendedores por necessidade. Verificou-se que a maioria das motivações para a entrada no setor é predominantemente econômica e pragmática e observa-se claramente que existe, entre os pesquisados, o empreendedorismo de oportunidade.

Ao analisar empresas de hotelaria de pequeno porte, os seus empreendedores e suas motivações, este estudo pretendeu contribuir para o debate sobre o tema incluindo um setor

ainda pouco estudado no país, mas que indiscutivelmente pode ser gerador de novos negócios e de empregos.

## REFERÊNCIAS

- ANSOFF, I. H. **Do planejamento estratégico a administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1981
- BARBOSA, J. e TEIXEIRA, R. M. **Avaliação da Oferta Turística: uma contribuição dos empresários para a formulação de estratégias para o setor**. ENANPAD, Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Administração, 21, 1997, Rio das Pedras, RJ. Anais...Rio de Janeiro: ANPAD,1997.
- BERNHOEFT, Renato. **Preparo do acionista na empresa familiar**. Gazeta Mercantil, P-3, 20 jul.1999.
- BRUM, E. **O duro país dos pequenos**. ÉPOCA. 6 de jan. de 2003. p 44-55.
- COOPER, A. **Small Business Management: a casebook**. England: Homewood Irwin., 1996
- CORREA, V.A. Novos empreendimentos:uma nova concepção no processo de formação de empreendedores. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 1, n.3, Rio de Janeiro: ANPAD, 1995.
- DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**. 2.ed. São Paulo: Pioneira, 1987.
- EMBRATUR. **Estudo Econômico-Financeiro dos Meios de Hospedagem e Parques Temáticos do Brasil**. 2000.
- \_\_\_\_\_. **Estudo da Demanda Turística 2002**. Disponível em: <<http://www.dafatur.vilabol.uol.com.br/noticias.html>> Acesso em: 06 nov 2002.
- EMSETUR. **Estudo do Turismo receptivo em Sergipe: 1996-1999**. Aracaju: EMSETUR-SE/ SEBRAE-SE/ SEPLANTEC-SE/ PRODETUR-NE, 1999.
- EXAME. **A explosão do turismo**. São Paulo: Editora Abril. edição 735. p 40-59. 07/03/2001.
- FARIAS, Josivânia, S. **Micro e Pequenas Indústrias do Vale do São Francisco Sergipano: perfil, perspectivas de crescimento e percepção dos empresários quanto aos impactos ambientais**. São Cristóvão: PRODEMA/NESA/UFS. Dissertação de Mestrado, 2000.
- GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.
- LEVY, L. **Posturas estratégicas de empreendedores brasileiros**. Universidade de São Paulo, São Paulo. Dissertação de Mestrado, 1990.
- MELO, Gonçalo F, BARBOSA, Jenny D., TEIXEIRA, Rivanda M. e REBOUÇAS, Tadeu C. **As pequenas e médias indústrias sergipanas – um trabalho de pesquisa**. Aracaju: UFS/CCSA/DACC/ SUDENE / SEBRAE / CEAG-SE, 1983.
- MORRISON, A. Capter 2 **Entrepreneurship and Family Business**. In: GETZ, D. CARLSEN, J. MORRISON, A. **Family Business in the Hospitality and Tourism Industry**. CAB Publishing, England, 2003.
- MORRISON, A (ed). **Entrepreneurship: an international perspective**. Oxford: Butterworth-Heineman, 1998.
- NIGEL, G. **Researching Social Life**, Sage Publications, UK, 1993
- PDITS-PLANO DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO DO TURISMO SUSTENTÁVEL PARA O PÓLO COSTA DOS COQUEIRAIS. SEPLANTEC-SE/ PRODETUR-NE II, Aracaju, 2001.
- RESNICK, P. **A Bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança sua pequena empresa e se muito bem sucedido**. São Paulo: Makron Books, 1990.
- SEBRAE/ABIH/SE. **Perfil da Hotelaria Sergipana**. Relatório de Pesquisa. 1999.
- TEIXEIRA, Rivanda Meira,e BARBOSA,Jenny Dantas. **Pequenas e Médias Indústrias de Sergipe: um diagnóstico de gestão**. Aracaju: SEBRAE, 2002.



UNITUR/PRODETUR. **A evolução recente da hotelaria sergipana**. SEPLANTEC. Aracaju, dez 2002.

VEJA. **A vida sem patrão**. 1705 ed. São Paulo: Editora Abril. Ano 34, nº 24, jun, 2001.

WILKENS, Joanne. **A mulher empreendedora: como iniciar seu próprio negócio**. São Paulo: Mc Graw Hill, 1989.